الملخص :

تناولت هذه الدراسة موضوع الإتصالات التسويقية الحديثة و مدئ تأثيرها على السلوك الشرائي للزبائن ، من خلال ما تتيحه تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات من فرص لتطوير قنوات إتصالات تسويقية حديثة و مبتكرة ، والتي تساهم بشكل كبير في تفعيل عناصر مزيج الإتصالات التسويقية ودعم قرارات الشراء و تحقيق إستجابة الفئة المستهدفة ، حيث لخصت هذه الدراسة وجود أثر لنجاح الاتصالات التسويقية الحديثة في التأثير على السلوك الشرائي الذي لا يكتمل إلا بإكتساب طابع الإتصال الإنتفاع بمزايا تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و الإعتماد على وسائلها وعلى رأسها الإعلان الإلكتروني الذي تبين من خلال الدراسة أن له أثر كبير في التأثير على إتجاهات الزبائن .

Résumé :

Cette étude était la communication mrketing moderne (télé-marketing) et son impact du le comportement d'achat chez les clients , grace aux aprothunités que produisent les technologies de l'information et de télécommunication , et ce pour développer des caneaux de télemarketing modernes et innovants qui contribuent grandement à l'activation des éléments de mélange de télémarketing , cette étude résume les traces du succès qui à pu produire le télémarketing moderne sur le comportement d'achats , qui ne se complète que fu l'acquisition de la nature communicative , pour profiter des avantages de télécommunication , l'information pour adapter ses moyens particulier les médias et les réseaux sociaux , c'est ce que va démonter l'étude qui illustre un impact important du télémarketing sur les clients.