



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر رسانه ی اجتماعی بر ارزیابی کسب و کار

عنوان انگلیسی مقاله :

Social Media Impact on Business Evaluation



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

5. Conclusion

The overall task of creating a concept model for estimating the social media impact on restaurant business was achieved. The approach indicated that the creation of a functioning multipurpose business process analytics model requires a wide variety of highly detailed statistical data. The concept model presents a clear outlook on the potential impact and the further benefits of the use of social media for attracting visitors to the local restaurants and the choice model as a tool for reaching this end-goal. It should be noted that there is a necessity to develop a clear methodology for data-mining related purposes. It is challenging to clearly attribute the information describing the actual client base and users of vouchers with the actual follower base of the particular restaurant thus questioning the traceability of a certain social media activity. Should this obstacle be overcome with the use of a sophisticated tracking mechanism it would be possible to attribute a specific social media activity to the particular decision to use a voucher/or to purchase a particular product.

5. نتیجه گیری:

وظیفه ی کلی ایجاد مدل مفهومی برای برآورد تاثیر رسانه ی اجتماعی بر کسب و کار رستوران، محقق شد. این رویکرد نشان داد که ایجاد مدل تحلیلی فرایند کسب و کار چندهدفه نیازمند تنوع گسترده ای از داده های آماری بسیار جزئی است. مدل مفهومی، چشم انداز واضحی را در مورد تاثیر بالقوه و مزایای استفاده از رسانه ی اجتماعی برای جذب بازدیدکنندگان رستوران های محلی ارائه می دهد و این مدل به عنوان ابزاری برای تحقق هدف نهایی به کار برده می شود. باید بیان کرد که ضرورت توسعه ی متدولوژی اشکار برای اهداف مربوط به داده کاوی وجود دارد. توصیف اطلاعات مشتریان حقیقی و کاربران با مبنای حقیقی رستوران های خاص، چالش برانگیز است و قابلیت ردیابی فعالیت خاصی از رسانه ی اجتماعی را سوال برانگیز می سازد. باید بتوان با استفاده از مکانیزم ردیابی پیچیده بر این مانع غلبه کرد و امکان نسبت دادن فعالیت خاصی از رسانه ی اجتماعی به تصمیم خاص جهت استفاده از کوپن یا خرید یک محصول خاص فراهم شود.



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.