

جامعة ميد أوشن

كلية الإدارة

تخصص / بكالوريوس إدارة مشاريع

أثر التسويق الرقمي على نجاح المشاريع:
بالتطبيق على شركة ريز بالمملكة العربية السعودية- الرياض
(دراسة حالة)

بشاير أنور الكثيري

2021205671

مشروع تخرج - ١

كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة-جامعة ميد أوشن

الفصل الدراسي الأول- ٢٠٢٤

مقدمة البحث :

في مجال إدارة المشاريع و في ظل التغير السريع الذي يشهده العالم ، والمنافسة الملحوظة بين الشركات المختلفة، أصبحت شركات الأعمال تستخدم أساليب حديثة في التسويق لمحاولة تغطية الاتساع الكبير في الأسواق والتقدم التكنولوجي الهائل ،ومن أساليب التسويق الحديثة التي احتلت أهمية كبيرة في هذا العصر هي (التسويق الرقمي)

الذي يعتبر مكملاً للأنشطة التسويقية الأخرى ، وتعد المنصات الرقمية المتصلة بشبكة الانترنت من الوسائل التي أحدثت نقلة نوعية في تحول استراتيجيات التسويق التقليدية إلى استراتيجيات التسويق الرقمية المعتمدة على الوسائل التكنولوجية الحديثة ، حيث يعد الانتقال إلى العالم الرقمي أمراً استراتيجياً حاسماً للبقاء على المنافسة والتواصل مع الجمهور بشكل أفضل. (يعقوب ٢٠٢١)

في هذا البحث ، سنستعرض كيف يمكن للمشاريع والشركات تحسين وجودها على الانترنت واستثمار إمكانيات العصر الرقمي لتحقيق نتائج إيجابية ومستدامة.

تعد العولمة والاستخدام المتزايد للإنترنت دافعين مهمين وراء التحول من نهج التسويق التقليدي إلى النهج الرقمي. يشكل التحول الرقمي عملية تطويرية، تغير أساليب حياتنا والطرق التي نمارس بها أعمالنا من خلال التقنيات الرقمية؛ وذلك من خلال تطبيق حلول تكنولوجية جديدة تعتمد على خدمات الإنترنت وتقنيات المعلومات الحديثة. يشير التحول الرقمي إلى " عملية استخدام التقنيات الرقمية لإنشاء عمليات تجارية جديدة - أو تعديل القائمة - وثقافة وتجارب العملاء لتلبية متطلبات الأعمال والسوق المتغيرة" (قوة المبيعات ٢٠١٩) وبذلك يعد التسويق الرقمي قناة تسويقية ممتازة لانتشارها وسهولة الوصول لعدد هائل من الفئات المستهدفة و إضافة إلى قلة كلفتها وتعدد التطبيقات المساندة لها.(علاء فرحان ،٢٠١٤)

كما يعد التسويق الرقمي من أحدث الوسائل لترويج المنتجات والخدمات والوصول إلى المستفيدين باستخدام القنوات الرقمية توفيراً للوقت والجهد والمال ويمتد التسويق الرقمي إلى ما وراء التسويق عبر الانترنت ويشمل ذلك الهواتف المحمولة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر محركات البحث والعديد من أشكال الوسائط الرقمية الأخرى.(أسماء محمد،٢٠٢١)

في سياق تطور التسويق الرقمي عبر الإنترنت، تكمن الأهمية الكبيرة في فهم الشركات والمشاريع لأثر التسويق الرقمي وكيفية تنفيذه بفعالية، مع الأخذ في الاعتبار مؤشرات قياس الأداء. يتطور التسويق عبر الإنترنت سريعاً في جميع أنحاء العالم، خاصة فيما يتعلق بالجمهور الشاب وإمكانية الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها. لذا، يعد تبني مناهج التكامل الاستراتيجي ضمن خطة الاتصالات التسويقية للمنظمة أمراً بالغ الأهمية. (Rohm & Hanna, 2011)

لقد أدى استخدام التسويق الرقمي إلى تغيير كبير في كيفية الوصول إلى العملاء ،حيث يقضي الجمهور أكثر من معظم ساعات اليوم على الإنترنت، ما بين تصفح المواقع الإلكترونية، ومشاهدة الفيديوهات،

وأيضاً قراءة المحتوى المتنوع، بالإضافة الى تصفح وسائل التواصل الاجتماعي. ونتيجة الى ذلك أصبح التواجد الرقمي مهماً لنجاح العملية التسويقية . (Dwivedi et al.,2021).

