

قضايا بحثية 3

إشراف د. شرين كدواني

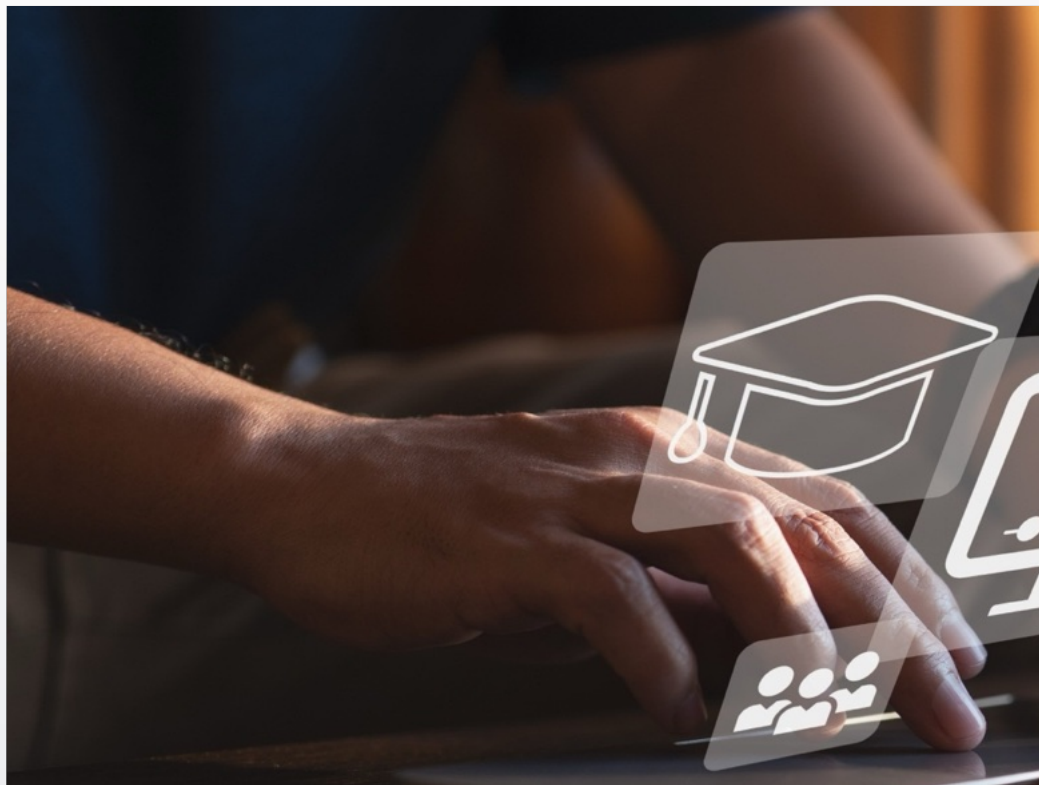
إعداد الباحث : علاء أنور الفران



لمحة عامة

إن التسويق وزيادة المبيعات عنصرين أساسيين لنجاح أي عمل تجاري. فعلى الرغم من أن لكل منهما أهدافاً ووظائف محدّدة، إلا أنّهما يتكاملان معاً لتحقيق هدف مشترك ألا وهو تحقيق الربح وتعزيز مكانة الشركة في السوق.

الأهمية والمبررات لهذه القضية



الأسبوع الثاني



02

أهمية القضية

التغيرات في سلوك المستهلك:

- الاتجاه من قبل المستهلك بشكل متزايد إلى عمليات التسوق الرقمي
- حاجة الشركات إلى التواجد بشكل فعال مع العملاء ودائم من خلال القنوات الرقمية

ازدياد المنافسة:

- المنافسة الشرسة و المتزايدة مع الشركات الأخرى، سواء المحلية أو العالمية. مما يوجب على الشركات استخدام استراتيجيات تسويقية فعّالة لتمييز نفسها عن منافسيها وجذب العملاء.

الوصول إلى جمهور بشكل عالمي :

- يُمكن للشركات من خلال التسويق الرقمي الوصول إلى جمهور عالمي من العملاء المحتملين. مما يُتيح لها توسيع نطاق عملها وزيادة مبيعاتها.

02

تابع أهمية القضية

انخفاض التكاليف:

- - التسويق الرقمي أقل تكلفة من طرق التسويق التقليدية، مثل الإعلانات التلفزيونية والطباعة. مما يجعله خيارًا جذابًا للشركات ذات الميزانيات المحدودة.

الحاجة إلى قياس النتائج:

- يُتيح التسويق الرقمي للشركات قياس نتائج حملاتها التسويقية بشكل سريع ومحدد ودقيق .

