الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور التسويق الرقمي كآلية لاستقطاب الزبائن الجدد في البيئة التنافسية المعاصرة، من خلال دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية سطيف خلال الفترة (2021-2026). ولتحقيق ذلك، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة، من خلال تحليل البيانات الرسمية الخاصة بأعداد الزبائن الجدد المستقطبين عبر منصات التسويق الرقمي (الموقع الإلكتروني، فيسبوك، فضاء الزبون)، وكذا أعداد الخطوط المقتناة حسب نوع الخدمة (4G LTE، الهاتف الثابت، الألياف البصرية).

وبعد اختبار الفرضيات، توصلت الدراسة إلى أن التسويق الرقمي يمثل آلية فعالة لاستقطاب الزبائن الجدد، حيث ساهمت القنوات الرقمية في جلب 3978 زبونًا جديدًا خلال فترة الدراسة، كان البريد الإلكتروني والفيسبوك أكثر القنوات فعالية، في حين شهد تطبيق "فضاء الزبون" نموًا متسارعًا؛ كما بينت النتائج أن العروض الرقمية الموجهة (الألياف البصرية، تحسين السرعات) ساهمت في تعزيز جاذبية المؤسسة وتنافسيتها؛ وأخيرا أوصت الدراسة بضرورة مواصلة تطوير أدوات التسويق الرقمي، وتنويع المنصات المستخدمة، وتحسين الخدمات الإلكترونية المقدمة للزبائن.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي، استقطاب الزبائن الجدد، البيئة التنافسية المعاصرة، اتصالات الجزائر، الوسائل الرقمية.

Abstract:

This study aimed to highlight the role of digital marketing as a mechanism for attracting new customers within the contemporary competitive environment, through a case study of Algérie Télécom in the Sétif region during the period (2021-2026). To achieve this, the study relied on the descriptive analytical method and the case study approach, by analyzing official data on the number of new customers acquired through digital marketing platforms (website, Facebook, Customer Space app), as well as the number of lines subscribed according to service type (4G LTE, fixed-line telephone, fiber optics). After testing the hypotheses, the study found that digital marketing represents an effective mechanism for attracting new customers, as digital channels contributed to acquiring 3,978 new customers during the study period, with email and Facebook being the most effective channels, while the "Customer Space" application showed rapid growth. The results also showed that targeted digital offers (fiber optics, speed upgrades) helped enhance the company's attractiveness and competitiveness. The study recommended continuing to develop digital marketing tools, diversifying the platforms used, and improving the electronic services offered to customers.

Keywords : Digital Marketing, New Customer Acquisition, Contemporary Competitive Environment, Algérie Télécom, Digital Strategies.

Résumé :

Cette étude visait à mettre en évidence le rôle du marketing digital comme mécanisme d'attraction de nouveaux clients dans l'environnement concurrentiel contemporain, à travers une étude de cas d'Algérie Télécom dans la wilaya de Sétif durant la période (2021-2026). Pour atteindre cet objectif, l'étude s'est appuyée sur l'approche descriptive analytique et la méthode de l'étude de cas, en analysant les données officielles relatives au nombre de nouveaux clients attirés via les plateformes de marketing digital (site web, Facebook, E-espace client), ainsi que le nombre de lignes acquises selon le type de service (4G LTE, téléphone fixe, fibre optique). Après le test des hypothèses, l'étude a révélé que le marketing digital constitue un mécanisme efficace pour attirer de nouveaux clients, puisque les canaux numériques ont contribué à capter 3978 nouveaux clients durant la période de l'étude. L'e-mail et Facebook ont été les canaux les plus efficaces, tandis que l'application « E-espace client » a enregistré une croissance accélérée. Les résultats ont également montré que les offres numériques ciblées (la fibre optique et l'amélioration des débits) ont contribué à renforcer l'attractivité et la compétitivité de l'entreprise. Enfin, l'étude a recommandé la nécessité de poursuivre le développement des outils de marketing digital, de diversifier les plateformes utilisées et d'améliorer les services électroniques fournis aux clients.

Les mots clés : Marketing digital, Attraction de nouveaux clients, Environnement concurrentiel contemporain, Algérie Télécom, Moyens numériques.