تم وصف التسويق عبر الإنترنت ببساطة بأنه تحقيق الأهداف التسويقية من خلال تطبيق التقنيات

الرقمية (Chaffey et al., 2009)

يعد التسويق الرقمي ناجحاً في خلق تأثير يسهم في زيادة المبيعات والإيرادات، خاصة بالنسبة للمنتجات التي يمكن للعملاء قراءة المراجعات وكتابة التعليقات عنها. وبالنسبة للشركات، تعتبر المراجعات عبر الإنترنت جزءاً مهماً من استراتيجية التسويق الشاملة. (Zhang, 2013)

يعتبر التسويق الرقمي قوياً بسبب قدرته على قياس النجاح بدقة وفي الوقت الفعلي بفضل تقنيات التتبع والتحليل المتقدمة، ويمكن للشركات التفاعل مع البيانات الحقيقية و في الوقت الفعلي، واتخاذ إجراءات فورية لتحسين استراتيجياتها وتحقيق أداء أفضل. (Kuester et al.,2018)

ونظراً لأن قوة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لن تقل في السنوات القليلة القادمة، فإن هذا الموضوع سيكون حاسماً لكل منظمة (Giedd & Chief، 2012)

وتوجد حاجة ملحة لفهم الاتجاهات والتطورات في التسويق الرقمي واستخدامه بشكل فعال لتحقيق النجاح والتفوق في سوق التنافسية اليوم .

يعيش العالم اليوم في ظروف اقتصادية صعبة، حيث تواجه المشاريع العديد من التحديات للنجاح والازدهار. يعتبر التسويق الرقمي أحد الأدوات الحديثة التي يمكن أن تساعد في تحقيق النجاح وتسريع نمو المشاريع.

ومع ذلك، فإن هناك بعض المشاريع التي تواجه صعوبات في استخدام التسويق الرقمي وتواجه تحديات تؤثر على نجاحها.(التكنولوجيا في المجتمع)

مشكلة البحث التي سيتم طرحها هي فشل بعض المشاريع في استخدام التسويق الرقمي وذلك قد يكون نتيجة لعدة عوامل ، من أهم هذه العوامل قد يكون استهداف غير فعال للجماهير المستهدف وعدم وضوح الاستراتيجية وجودة المحتوى الضعيف وعدم قياس الأداء ومشاكل التكنولوجيا والمنافسة الشرسة هي بعض الأسباب الشائعة للفشل (Glickman et al.2020)

لتحقيق النجاح في التسويق الرقمي، يجب أن يتم تسليط الضوء على التحديات التي تواجه أصحاب المشروع من خلال استراتيجية واضحة ومحكمة، ويجب عليه توفير محتوى ذو جودة عالية وقياس أداء حملاته بانتظام ومواجهة التحديات التقنية والتميز في ساحة المنافسة .

على الرغم من وجود العديد من الدراسات والأبحاث السابقة حول أثر التسويق الرقمي، إلا أن هناك بعض القصور والتحديات التي ينبغي التركيز عليها مثل : قد يكون هناك قصور في العينات المستخدمة في الدراسات السابقة حول التسويق الرقمي. قد يكون التركيز على عينات محددة مثل الشركات الكبيرة أو مشاريع محددة. هذا يمكن أن يؤدي إلى قصور في التعميم وفهم الأثر الكامل للتسويق الرقمي على مختلف المشاريع والشركات .

أيضًا تغيرات سريعة في التكنولوجيا والمنصات يعتبر التسويق الرقمي مجالًا يتطور بسرعة كبيرة. باستمرار، وهذا يجعلها تتجاوز الأبحاث السابقة في بعض الأحيان قد تكون الأبحاث السابقة محدودة في الزمن والمدى، قد تركز على فترة زمنية محددة.

ومن خلال تحديد أوجه القصور يمكننا التركيز في بحثنا هذا على سد الفجوات وتحقيق العديد من النتائج الإيجابية وتعزيز فهمنا للتسويق الرقمي . (التنبؤ التكنولوجي والتغير الاجتماعي)

يستهدف هذا البحث أصحاب المشاريع والشركات التي تستخدم التسويق الرقمي.

ومن خلاله ، سيتم تزويد أصحاب المشاريع والشركات بالمعرفة والأدوات اللازمة لتحسين استراتيجياتهم في التسويق الرقمي وزيادة فعالية جهودهم في الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أهدافهم التجارية.

الغرض من إجراء بحث حول أثر التسويق الرقمي هو فهم تأثير هذه الاستراتيجية التسويقية الحديثة على نجاح المشروعات والشركات.

في النهاية ، يمكن الاستنتاج ان البحث يهدف إلى توفير فهم شامل لتأثير التسويق الرقمي والفوائد التي يمكن أن يوفرها في نجاح المشروعات وتحقيقها في العصر الرقمي الحديث.

