

الاسم

سايح فطيمة و جلام كريمة

عنوان المداخلة

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز نية شراء المستهلك -دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين-

عنوان الملتقى

المؤتمر الدولي الأول للتوجهات الحديثة للتسويق

يومي 2 و 3 ماي 2018، سطيف، الجزائر.

النوع

مداخلة دولية

اللغة

عربية

ملخص

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال بعدي محتوى الشركة ومحتوى المستخدم و المصادقية على نية شراء المستهلك الجزائري. استخدمت الدراسة العينة عشوائية من أجل الوصول إلى الأشخاص الذين يستخدمون شبكة التواصل لتحفيز نية الشراء، واستخدمت الأسلوب الوصفي التحليلي من تكرارات، ونسب مئوية، ومتوسطات حسابية، وانحرافات لوصف العينة، والانحدار البسيط والمتعدد لاختبار الفرضيات، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود اثر لشبكات التواصل الاجتماعي على نية الشراء، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحتوى الشركة و محتوى المستخدم و المصادقية في وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء. أوصت الدراسة بأهمية تبني الشركات وسائل التواصل الاجتماعي في أعمالها لتحفيز نية الشراء، وتركيز جهودها في تحسين فاعلية محتواها على مواقع التواصل الاجتماعي.

كلمات مفتاحية:

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، سلوك المستهلك، محتوى الشركة، محتوى المستخدم، المصادقية، نية الشراء.