

دور إدارة وسائل التواصل الاجتماعي للشركات السعودية الناشئة في توسيع قاعدة عملائها

يُعَدُّ هذا الاستبيان جزءًا من بحث الماجستير الذي يهدف إلى دراسة دور إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في الشركات السعودية الناشئة في توسيع قاعدة عملائها. يُرجى التكرم بالإجابة بدقة، حيث سيتم استخدام البيانات لأغراض علمية فقط، مع ضمان السرية التامة وعدم مشاركة الإجابات مع أي جهة خارجية.

* تشير إلى أنَّ السؤال مطلوب

1. بيانات المشترك *

2. النوع *

حدد دائرة واحدة فقط.

ذكر

☐

أنثى

☐

3. المستوى التعليمي *

حدد دائرة واحدة فقط.

ثانوية عامة

☐

دبلوم

☐

بكالوريوس

☐

ماجستير

☐

دكتوراه

☐

4. *** ما الهدف الأساسي من استخدام شركتكم لوسائل التواصل؟ 1.**
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

حدد كل الإجابات الملائمة

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية
- جذب عملاء جدد
- التواصل مع العملاء الحاليين
- الإعلان عن المنتجات/الخدمات
- خدمة العملاء والدعم الفني

☐
☐
☐
☐
☐

5. *** ما المنصات التي تُدار بشكل نشط في شركتكم؟ 2.**
(يمكن اختيار أكثر من منصة)

حدد كل الإجابات الملائمة

- تويتر
- إنستغرام
- تيك توك
- لينكدإن
- سناپ شات
- فيسبوك
- يوتيوب

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

6. *** من المسؤول عن إدارة حسابات التواصل الاجتماعي؟ 3.**

حدد دائرة واحدة فقط

- المالك/المؤسس
- موظف بدوام كامل
- موظف ضمن مهامه وليس متخصصًا
- وكالة تسويق خارجية
- متعاون/فري لانسر
- لا يوجد إدارة منتظمة

☐
☐
☐
☐
☐
☐

7. ***معدل النشر على وسائل التواصل لديكم هو 4.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- يوميًا
- مرات أسبوعيًا 3-5
- مرة إلى مرتين أسبوعيًا
- مرات شهريًا 1-3
- بشكل غير منتظم
- لا يتم النشر حاليًا

☐
☐
☐
☐
☐
☐
8. ***ما نوع المحتوى الأكثر استخدامًا؟ 5.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- صور للمنتجات/الخدمات
- فيديوهات ترويجية
- محتوى تعليمي
- محتوى ترفيهي/ترند
- تجارب العملاء
- عروض وخصومات

☐
☐
☐
☐
☐
☐
9. ***هل تعتمد الشركة على المؤثرين في التسويق عبر التواصل؟ 6.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- نعم بشكل منتظم
- نعم أحيانًا
- لا ولكن نفكر بذلك
- لا ولا نفضله
- تم التجربة ولم تكن فعّالة

☐
☐
☐
☐
☐

10. ***التحديات التي تواجهكم في إدارة التواصل الاجتماعي؟ 7.**
(يمكن اختيار أكثر من تحدي)

حدد كل الإجابات الملائمة

- ضعف التفاعل
- نقص المحتوى
- عدم وجود مختصين
- قلة الميزانية
- صعوبة فهم الجمهور
- التنافس العالي
- أخرى: ____

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

11. ***ما الميزانية الشهرية التقريبية لإدارة التواصل والإعلانات؟ 8.**

حدد دائرة واحدة فقط

- بدون ميزانية (0 ريال)
- أقل من 1000 ريال
- ريال 1000–3000
- ريال 3000–7000
- أكثر من 7000 ريال

☐
☐
☐
☐
☐

القسم الثاني

ثانيًا: توسيع قاعدة العملاء للشركات الناشئة

12. ***هل ساهمت وسائل التواصل في جذب عملاء جدد؟ 1.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- نعم بشكل كبير
- نعم بشكل متوسط
- نعم بشكل بسيط
- لا يوجد تأثير واضح
- لا أعتقد ذلك

☐
☐
☐
☐
☐

13. ***بينما زاد عدد العملاء عبر التواصل كان بسبب 2.**
(يمكن اختيار أكثر من سبب)

حدد كل الإجابات الملائمة.

- الإعلانات المدفوعة
- المحتوى الجذاب
- التسويق عبر المؤثرين
- سرعة الرد على العملاء
- العروض والخصومات
- الترند والمحتوى الفيروسي

☐
☐
☐
☐
☐
☐

14. ***كيف يتواصل العملاء الجدد معكم غالبًا بعد رؤية الشركة في المنصات؟ 3.**

حدد كل الإجابات الملائمة.

- (DM) الرسائل المباشرة
- زيارة الموقع الإلكتروني
- الاتصال الهاتفي
- واتساب
- القدوم للمتجر إن وُجد

☐
☐
☐
☐
☐

15. ***نسبة العملاء القادمين من التواصل مقارنة بإجمالي العملاء هي 4.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- أكثر من 70%
- 50-70%
- 30-50%
- أقل من 30%
- لا أعرف / لم يتم القياس

☐
☐
☐
☐
☐
16. ***ما أكثر منصة ساهمت في زيادة العملاء؟ 5.**

حدد دائرة واحدة فقط.

- إنستغرام
- تويتر
- تيك توك
- سناب شات
- لينكدإن
- يوتيوب

☐
☐
☐
☐
☐
☐
17. ***ما الذي يجذب العملاء للتعامل مع شركتكم عبر المنصات؟ 6.**
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

حدد كل الإجابات الملائمة.

- جودة المنتج/الخدمة
- السعر المناسب
- سمعة الشركة في التواصل
- التجاوب السريع
- شكل وطريقة عرض المحتوى
- توصيات العملاء

☐
☐
☐
☐
☐
☐

18. ***كيف تقيس الشركة نمو قاعدة العملاء الناتج عن وسائل التواصل؟**

حدد دائرة واحدة فقط.

- عبر عدد الطلبات
- عبر عدد الرسائل والاستفسارات
- باستخدام أدوات تحليل المنصات
- عبر زيارات الموقع
- لا يتم القياس حاليًا

☐
☐
☐
☐
☐19. ***ما اقتراحاتكم لتحسين جذب العملاء عبر التواصل؟**
(إجابة كتابية)

20. أشكركم على تعاونكم ومشاركتكم التي تسهم في إثراء البحث العلمي، وأتمنى لكم ولشركاتكم دوام التقدم والنجاح

Google لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل

نماذج Google

