

استبانة الدراسة

أثر المحتوى التسويقي عبر إنستجرام على قرارات شراء مستحضرات التجميل لدى المستهلكات السعوديات

عزيزتي المستجيبة،

تهدف هذه الاستبانة إلى التعرف على أثر المحتوى التسويقي عبر منصة إنستجرام في قرارات شراء مستحضرات التجميل لدى المستهلكات السعوديات، وذلك لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل جميع الإجابات بسرية تامة، لذا نرجو التكرم بالإجابة بكل دقة وموضوعية.

طريقة الإجابة

يرجى وضع علامة (✓) أمام الخيار المناسب.

مقياس الإجابة

موافق	محايد	معارض
☐	☐	☐

أولاً: أسئلة عامة حول استخدام إنستجرام

1- ما أشكال تفاعل مع المحتوى التسويقي لمستحضرات التجميل على إنستجرام؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ الإعجاب بالمحتوى.

☐ كتابة تعليق.

☐ مشاركة المنشور مع الآخرين.

☐ حفظ المنشور للرجوع إليه لاحقاً.

☐ متابعة الحساب الرسمي للمتجر أو العلامة التجارية.

☐ لا أفاعل مع هذا النوع من المحتوى.

☐ أخرى (يرجى التحديد): _____

2- ما أنواع مستحضرات التجميل التي تهتمين بمتابعة المحتوى التسويقي لها عبر إنستجرام؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ مستحضرات العناية بالبشرة.

☐ مستحضرات المكياج.

☐ منتجات العناية بالشعر.

☐ العطور.

☐ أدوات وإكسسوارات التجميل (مثل فرش المكياج والإسفنجة).

☐ مستحضرات الحماية من الشمس.

☐ أخرى: _____

3- ما أكثر مصادر المحتوى التسويقي التي تتابعينها؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ الحسابات الرسمية للعلامات التجارية.

☐ المؤثرون في مجال التجميل.

☐ خبراء التجميل.

☐ متاجر مستحضرات التجميل.

☐ الإعلانات الممولة.

☐ صديقات أو مستخدمون عاديون.

☐ أخرى: _____

4- ما أكثر أشكال المحتوى التسويقي التي تجذبك على إنستجرام؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ الصور الاحترافية.

☐ مقاطع الفيديو القصيرة (Reels).

☐ القصص (Stories).

☐ البث المباشر (Live).

☐ مراجعات وتجارب الاستخدام.

☐ صور أو فيديوهات قبل وبعد الاستخدام.

☐ المحتوى التعليمي (نصائح للعناية بالبشرة أو المكياج).

☐ المسابقات والهدايا.

☐ أخرى: _____

5- هل سبق أن اشتريت مستحضر تجميل بعد مشاهدة محتوى تسويقي على إنستجرام؟

☐ نعم

☐ لا

6- ما العامل الأكثر تأثيرًا في قرار شراء مستحضرات التجميل بعد مشاهدة المحتوى التسويقي على إنستجرام؟

☐ جودة المنتج.

☐ السعر أو الخصومات.

☐ شهرة العلامة التجارية.

☐ مصداقية المؤثر أو صانع المحتوى.

☐ تجارب وآراء المستخدمين.

☐ نتائج الاستخدام الظاهرة في المحتوى.

☐ جودة الصور أو الفيديو.

☐ مكونات المنتج.

☐ سهولة الشراء.

☐ أخرى: _____

ثانياً: محاور الدراسة

المحور الأول: المحتوى المرئي عبر إنستجرام

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	الصور عالية الجودة تجذب انتباهي لمستحضرات التجميل.	☐	☐	☐
2	الفيديوهات التوضيحية تساعدني على تقييم المنتج.	☐	☐	☐
3	مقاطع الريلز (Reels) تزيد من رغبتي في تجربة المنتج.	☐	☐	☐
4	القصص (Stories) تشجعني على متابعة منتجات التجميل.	☐	☐	☐
5	عرض نتائج الاستخدام (قبل/بعد) يؤثر في قراري الشرائي.	☐	☐	☐
6	المحتوى المرئي الاحترافي يزيد ثقتي بالمنتج.	☐	☐	☐
7	تنوع الصور والفيديوهات يجعل الحساب أكثر جاذبية.	☐	☐	☐
8	المحتوى التعليمي حول طريقة الاستخدام يشجعني على الشراء.	☐	☐	☐
9	جودة تصميم المنشورات تؤثر في قرار شراء المنتج.	☐	☐	☐

