

مقترح بحث / Research Proposal

عنوان البحث / Research Title

The Impact of Social Media Marketing on Customer Purchase Decisions

تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى العملاء

المقدمة / Introduction

مع النمو السريع لمنصات التواصل الاجتماعي، تعتمد الشركات بشكل متزايد عليها كأداة تسويقية أساسية. لقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي كيفية تفاعل الشركات مع العملاء، وأثرت على تصوراتهم، وأثرت على قرارات الشراء الخاصة بهم. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الشراء لدى العملاء.

مشكلة البحث / Research Problem

على الرغم من الاستخدام الواسع النطاق للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فإن تأثيره الفعلي على قرارات الشراء لدى العملاء لا يزال غير واضح. تعالج هذه الدراسة هذه الفجوة من خلال فحص العلاقة بين التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك المستهلك.

أسئلة البحث / Research Questions

سؤال البحث الرئيسي:

كيف يؤثر التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى العملاء؟

الأسئلة الفرعية:

- هل يؤثر محتوى وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء؟
- هل تؤثر الإعلانات المدفوعة على العملاء؟
- هل تؤثر مراجعات العملاء على قرارات الشراء؟
- هل تزيد المشاركة (الإعجابات، التعليقات) من الثقة؟

أهداف البحث / Research Objectives

1. فحص تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على العملاء.
2. تحليل دور الإعلانات الرقمية.
3. تحديد تأثير مراجعات العملاء.
4. تقديم توصيات لتحسين استراتيجيات التسويق.

الفرضيات / Hypotheses

- H0: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ليس له تأثير على قرارات الشراء.
- H1: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير كبير على قرارات الشراء.

متغيرات البحث / Research Variables

المتغير المستقل (Independent Variable): التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع (Dependent Variable): قرار الشراء لدى العميل.

منهجية البحث / Research Methodology

- نوع البحث: كمي (Quantitative).
- جمع البيانات: استبيان (Questionnaire).
- العينة: مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي.
- طريقة التحليل: التحليل الإحصائي (Excel/SPSS).

أهمية البحث / Research Significance

نظرياً: يساهم في فهم سلوك المستهلك.

عملياً: يساعد الشركات على تحسين استراتيجيات التسويق وزيادة المبيعات.

Conclusion / الخاتمة

تقدم هذه الدراسة رؤى حول كيفية تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى العملاء وتقدم توصيات قيمة للشركات.