

## بررسی نقش بازاریابی و پروسی در صنعت خدمات

زهرا علی نوری\*<sup>۱</sup>، سارا دودانگه<sup>۲</sup> و پروین افشار<sup>۳</sup>

۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه غیرانتفاعی تاکستان، تاکستان، ایران.

۲مدرس دانشگاه غیر انتفاعی تاکستان

۳دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ملایر، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، ملایر، ایران

\*نویسنده مسئول zahraalinori@gmail.com

### چکیده

از آنجایی که بازاریابی سنتی در مقابل شیوه های جدید بازاریابی رنگ می بازد می توان از رویکردهای جدید بازاریابی جهت شناساندن خدمات به مشتریان بالقوه سود جست. بازاریابی و پروسی یک استراتژی بازاریابی است که مردم را به بازگودن پیام بازرگانی شما به دیگران برمی انگیزد و با رشد شبکه های اجتماعی در اینترنت اهمیتی چندین برابر پیدا کرده است. در این مقاله به منظور بررسی چگونگی استفاده از بازاریابی و پروسی در حوزه بازاریابی ابتدا مفاهیم مربوط به بازاریابی و پروسی بیان شده است و در انتها به چگونگی استفاده موثر از بازاریابی و پروسی اشاره شده است.

واژه های کلیدی: بازاریابی، بازاریابی و پروسی، صنعت خدمات