

کانال همه کاره در کسب و کار

زینت پارسائی

www.ketab.ir

سرشناسه	:	پارسانی، زینت، ۱۳۷۵-
عنوان و نام پدیدآور	:	کانال همه کاره در کسب و کار/زینت پارسانی.
مشخصات نشر	:	بجنورد: زبان علم، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	س، ۸۹ ص.
شابک	:	978-622-7455-74-8: ۸۰۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۶۵ - ۸۹.
یادداشت	:	کتاب حاضر برگرفته از پایان نامه مولف است.
موضوع	:	بازاریابی چندسطحی Multilevel marketing شبکه های توزیع کالا -- مدیریت Marketing channels -- Management بازاریابی اینترنتی Internet marketing موفقیت در کسب و کار Success in business
رده بندی کنگره	:	۱۳۶-HP۵۴۱۵
رده بندی دیویی	:	۸۴/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۸۸۲۱۳۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیبا

کانال همه کاره در کسب و کار

نویسنده: زینت پارسانی

صفحه آرایی: تیم ویراستاری و صفحه آرایی انتشارات زبان علم

طراح جلد: هادی صانعی

ناشر: زبان علم (۰۹۱۵۳۸۴۱۷۱۴)

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۵۵-۷۴-۸

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: ۱۴۰۱

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان



فهرست مطالب

۱.....	فصل اول مقدمه
۷.....	اهمیت و ضرورت
۱۱.....	فصل دوم : بازاریابی و انواع آن
۱۳.....	بازاریابی تک کاناله
۱۵.....	مزایا و معایب تک کاناله
۱۷.....	چند کاناله
۲۰.....	خرده فروشی چند کاناله
۲۲.....	کانال متقاطع
۲۴.....	کانال همه کاره
۲۹.....	خرده فروشی بانکی کانال همه کاره
۳۰.....	کیفیت ادغام کانال همه کاره
۳۳.....	ارزش درک شده کانال همه کاره
۳۵.....	رضایت مشتری
۳۷.....	مشارکت مشتری
۴۰.....	وفاداری مشتری
۴۳.....	کیفیت ادغام و ارزش درک شده کانال همه کاره
۴۴.....	کیفیت ادغام کانال همه کاره و مشارکت مشتری
۴۵.....	کیفیت ادغام کانال همه کاره و رضایت مشتری
۴۶.....	کیفیت ادغام کانال همه کاره و وفاداری مشتری
۴۷.....	ارزش درک شده کانال همه کاره و مشارکت مشتری
۴۷.....	ارزش درک شده کانال همه کاره و رضایت مشتری
۴۸.....	ارزش درک شده کانال همه کاره و وفاداری مشتری
۴۸.....	رضایت مشتری و مشارکت مشتری

پیشگفتار

این کتاب وضعیت کنونی توسعه کانال همه‌کاره در کسب و کارها را از طیف وسیعی از دیدگاه‌ها، بازارها و بخش‌ها بررسی می‌کند. کتاب منعکس‌کننده تنوع کانال‌ها است. فصل‌ها موضوعات استراتژیک، مانند اجرای استراتژی و یکپارچه‌سازی کانال، و همچنین مسائل عملیاتی و فناوری، مانند تحویل محصول و خدمات و برنامه‌های تلفن همراه را مورد بحث قرار می‌دهند. چنین واقعیت‌های متنوعی رویکردهای متفاوتی را برای توسعه کانال همه‌کاره، با راه‌حل‌های حاصله متفاوت نشان می‌دهد، و با این حال انتظارات مشترک بسیاری وجود دارد. مصرف‌کنندگان، مشتریان، خرده‌فروشان و تامین‌کنندگان در سراسر جهان انتظار دارند که بازارهای آنلاین به طور کامل با کانال‌های فیزیکی، با تحویل سریع‌تر و سطوح خدمات بالاتر از همیشه یکپارچه شوند. چالش برآوردن چنین انتظاراتی بسیار زیاد است - از این رو، به این کتاب نیاز است.

این کتاب حاصل بحث‌ها و پژوهش‌های متعدد و متنوع در دانشگاه‌های داخل و خارج کشور است. پس از مقدمه‌ای کلی برای توسعه کانال همه‌کاره، ما به نحوی روی فصل‌ها تمرکز کرده‌ایم که طیف گسترده‌ای از موضوعات را پوشش دهند تا تاثیر گسترده این پیشرفت‌های جدید را منعکس کنند. علاوه بر این، هر فصل مشارکت‌کننده، به طور عمیق بر روی چند موضوع مورد علاقه تمرکز کرده است. سپس همه این دیدگاه‌های متنوع در فصل پایانی گرد هم آمده‌اند، که انتظارات مشترک را تجزیه و تحلیل می‌کند، واقعیت‌های متنوع را ترکیب می‌کند، و بنابراین منجر به ایجاد چارچوبی می‌شود که شاغلین ممکن است در تصمیم‌گیری امروز و دانشگاهیان در تحقیقات آینده خود از آن استفاده کنند.