

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام الوسائط الرقمية في تعزيز المبيعات من خلال دراسة حالة مؤسسة موبيليس – سطيف-، وللإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الوثائق، والمعطيات على منصات التواصل الاجتماعي، والاعتماد على اختبارات إحصائية باستخدام برنامج Spss.

وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤسسة تعتمد على الوسائط الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والمواقع الإلكترونية) للإعلان عن مختلف خدماتها، وذلك بتكثيف حملاتها الرقمية، وتعزيز التفاعل والاتصال مع عملائها، وكذلك تخصيص ميزانية كبيرة للتسويق الرقمي، لما لديها من دور مهم وفعال في تعزيز مبيعاتها.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الرقمية، التسويق الرقمي، المبيعات، موبيليس

Abstract

This study aims to examine the current state of digital media use in boosting sales through a case study of Mobilis in Setif, To address the research question, a descriptive-analytical approach was adopted, involving the analysis of documents and data from social media platforms, as well as statistical tests using SPSS software.

The study concluded that the company relies on digital media (social media, apps, and websites) to advertise its various services by intensifying its digital campaigns, enhancing interaction and communication with its customers, and allocating a significant budget to digital marketing, given its important and effective role in boosting sales.

Keywords: Digital Media, Digital Marketing, Sales, Mobilis.

Résumé

Cette étude vise à faire le point sur l'utilisation des médias numériques dans la promotion des ventes à travers l'étude de cas de l'entreprise Mobilis – Sétif –, Pour répondre à la problématique posée, nous avons adopté une approche descriptive et analytique, en analysant des documents et des données issues des réseaux sociaux, et en recourant à des tests statistiques à l'aide du logiciel SPSS.

L'étude a conclu que l'entreprise s'appuie sur les médias numériques (réseaux sociaux, applications et sites web) pour promouvoir ses différents services, en intensifiant ses campagnes numériques, en renforçant l'interaction et la communication avec ses clients, ainsi qu'en allouant un budget important au marketing numérique, compte tenu du rôle important et efficace que celui-ci joue dans la stimulation de ses ventes.

Mots-clés : médias numériques, marketing numérique, ventes, Mobilis