يركّزُ علم الإنثروبولوجيا الرَّقْميَّة على الصِّلة ما بين الإنسانيَّة والتكنولوجيا وكيف يتصرَّفون في سياق التكنولوجيَّات، ويُعُّد هذا الاختصاص في حقل علم الإنسان جديدًا نسبيًا. وفي سياق التسويق الإنسانيّ، الإصغاء الاجتماعيّ وتحويلها إلى معلوماتٍ "استخباريَّة" مفيدةٍ عن الزبائن. تُستَخدَم تحليلاتُ البيانات الضخمة لغرض الإصغاء الاجتماعيّ. وهو أيضًا أداةٌ مفيدةٌ لتَحديد المهتّمين بالشراء، الفصل . بُغيةَ تَحديد المحادثاتِ التي تتضـمَّن شـكاوى أو مشـاعر سـلبيَّة ربَّمـا المجموعات البؤريَّة أو يتفوَّق النَّتنوغرافي أو علم دراسة الأعراق البشريَّة Kozinets Robert فعليًا القوى الاجتماعيَّة الَّنتنوغرافي طوَّر روبرت كوزينتس الذي يركّز على الإنترنت، وهو أسلوبٌ يعمل على تكييف ممارسة علم دراسة الأعراق البشريَّة لفَهْم أنواع سلوك [Ethnography] الإنسان في القبائل أو نَشِطين في المجتمعات الإلكترونيَّة. وينضـمُّ باحثو النَّتنوغرافي إلى المجتمعات، وعادةً ما تكونُ وفي حين أنَّ الإصغاءَ الاجتماعيَّ يستخدم في الغالب برامجَ مراقبةٍ وسائل لذلك يتطلَّب النَّتنوغرافي مستوًى مرتفعًا من اجتماعيَّة ومخالطة ، والشخصيَّة القويَّة Sociability التعاطُف، وهي شركة تقِّدم تدريبًا ماليًا خاصا بأجيال الألفيَّة وتشكّلُ هذه السِّماتُ السِّت إنسانًا كاملاً- شخصًا يصيرُ قدوةً نموذجيَّةً للآخرين. الشخص الذي Personability، Morality يُعُّد جَّذابًا من الناحية الجسديَّة يكون عادةً ذا تأثيرٍ قويٍّ في الآخرين. وإنْ لم تكُنْ مثاليَّة. أو شعاراتها المُصاغَة جيِّدًا. فكّروا في شركة أبل مثلاً. الشركة مَعروفةٌ جيِّدًا بتفوُّقها، ليس بل بتصميم واجهة المستخدم أيضًا. العقلانيَّة والعقلانيَّة مرتبطةٌ ارتباطًا وَثيقًا بالقدرة على التفكير في ما يتجاوز ما هو واضحٌ، وعدَت العلامة التجاريَّة بالاستمرار في الابتكار كما فعل صاحبُ الاسم. يُثبِتُ المُبتكرون المخلخلون الرئيسون، أيضًا على عقلانيَّتهم بتقديم خدماتٍ تَربطُ ما بين الزبائن ومقِّدمي الخدمات. لا تخافُ العلاماتُ التجاريَّةُ ذات الصفة الاجتماعيَّة القويَّة من إجراء محادثاتٍ مع الزبائن؛ وهذا بِدَورِه يجذبُ الزبائن. كما أنَّ رقائق "دوريتوس. الاستقطاب: فقد رآه بعض الأشخاص مُضحكًا جدا، شخصيَّةٌ قويّة فهم يُدركون ما يستطيعونَ إنجازه، تتعلَّق بالسلوك الأخلاقيٍّ للشخص وتمتُّعه بنزاهةٍ عالية. التجاريَّة ذات الصفات الأخلاقيَّة القويَّة، التجاريَّة بِجَعْل الاعتبارات الأخلاقيَّة الملائمة جزءًا أساسيًا في كلِّ قرارات الأعمال. تضعُ بعض العلامات التجاريَّة نماذج الأعمال الأخلاقيّة حاسبةً إيَّاها تمايُزًا أساسيًا. أعلنت في عام ٢٠١٠م خُطَّةً للعَيش المُستدام، لخَلق علاماتٍ تجاريَّة أكثر إنسانيَّة ضمن الشركة. ملَّخص: عندما Unilever ""يونيليڤر تصيرُ العلامات التجاريَّة إنسانًا تتبنَّى العلامات التجاريَّة أكثر فأكثر الصفات الإنسانيَّة لجذب الزبائن في العصر المتمركز على الإنسان.

Summarized by © lakhasly.com