

دراسات نقدية

أعداد :د.ريما حمودي

اليوم سوف نتناول في المهمة الرابعة ورقة بحث بعنوان : دور وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الرقمي لمنتجات الأطفال وتأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على توجه الأسرة لشراء المنتجات

دلال أحمد عارف نوفمبر 2023

وهنا الرابط https://aja.journals.ekb.eg/article_325273.html

أولا سوف نبدأ في نقد أهداف البحث

- الهدف الأول: تقييم الأثر الإجمالي لوسائل التواصل الاجتماعي في صناعة التسويق الرقمي الموجه للأطفال، مع التركيز على كيفية تأثيرها على سلوكيات الشراء لدى الأسر.
- الهدف الثاني: مقارنة فعالية مختلف استراتيجيات التسويق الرقمي (البريد الإلكتروني، المدونات، محركات البحث، وسائل التواصل الاجتماعي، يوتيوب) في التأثير على قرارات الشراء لدى الأسر.
- الهدف الثالث: استكشاف العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (الجنس، المؤهل، العمر، الحالة الاجتماعية) وتوجه الأسر نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرارات الشراء.

الأهداف التفصيلية للدراسة:

1. تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي :

- تحديد أهمية كل منصة من منصات التواصل الاجتماعي في التسويق لمنتجات الأطفال.
- تحليل كيفية استخدام الشركات لهذه المنصات للترويج لمنتجاتها.
- تقييم فعالية المحتوى التسويقي المنشور على هذه المنصات.

2. قياس تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي :

○ قياس مدى تأثير كل استراتيجية من استراتيجيات التسويق الرقمي المذكورة على سلوك المستهلك.

○ تحديد العوامل التي تؤثر على فعالية كل استراتيجية.

○ مقارنة بين فعالية الاستراتيجيات المختلفة.

3. تحليل آراء عينة الدراسة :

○ معرفة آراء الأسر حول أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرارات شراء منتجات الأطفال.

○ تحديد العوامل التي تؤثر على ثقة الأسر في المعلومات المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

○ مقارنة آراء الأسر بناءً على متغيرات ديموغرافية مختلفة.

4. استكشاف العلاقة بين المتغيرات :

○ التحقق من وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

○ تحديد أي من هذه المتغيرات له تأثير أكبر على سلوك الشراء.

"أعتقد أن الأهداف التي حددتها الدراسة شاملة ومتسقة مع أهمية الموضوع. التركيز على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق لمنتجات الأطفال هو خطوة مهمة، خاصة في ظل التزايد الكبير في استخدام هذه المنصات من قبل الأسر. كما أن ربط الأهداف بالمتغيرات الديموغرافية يضيف قيمة علمية للدراسة.

ومع ذلك، أرى أنه يمكن تعزيز هذه الأهداف من خلال إضافة بُعد نوعي للبحث، مثل إجراء مقابلات مع الأسر لفهم أسباب اختيارهم لمنتجات معينة وتأثير التفاعل مع المحتوى التسويقي على قراراتهم. كما يمكن النظر في تأثير العوامل الثقافية على سلوك المستهلك، خاصة إذا كانت الدراسة تستهدف منطقة جغرافية محددة.

بشكل عام، الأهداف التي تم تحديدها تشكل أساساً قوياً لدراسة متكاملة تساهم في فهم أعمق لعلاقة التسويق الرقمي بسلوك المستهلك في هذا المجال أيضا الدراسة تساهم في

سد فجوة معرفية مهمة في هذا المجال. ومع ذلك، قد تواجه الدراسة بعض التحديات مثل صعوبة عزل تأثير كل استراتيجية تسويقية على حدة، وتأثير المتغيرات الخارجية على نتائج الدراسة. بشكل عام، الأهداف واقعية وقابلة للتحقيق، وتساهم في تحقيق الأهداف الرئيسية للدراسة.

يمكن أن أقترح بعض الأهداف مثل

تحديد العلاقة بين استخدام منصة إنستغرام من قبل الأمهات وتأثيرها على اختيارهن لعلامات تجارية معينة للأغذية للأطفال .

مقارنة فعالية الإعلانات المصورة على يوتيوب والإعلانات النصية على فيسبوك في الترويج لألعاب الأطفال

تحليل الدوافع النفسية التي تدفع المراهقين إلى شراء الملابس الرياضية من خلال متابعة المؤثرين على إنستغرام .

تقييم تأثير الإعلانات التفاعلية على سلوك شراء الأطفال الصغار للألعاب التعليمية.

المراجع التي تم الاستعانة بها :

عارف، د. أ. دور وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الرقمي لمنتجات الأطفال وتأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على توجه الأسرة لشراء المنتجات. المنظمة العربية للتنمية الإدارية - جامعة الدول العربية، 2023 (ص1-18)