



أهمية استخدام الشركات الكبيرة لبحوث التسويق في ظل التحول الرقمي

The importance of large companies using marketing research in light of the digital transformation

يشهد عالم الأعمال تحولاً رقمياً غير مسبوق، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءاً لا يتجزأ من حياة المستهلكين. في هذا السياق، تواجه الشركات الكبيرة تحديات وفرصاً جديدة في مجال التسويق. تلعب بحوث التسويق دوراً حيوياً في مساعدة هذه الشركات على فهم سلوك المستهلكين المتغير، وتحديد الاتجاهات الجديدة، واتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.

ففي ظل التحول الرقمي، أصبحت بحوث التسويق أداة أساسية للشركات الكبيرة لتحقيق النجاح. من خلال فهم سلوك المستهلكين المتغير، وتحديد الاتجاهات الجديدة، واتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة، يمكن للشركات الكبيرة البقاء في صدارة المنافسة وتحقيق النمو المستدام.

أهمية بحوث التسويق في ظل التحول الرقمي:

• فهم سلوك المستهلكين :

- تساعد بحوث التسويق الشركات على فهم كيفية تفاعل المستهلكين مع العلامات التجارية والمنتجات عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- يمكن للشركات تحليل البيانات التي يتم جمعها من وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول لفهم تفضيلات المستهلكين واحتياجاتهم.



• تحديد الاتجاهات الجديدة :

- تساعد بحوث التسويق الشركات على تحديد الاتجاهات الجديدة في السوق، مثل ظهور تقنيات جديدة أو تغير سلوك المستهلكين.
- يمكن للشركات استخدام هذه المعلومات لتطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات المستهلكين المتغيرة.

• اتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة :

- تساعد بحوث التسويق الشركات على اتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة، مثل تحديد أفضل القنوات التسويقية للوصول إلى المستهلكين، وتحديد الأسعار المناسبة للمنتجات والخدمات.
- يمكن للشركات استخدام هذه المعلومات لتحسين فعالية حملاتها التسويقية وزيادة عائد الاستثمار.

• تحسين تجربة العملاء :

- تساعد بحوث التسويق الشركات على فهم تجربة العملاء عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- يمكن للشركات استخدام هذه المعلومات لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم وولائهم.

• التخصيص والتسويق الشخصي :

- القدرة على جمع وتحليل كميات هائلة من بيانات العملاء تسمح للشركات بتخصيص تجارب التسويق بشكل دقيق.
- يمكن استخدام هذه البيانات لإنشاء حملات تسويقية مستهدفة ورسائل مخصصة لكل عميل، مما يزيد من فعاليتها.

• قياس العائد على الاستثمار (ROI):



- في العصر الرقمي، أصبح قياس فعالية الحملات التسويقية أكثر دقة وسهولة.
- يمكن للشركات تتبع أداء حملاتها عبر الإنترنت وتحليل البيانات لتحديد العائد على الاستثمار وتحسين استراتيجياتها.

• تحليل المنافسين :

- يمكن للشركات استخدام أدوات تحليل المنافسين الرقمية لمراقبة أنشطة منافسيها عبر الإنترنت.
- يمكن تحليل استراتيجيات المنافسين في وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والإعلانات الرقمية، لتحديد نقاط القوة والضعف وتطوير استراتيجيات تنافسية.

دراسة حالة لعشر شركات:

1. أمازون : (Amazon)

- تستخدم أمازون بحوث التسويق لتحليل بيانات العملاء وتخصيص تجربة التسوق لكل عميل.
- تستخدم أمازون أيضاً بحوث التسويق لتحديد الاتجاهات الجديدة في السوق وتطوير منتجات وخدمات جديدة، مثل خدمة أمازون برايم.

2. جوجل : (Google)

- تستخدم جوجل بحوث التسويق لتحليل بيانات البحث وتحديد اهتمامات المستهلكين.
- تستخدم جوجل أيضاً بحوث التسويق لتطوير منتجات وخدمات جديدة، مثل محرك البحث جوجل والإعلانات عبر الإنترنت.

3. فيسبوك : (Facebook)



- تستخدم فيسبوك بحوث التسويق لتحليل بيانات المستخدمين وتخصيص الإعلانات لكل مستخدم.
- تستخدم فيسبوك أيضاً بحوث التسويق لتطوير منتجات وخدمات جديدة، مثل منصة فيسبوك للتجارة الإلكترونية.

4. نتفليكس (Netflix)

- تستخدم نتفليكس بحوث التسويق لتحليل بيانات المشاهدة وتخصيص توصيات المحتوى لكل مستخدم.
- تستخدم نتفليكس أيضاً بحوث التسويق لتطوير محتوى أصلي يلبي اهتمامات المشاهدين.

5. آبل (Apple)

- تستخدم آبل بحوث التسويق لفهم احتياجات المستهلكين وتطوير منتجات مبتكرة.
- تركز آبل على تجربة المستخدم وتستخدم بحوث التسويق لتحسين تصميم منتجاتها وخدماتها.

6. ستاربكس (Starbucks)

- تستخدم ستاربكس بحوث التسويق لفهم تفضيلات العملاء وتطوير منتجات ومشروبات جديدة.
- تستخدم ستاربكس أيضاً بحوث التسويق لتحسين تجربة العملاء في متاجرها وتطبيقاتها.

7. ناايكي (Nike)

- تستخدم ناايكي بحوث التسويق لفهم سلوك المستهلكين في مجال الرياضة والأزياء.



- تستخدم نايكي أيضاً بحوث التسويق لتطوير حملات تسويقية مبتكرة تستهدف فئات مختلفة من المستهلكين.

8. مايكروسوفت (Microsoft):

- تستخدم مايكروسوفت بحوث التسويق لفهم احتياجات الشركات والمستهلكين في مجال التكنولوجيا.
- تستخدم مايكروسوفت أيضاً بحوث التسويق لتطوير برامج وخدمات جديدة تلبي احتياجات المستخدمين.

9. سامسونج (Samsung):

- تستخدم سامسونج بحوث التسويق لفهم تفضيلات المستهلكين في مجال الإلكترونيات والأجهزة المنزلية.
- تستخدم سامسونج أيضاً بحوث التسويق لتطوير منتجات مبتكرة تتنافس في الأسواق العالمية.

10. كوكاكولا (Coca-Cola):

- تستخدم كوكاكولا بحوث التسويق لفهم سلوك المستهلكين في مجال المشروبات الغازية.
- تستخدم كوكاكولا أيضاً بحوث التسويق لتطوير حملات تسويقية عالمية تتناسب مع ثقافات مختلفة.