

أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك

المستهلك: دراسة حالة شركة زين

بدر عبيد رسم ماجستير إدارة الأعمال ، كلية الإدارة، جامعة ميدأوشن، جزر القمر: أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك:
Vol 1, No 2, 2024 – and Studies Midocean ، دراسة حالة شركة زين
Journal for Research 2 ع ١، مج ، والدراسات للبحوث ميدأوشن م مسترجع

من [Midocean University Digital Library](#)



إعداد

محمد بن نواف الشمري

أولاً: التحليل الإحصائي

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة موزعة على عينة من عملاء شركة زين، بالإضافة إلى تحليل حملات التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي. كما استخدم الباحث تحليل SWOT لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات.

تقييم التحليل الإحصائي:

الدراسة استخدمت أدوات مناسبة لطبيعة الموضوع.

الاستبانة تعتبر وسيلة جيدة لقياس آراء العملاء.

استخدام SWOT يدعم التحليل الاستراتيجي.

لم يتم توضيح تفاصيل كافية عن الاختبارات الإحصائية المستخدمة مثل:

المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري

اختبار الفرضيات

معاملات الارتباط

رأيي:

يفضل لو أضاف الباحث جداول إحصائية ورسوم بيانية توضح النتائج بدقة أكبر.

ثانياً: مناقشة النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تشكيل سلوك المستهلك .
- تساهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية .
- تعزز التفاعل مع الجمهور والعملاء .
- الحملات الإعلانية عبر المنصات تؤثر إيجابياً على قرارات الشراء .
- أدت إلى زيادة المبيعات لشركة زين .

تحليل النتائج:

النتائج منطقية وتتفق مع الواقع الحالي، لأن المستهلك أصبح يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي في معرفة الخدمات والعروض واتخاذ قرار الشراء.

هل تحققت أهداف الدراسة؟

نعم، لأن الباحث أثبت وجود أثر واضح للتسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك.

ثالثاً: التوصيات

أوصى الباحث بما يلي:

- تعزيز حضور شركة زين في مواقع التواصل الاجتماعي .
- تنفيذ حملات تسويقية تفاعلية أكثر .
- الاستفادة من تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء .
- تطوير استراتيجيات تسويق مبتكرة .

تقييم التوصيات:

- مرتبطة مباشرة بنتائج الدراسة .
- قابلة للتطبيق عملياً .
- تساعد في تحسين الأداء التسويقي .

♦ رابعاً: الرأي الشخصي

أرى أن البحث مهم وحديث، لأنه يناقش موضوعاً معاصراً يعتمد عليه أغلب الشركات حالياً. كما أن اختيار شركة زين مناسب لأنها من الشركات الرائدة في قطاع الاتصالات، والدراسة مفيدة لأي شركة تريد تطوير تسويقها الإلكتروني.

خامساً: الخلاصة النهائية

أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة أساسية تؤثر في سلوك المستهلك وقراراته الشرائية، وأن نجاح الشركات اليوم يعتمد بدرجة كبيرة على قوة التسويق الرقمي والتفاعل المستمر مع العملاء.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

