

خلال حفل توزيع الجوائز السنوي لعام 2020

«سيرفيس هيرو»: الكويت تشهد أكبر انخفاض في المؤشر العام لرضا العملاء منذ 2010

أطلقت سيرفيس هيرو، المؤشر الوحيد في المنطقة لقياس رضا العملاء، قائمة مزودي الخدمات الأفضل أداءً في البلاد، وذلك خلال حفل الجوائز السنوي لعام 2020 الذي أقيم افتراضياً. وإلى جانب الفائزين على مستوى الدول، تم ترشيح أفضل ثلاث علامات تجارية للجوائز عبر القطاعات الستة عشر على مؤشر رضا العملاء الخاص بسيرفيس هيرو، وذلك في إطار جهودها لتعزيز ثقافة التميز في الخدمة حيث تزيد العلامات التجارية والعملاء.

أبوغزالة: المنشآت التجارية شهدت اضطرابات غير مسبوقة خلال العام الماضي غيرت سلوك المستهلكين بشكل جذري

وفي كلمتها الترحيبية بالمشاركين خلال حفل توزيع الجوائز الافتراضي، استعرضت فائز أبوغزالة، رئيسة سيرفيس هيرو، التحولات التي شهدتها العديد من جوانب الحياة خلال العام 2020 في ظل جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، مشيرة إلى أن قدرة المنشآت التجارية على تقديم أفضل تجربة للعملاء رغم التحديات الراهنة هي ما سيجعلها من الصمود خلال فترة عدم اليقين الحالية غير المسبوقة. وأوضحت أبوغزالة أن حقائق السوق الجديدة وسلوكيات المستهلكين الناجمة عن الجائحة العالمية أبرزت أهمية ولاء العملاء في استمرارية وازدهار الأعمال بشكل عام.

وتشير أبوغزالة إلى أن «المنشآت التجارية شهدت اضطرابات غير مسبوقة خلال عام 2020 -السذي يعد عام الجائحة- أدت إلى تغيير سلوك المستهلكين بشكل جذري. كذلك، تحدثت الجائحة نماذج التشغيل

الخاصة بتلك المنشآت، ووضعت قدراتهم والتزامهم برضا العملاء لأكثر اختباراً على الإطلاق. وبشكل عام، فإن العلامات التجارية تلعب دوراً مهماً خلال الأزمات، فإن العلامات التجارية التي تعزز ثقافة التميز، وترتكز على ترسيخ ولاء عملائها تتمتع باحتمال البقاء والازدهار عند عودة الأمور لطبيعتها. وفي حين تميزت بعض الشركات بالمرونة والتكيف السريع مع المتغيرات، واستجابت لاحتياجات وتوقعات العملاء الجدد، اتسم أداء شركات أخرى بالبطء أو التردد في اتخاذ القرار كما يتضح من الانخفاض الكبير في رضا العملاء في الكويت.

وتضيف أبوغزالة «التحولات الشاملة على المدى البعيد في سلوك المستهلك تجعل الجوائز لعام 2020 أكثر تميزاً، حيث نسعى لتكريم العلامات التجارية الأفضل أداءً، والتي أبدت التزاماً رائعاً بتميز الخدمة في ظل حالة عدم اليقين العميق الحالية. وأود أن أهنئ جميع الفائزين الذين يشكل كل منهم مثلاً يحتذى على مستوى الكويت». وخلال حفل جوائز فاز مطعم تشيزيك فاكطوري بالمركز الأول من بين العلامات التجارية الثلاث التي سجلت أعلى مستويات رضا العملاء بشكل عام في الكويت، في حين احتل كل من بنك بوبيان والخطوط الجوية القطرية المركزين الثاني والثالث على التوالي. وقد جاءت قائمة الفائزين والمرشحين لجوائز مؤشر «سيرفيس هيرو الكويت» لقياس رضا العملاء لعام 2020 في فئاتها الستة عشر كما يلي:



