



## کسب و کار اینترنتی و تاثیر تبلیغات اینترنتی بر آن

### The impact of internet advertising on internet business

جلال سید زجاجی<sup>۱</sup>

Jalal Seyyed Zojaji

مرکز آموزش علمی کاربردی علوم و فنون علامه طبرسی تهران

#### چکیده

امروزه ، دغدغه سود و زیان کسب و کارها، به دغدغه بود و نبود تبدیل شده است. در سده گذشته از زمان پیدایش مدیریت علمی تا حدود دهه شصت، نگاه مدیریت، درون سازمانی بود. صاحب نظران مدیریت با نگاهی درون نگر، غرق نظریه پردازی ها و ارائه تکنیک های پیچیده و گوناگون برای بهبود مدیریت منابع مالی، انسانی و تکنولوژیک سازمان بودند. در این میان آن چه به فراموشی سپرده شده بود، مشتری و نیازهایش بود. عوامل محیطی نظیر رقبا، تحولات تکنولوژیک میان صنعتی و فراگیر، تحولات اجتماعی و اقتصادی جهانی و آن چه در ادبیات مدیریت تحت عنوان فرصت ها و تهدیدات محیطی مطرح می گردد را نیز نادیده گرفته بود. برای یک مدیر، هیچ ادراکی مهم تر از فهم کسب و کار نیست. این بصیرت تنها به درک عوامل موثر و روابط بین آن ها محدود نمی شود، بلکه کشف شهودی زوایای ناشناخته این فضا و خلق ایده هایی برای بهره برداری از آن ها، تجلی ارزش آفرینی از این بصیرت است. تبلیغات یکی از ابزارهای مهم ارتباطی در کسب و کار است. موفق بودن یا نبودن بسیاری از سازمان ها و شرکت ها در کیفیت فعالیت های تبلیغاتی شان نهفته است . بر اساس تبلیغات موثر، اگر سلیقه مشتری و نیز محتوای مناسب و هنرمندانه پیام در تبلیغ کالا و خدمات لحاظ شود، از آن کالا و خدمات استقبال بیشتری خواهد شد. در این تحقیق برای دست یابی به اطلاعات نظری از روش های مختلف کتابخانه ای مانند مراجعه به منابع علمی، کتاب ها، مقالات و پایان نامه های مربوط به موضوع و جستجوی رایانه ای در پایگاه های اطلاعاتی استفاده شده است و در نهایت مشخص می شود که آموزش های مناسب و فرهنگ سازی درست در زمینه تبلیغات اینترنتی می تواند تاثیر بسزا و پایداری در میزان موفقیت فروش یک محصول یا عرضه خدمات داشته باشد.