

تأثير التسويق الرقمي على نجاح المؤسسات

اسم الطالبة :

هديل حاتم عبدالفتاح الهنداوي 2021204765

مشروع التخرج -1كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د.منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

أسئلة البحث الفرعية

1. ما هو تعريف التسويق الرقمي وما هي أهميته في سياق المؤسسات الحديثة؟
2. ما هي أدوات وتقنيات التسويق الرقمي المستخدمة لتحقيق أهداف المؤسسات؟
3. ما هو تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز نجاح المؤسسات؟
4. كيف يؤثر التسويق الرقمي على زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز الانتشار الإلكتروني للمؤسسات؟
5. ما هو تأثير تحليل البيانات والاستخبارات الاصطناعية في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي وبالتالي نجاح المؤسسات؟

اهداف البحث الفرعية

الهدف العام

1. تحليل استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في المؤسسات وتحديد أفضل الممارسات.

الاهداف الفرعية

2. تقييم تأثير التسويق الرقمي على زيادة حجم المبيعات والإيرادات للمؤسسات.
3. تحديد الفوائد والتحديات المتعلقة بتطبيق التسويق الرقمي في المؤسسات.

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية H1:

1. يوجد علاقة إيجابية بين استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي ونجاح المؤسسات في زيادة حجم المبيعات والإيرادات.

الفرضية الفرعية الأولى H1:

2. يوجد علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من استراتيجيات التسويق الرقمي وبين تحقيق التفاعل المستمر مع العملاء وبناء علاقات قوية معهم.

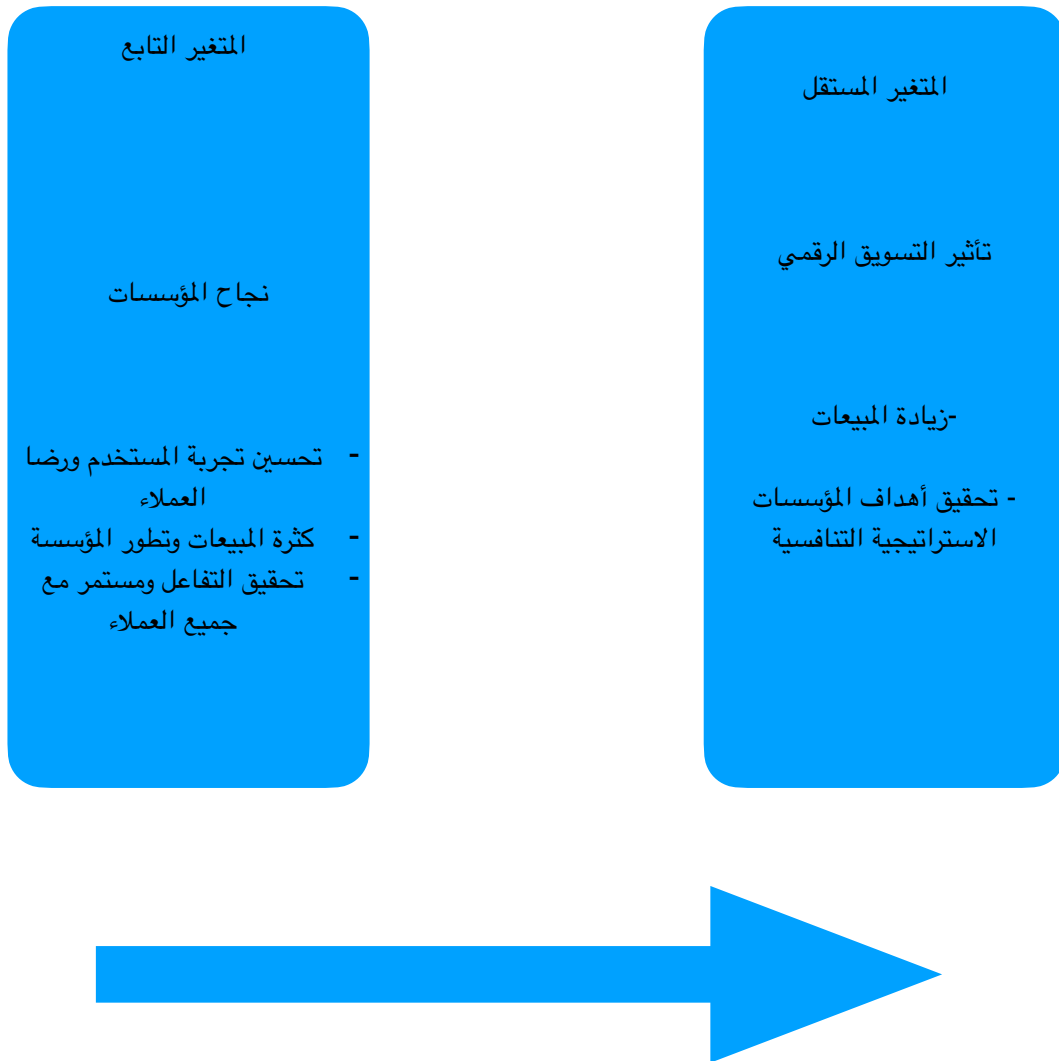
الفرضية الفرعية الثانية Ha:

3. يوجد علاقة إيجابية بين استخدام تقنيات التحليل البياني والاستخبارات الاصطناعية في استراتيجيات التسويق الرقمي وتحسين تجربة المستخدم ورضا العملاء.