فاتن أبوغزالة

وعلى مدار العام الماضي، شهدت الكويت انخفاضاً ملموساً بنسبة 6% على المستوى الوطني من حيث رضا العملاء، لتسجل أكبر انخفاض منذ العام 2010، من 75.1 في عام 2019 إلى 70.6 في 2020 على مقياس من 100 نقطة. ويؤدي انخفاض مستوى الرضا بطبيعة الحال إلى انخفاض جاذبية العلامة التجارية والولاء لها ما يؤدي بدوره إلى انخفاض الإستهلاك المحلي المدرجة في مؤشر رضا العملاء تمثل 35% من الناتج المحلي الإجمالي للدولة بقيمة تبلغ 3.2 مليار دينار كويتي. ومن بين القطاعات الستة عشر، سجلت العلامات التجارية المحلية، والمقاهي، والمطاعم غير الرسمية أفضل أداء على مقياس الرضا. في حين سجلت كل من مزودو خدمة الإنترنت، وشركات الاتصال، ومقدمو خدمات السيارات ما بعد البيع انخفاضاً على المؤشر. وقد تم تقييم كل فئة من خلال 11 بعداً للخدمة، وهي: الموثوقية، والسرعة، وجودة المنتج، وكفاءة الموظفين، والقيمة مقابل السعر، والموقع، والتطبيق الذكي، والتسليم، ومركز الاتصال. وجودة الموقع الإلكتروني، فضلاً عن حل الشكاوى الواردة. وقد جاءت الموثوقية في مقدمة عوامل تصنيف رضا العملاء عند 76.8 نقطة، يليها الموقع عند 76.6

«تشييز» كيك فاكطوري «وبوبيان» والخطوط القطرية تحرز المراكز الثلاثة الأولى

نقطة، بينما احتلت القيمة مقابل المال المرتبة الأدنى عند 64.8. ومن حيث التأثير على الرضا العام، سجلت التطبيقات ثاني أعلى معدل تأثير بنسبة 25% بعد الموثوقية التي تجاوزت معدل تأثيرها 32%. في حين ظهرت الرضا بشكل عام لأول مرة في تاريخ الاستبيان، وذلك بفضل الاعتماد المتسارع على التسوق الرقمي خلال العام الماضي. ومع تزايد لجوء المستهلكين للتسوق عبر الإنترنت بدلاً من الشراء المباشر من داخل المتاجر، فإنه يتعين على العلامات التجارية اليوم امتلاك منصات رقمية راسخة مع خدمة توصيل موثوق بها للحفاظ على عملياتها. وقد أظهر الاستطلاع وجود تحول كبير في طريقة تفاعل الأشخاص مع العلامات التجارية. وبينما انخفضت الزيارات إلى المتاجر بنسبة 19% على مستوى الكويت،

شهدت الخدمات عبر الإنترنت نمواً بنسبة 40%، وهي تشكل الآن 35% من تفاعلات المستهلكين في الدولة. بالنسبة لبعض الفئات، فإن أكثر من 60% من التفاعلات لديها تتم عبر تطبيقات خاصة؛ مثل: البنوك، ومزودي خدمات الإنترنت، والاتصالات، وتطبيقات التوصيل. وتأتي تصنيفات المؤشر من واقع 20,824 تقييم من قبل المستهلكين ذكوراً وإناثاً، من مختلف الفئات العمرية، والجنسيات، والمستوى التعليمي. وقد شكل الكويتيون 29% من المشاركين في الاستطلاع، بينما شكلت الجنسيات العربية الأخرى 38%، وشكل غير العرب النسبة المتبقية. وكان العملاء الأكثر رضاً عن العلامات التجارية هم من غير العرب، والنساء، وحملة الدبلوم من متراوح أعمارهم بين 18 و 29 عاماً. وفي الوقت نفسه، كان الكويتيين بشكل عام، والرجال درجة الماجستير أو أعلى ممن تتراوح أعمارهم بين 40 و 49 عاماً أنسب معدل رضا.

