

استبيان

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في التسويق الرقمي بعنوان:
أثر التسويق الرقمي على الصورة الذهنية للعلامات التجارية المتجذرة في السوق
المحلي لدى الشباب السعودي على منصة X
(دراسة ميدانية)

إعداد الطالب: محمد حسام العاقل

الرقم الأكاديمي: 232001863

عزيزي / عزيزتي المشارك / المشاركة،

نرجو منكم التكرم بالإجابة عن جميع الأسئلة بموضوعية وصدق، علماً بأن جميع البيانات سرية ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. شاكرين لكم وقتكم الثمين.

في هذا الاستبيان يقصد بالعلامات التجارية المتجذرة في السوق السعودي:
العلامات التجارية المعروفة ولها تاريخ وحضور ممتد في السوق السعودي.

القسم الأول: التعرض لأنشطة التسويق الرقمي للعلامات المتجذرة

١- كم يبلغ متوسط استخدامك اليومي لمنصة X؟

☐ أقل من ساعة

☐ من ساعة إلى 3 ساعات

☐ أكثر من 3 ساعات

٢- هل تعرضت لإعلانات العلامات التجارية المتجذرة في السوق السعودي على منصة X؟

☐ نعم

☐ لا

٣- ما أنواع المحتوى التسويقي الذي تتعرض له من العلامات المتجذرة على منصة X؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ محتوى رقمي (مقاطع، صور، منشورات)

☐ إعلانات مدفوعة

☐ محتوى عبر المؤثرين

☐ مسابقات وتفاعل مباشر مع الجمهور

القسم الثاني: عناصر التسويق الرقمي على منصة X

حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

العبارة	موافق	محايد	معارض
يجذبني المحتوى الرقمي الجيد على منصة X ويجعلني أتفاعل مع العلامة التجارية.	☐	☐	☐
يؤثر مستوى جودة المحتوى الذي تنشره العلامة التجارية على منصة X في قراري بمتابعتها.	☐	☐	☐
أشعر بارتباط أكبر بالعلامة التجارية التي تتفاعل مع جمهورها وتردّ على تعليقاتهم على منصة X.	☐	☐	☐
المسابقات والاستطلاعات التي تُطلقها العلامات التجارية على منصة X تدفعني للمشاركة والتفاعل.	☐	☐	☐
الإعلانات المدفوعة التي تظهر على منصة X تلفت انتباهي وتجعلني أتوقف عندها.	☐	☐	☐
يدفعني الإعلان المدفوع الجذاب على منصة X للبحث عن العلامة التجارية ومعرفة المزيد عنها.	☐	☐	☐
أثق بالعلامة التجارية أكثر حين يُروّج لها مؤثر أتابعه على منصة X.	☐	☐	☐
يدفعني ترويج المؤثرين لعلامة تجارية على منصة X إلى الاهتمام بها والتفكير في تجربتها.	☐	☐	☐

القسم الثالث: الصورة الذهنية للعلامة التجارية المتجذرة

حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

أ- الوعي بالعلامة والارتباطات الذهنية

العبارة	موافق	محايد	معارض
أُتعرّف بسهولة على العلامات التجارية المتجذرة عند رؤية محتواها على منصة X.	☐	☐	☐
يُعزز التسويق الرقمي على منصة X ارتباطي بالعلامات المتجذرة بوصفها علامات موثوقة وراسخة في السوق.	☐	☐	☐

ب- الجودة المدركة والثقة

العبارة	موافق	محايد	معارض
التسويق الرقمي للعلامات المتجذرة على منصة X يعكس الوعي بجودة منتجاتها وخدماتها.	☐	☐	☐
أثق في العلامات المتجذرة التي تنشط رقمياً على منصة X أكثر من تلك التي لا تنشط.	☐	☐	☐

ج- تجديد الحضور الذهني لدى الشباب

العبارة	موافق	محايد	معارض
تُساعد منصة X العلامات المتجذرة على تجديد صورتها وجذب الجيل الشاب.	☐	☐	☐
الأنشطة الرقمية للعلامات المتجذرة على X تجعلني أعيد اكتشافها والاهتمام بها من جديد.	☐	☐	☐

د- الاتجاه نحو العلامة والولاء

العبارة	موافق	محايد	معارض
أفضل العلامات المتجذرة التي تنشط رقمياً على منصة X على غيرها من العلامات.	☐	☐	☐
يدفعني التسويق الرقمي الجيد عبر منصة X للعلامات المتجذرة نحو الشراء وتوصية الآخرين بها.	☐	☐	☐

القسم الرابع: المقترحات

٥- ما الذي تقترحه على العلامات التجارية المتجذرة لتعزيز صورتها الذهنية لدى الشباب عبر منصة X؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ تقديم محتوى يعكس قيمة العلامة وعمقها في السوق المحلي
- ☐ التعاون مع المؤثرين الشباب الأكثر تأثيراً على منصة X
- ☐ زيادة التفاعل المباشر مع الجمهور ومشاركته في صناعة المحتوى
- ☐ الاستثمار في الإعلانات الموجهة للفتات الشبابة
- ☐ تنويع المحتوى بين الترفيهي والمعلوماتي والترويجي

القسم الخامس: البيانات الشخصية

النوع

☐ ذكر

☐ أنثى

العمر

☐ من 18 إلى 25 سنة

☐ من 26 إلى 33 سنة

☐ من 34 إلى 40 سنة

المستوى التعليمي

- ☐ ثانوية عامة أو أقل
- ☐ دبلوم
- ☐ مؤهل جامعي (بكالوريوس)
- ☐ دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه)

الدخل الشهري

- ☐ أقل من 8,000 ريال
- ☐ من 8,000 إلى 20,000 ريال
- ☐ أكثر من 20,000 ريال

شكراً