مشكلة البحث:

نستنتج من خلال المقدمة الموجزة للبحث ، من وجود فجوات على المستويين النظري والتطبيقي في استخدام التسويق الرقمي في نجاح المشاريع

وإنها تتطلب المزيد من التحقيق والتركيز ، ومن خلال تحديد هذه الثغرات ومعالجتها سنتمكن من تحديد الإستراتيجيات المناسبة لتحقيق النجاح.

وتشمل مشكلة البحث في هذه الدراسة مجالين رئيسيين على المستويين النظري والتجريبي :

الفجوات النظرية:

١/ فجوة في فهم الآليات التي تربط بين التسويق الرقمي ونجاح المشاريع : قد يكون هناك نقص في الفهم العميق للعلاقة السببية بين استراتيجيات التسويق الرقمي ونجاح المشاريع. يمكن أن تشمل هذه الفجوة الحاجة إلى دراسات تحليلية لتحديد وفهم الآليات الدقيقة التي تؤدي إلى تحقيق نجاح المشاريع عند استخدام التسويق الرقمي.

٢/ فجوة في فهم تأثيرات التسويق الرقمي يمكن أن تكون هناك فجوة في فهم التأثيرات الفعلية للتسويق الرقمي على نجاح المشاريع. على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تشير إلى أهمية التسويق الرقمي، إلا أن البحوث المتعلقة بتأثيره الفعلي على نجاح المشاريع قد تكون محدودة. يمكن أن تتطلب هذه الفجوة إجراء مزيد من الدراسات الشاملة لتحديد كيفية تأثير التسويق الرقمي على مختلف جوانب نجاح المشاريع، مثل زيادة المبيعات وتحسين الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز التفاعل مع العملاء.

الفجوات التطبيقية :

١/ فجوة في استخدام التكنولوجيا : قد تواجه الشركات صعوبة في استخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال وملائم لتحقيق النجاح في مشاريعها. يمكن أن تتضمن هذه الفجوة دراسة كيفية تبني وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المناسبة واستخدام أدوات ومنصات التسويق الرقمي بشكل فعال.

٢/ فجوة في التدريب والمهارات : قد تحتاج الشركات إلى تحسين قدرات ومهارات فرق التسويق الرقمي للتعامل مع تحديات السوق الرقمية يمكن أن تتطلب هذه الفجوة تطوير برامج تدريبية لتعزيز المهارات الرقمية.

ومما سبق سيتناول هذا البحث التساؤل الرئيسي "لماذا ينبغي لك الاهتمام في تطبيق التسويق الرقمي لمشروعك؟"

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في فهم آليات وعوامل نجاح التسويق الرقمي وتأثيره على المشاريع على كلا المستويين النظري والتطبيقي :

الأهمية النظرية : يساهم البحث في توسيع معرفتنا وفهمنا لأسس وآليات التسويق الرقمي وتأثيرها على نجاح المشاريع. من خلال تسليط الضوء على عوامل مثل استراتيجيات التسويق، وتحليل البيانات، وتجربة المستخدم، والاحتفاظ بالعملاء، وغيرها.

وان يقدم البحث نظريات جديدة ونماذج تساهم في فهم أفضل لعمليات التسويق الرقمي.

الأهمية التطبيقية : الأهمية التطبيقية لهذا البحث يساعد البحث في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي للمشاريع والشركات وان يساهم في تحديد الأدوات والقنوات الأكثر فعالية ،

وان يساعد المشاريع على تحقيق التنافسية من خلال فهم آليات التسويق الرقمي وتأثيرها ،والتركيز في تحليل التحديات والاتجاهات الحالية في مجال التسويق الرقمي. يمكن لأصحاب المشاريع الاستفادة من البحث لفهم التغيرات في سلوك المستهلكين واستخدام تلك المعرفة لتكييف استراتيجياتهم والابتكار في حلول جديدة.

المراجع:

آية. (٢٠٢٣). دور التسويق الرقمي في اتخاذ قرار الشراء في & شلابي محمد, م., مصطفى, عبدالنواب, محمد أحمد البشلاوى (1)37, *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*. القطاع العقاري دراسة تطبيقية على الشركات العقارية في القاهرة الكبرى, 1019-1059.

Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425.

<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>

خالد. (٢٠٢٢). آليات تعزيز إدارة التسويق التعليمي الإلكتروني في الكويت.. مدخلاً لتحقيق الميزة & , ظاهر عبيد العازمي, خ (5.2)38, *مجلة كلية التربية (أسيوط)*. التنافسية, 247-286.

Rizvanović, B., Zutshi, A., Grilo, A., & Nodehi, T. (2023). Linking the potentials of extended digital marketing impact and start-up growth: Developing a macro-dynamic framework of start-up growth drivers supported by digital marketing. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122128. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122128>