المحور الثاني: التسويق عبر المؤثرين

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	أثق بتوصيات المؤثرين في مجال مستحضرات التجميل.	☐	☐	☐
2	أشتري المنتجات التي يوصي بها المؤثرون الموثوقون.	☐	☐	☐
3	خبرة المؤثر تؤثر في قراري الشرائي.	☐	☐	☐
4	مصادقية المؤثر تزيد احتمالية شراء المنتج.	☐	☐	☐
5	أفضل المنتجات التي يروج لها مؤثرون سعوديون.	☐	☐	☐
6	إعلانات المؤثرين أكثر إقناعاً من الإعلانات التقليدية.	☐	☐	☐
7	أتابع إعلانات المؤثرين قبل اتخاذ قرار الشراء.	☐	☐	☐
8	تعاون العلامة التجارية مع مؤثر معروف يزيد ثقتي بها.	☐	☐	☐
9	إعلانات المؤثرين تدفعني لتجربة منتجات جديدة.	☐	☐	☐

المحور الثالث: الكلمة الشفهية الإلكترونية

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	أعتمد على تقييمات المستخدمين قبل شراء المنتج.	☐	☐	☐
2	تجارب العملاء المنشورة تؤثر في قراري.	☐	☐	☐
3	المراجعات الإيجابية تشجعني على شراء المنتج.	☐	☐	☐
4	المراجعات السلبية تجعلني أتردد في الشراء.	☐	☐	☐
5	أثق بالمراجعات المصحوبة بصور أو فيديو.	☐	☐	☐
6	أبحث عن آراء عدة مستخدمين قبل اتخاذ القرار.	☐	☐	☐
7	توصيات الأصدقاء عبر إنستجرام تؤثر في اختياراتي.	☐	☐	☐
8	أشارك تجربتي مع الآخرين بعد استخدام المنتج.	☐	☐	☐
9	الكلمة الشفهية الإلكترونية تؤثر في قراري أكثر من الإعلانات.	☐	☐	☐

المحور الرابع: قرار شراء مستحضرات التجميل

م	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	أشترى مستحضرات التجميل بعد مشاهدة محتواها على إنستجرام.	☐	☐	☐
2	يساعدني إنستجرام في اختيار المنتج المناسب.	☐	☐	☐
3	المحتوى التسويقي يدفعني لتجربة منتجات جديدة.	☐	☐	☐
4	أفضل شراء المنتجات التي أعرف علمها عبر إنستجرام.	☐	☐	☐
5	المحتوى المنشور يقلل من ترددي قبل الشراء.	☐	☐	☐
6	أكرر شراء المنتجات التي اكتشفتها عبر إنستجرام.	☐	☐	☐
7	أوصي الآخرين بشراء المنتجات التي أعجبتني عبر إنستجرام.	☐	☐	☐
8	يؤثر إنستجرام بشكل مباشر في قراراتي الشرائية.	☐	☐	☐
9	أعتبر إنستجرام مصدرًا رئيسيًا للمعلومات قبل شراء مستحضرات التجميل.	☐	☐	☐

ثالثاً: البيانات الديموغرافية

(تم نقلها إلى نهاية الاستبانة وفق ملاحظات المحكمين)

م	البيان	الخيارات
1	العمر	☐ من 18 إلى 35 سنة ☐ من 36 إلى 50 سنة ☐ 51 سنة فأكثر
2	المؤهل العلمي	☐ ثانوي فأقل ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
3	الدخل الشهري	☐ أقل من 5000 ريال ☐ 5000–9999 ☐ 10000–14999 ☐ 15000–19999 ☐ 20000 ريال فأكثر
4	مدة استخدام إنستجرام	☐ أقل من سنة ☐ 1–3 سنوات ☐ 4–6 سنوات ☐ أكثر من 6 سنوات