



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مدیریت کanal توزیع در عرصه تجارت الکترونیکی

عنوان انگلیسی مقاله :

Managing channels of distribution in the age of
electronic commerce



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

6. Conclusion

To summarize, we began by describing the recent explosive growth of B2B e-commerce, followed by a discussion of how it has added even more complexity to traditional distribution systems that were already using multiple channels. Next, we reviewed the marketing literature about channel conflict, making the important point that conflict can occur not only externally between the supplier firm and its channel partners, but also internally between the supplier's subunits responsible for managing all of the channels. We followed with the development of a number of strategies for managing channel conflict. Twelve research propositions were offered. The first eight used the marketing mix as an organizing framework to describe online strategies designed to work in a complementary way with the traditional distribution channels. The last four focused on the critical importance of communication and coordination, both external and internal, for managing channel conflict. Finally, we discussed the managerial implications of this paper and the need for further research in this important area.

نتیجه گیری

به طور خلاصه می توان بیان کرد که ما در ابتدا رشد بالقوه تجارت الکترونیک B2B را مورد توجه قرار داده و سپس بر روی پیچیدگی افزوده در سیستم توزیع سنتی بحث کردیم که دارای کanal های چندمنظوره هستند. ما در مرحله بعد ادبیات بازاریابی راجع به تعارض در کanal را مورد بررسی قرار داده و به تعارضاتی توجه کردیم که نه تنها بین شرکت های عرضه کننده و شرکای کanal وجود دارد بلکه بین عرضه کنندگان داخلی و زیرواحدهایی قرار دارد که مسئول مدیریت همه کanal ها هستند. ما توسعه تعدادی از استراتژی ها را برای مدیریت تعارضات مدنظر قرار می دهیم. 12 طرح پیشنهادی در اینجا ارائه شدند. 8 طرح اول برای ترکیب بازاریابی مورد استفاده قرار گرفته و دارای چارچوب سازمان دهنده شده برای توصیف استراتژی های آنلاین است تا بتواند با روش های تکمیلی در توزیع سنتی کanal ها مشارکت کند. 4 طرح آخر بر اهمیت ارتباطات و همکاری ها هم داخلی و هم خارجی تاکید دارند تا بتوانند تعارضات را کنترل کنند. در نهایت ما بر روی الزامات مدیریتی مقاله و نیاز تحقیقات آینده در راستای اهمیت این حوزه تاکید داریم.



! 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.