

دراسة وبحث السوق على الإنترنت Online Market Research



دراسة وبحث السوق على الإنترنت

محتوى الدورة التدريبية

- مقدمة عن دراسة وبحث السوق على الإنترنت

- الصورة العامة لعملية البحث

- أنواع البحث والدراسة Research Types

- مراحل عملية البحث Research Process

- طرق البحث والدراسة المختلفة Research Techniques

- دراسة وبحث السوق على الإنترنت

- دراسة الوضع الحالي للشركة Business Identification

- دراسة الجمهور المستهدف Consumer Demand

- دراسة المنافسين Competition Analysis



المحاضرة الأولى

مقدمة عن دراسة وبحث السوق على الإنترنت

Online Market Research Basics



الصورة العامة لعملية البحث

The Big Picture

دراسة وبحث السوق على الإنترنت

الصورة العامة لعملية البحث





أنواع البحث والدراسة

Market Research Types

أنواع البحث والدراسة

أنواع البحث والدراسة وخصائصها

• مقدمة عن دراسة وبحث السوق على الإنترنت

○ البحث الأساسي Primary

○ البحث الثانوي Secondary Research

• خصائص عملية البحث

○ كمي Quantitative / كفي Qualitative

○ عام Generative / تقييمي Evaluative

○ ملاحظة Observation



مراحل عملية البحث والدراسة

Market Research Process

مراحل عملية البحث والدراسة

مراحل عملية البحث والدراسة

“It’s all about finding the right QUESTIONS.”

1. تحديد المشكلة Defining Problem
2. اختيار عينة الجمهور Audience Sample
3. تجهيز الأسئلة Developing Questions
4. اختيار طريقة البحث والدراسة Research Technique
5. جمع البيانات وتنظيمها Collect & Utilize Data
6. تحليل البيانات ودراساتها Analyze Data



طرق البحث والدراسة المختلفة

Research Techniques

طرق البحث والدراسة المختلفة

تطبيق مبدأي SWOT, PEST

	Helpful	Harmful
Internal	Strengths S	Weaknesses W
External	Opportunities O	Threats T

طرق البحث والدراسة المختلفة

تطبيق مبدأي SWOT, PEST

P	E	S	T	L	E
POLITICAL	ECONOMIC	SOCIOLOGICAL	TECHNOLOGICAL	LEGAL	ENVIRONMENTAL
Stability of government	Economic growth	Income distribution	International influences	Tax policies	Regulations and restrictions
Potential changes to legislation	Employment rates	Demographic influences	Changes in information technology	Employment laws	Customer attitudes
Global influences	Inflation rates	Lifestyle factors	Take-up rates	Industry regulations	
	Monetary policy			Health and safety regulations	
	Consumer confidence				

طرق البحث والدراسة المختلفة

الاستفتاءات والاستقصاءات Surveys / Questionnaires

- أنواع الأسئلة في الاستبيانات
 - الأسئلة المنتهية Closed-Ended Questions
 - الأسئلة المفتوحة Open-Ended Questions
- نصائح لعمل استقصاء متميز
 - يفضل ألا يزيد عدد الأسئلة 15 : 20 سؤال.
 - الأسئلة المنتهية أفضل بكثير.
 - يفضل ألا تتجاوز نسبة الأسئلة المفتوحة معدل 2 : 3 أسئلة.
 - لا بد من تحفيز وتشجيع العملاء على ملء الاستمارة.
- أدوات مميزة لعمل الاستقصاءات على الإنترنت
 - Google Forms / Type Form / Survey Monkey

طرق البحث والدراسة المختلفة

طرق أخرى للبحث

- المقابلات الشخصية Interviews
- Online Chatting: Messenger, Google Hangouts
- المجموعات البحثية Focused Groups
- البحث بالملاحظة Observational Research



دراسة وبحث السوق على الإنترنت

Online Market Research



دراسة الشركة وتوجهاتها

Business Identification



بحث سلوك المستهلكين Consumer Demand



دراسة وتحليل المنافسين

Competition Analysis



شكراً لكم