

بحث مقدم ضمن مشروع التخرج ببرنامج بكالوريوس التسويق الرقمي
" دور المحتوى التسويقي للعلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز تفاعل
المستخدم السعودي معه: دراسة ميدانية "

عزيزي المشارك/عزيزتي المشاركة،

تحية طيبة وبعد،،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات علمية لأغراض بحثية حول دور المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز تفاعل المستخدم السعودي معه.

نأمل منكم التكرم بالإجابة على جميع الفقرات بدقة وموضوعية، علماً بأن جميع المعلومات ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وسنُعامل بسرية تامة.

لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة، وإنما نرغب في معرفة آرائكم الشخصية.

شاكرين لكم تعاونكم،،

القسم الأول: مستوى التعرض والاستخدام

1. منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - أقل من سنة
 - من سنة إلى 5 سنوات
 - أكثر من 5 سنوات
2. كم يبلغ متوسط استخدامك اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - أقل من ساعة
 - من ساعة إلى 3 ساعات
 - أكثر من 3 ساعات
3. ما مدى متابعتك لصفحات العلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - دائماً
 - أحياناً
 - نادراً
 - لا أتابعها
4. ما أكثر منصة تتفاعل فيها مع المحتوى التسويقي؟
 - إنستجرام
 - تويتر (X)
 - سناب شات
 - تيك توك
 - فيسبوك

القسم الثاني: التفاعل الفعلي مع المحتوى

1. كم مرة سبق أن تفاعلت مع محتوى تسويقي (إعجاب، تعليق، مشاركة)؟
 - دائماً
 - أحياناً
 - نادراً
 - لم يحدث أبداً
2. كم مرة قمت بشراء منتج بعد مشاهدة محتوى تسويقي عبر مواقع التواصل؟
 - دائماً
 - أحياناً
 - نادراً

- لم يحدث أبدًا

القسم الثالث: تقييم جودة وفعالية المحتوى التسويقي للعلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

1. أرى أن المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بدرجة عالية من الوضوح في العرض، وسهولة في الفهم، مما يساعدني على استيعاب الرسائل التسويقية دون غموض أو تعقيد.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

2. أعتقد أن المحتوى التسويقي المعروض يتمتع بدرجة ملحوظة من الجاذبية البصرية والإبداع في طريقة التقديم، بما يسهم في جذب انتباهي وتحفيزي على متابعة المحتوى.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

3. أرى أن المحتوى التسويقي الذي أتعرض له يقدم معلومات ذات قيمة وفائدة حقيقية، تساعدني في تكوين معرفة أفضل بالمنتج أو الخدمة المعروضة.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

4. أشعر بأن المحتوى التسويقي الذي تنتشره العلامات التجارية يتوافق بدرجة كبيرة مع اهتماماتي الشخصية واحتياجاتي، مما يزيد من احتمالية تفاعلي معه.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

5. أرى أن المحتوى التسويقي يتضمن عناصر ترفيهية (مثل الأسلوب السردى أو المرئي) تسهم في زيادة جاذبيته وقدرته على جذب الانتباه والاستمرار في متابعته.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

6. أعتقد أن المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية يتسم بالابتكار والتجديد، ويبتعد عن الأساليب التقليدية المتكررة في عرض الرسائل التسويقية.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

7. أرى أن المحتوى التسويقي يعكس هوية العلامة التجارية (من حيث القيم، والأسلوب، والشخصية) بشكل واضح ومتسق، مما يعزز إدراكي لها وتمييزها عن غيرها.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

القسم الرابع: مصداقية وثقة المحتوى التسويقي

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

1. أتمتع بدرجة عالية من الثقة في المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأعتبره مصدرًا موثوقًا للحصول على معلومات عن المنتجات أو الخدمات.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

2. أرى أن المحتوى التسويقي الذي أتعرض له يعكس معلومات واقعية ودقيقة، ويبتعد عن المبالغة أو التضليل في عرض خصائص المنتجات أو الخدمات.

