ارائه مدلی برای ارتقای کسب و کارهای الکترونیکی با استفاده از بهینه سازی وب سایت

هادی صفری[۱]، شهره آجودانیان[۲]

۱–دانشجوی کارشناسی ارشد،گروه مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی صنعتی فولاد، فولاد شهر، اصفهان

۲–استادیار، دانشکده مهندسی کامپیوتر، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

چکیده

رشد فناوری های مرتب با رایانه و توسعه اینترنت در جهان باعث حرکت کسب و کارهای سنتی به سمت الکترونیکی شدن شده است، علاوه بر آن کسب و کارهای نوپایی بر مبنای وب سایت ایجاد گردیده است، این کسب و کارها با بازار هدف بسیار بزرگتر از قبل روبرو هستند اما رسیدن به بازار هدف بزرگتر نیازمند این است که از فیلتر موتورهای جستجوگر عبور کنند و همچنین با عملکرد خود در دل مشتریان و کاربران اینترنت باقی بمانند. این مقاله با مطالعه پژوهش های پیشین در ارتباط با مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی و تکنیک های بهینه سازی وب سایت برای موتورهای جستجو به ارائه مدلی برای ارتقای کسب و کارهای الکترونیکی با استفاده از بهینه سازی وب سایت می کند. این مدل شامل سه معیار اصلی بهینه سازی ویژگی های وب سایت، بهینه سازی درون صفحات و بهینه سازی خارج از صفحات است؛ هر معیار شامل زیرمعیارهایی است که مجموعاً ۲۱ زیر معیار را شامل می شود، پس از بررسی معیارها و زیرمعیارها با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی به منظور رتبه بندی معیارها و زیر معیارها پرسش نامه ای تهیه گردید و به صورت آنلاین با استفاده از وب سایت پرس لاین در اختیار توسعه دهندگان وب قرار گرفته است و با ارسال دعوت نامه ای در شبکه های اجتماعی از تعداد زیادی از خبرگان طراحی و توسعه وب دعوت شد تا در آن شرکت کنند، در نهایت با تحلیل نتایج علاوه بر اینکه مدل مورد تایید قرار گرفت ، معیارهای بهینه سازی خارج از صفحات حائز بیشترین درجه اهمیت و معیارهای بهینه سازی درون صفحات حائز کمترین درجه اهمیت شدند.

واژگان کلیدی: کسب و کار الکترونیک، ارتقای کسب و کارهای اینترنتی، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، سئو