اشتراک اقتصاد

"اقتصاد مشترک" به الگویی اقتصادی اشاره دارد که هدف آن به دست آوردن منبعی است که به طور کامل استفاده نشده باشد.

امروزه ، اقتصاد مشترک بر بسیاری از عناصر سنتی از جمله نیروی کار ، صنعت و سیستم توزیع تأثیر غیر قابل تصوری داشته است.این که برخی از صنایع در معرض تهدید جدي قرار گرفته اند ، قابل اغماض نیست.

اقتصاد اشتراکی با تغییر ماهیت برخی مفاهيم خاص از جمله مالکیت ، دارایی و استخدام ، بر کانالهای بازاریابی سنتی تأثیر می گذارد.

کانالهای بازاریابی دیجیتال و کانالهای بازاریابی سنتی از نظر عملکردی مشابه هستند ، ارزش کالا یا خدمات توسط نوعی زنجیره تأمین از تولید کننده اصلی به کاربر نهایی منتقل می شود.

کانالهای بازاریابی دیجیتال ، متشکل از سیستمهای اینترنتی هستند که از طریق شبکه های دیجیتال ، محصولات یا خدمات را از تولیدکننده به مصرف کننده ایجاد ، تبلیغ و تحویل می دهند.

افزایش تغییرات کانال های بازاریابی سهم قابل توجهی در گسترش و رشد اقتصاد مشترک دارد. چنین تغییراتی در کانال های بازاریابی رشد بی سابقه و تاریخی را به دنبال داشته است.علاوه بر این رویکرد معمول ، کنترل داخلی ، کارایی و هزینه کم کانال های بازاریابی دیجیتال از ویژگی های اساسی در استفاده از اقتصاد به اشتراک گذاری است.کانال های بازاریابی دیجیتال در اقتصاد اشتراکی به طور معمول به سه حوزه شامل ایمیل ، رسانه های اجتماعی و بازاریابی موتور جستجو یا SEM تقسیم می شوند.

* پست الکترونیکی - نوعی بازاریابی مستقیم که به عنوان اطلاعاتی ، تبلیغاتی و اغلب وسیله ای برای مدیریت ارتباط با مشتری شناخته می شود. سازمان می تواند با به اشتراک گذاشتن خبرنامه ای که در مصرف ، اتفاق افتاده است ، اطلاعات مربوط به فعالیت یا تبلیغات را به کاربر به روز کند. موفقیت به توانایی شرکت، در دستیابی به اطلاعات تماس مشتریان گذشته ، حال و آینده متکی است.
* رسانه های اجتماعی توانایی دسترسی به مخاطبان بیشتری را در یک بازه زمانی کوتاه تر از کانال های بازاریابی سنتی دارند. این امر رسانه های اجتماعی را به ابزاری قدرتمند برای جلب مشارکت مصرف کنندگان و انتشار اطلاعات تبدیل می کند.
* بازاریابی موتور جستجو یا SEM - به دانش تخصصی تری از فن آوری تعبیه شده در سیستم عامل های آنلاین نیاز دارد. این استراتژی بازاریابی به تعهد طولانی مدت و بهبود مستمر حضور دیجیتالی یک شرکت نیاز دارد.

سایر کانال های در حال ظهور بازاریابی دیجیتال ، به ویژه برنامه های تلفن همراه مارک دار ، در اقتصاد به اشتراک گذاری بسیار عالی عمل کرده اند. برنامه های تلفن همراه مارک دار به طور خاص برای شروع تعامل بین مشتریان و شرکت ایجاد می شوند. این تعامل معمولاً از طریق سرگرمی ، اطلاعات یا معاملات بازار تسهیل می شود.