وخلال حفل توزيع الجوائز، قدم الفائزون مقاطع فيديو مسجلة تستعرض جهودهم في المحافظة على تميز الخدمات، بما يتماشى مع مفهوم سيرفيس هيرو «ثلاثي التميز»، والذي يحدد مدى قوة «القيادة»، وإلى أي مدى يجتهد «قلب» الفريق في استقطاب العملاء، والأنظمة المعتمدة لإقناع «العقل». وقد أبرزت العلامات التجارية الفائزة كيفية ترتيب أولوياتها خلال عام 2020، بما في ذلك التوجيه الاستراتيجي، وتحسين

الموظفين، وتحسين الموارد، واجهوها في مسعى لتقديم أفضل تجربة لعملائهم، وإلى أي مدى استطاعت هذه العلامات تعزيز الحماس والشغف لدى الفريق للعمل خلال فترة العمل من المنزل، ومواجهة التحديات التشغيلية الأخرى، وكيف استطاعت الحفاظ على جودة الخدمة دون أن تؤثر عليها المبيعات. ويعد «سيرفيس هيرو»، ومقره في الكويت، المؤشر الوحيد لقياس رضا العملاء بمنطقة الشرق الأوسط، وهو يتبع بروتوكولات «إيزومار»، المنظمة الأوروبية للأداء وأبحاث التسويق سابقاً، كما أنه يمثل لمبادئ وإرشادات المنظمة العالمية للتنظيم الذاتي والممارسة الأخلاقية. ويشرف مجلس استشاري مستقل على مؤشر «سيرفيس هيرو» لضمان نتائج محايدة وموضوعية تعكس بدقة تفضيلات المستهلكين، مما يجعل نتائج الشركة معياراً موثقاً يوفر رؤية شفافة، ومعلومات متمعة عن الشركات. ويضم المجلس أكاديميين ومتخصصين في الأعمال التجارية يمثلون المنظمات والمؤسسات الرائدة في الكويت والإمارات العربية المتحدة؛ بما في ذلك: الجامعة الأمريكية في الكويت، والكلية الأسترالية في الكويت، وجامعة الخليج للمعلومات والتكنولوجيا، وجامعة أبو ظبي، وجامعة زايد. ومنذ العام 2010، تمكنت سيرفيس هيرو من جمع أكثر من 330,000 تقييم موثق ومعتمد للمستهلكين تغطي أكثر من 600 شركة في عدد من فئات القطاع الخاص.

يملك تاريخاً مشرفاً في تطوير وتحسين الكفاءة التشغيلية

«طلبات» تقرر تعيين يلدرم مديراً

عاماً جديداً للشركة بالكويت

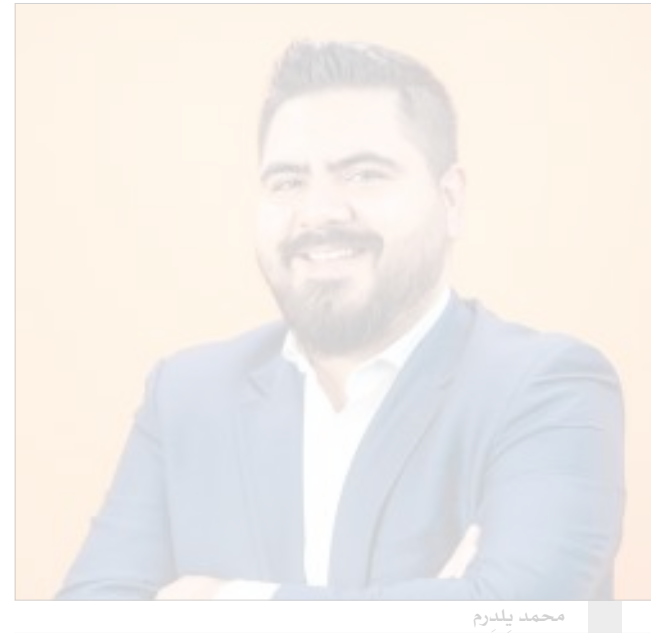
أعلنت «طلبات» شركة التجارة السريعة وتوصيل الطعام كويتية المنشأ، عن تعيين محمد يلدرم مديراً عاماً لفرع «طلبات» الكويت خلفاً للمدير الحالي، عزان الزواوي الذي سيُعهد به إلى منصب إقليمي ليكون مسؤولاً عن عمليات خدمة «طلبات مارت»؛ سوق التجارة السريعة على المنصة.

