

تكليف ٨ مهارات بحثية ١

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



عناوين البحوث :

- ١- دور التسويق المؤثر في توجه المستهلك نحو تبني العلامة التجارية
- ٢- تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي

الروابط :

البحث الأول : <https://asjp.cerist.dz/en/article/219333>

البحث الثاني : https://journals.ekb.eg/article_317507.html

" دور التسويق المؤثر في توجه المستهلك نحو تبني العلامة التجارية "

هدفت الدراسة (أحمد الرصاص وثامر العنزي ٢٠٢٣) إلى التعرف على دور التسويق المؤثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات المستهلك نحو العلامة التجارية ، وقد ركزت الدراسة على معرفة اتجاهات المستهلكين نحو المحتوى الذي يقدمه المؤثرون والكشف عن أبرز التحديات التي تعوق فعالية هذا النوع من التسويق ، وتكونت عينة الدراسة من (١٩٦) موظفا في شركة أسواق عبدالله العثيم بالمملكة العربية السعودية ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة شملت أربعة محاور رئيسية ، وتوصلت الدراسة الى وجود موافقة عالية من افراد العينة حول دور المؤثرين في التأثير على قرارات الشراء وثقة المستهلك بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرون ، كما اشارت النتائج الى تحديات تواجه التسويق المؤثر منها انتشار العلامات التجارية المزيفة وصعوبة التواصل مع المتابعين بشكل فعال ، وقدمت الدراسة عدة مقترحات لتجاوز هذه التحديات من أهمها الحفاظ على المصداقية في عرض المحتوى ، كما اوصت الدراسة بتبني استراتيجيات تواصل أكثر مصداقية ومهنية .

" تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي "

هدفت الدراسة (الحربي وآخرون ٢٠٢٣) الى استكشاف تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز فعالية استراتيجيات التسويق الرقمي داخل المملكة العربية السعودية مع التركيز على مدى مساهمة تلك التقنيات في الوصول الى الجمهور المستهدف وتحسين تجربة المستخدم ، وقد استخدم الباحثون استبياناً تم توزيعه على عينه مكونه من (٥٠) مختصاً في مجالي التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي ، كما اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والمسحي وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج (spss) وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أبرزها ان تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل تحليل البيانات الضخمة وأنظمة إدارة المحتوى وروبوتات المحادثة وتخصيص الإعلانات ساعدت في تحسين استهداف العملاء وزيادة التفاعل معهم ، كما اشارت النتائج الى قدرة الذكاء الاصطناعي على توفير حلول مخصصة توفر الوقت والتكاليف مما يعزز كفاءة الأداء التسويقي ، وقدمت الدراسة توصيات تدعو الى توظيف الذكاء الاصطناعي بفاعلية في استراتيجيات التسويق الرقمي خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لما له من أثر إيجابي في تحقيق نتائج ملموسة .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

