

تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على زيادة المبيعات: دراسة تحليلية في بيئة الأعمال الحديثة"

أهمية البحث 

يكتسب هذا البحث أهميته من التحول الكبير في أنماط التسويق التقليدية إلى الرقمية، حيث باتت المنصات الإلكترونية والتقنيات الحديثة تشكل القناة الأساسية للتواصل مع العملاء والتأثير في سلوكهم الشرائي. يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الكيفية التي يسهم بها التسويق الرقمي في رفع معدلات المبيعات، من خلال أدوات مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت، وتحسين محركات البحث (SEO).

كما يساهم البحث في تزويد أصحاب الشركات ورواد الأعمال برؤية علمية وعملية حول أهمية الاستثمار في القنوات الرقمية لتعزيز النمو وتحقيق ميزة تنافسية في السوق المتغير.

صياغة مشروع البحث (خطة البحث)

مقدمة

تتناول المقدمة تطور التسويق من الأساليب التقليدية إلى التسويق الرقمي، وأهمية دراسة هذا التطور في ظل تزايد الاعتماد على التكنولوجيا في الحياة اليومية والعمل.

مشكلة البحث

ما مدى تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على رفع المبيعات في الشركات والمؤسسات؟ وهل هناك أدوات رقمية فعالة أكثر من غيرها في هذا الجانب؟

أهداف البحث

تحليل أثر أدوات التسويق الرقمي على المبيعات.

تحديد الوسائل الأكثر فاعلية في التسويق الرقمي.

تقديم توصيات عملية لزيادة المبيعات عبر التسويق الرقمي.

منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع بيانات من دراسات سابقة واستبيانات موجهة لخبراء في التسويق أو مسؤولي التسويق في شركات مختلفة.

فرضيات البحث

هناك علاقة إيجابية بين استخدام أدوات التسويق الرقمي وزيادة المبيعات.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد أكثر فعالية مقارنة بالوسائل الرقمية الأخرى.

حدود البحث

النطاق الجغرافي: يمكن أن يكون محصورًا في بلد معين أو مجموعة شركات.

النطاق الزمني: الفترة من 2020 إلى 2025.

الفئة المستهدفة: شركات تعتمد على التسويق الرقمي جزئيًا أو كليًا.

قائمة المراجع

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing (7th ed.). Pearson.

Ryan, D. (2017). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.

Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? Business Horizons, 57(6), 703-708.

Statista. (2024). Digital advertising spending worldwide. Retrieved from www.statista.com

وزارة التجارة والصناعة – تقرير التسويق الرقمي في الشركات الخليجية 2023.