مبررات دراسة قضية التسويق و زيادة المبيعات :

- فهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عبر الإنترنت
- تطوير استراتيجيات تسويقية رقمية فعالة
- قياس وتحليل نتائج الحملات التسويقية
- استخدام أدوات التسويق الرقمي المختلفة
- مواكبة أحدث اتجاهات التسويق الرقمي .

الجمهور و المضمون و القائم بالاتصال



الأسبوع الثاني

الجمهور

بشكل موجز يمكن تقسيم جمهور هذه القضية إلى عدة الفئات :

أصحاب الأعمال

المسوقون

العملاء

المستثمرون

الباحثون

طلاب التسويق وإدارة الأعمال

الحكومات و منظمات حماية المستهلك

02

المجتمع & العينات

المجتمع:

يُمكن تعريف مجتمع الدراسة في قضية التسويق الرقمي وزيادة المبيعات على أنه جميع الشركات التي تستهدف التسويق الرقمي لزيادة مبيعاتها.

العينة:

العينة هي مجموعة فرعية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها لدراسة خصائصها. يجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى تكون نتائج الدراسة قابلة للتعميم.

طرق أخذ العينات:

العينة العشوائية البسيطة: يتم اختيار جميع أفراد المجتمع بشكل عشوائي دون أي تحيز.

العينة العشوائية الطبقية: يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات فرعية، ثم يتم اختيار عينات عشوائية من كل طبقة.

العينة العنقودية: يتم تقسيم المجتمع إلى مجموعات (عناقيد)، ثم يتم اختيار عينة عشوائية من العناقيد.

المضمون

تأثير التسويق الرقمي على زيادة المبيعات دراسة ميدانية / تحليلية
تهدف إلى فهم كيفية استخدام الشركات للتسويق الرقمي لزيادة مبيعاتها.

القائم بالاتصال والممارسات المهنية

استراتيجيات التسويق الرقمي

تقنيات التسويق الرقمي

قياس نتائج التسويق الرقمي: مثل المبيعات وولاء العملاء ، مشاركة العملاء.

العوامل المؤثرة على فعالية التسويق الرقمي: مثل سلوك المستهلك، المنافسة، التكنولوجيا، الميزانية.

أدوات جمع البيانات



الأسبوع الثاني

02

أدوات جمع البيانات

- أدوات تحليلات الويب: لجمع معلومات حول حركة مرور الموقع وسلوك الزوار
 - تحليلات الوسائط الاجتماعية: لقياس أداء محتوى الوسائط الاجتماعية
 - أدوات مسح العملاء: التعليقات وتقييم رضا العملاء
 - أدوات الاستماع الاجتماعي: لمراقبة ما يقوله الناس عن علامتك التجارية
 - أدوات تحليل البيانات : لتحليل مجموعات البيانات الكبيرة من أجل استخراج رؤى قابلة للتنفيذ
- ومن الجدير بالذكر يتوجب مراعاة أخلاقيات البحث عند إجراء أي دراسة. يشمل ذلك :
الحصول على موافقة المشاركين، والتأكد من سرية بياناتهم، وحماية خصوصيتهم.

ختاماً :

إن قضية التسويق الرقمي وزيادة المبيعات قضية مهمة تجذب اهتمامًا كبيرًا من مجموعة واسعة من الجمهور. من خلال الفهم الصحيح للعلاقة بين طرفي القضية وهما : التسويق الرقمي وزيادة المبيعات، يمكن للشركات والمسوقين والأفراد الاستفادة من المعلومات المتاحة لتحسين مبيعاتهم باستخدام التسويق الرقمي. ففي عالم المال والأعمال لا يمكن تحقيق زيادة المبيعات بشكل فعال دون وجود استراتيجية تسويقية قوية. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام أبحاث السوق لتحديد احتياجات العملاء وتطوير منتجات تلبي تلك الاحتياجات، مما يؤدي إلى زيادة الطلب وتحقيق المزيد من المبيعات. وبالمثل، يمكن استخدام الترويج لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وجذب العملاء المحتملين، مما يؤدي إلى تحويلهم إلى عملاء فعليين وزيادة المبيعات.

فيما تعد دراسة قضية التسويق الرقمي وزيادة المبيعات ضرورة ملحة للشركات التي تسعى إلى النجاح المتواصل في عصرنا الرقمي من خلال فهم مبادئ التسويق الرقمي واستخدام استراتيجيات فعالة حديثة ومتطورة مما يمكن الشركات من تحقيق أهدافها وتحسين أرباحها بشكل أفضل ونمو أسرع .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



شُكْرًا

