

عوامل الفاعلية المعرفية الإعلانات الرقمية عبر المجتمعات الاستهلاكية الافتراضية

إعداد وتقديم الباحثة :
هديل بنت كمال مغربي



رابط الدراسة :

https://jwms.journals.ekb.eg/article_361071_062f63_1357c0679686e6bcaae844ff42.pdf?lang=ar

Chapter
01

نقد أهمية الدراسة :

□ **تكرار الفكرة:** إن أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للإعلانات الرقمية موضوعٌ قد تم تناوله بشكل واسع في الأدبيات الحالية. قد يكون من المفيد التركيز على جوانب جديدة أو غير مستكشفة، مثل تأثير التقنيات الناشئة (كالذكاء الاصطناعي والواقع المعزز) على فعالية الإعلانات.

□ **تعميم النتائج:** من الصعب تعميم نتائج دراسة تركز على مجتمع استهلاكي افتراضي محدد على كافة المجتمعات الاستهلاكية. يجب أن تأخذ الدراسة في اعتبارها اختلاف الثقافات والتوجهات الاستهلاكية بين المجتمعات المختلفة.

❑ **تركيز محدود:** تشير أهمية الدراسة إلى تأثير الإعلانات الرقمية على سلوك الشراء، يمكن توسيع النطاق ليشمل دراسة تأثيرها على جوانب أخرى مثل بناء العلامة التجارية وولاء العملاء.

❑ **نقص الدقة في تحديد العوامل:** كان من المهم تحديد العوامل المحددة التي تؤثر على فعالية الإعلانات الرقمية بشكل أكثر دقة وتفصيل، استخدام مصطلحات عامة قد يحد من القدرة على تقديم توصيات عملية دقيقة.



Chapter

01

نقد أهمية الدراسة :

❑ **التطور السريع للتقنيات:** قد يكون التركيز على التقنيات الحالية أقل فعالية، حيث أن التكنولوجيا والإعلانات الرقمية في تطور مستمر، يجب أن تتضمن الدراسة تحليلاً للمستقبل وكيف يمكن أن تتغير الاستراتيجيات الإعلانية مع تطور التكنولوجيا.

❑ **عدم تضمين الجوانب السلبية:** في حين أن الدراسة تركز على الجوانب الإيجابية للإعلانات الرقمية، قد يكون من المهم أيضاً استكشاف الجوانب السلبية مثل مخاطر الخصوصية والاعتماد الزائد على التكنولوجيا.



Chapter

01

نقد أهمية الدراسة :

Chapter

02

صياغة محسنة للأهمية :

تُعَدُّ هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة في ظل الانتشار الواسع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للتفاعل بين الشركات والجمهور.

- الزيادة في استخدام هذه المنصات تجعل من الضروري فهم كيفية تصميم إعلانات رقمية تتماشى مع التوجهات الرقمية الحديثة وتلبي احتياجات المستهلكين.
- تحليل العوامل الفاعلة في الإعلانات الرقمية وتأثيرها على سلوك المستهلك، مما يساهم في تحسين فعالية الحملات التسويقية.
- توفر الدراسة رؤية معمقة حول كيفية الاستفادة من التقنيات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة، لتحسين استهداف الإعلانات وتعزيز تجربة المستخدم.
- تقديم إرشادات عملية للمسوقين الإلكترونيين حول كيفية تطوير محتوى إعلاني يتماشى مع تفضيلات الجمهور ويعزز التفاعل معه لتحقيق أقصى استفادة من ميزانيات الإعلانات الرقمية وزيادة عائد الاستثمار.

حيث تسعى هذه الدراسة إلى سد الفجوات المعرفية في مجال الإعلانات الرقمية وتقديم توصيات قائمة على الأدلة لمساعدة الشركات في تحسين استراتيجياتها التسويقية والتكيف مع التغيرات المستمرة في السوق الرقمي

- ❑ توضيح الفئة المستهدفة: يُفضل تحديد الفئات المستهدفة من الدراسة بشكل أكثر دقة، مثل الفئات العمرية أو الجغرافية أو الاهتمامات، لزيادة التركيز على تأثير الإعلانات الرقمية في هذه الفئات.
- ❑ تضمين أمثلة واقعية: إضافة أمثلة واقعية من حملات إعلانية ناجحة وغير ناجحة قد تساعد في توضيح أهمية الدراسة وتقديم سياق عملي لأهمية نتائجها.
- ❑ التركيز على الابتكار التقني: توسيع النقاش حول التقنيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، وكيف يمكن استخدامها لتحسين فعالية الإعلانات الرقمية والتفاعل مع المستهلكين.
- ❑ دراسة الجوانب السلبية: بالإضافة إلى تسليط الضوء على الفوائد، يمكن للدراسة أيضاً أن تناقش الجوانب السلبية للإعلانات الرقمية، مثل التأثير على الخصوصية أو التحايل، وكيفية معالجتها.
- ❑ التحليل المقارن: يمكن تحسين الأهمية من خلال تقديم تحليل مقارن بين الإعلانات الرقمية ووسائل الإعلان التقليدية، وتوضيح كيف أن استخدام الإعلانات الرقمية يوفر فرصاً وتحديات جديدة.

مقترحات لتحسين
الأهمية :

- **الأثر الاقتصادي والاجتماعي:** توسيع الدراسة لتشمل تحليل الأثر الاقتصادي والاجتماعي للإعلانات الرقمية، وكيف تساهم في نمو الأعمال التجارية وتعزيز الاقتصاد الرقمي.
- **التفاعل الثقافي:** تتضمن الدراسة أهمية فهم الثقافة المحلية والجمهور المستهدف، وكيفية تأثير الثقافة على استجابة الجمهور للإعلانات الرقمية.
- **توضيح التطبيقات العملية:** من الأفضل توضيح كيف يمكن استخدام نتائج الدراسة لتطوير استراتيجيات تسويق رقمية أكثر فعالية، بما في ذلك كيفية تصميم إعلانات تتماشى مع مختلف التقنيات والمنصات.
- **الدور التعليمي:** توضيح كيف يمكن للدراسة أن تساعد في تعليم الممارسين في مجال التسويق الرقمي حول أفضل الممارسات والأساليب المستندة إلى البيانات.

مقترحات لتحسين
الأهمية :



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

