

أثر استراتيجيات التسويق الرقمي على الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مدينة الرياض

يهدف هذا الاستبيان الى معرفة تأثير استراتيجيات
التسويق الرقمي على الميزة التنافسية للمؤسسات
الصغيرة والمتوسطة في مدينة الرياض
جميع الإجابات سرية وتستخدم فقط لأغراض البحث
شكرا لمشاركتكم

أولاً: البيانات العامة (اختيار متعدد)

1. نوع نشاط المؤسسة: (تجاري - صناعي - خدمي - تقني)
2. عدد الموظفين: (أقل من 10 - من 10 إلى 50 - أكثر من 50)
3. سنوات العمل في السوق: (أقل من 3 - من 3 إلى 6 - أكثر من 6)
4. مستوى التحول الرقمي في المؤسسة: (منخفض - متوسط - مرتفع)

ثانياً: استراتيجيات التسويق الرقمي (نعم / لا)

أ. التسويق بالمحتوى

5. تعتمد المؤسسة على محتوى رقمي منظم للتواصل مع العملاء؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
6. يتم تحديث المحتوى بانتظام بما يتناسب مع احتياجات الجمهور؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
7. يساهم المحتوى المنشور في زيادة التفاعل مع العملاء؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
8. توفر المؤسسة محتوى يساهم في تعزيز صورتها المهنية؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

ب. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

9. تستخدم المؤسسة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال للوصول إلى عملائها؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
10. يتم الرد على استفسارات العملاء بسرعة عبر المنصات الاجتماعية؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
11. تعتمد المؤسسة على استراتيجيات تفاعل تزيد ولاء العملاء؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
12. تدعم وسائل التواصل الاجتماعي انتشار العلامة التجارية للمؤسسة؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

ج. الإعلانات الرقمية الممولة

13. تُخصص المؤسسة ميزانية ثابتة للإعلانات الممولة؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
14. تعتمد المؤسسة على استهداف دقيق في حملاتها الإعلانية؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
15. تؤدي الإعلانات الرقمية إلى زيادة ملحوظة في عدد العملاء المحتملين؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
16. يتم تحليل نتائج الحملات الإعلانية لتحسين الأداء مستقبلاً؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

د. التسويق عبر البريد الإلكتروني

17. تستخدم المؤسسة البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء الحاليين؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
18. يتضمن البريد الإلكتروني محتوى مخصصاً للفئات المختلفة؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
19. يسهم البريد الإلكتروني في تعزيز علاقة المؤسسة بعملائها؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

هـ. التحليلات الرقمية

20. تستخدم المؤسسة أدوات تحليل البيانات في قياس الأداء التسويقي؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
21. تساعد التحليلات الرقمية على اتخاذ قرارات تسويقية أفضل؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما
22. تعتمد المؤسسة على بيانات العملاء في تحسين الخدمات المقدمة؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

ثالثاً: الميزة التنافسية

أ. جودة الخدمة

23. ساهمت الاستراتيجيات الرقمية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

ب. الابتكار

24. أسهم استخدام الأدوات الرقمية في تعزيز الابتكار داخل المؤسسة؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

ج. السمعة السوقية وولاء العملاء

25. ساعد التسويق الرقمي في تحسين السمعة السوقية وزيادة ولاء العملاء؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما