

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

مذكرة التخرج ضمن متطلبات

نيل شهادة ماستر تخصص فن الإشهار



النسويق الرقمي واثره في تحسين تجربة العملاء وزيادة

الولاء للعلامة التجارية

- دراسة تحليلية لومضة آيفون 2025

من إعداد الطالب

• صهيب فرقاني

السنة الجامعية 2025/2024

ملخص

تهدف هذه المذكرة إلى دراسة أثر التسويق الرقمي في تحسين تجربة العملاء وتعزيز ولائهم للعلامة التجارية، من خلال تحليل ومضة إشهارية صادرة عن شركة Apple بعنوان :
.Privacy on iPhone | Tracked (2025).

وقد تناول الإطار النظري للمذكرة المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتسويق الرقمي، تجربة العميل، والولاء للعلامة التجارية، مع التركيز على العلاقات التفاعلية بين هذه العناصر في السياق الرقمي المعاصر.

أما في الجانب التطبيقي، فقد تم إجراء تحليل دقيق للمضة الإشهارية باعتبارها نموذجًا عمليًا لاستراتيجية تسويقية فعّالة تستند إلى إبراز أهمية حماية خصوصية المستخدم كعنصر جاذب ومحفز للثقة والولاء.

وقد خلّصت الدراسة إلى أن اعتماد استراتيجيات تسويق رقمي قائم على قيم إنسانية، كحماية البيانات والخصوصية، يُسهم بفعالية في تعزيز ثقة العملاء، ويقوي ارتباطهم العاطفي بالعلامة التجارية، مما يؤدي في النهاية إلى رفع مستويات الولاء وتحقيق استدامة العلاقة بين المؤسسة والعملاء.

الكلمات المفتاحية: التسويق، الرقمي، الولاء، العلامة التجارية، أيفون.

Abstract:

This is the revised English translation of your full text, including the keywords: This thesis aims to examine the impact of digital marketing on enhancing customer experience and strengthening their loyalty to the brand, through an analysis of a commercial by Apple titled Privacy on iPhone | Tracked (2025). The theoretical framework of the thesis explores the key concepts related to digital marketing, customer experience, and brand loyalty, with a focus on the interactive relationships among these elements within the contemporary digital context.

In the practical section, a detailed analysis of the commercial was conducted, considering it a practical model of an effective marketing strategy that emphasizes the importance of user privacy protection as an attractive factor that fosters trust and loyalty.

The study concluded that adopting digital marketing strategies based on human values—such as data and privacy protection—contributes effectively to reinforcing customer trust and deepening their emotional connection with the brand.

Ultimately, this leads to increased loyalty and the sustainability of the relationship between the company and its customers.

Keywords: marketing, digital, loyalty, brand, iPhone.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر الإهداء الملخص فهرس المحتويات
	1. مقدمة
ب	1. مقدمة
ث	1.1. إشكالية الدراسة
ج	2.1. أهداف الدراسة
ج	3.1. أهمية الدراسة
ح	4.1. أسباب اختيار الموضوع
خ	6.1. الدراسات السابقة
ر	7.1. صعوبات الدراسة
ز	8.1. هيكلية الدراسة
س	9.1. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
	2. التسويق الرقمي و أثره في تحسين تجربة العملاء وزيادة الولاء للعلامة التجارية
02	1.1.2 مفهوم التسويق الرقمي

03	2.1.2. خصائص التسويق الرقمي
07	3.2.1. أنواع التسويق الرقمي
11	2.2. العلامة التجارية
11	1.2.2. مفهوم العلامة التجارية
12	2.2.2. العلامة التجارية كأداة تواصل إعلاني
13	3.2.2. العلاقة بين العلامة التجارية و بين الإشهار
15	4.2.2. خصائص العلامة التجارية
17	3.2. تجربة العملاء و الولاء للعلامة التجارية
17	1.3.2. تعريف تجربة العملاء
19	2.3.2. العناصر الأساسية لتجربة العملاء
22	3.3.2. مفهوم الولاء للعلامة التجارية
23	4.3.2. الأبعاد النفسية و السلوكية للولاء للعلامة التجارية
25	4.2. العلاقة بين فن التسويق الرقمي و تجربة العملاء
25	1.4.2. كيفية تأثير الأدوات الرقمية على تفاعل العميل
28	2.4.2. أهمية الإبداع في الإعلانات الرقمية و دوره في نقل الرسائل بفعالية
3. الإجراءات المنهجية للدراسة	
33	3. الإجراءات المنهجية للدراسة

33	1.3. منهج الدراسة
33	2.3. حدود الدراسة
34	3.3. مجتمع الدراسة
34	4.3. عينة الدراسة
34	5.3. أدوات الدراسة
4- دراسة تحليلية لومضة أيفون Privacy on iPhone – Flock	
37	4- دراسة تحليلية لومضة أيفون Privacy on iPhone – Flock
37	1.4. البطاقة التقنية للومضة الإشهارية
38	2.4. التقطيع التقني لومضة: Privacy on iPhone Flock
46	3.4. المستوى التضميني Privacy on iPhone Flock
56	4.4. نتائج تحليل الومضة
59	5. خاتمة
62	6. قائمة المراجع
69	7. ملحق