

الاستبيان:

عزيزي/عزيزتي المشارك/ة،

تهدف هذه الدراسة إلى قياس دور التسويق الرقمي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية، ودوره في دعم حوكمة الشركات، جميع إجاباتك ستُعامل بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أولاً: المعلومات العامة

الجنس:

- ذكر

- أنثى

العمر:

- أقل من 25

- 25 - 34

- 35 - 44

- 45 - فأكثر

المؤهل العلمي:

- ثانوي

- دبلوم

- بكالوريوس

- دراسات عليا

المسمى الوظيفي:

- موظف تسويق

- موظف مسؤولية اجتماعية

- مدير

- موظف آخر، يرجى التحديد (...):

سنوات الخبرة في الشركة:

- أقل من 3 سنوات

5 - 3 - سنوات

10 - 6 - سنوات

- أكثر من 10 سنوات

ثانيًا: التسويق الرقمي في الشركة

هل تستخدم شركتكم أدوات التسويق الرقمي؟ وما أبرز هذه الأدوات؟

هل توجد استراتيجية محددة للتسويق الرقمي في شركتكم؟ اشرح إن أمكن.

هل يتم تخصيص ميزانية مستقلة للتسويق الرقمي؟

كيف يتم استخدام التسويق الرقمي للتفاعل مع العملاء أو المجتمع المحلي؟

هل تقوم شركتكم بقياس تأثير حملات التسويق الرقمي؟ وكيف؟

ثالثًا: المسؤولية الاجتماعية في الشركة

هل لدى شركتكم برامج واضحة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟ يرجى ذكر أمثلة.

ما هي المجالات الرئيسية التي تركز عليها برامج المسؤولية الاجتماعية لديكم؟ (بيئية، تعليمية، صحية...)

كيف يتم الإعلان عن هذه الأنشطة للمجتمع؟ هل يشمل ذلك القنوات الرقمية؟

هل تعكس هذه الأنشطة التزامًا حقيقيًا من الشركة تجاه المجتمع؟ ولماذا؟

هل لاحظتم أثرًا لهذه البرامج على سمعة الشركة؟

رابعًا: العلاقة بين التسويق الرقمي والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة

هل يسهم التسويق الرقمي في نشر برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال؟

هل يساعد استخدام التسويق الرقمي في زيادة الشفافية حول أنشطة الشركة؟

هل تعتقد أن الجمهور يثق بالشركات التي تستخدم التسويق الرقمي في عرض أنشطتها الاجتماعية؟ ولماذا؟

كيف ترى العلاقة بين جهود التسويق الرقمي والامتثال لمبادئ الحوكمة؟

هل تعتقد أن التسويق الرقمي يمكن أن يكون وسيلة لتوثيق ومتابعة أنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل أفضل؟ كيف ذلك؟