



السنة الثالثة ليسانس تسويق

إمتحان في مقياس التسويق الرقمي

السؤال:

تعمل مؤسسة NOVALE في سوق يشهد منافسة شديدة وتغزواً متسلعاً في سلوك الزبائن. رغم جودة خدماتها، تعاني المؤسسة من ضعف حضورها الرقمي، وانخفاض التفاعل على منصاتها الإلكترونية، إضافة إلى تراجع عدد الزبائن الجدد القادمين عبر الإنترنت.

قررت إدارة المؤسسة اعتماد استراتيجية تسويق رقمي متكاملة تهدف إلى:

- تحسين صورتها الذهنية عبر الوسائط الرقمية
- زيادة عدد الزوار لموقعها الإلكتروني
- رفع مستوى التفاعل مع الزبائن
- تعزيز القيمة المبركة للعميل وتحقيق الولاء

المطلوب:

1. حلّ وضعية المؤسسة الرقمية الحالية مبيّناً أهم نقاط الضعف التي تعاني منها في المجال الرقمي.

2. اقترح مزيجاً من أدوات التسويق الرقمي التي يمكن للمؤسسة اعتمادها (الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، تحسين محركات البحث، الإعلانات الرقمية...) مع تبرير اختيارك.

3. حدّد الأهداف التسويقية الرقمية للمؤسسة وفق معايير smart محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، واقعية، ومحددة زمنياً

4. اشرح كيف تساهم استراتيجية التسويق الرقمي المقترحة في رفع القيمة المدركة للزبون وتحسين رضاه وولائه.