

## مطالعه نقش داستان سرایی در بازاریابی دیجیتال

ارکیده حامدی<sup>۱</sup>، حسن غلامی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، الشتر، ایران

<sup>۲</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه مرکز الشتر لرستان

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۴

### Study the role of storytelling in digital marketing

Orchid Hamedei <sup>1</sup>, Hassan Gholami <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Assistant Professor, Faculty of Management, Payame Noor University, Aleshtar, Iran

<sup>2</sup> Master students in business management, Al-Ashtar University, Lorestan

Received: (24/02/2022)

Accepted: (29/04/2022)

#### Abstract:

The widespread influence of digital technologies in the daily lives of human beings has led to widespread changes in people's lifestyles and business models today. The purpose of this study is to investigate the role of storytelling in digital marketing. It deals with digital marketing and storytelling as well as storytelling and then describes its dimensions. The method of data collection has been review and library. This research is applied and descriptive in terms of purpose and nature. The results of this study indicate that storytelling as a method can play an effective role in digital marketing..

**Keywords:** Storytelling, marketing, digital marketing, traditional marketing

#### چکیده

نفوذ گسترده فناوری های دیجیتالی در زندگی روزمره انسان ها سبب بوجود آمدن تغییرات گسترده در سبک زندگی مردم و مدل کسب و کارهای امروزی گردیده است. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش داستان سرایی در بازاریابی دیجیتال است. در این مقاله در ابتدا به تعاریف متعدد مربوط به بازاریابی و بازاریابی دیجیتال و نیز داستان سرایی پرداخته شده است و سپس به تشریح ابعاد آن می پردازد. روش گردآوری اطلاعات به صورت مروری و کتابخانه ای بوده است این پژوهش از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و توصیفی می باشد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که داستان سرایی به عنوان یک شیوه می تواند در بازاریابی دیجیتال نقش موثری داشته باشد.

**واژه های کلیدی:** داستان سرایی، بازاریابی، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی سنتی