

المحترم/ة

الأستاذ/ة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يقوم الباحث بدراسة بعنوان: "توظيف الإعلام الرقمي في شركات الطيران وتأثيره على استراتيجيات التواصل والتسويق: دراسة ميدانية"، وتأتي الدراسة للكشف عن درجة توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق في شركات الطيران في المملكة العربية السعودية، والتعرف على أكثر قنوات الإعلام الرقمي استخداماً في استراتيجيات التواصل والتسويق في شركات الطيران في المملكة العربية السعودية، والتعرف على التحديات التي تواجه شركات الطيران في المملكة العربية السعودية في توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق، والوصول لمقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه شركات الطيران في المملكة العربية السعودية في توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق، والتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول درجة توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق في شركات الطيران في المملكة العربية السعودية تعزى لمتغيرات (الجنس - سنوات الخبرة - المؤهل العلمي)، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة على فقرات الاستبانة، علماً بأن جميع الإجابات ستكون محل السرية التامة، وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، ولكم خالص الشكر والتقدير.

الجزء الأول/ البيانات الديموغرافية لأفراد العينة:

١. الجنس:

- ذكر ()
- أنثى ()

٢. سنوات الخبرة:

- أقل من ٥ سنوات. ()
- من ٥ – إلى أقل من ١٠ سنوات. ()
- ١٠ سنوات فأكثر. ()

٣. المؤهل العلمي:

- بكالوريوس فأقل. ()
- ماجستير فأعلى. ()

أولاً/ درجة توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق في شركات الطيران في المملكة العربية السعودية

م	العبارة	درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	تستخدم الشركة الإعلام الرقمي بشكل كبير في الحملات التسويقية.					
٢	تعتمد الشركة على الإعلام الرقمي في التفاعل والتواصل مع العملاء.					
٣	لدى الشركة خطة استراتيجية لتوظيف الإعلام الرقمي في التسويق.					

٤	يتم تدريب موظفي قسم التسويق بشكل دوري في مجال الإعلام الرقمي.				
٥	يتم توفير ميزانية مناسبة للإعلام الرقمي.				
٦	تعتمد الشركة على قنوات الإعلام الرقمي لتوسيع شريحة عملائها.				

ثانياً/ أكثر قنوات الإعلام الرقمي استخداماً في استراتيجيات التواصل والتسويق في شركات الطيران في المملكة العربية السعودية

م	العبارة	درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	تستخدم الشركة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير للتواصل مع العملاء.					
٢	تستخدم الشركة البريد الإلكتروني لإرسال العروض الترويجية للعملاء.					
٣	يتم استخدام الموقع الإلكتروني للشركة كمنصة معلوماتية وتسويقية.					
٤	تستخدم منصات الفيديو مثل Youtube و Tiktok في الترويج لعروض وخدمات الشركة.					
٥	تستخدم الرسائل النصية القصيرة للتواصل المباشر السريع مع العملاء.					

٦	تفعيل الإعلانات عبر محرك البحث جوجل للوصول لشريحة أكبر من الجمهور.				
---	--	--	--	--	--

ثالثاً/ التحديات التي تواجه شركات الطيران في المملكة العربية السعودية في توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق

م	العبارة	درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	قلة الكوادر المؤهلة في مجال الإعلام الرقمي.					
٢	ضعف البنية التحتية.					
٣	التكاليف الباهظة للإعلانات الرقمية.					
٤	صعوبة المحافظة على التفاعل المستمر مع العملاء.					
٥	المحافظة على خصوصية وحماية بيانات العملاء.					
٦	المنافسة الشديدة في البيئة الرقمية.					

رابعاً/ المقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه شركات الطيران في المملكة العربية السعودية في توظيف الإعلام الرقمي في استراتيجيات التواصل والتسويق

م	العبارة	درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة

					الحاق موظفي قسم التسويق بدورات تدريبية في مجال الإعلام الرقمي.	١
					الاستفادة من التجارب المميزة لشركات الطيران العالمية في مجال التسويق والتواصل.	٢
					التفاعل على مدار ٢٤ ساعة باليوم مع العملاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	٣
					القياس الدقيق لتأثير حملات التسويق والتواصل عبر الإعلام الرقمي على الشركة.	٤
					توفير بنية تحتية مناسبة لتفعيل الإعلام الرقمي في التسويق والتواصل.	٥
					نشر ثقافة التحول الرقمي بين الموظفين في الشركة.	٦