- أوافق بشدة
- أوافق

- محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
3. أعتد على المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية كأحد المصادر الأساسية في تكوين قراراتي الشرائية، خاصة عند تقييم البدائل المتاحة.
- أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
4. أفضل التعامل مع العلامات التجارية التي تقدم محتوى تسويقيًا يتسم بالمصداقية والشفافية، لما لذلك من دور في تعزيز ثقتي واستمرارية تعاملتي معها.
- أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
5. أرى أن مصداقية المحتوى التسويقي تؤثر بشكل مباشر على مستوى ثقتي بالعلامة التجارية واستعدادي للتفاعل أو الشراء منها.
- أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة

القسم الخامس: التفاعل مع المحتوى التسويقي (الاتجاهات السلوكية)

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

1. أقوم بالتفاعل مع المحتوى التسويقي للعلامات التجارية من خلال الإعجاب (Like) عندما أجد أنه يتسم بالجاذبية أو ينسجم مع اهتماماتي الشخصية.
- أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق

- لا أوافق بشدة
- 2. أحرص على كتابة تعليقات على منشورات العلامات التجارية عندما يثير المحتوى اهتمامي أو يدفعني للتعبير عن رأيي أو تجربتي.
 - أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
- 3. أقوم بمشاركة المحتوى التسويقي مع الآخرين (مثل الأصدقاء أو العائلة) عندما أراه مفيدًا أو مميزًا أو يستحق النشر.
 - أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
- 4. أتابع حسابات العلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي بسبب جودة وتميز المحتوى التسويقي الذي تقدمه.
 - أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
- 5. أحرص على مشاهدة الفيديوهات التسويقية المقدمة من العلامات التجارية حتى نهايتها عندما تكون جذابة وتقدم محتوى ذا قيمة بالنسبة لي.
 - أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة
- 6. أشعر بدرجة من الاندماج مع المحتوى التسويقي الذي أتابعه، مما يدفعني للتفاعل المستمر مع منشورات العلامة التجارية.
 - أوافق بشدة
 - أوافق
 - محايد
 - لا أوافق
 - لا أوافق بشدة

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

1. يساهم المحتوى التسويقي الذي تقدمه العلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة رغبتي في شراء المنتجات أو الخدمات المعروضة.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

2. تؤثر آراء وتقييمات المستخدمين المضمنة ضمن المحتوى التسويقي (مثل التعليقات أو المراجعات) بشكل ملحوظ على تكوين قراري الشرائي.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

3. تسهم العروض الترويجية والإعلانات المصاحبة للمحتوى التسويقي في تحفيزي لاتخاذ قرار الشراء بشكل أسرع.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

4. يدفعني المحتوى التسويقي الذي أتعرض له إلى تجربة منتجات أو خدمات جديدة لم أكن أنوي شرائها سابقاً.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

5. يؤثر تكرار التعرض للمحتوى التسويقي لنفس العلامة التجارية على تعزيز نيتي الشرائية وزيادة احتمالية اختياري لها عند الشراء.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

6. يسهم المحتوى التسويقي المقنع في تقليل ترددي عند اتخاذ قرار الشراء ويزيد من ثقتي بالمنتج أو الخدمة.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

القسم السابع: تأثير الترنندات في المحتوى التسويقي

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

1. أجد نفسي أكثر ميلاً للتفاعل مع المحتوى التسويقي عندما يكون مرتبطاً بالترنندات الرائجة على مواقع التواصل الاجتماعي، لما تتميز به من حداثة وانتشار واسع.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

2. تسهم الترنندات الرقمية في جذب انتباهي لمتابعة حسابات العلامات التجارية، خاصة عندما يتم توظيفها بطريقة مبتكرة ومتوافقة مع طبيعة المحتوى.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

3. يؤثر استخدام الترنندات في المحتوى التسويقي على تكوين اتجاهاتي نحو العلامة التجارية، ويزيد من احتمالية تفضيلي لها مقارنة بغيرها.

- أوافق بشدة
- أوافق
- محايد
- لا أوافق
- لا أوافق بشدة

4. تسهم الترنندات في تعزيز قراري الشرائي من خلال زيادة اهتمامي بالمنتجات أو الخدمات المرتبطة بها.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

5. أرى أن توظيف الترنادات بشكل متكرر في المحتوى التسويقي يعزز من تذكري للعلامة التجارية ويزيد من تفاعلي المستمر معها.

- أوافق بشدة

- أوافق

- محايد

- لا أوافق

- لا أوافق بشدة

القسم الثامن: البيانات الديموغرافية للمبحوثين

يرجى اختيار الإجابة التي تنطبق عليك:

1. الجنس:

- ذكر

- أنثى

2. العمر:

- أقل من 20 سنة

- من 20 إلى أقل من 30 سنة

- من 30 إلى أقل من 40 سنة

- من 40 إلى أقل من 50 سنة

- 50 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

- ثانوي أو أقل

- دبلوم

- بكالوريوس

- دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)

شكراً لمشاركتكم