

أولاً: البيانات العامة (اختيار متعدد)

1. نوع نشاط المؤسسة: (تجاري – صناعي – خدمي – تقني)
2. عدد الموظفين: (أقل من 10 – من 10 إلى 50 – أكثر من 50)
3. سنوات العمل في السوق: (أقل من 3 – من 3 إلى 6 – أكثر من 6)
4. مستوى التحول الرقمي في المؤسسة: (منخفض – متوسط – مرتفع)

ثانياً: استراتيجيات التسويق الرقمي (نعم / لا)

أ. التسويق بالمحتوى

5. تعتمد المؤسسة على محتوى رقمي منظم للتواصل مع العملاء ؟
6. يتم تحديث المحتوى بانتظام بما يتناسب مع احتياجات الجمهور ؟
7. يساهم المحتوى المنشور في زيادة التفاعل مع العملاء ؟
8. توفر المؤسسة محتوى يساهم في تعزيز صورتها المهنية ؟

ب. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

9. تستخدم المؤسسة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال للوصول إلى عملائها ؟
10. يتم الرد على استفسارات العملاء بسرعة عبر المنصات الاجتماعية ؟
11. تعتمد المؤسسة على استراتيجيات تفاعل تزيد ولاء العملاء ؟
12. تدعم وسائل التواصل الاجتماعي انتشار العلامة التجارية للمؤسسة ؟

ج. الإعلانات الرقمية الممولة

13. تُخصص المؤسسة ميزانية ثابتة للإعلانات الممولة ؟
14. تعتمد المؤسسة على استهداف دقيق في حملاتها الإعلانية ؟
15. تؤدي الإعلانات الرقمية إلى زيادة ملحوظة في عدد العملاء المحتملين ؟
16. يتم تحليل نتائج الحملات الإعلانية لتحسين الأداء مستقبلاً ؟

د. التسويق عبر البريد الإلكتروني

17. تستخدم المؤسسة البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء الحاليين ؟
18. يتضمن البريد الإلكتروني محتوى مخصصاً للفئات المختلفة ؟
19. يساهم البريد الإلكتروني في تعزيز علاقة المؤسسة بعملائها ؟

هـ. التحليلات الرقمية

20. تستخدم المؤسسة أدوات تحليل البيانات في قياس الأداء التسويقي ؟
21. تساعد التحليلات الرقمية على اتخاذ قرارات تسويقية أفضل ؟
22. تعتمد المؤسسة على بيانات العملاء في تحسين الخدمات المقدمة ؟

ثالثاً: الميزة التنافسية

أ. جودة الخدمة

23. ساهمت الاستراتيجيات الرقمية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء؟

ب. الابتكار

24. أسهم استخدام الأدوات الرقمية في تعزيز الابتكار داخل المؤسسة؟

ج. السمعة السوقية وولاء العملاء

25. ساعد التسويق الرقمي في تحسين السمعة السوقية وزيادة ولاء العملاء؟