وقالت شركة «طلبات» في بيان صحافي إن يلدرم ينضم اليوم بخبرته الطويلة ومعرفته الواسعة إلى فريق «طلبات» الكويت والذي قاد بنجاح كلاً من فريق الإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان كمدير عام، موضحة أنه حظي خلال الفترة السابقة بسمة طيبة حول شغفه واهتمامه الشديد بالشركاء والسائقين وتجربة المستخدم، كما له تاريخ مشرف في تطوير وتحسين الكفاءة التشغيلية على العديد من المستويات. مؤكدة أن الشركة تتفق في خبرته لاستكمال مسيرة عزان الزواوي وقيادة السوق الكويتية، التي احتضنت الشركة في بدايتها، خلال هذا العام 2021.

ويهدء المناسبة علق محمد يلدرم قائلاً: «خلال أوقات الجائحة، كان لزاماً علينا أن نتطور ونتأقلم للتعاشي مع

■ الزواوي يتولى مسؤولية نمو خدمة التجارة السريعة «طلبات مارت» في أرجاء الإقليم

الأوضاع الجديدة التي شملت إجراءات حظر التجول والحجر المنزلي في أنحاء عديدة من الدولة، والتي كانت تهدف لضمان سلامة الجميع والحفاظ عليهم آمنين في منازلهم. في ظل هذه الظروف، واجهنا الكثير من التحديات في عمليات النقل والإمداد وتوصيل الطلبات، والتي فرضت علينا في بعض الأوقات أن نتأخر تجربة العملاء



محمد يلدرم

والشركاء التي تسعى جاهدين لتكون أفضل ما يمكن». وأضاف يلدرم: «إنه في ظل تلك الأوضاع والظروف والتحديات، واصلت الشركة التطوير والعمل لضمان استمرارية خدماتها عبر نظامها التكاملية. مؤكداً أنه خلال العام الماضي، بذل عزان الزواوي جهداً كبيراً لإرساء القواعد، وستكون أولويتي في النصف الأول من عام 2021 هي مواصلة التقدم

«أود أن أعبر عن تقديري لجميع أطراف نظامنا التكاملية هنا في «طلبات» الكويت، بداية من عملائنا، وانتقالاً إلى شركائنا من أصحاب المطاعم وسائقينا وموظفينا، وإلى الحكومة الكويتية. هذا العام كان تحدياً خالصاً لنا جميعاً في ظل ما مررنا به من جائحة «كورونا» العالمية، ورغم ذلك، كنت محظوظاً لآكون على رأس شركة ساعدت الكثير من العائلات على البقاء آمنين في منازلهم باعتمادهم على «طلبات» لاستكمال معيشتهم على نحو طبيعي».

وفي كلمة أخيرة لمحمد يلدرم، فقد أعرب عن إيمانه بأن الديرم الكويتية الماهرة هي ركيزة أساسية لا غنى عنها في نمو الشركة وازدهارها. «نحن سننوسع وسنطلق العديد من الوظائف بحثاً عن أفضل المهارات الكويتية لمساعدتنا في استكمال مسيرة النجاح التي بدأت من نفس المكان عام 2004». وبالإضافة إلى دور محمد يلدرم الرئيس والذي سيعمل من خلاله على تطوير وتحسين الكفاءة التشغيلية في السوق الكويتية، فإنه سيظل مسؤولاً عن خطط التوسع الدولي لشركة «طلبات».

