



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

چالش ها و راه حل های موجود برای بازاریابی در عصر دیجیتال

عنوان انگلیسی مقاله :

Challenges and solutions for marketing in a digital era



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

بخشی از ترجمه مقاله

Analytical talent gap

Our final most important digital marketing challenge concerns the analytical talent gap. While marketing researchers have considered capabilities of front-line service employees, sales managers, salesmen, etc., specific studies focusing on capabilities of successful marketing analysts are lacking. Given the increasing importance of data and the presumed positive effect of marketing intelligence capabilities on performance (Germann, Lilien, & Rangaswamy, 2012), it is important to know how firms can build these functions and which employees they should attract. Also the interface between marketing analytics and the marketing function requires additional attention. How can marketing analysts work effectively to improve their impact on the marketing function? For firms it is also important to understand how they will be able to compete with other analytical oriented functions (i.e., finance, operations) to attract well-trained future employees.

In sum, we believe digital marketing poses important challenges for both firms and marketing researchers. Especially the increasing prevalence of data will induce strong opportunities for market scientists for research in this area. This study provides important directions for research on which issues they should focus.

خلا استعداد تحلیلی

چالش نهایی بازاریابی دیجیتال مرتبط با خلا استعداد تحلیلی می باشد. در حالی که محقق های بازاریابی ظرفیت های محسوسی از کارمندان اولیه ، مدیران فروش، فروشنده ها و غیره دارند، مطالعه های مختلف با تمرکز بر روی ظرفیت های تحلیل کننده های موفق بازاریابی محدود می باشد. با در نظر داشتن افزایش اهمیت داده ها و تاثیر مثبت احتمالی ظرفیت های هوش بازاریابی بر روی عملکرد (Germann, Lilien, & Rangaswamy, 2012) ، باید مشخص کنیم که شرکت ها چگونه می توانند این عملکرد ها را ایجاد کرده و کدام کارمندان باید به شرکت جذب شوند. همچنین ارتباط بین تحلیل کننده های بازاریابی و عملکرد های بازاریابی نیز نیازمند توجه بیشتری می باشد. تحلیل کننده های بازاریابی چگونه می توانند به صورت موثر فعالیت کنند تا بر روی عملکرد های بازاریابی تاثیر داشته باشند؟ برای شرکت ها بسیار مهم است که نحوه ی توانایی برای رقابت با دیگر عملکرد های تحلیلی (مثلا مالی، عملیاتی و غیره) را درک کنند تا بتوانند کارمندان خوبی را در آینده جذب کنند. به صورت خلاصه، ما معتقد هستیم که بازاریابی دیجیتال، چالش مهمی برای شرکت ها و محقق های بازاریابی دارد. به خصوص افزایش شیوع داده ها منجر به شکل گیری فرصتی قوی برای دانشمندان بازاریابی برای تحقیق در این زمینه شده است. این مطالعه جهت های تحقیقاتی خوبی را ایجاد کرده است که در آینده باید تمرکز بر روی آن موضوعات باشد.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.