الفرضية الفرعية الثالثة Hc:

4. يوجد علاقة إيجابية بين توجيه الجهود التسويقية الرقمية بشكل متكامل ومتناسق وبين تحقيق أهداف المؤسسات الاستراتيجية والتنافسية.

نموذج رسم البحث



H1,Ha,Hb,Hc

تم تصميمه بواسطة الطالبة

هديل حاتم

الدراسة الميدانية

شركة Google هي واحدة من أبرز الشركات التكنولوجية في العالم وتعتبر رائدة في مجال التسويق الرقمي. توفر Google مجموعة واسعة من الخدمات والأدوات التي تساعد المؤسسات على تحسين أدائها وزيادة نجاحها من خلال استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي.

تأثير التسويق الرقمي على نجاح المؤسسات في Google يمكن تلخيصه في النقاط التالية:

1. الإعلانات الرقمية: توفر Google منصات إعلانية قوية مثل Google Ads و YouTube Ads التي تسمح للشركات بعرض إعلاناتها على محرك البحث الشهير Google وعلى منصة مشاركة الفيديو YouTube. هذا يسمح للمؤسسات بالترويج لمنتجاتها وخدماتها لجمهور واسع ومستهدف.

2. تحليلات الويب: توفر Google Analytics أداة قوية لتحليل أداء مواقع الويب وتتبع الزوار والتفاعلات مع المحتوى. تساعد هذه التحليلات المؤسسات على فهم سلوك المستخدمين وتحديد نقاط القوة والضعف في استراتيجيات التسويق الرقمي وتحسينها بناءً على البيانات المتاحة.

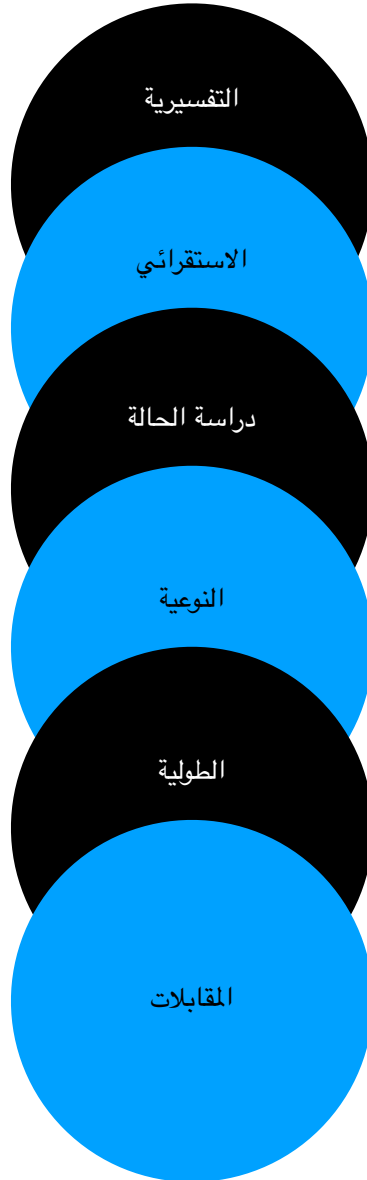
3. منصات التواصل الاجتماعي: تمتلك Google منصات تواصل اجتماعي مثل Google+ و YouTube و Blogger التي تسمح للمؤسسات ببناء وتعزيز العلاقات مع العملاء وتوفير محتوى قيم لجذب الجمهور المستهدف.

4. خدمات البريد الإلكتروني: يوفر Google خدمة Gmail التي تستخدم على نطاق واسع كخدمة بريد إلكتروني. يمكن للمؤسسات استخدام خدمة Gmail للتسويق عبر البريد الإلكتروني والتواصل مع العملاء وتقديم عروض خاصة ومعلومات هامة.

5. البحث الصوتي: مع تطور تقنية البحث الصوتي، يتمتع Google بميزة كبيرة في هذا المجال من خلال مساعدتها الصوتي Google Assistant ومنصة Google Home. يمكن للمؤسسات الاستفادة من هذه التقنية لزيادة وعي العلامة التجارية وتوفير تجربة تفاعلية للمستخدمين.

عمومًا، يتأثر نجاح المؤسسات في Google بقدرتها على استخدام وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المناسبة واستغلال الأدوات والمنصات التي توفرها الشركة للوصول إلى جمهور واسع وتحقيق أهداف عملية التسويق والنمو.

بصلة البحث



هيكـل المشروع

الفصل الأول المقدمة

الفصل الثاني الإطار النظري

الفصل الثالث منهجية البحث

الفصل الرابع التحليل الإحصائي

الفصل الخامس مناقشة النتائج و الخاتمة

جدول محتويات

صفحة الغلاف

أسئلة البحث

أهداف البحث

فرضية البحث

نموذج رسم البحث

منهجية البحث

الدراسة الميدانية

هيكل مشروع

جدول محتويات