

ملخص :

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير الاشهار الالكتروني على السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية مستخدمة اليوتيوب ، و ذلك من خلال تحديد اهم الاساليب الابداعية و الاقناعية المستخدمة في الرسالة الاشهارية بمختلف انواعها ، وكذلك التعرف على دوافع و حاجات المرأة الجزائرية و ايضا الاشباع المحققة لديها من خلال التعرض للاشهار الالكتروني عبر اليوتيوب .

ومن اجل تحقيق اهداف الدراسة استخدمنا منهج المسح بالعينة فبلغ عدد مفرداتها (350) مفردة و على العينة القصدية ، و استخدمنا كلا من الملاحظة و الاستبيان الالكتروني كأدوات لجمع البيانات تتناسب مع موضوع دراستنا، وتوصلنا في الاخير الى عدد من النتائج نذكر منها :

- من اهم الدوافع التي تؤدي الى تجربة المرأة لاحد المنتجات المعلن عنها عن طريق الاشهار الالكتروني عبر اليوتيوب هو مميزات و ايجابيات المنتج الكثيرة بالاضافة الى سعره المغري.

_ جاءت الحاجات الفيزيولوجية في مقدمة الحاجات التي تدفع المرأة نحو الشراء بالاضافة الى الحاجة الى تحقيق الذات .

- جاء الاشباع الثقافي في مقدمة الاشباع التي تحققت لدى المرأة من خلال تعرضها للاشهار الالكتروني عبر اليوتيوب .

- يعتبر اسلوب الخصم و التخفيض من اهم الاساليب التحفيزية التي تحفز المرأة الجزائرية على شراء منتجات معلن عنها من خلال الاشهار الالكتروني عبر اليوتيوب.

- اكثر الاستمالات الاقناعية المستخدمة في الاشهار الالكتروني عبر اليوتيوب التي تؤثر على السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية هي استمالة السمات و الميزة التنافسية ، اما بخصوص الاستمالات العاطفية فجاءت استمالة المكانة و استمالة الندرة كابرز الاستمالات العاطفية المؤثرة على السلك الشرائي للمرأة الجزائرية.

- اتضح من خلال الدراسة ان اليوتيوب من اكثر الشخصيات المؤثرة على سلوك المرأة الشرائي، من خلال استخدامه لأساليب اغرائية و تحفيزية عديدة من بينها : تجربته الخاصة للمنتج و ابداء رايه

حوله و ضمانه للعلامة التجارية ، اما اغرائيا فكان اغراء البساطة و النظافة و النكهة اكثر المغريات التي يستعملها اليوتيوبر من اجل التأثير على المرأة الجزائرية و حثها على الشراء .

الكلمات المفتاحية : اشهار الكتروني - اليوتيوب - سلوك شرائي -المرأة الجزائرية .

Résumé :

Cette étude vise à connaître l'impact de la publicité électronique sur le comportement des femmes algériennes qui utilisent YouTube envers les campagnes d'achat, en identifiant les méthodes persuasives les plus importantes utilisées dans les messages publicitaires et d'identifier les motivations et les besoins de la femme algérienne exposée aux différents contenus via YouTube.

Afin d'atteindre les objectifs de la recherche, nous avons opté pour la méthode d'enquête par sondage dont le nombre de l'échantillon est de 350 unités comme nous avons utilisé un échantillonnage intentionnel ainsi que l'observation, l'enquête électronique pour la collecte des données.

La recherche en question a abouti aux résultats suivants :

- Parmi les motivations importantes qui conduit la femme à essayer certains produits annoncés sont ses avantages multiples et leur prix attractif.
- Les besoins physiologiques passent au premier plan en plus des besoins d'achat et du besoin de réalisation du soi.
- La satisfaction culturelle vient en premier lieu des autres satisfactions de la femme quand elle exposé à la publicité électronique.
- Les remises et les rabais sont l'une des méthodes de motivation les plus importantes qui poussent les femmes algériennes à acheter des produits annoncés par le biais de la publicité YouTube.
- Les séductions persuasives utilisées dans la publicité en ligne via YouTube influent sur le comportement d'achat chez des femmes algériennes c'est l'avantage de la séduction concurrentielle, mais en ce qui concerne la séduction émotionnelle, la séduction du statut et la séduction de la rareté influent sur le pouvoir d'achat chez les femmes algériennes.

A travers cette étude, il s'est avéré que les youtubers sont les grands influenceurs sur le comportement d'achat chez la femme algérienne en usant de tous les moyens de motivations et de persuasion comme l'expérience personnelle ainsi que la simplicité et la propreté qui représentent les principaux moyens de séduction et qui incitent la femme algérienne à acheter des produits via la publicité électronique.

Mots clés :

La publicité électronique, Youtube, comportement d'achat, la femme algérienne

Abstract:

This study aims to find out the effect of electronic advertising on the purchasing behavior of Algerian woman who uses YouTube by determining the most important creative and persuasive methods used in the advertising message of all genre as well as identifying the motives and needs of Algerian women, as well as the satisfaction gained through exposure to electronic advertising via YouTube.

In order to achieve the objectives of the study, we used the sample survey method, so that the number of its vocabulary reached out 350 word on the intentional sample. As we used both the observation and the electronic questionnaire as tools for data collection that fit with the subject of our study, and in the end, we reached a number of results, including:

- One of the most important motives that push women to try one of the products broadcast through online advertising on YouTube is the many advantages of the product in addition to its attractive price.
- Physiological needs came at the forefront of the needs that push women for the purchase beside to the need for self-actualization.
- Cultural satisfaction came at the priority of the satisfactions that women achieved through their exposure to electronic advertising via YouTube.
- The method of discounting and reducing is one of the most important motivational methods that motivate Algerian women to buy products advertised through electronic advertising on YouTube.

- The most attractive influential used in electronic advertising via YouTube that affects the negative behavior of Algerian women is the temptation of feature and

competitive advantage. As for emotional persuasion, the solicitation of prestige and the appeal of scarcity came as the most prominent emotional solicitation affecting the purchasing behavior of Algerian women.

-It became clear through the study that the YouTuber is one of the most influential means on women's purchasing behavior through his/her use of many tempting and motivational methods, including: his/her own experience of the product and expressing his/her opinion about it and guaranteeing the brand. As for the temptation, simplicity, cleanliness and flavor were the most tempting. Which YouTubers use in order to influence Algerian women and urge them for the purchase.

Key words: Electronic advertising- YouTube - purchasing behavior - Algerian women