مؤشرات البورصة «تتباين» .. و«العام» يرتفع 0.01 نقطة

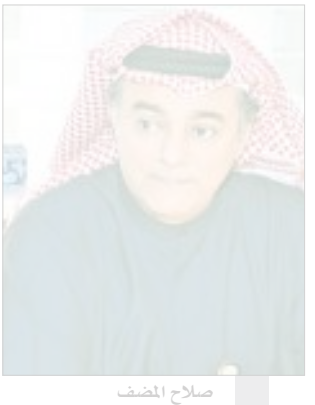


جلسة متباينة للبورصة

نقطة بنسبة هبوط بلغت 0,24 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 161,06 مليون سهم تمت عبر 3965 صفقة نقدية بقيمة 10,9 مليون دينار (نحو 35,9 مليون دولار). وكانت الشركات الأكثر ارتفاعاً هي (معادن) و(النخيل) و(بيجان) و(استهلاكية) أما شركات (أرزان) و(خليج ب) و(وطني) و(أهلي متحد) فكانت الأكثر تداولاً من حيث القيمة في حين كانت شركات (امتيازات) و(فريا) و(الأنظمة) و(أموال) الأكثر انخفاضاً.

بلغت 223,7 مليون سهم تمت عبر 6333 صفقة نقدية بقيمة 15,15 مليون دينار (نحو 49,9 مليون دولار). وارتفع مؤشر السوق الأول بنقطة ليبلغ مستوى 5,7 نقطة ليبلغ مستوى 6256,58 نقطة بنسبة صعود بلغت 0,09 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 76,5 مليون سهم تمت عبر 3785 صفقة بقيمة 23,6 مليون دينار (نحو 77,8 مليون دولار). وفي غضون ذلك انخفض مؤشر (رئيسي) 50 نحو 11,8 نقطة ليبلغ مستوى 4856,15

أغلقت بورصة الكويت تعاملاتها أمس الأربعاء على ارتفاع مؤشر السوق العام 0,01 نقطة ليبلغ مستوى 5727,21 نقطة. وتم تداول كمية أسهم بلغت 300,2 مليون سهم تمت عبر 10118 صفقة نقدية بقيمة 38,8 مليون دينار (نحو 138 مليون دولار). وانخفض مؤشر السوق الرئيسي 13,3 نقطة ليبلغ مستوى 4681,81 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0,28 في المئة من خلال كمية أسهم



صلاح المصطفى

وذكر المصطفى أنه خلال 24 ساعة من إطلاق الخدمة تقدم 9 عملاء وتم تحويل مبلغ 54 ألف د. ك إلى حساباتهم.

إلى تحويل المبلغ إلى حساب العميل في البنك التجاري الخاص به دون أي تدخل بشري من موظفي البنك.

الذي بتقنية الذكاء الاصطناعي في القطاعين العام والخاص. وذكر المصطفى أن العملية كلها تستغرق 5 دقائق من تقديم الطلب

في الخدمات الإلكترونية وتقديم القروض إلكترونياً (Online) وبذلك يعد بنك الائتمان الكويتي أول جهة تطلق خدمة القرض

للحظة دون أي تدخل بشري من موظفي البنك، بهدف اختصار الوقت والدورة السنوية ويضاف ذلك الإنجاز إلى سلسلة الإنجازات

خلال تقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) والتي تهدف إلى تقديم قرض الزواج واستلام المبلغ في نفس

هنا صلاح مصطفى المصطفى نائب رئيس مجلس الإدارة المدير العام لبنك الائتمان الكويتي المسفيد من خدمة القرض الذكي من

9 عملاء استفادوا بـ54 ألف دينار من الخدمة في يوم واحد

المصطفى: عملية الحصول على «القرض الذكي» تستغرق 5 دقائق فقط