خلال حفل توزيع الجوائز السنوي لعام 2020

«سيرفس هيرو»: الكويت تشهد أكبر انخفاضٍ في المؤشر العام لرضا العملاء منذ 2010

أطلقت سيرفس هيرو، المؤشر الوحيد في المنطقة لقياس رضا العملاء، قائمة مزودي الخدمات الأفضل أداءً في البلاد، وذلك خلال حفل الجوائز السنوي لعام 0202 الذي أقيم افتراضيا. وإلى جانب الفائزين على مستوى الدول، تم ترشيح أفضل ثلاث علامات تجارية للجوائز عبر القطاعات الستة عشر على مؤشر رضا العملاء الخاص بسيرفس هيرو، وذلك في إطار جهودها لتعزيز ثقافة التميز في الخدمة حيث تزدهر العلامات التجارية والعملاء.

وفي كلمتها الترحيبية بالمشاركين خلال حفل توزيع الجوائز الافتراضي، استعرضت فاتن أبوغزالة، رئيسة سيرفس هيرو، التحولات التي شهدتها العديد من جوانب الحياة خلال العام 2020 في ظل جائحة فيروس كورونا (كوفيد19-)، مشيرة إلى أن قدرة المنشآت والعلامات التجارية على تقديم أفضل تجربة للعملاء رغم التحديات الراهنة هي ما سيمكنها 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 -الذي يعدّ عام الجائحة- أدت إلى تغيير سلوك المستهلكين بشكل جذري. كذلك، تحدّت الجائحة نماذج التشغيل

■ أبوغزالة: المنشآت التجارية شهدت اضطراباتٍ غير مسبوقةٍ خلال العام الماضي غيرت سلوك المستهلكين بشكلٍ جذري

الخاصة بتلك المنشآت، ووضعت قدراتهم والتزامهم برضا العملاء لأكبر اختبار على الإطلاق. وبحكم أن جاذبية العلامة التجارية تلعب دوراً مهماً خلال الأزمات، فإن العلامات التجارية التي تعزز ثقافة التميز، وتركز 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 كلٌ منهم مثالاً يحتذى على مستوى الكويت».

وخلال حفل جوائز فاز مطعم تشيزكيك فاكتوري بالمركز الأول من بين العلامات التجارية الثلاث التي سجلت أعلى مستويات رضا العملاء بشكل عامٍ في الكويت، في حين احتلّ كلٌ 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 الاستهلاك بشكل عام، علماً أن قطاعات الخدمات 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 سجّلت كلٌ من مزودو خدمة الإنترنت، وشركات الاتصال، ومقدمو خدمات السيارات ما بعد البيع انخفاضاً على المؤشر. وقد تم تقييم كل فئة من خلال 11 بُعداً 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

■ «تشيز» كيك فاكتوري «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 تجاوز معدل تأثيرها 32٪. في حين ظهرت التطبيقات كعامل رئيسي لتحقيق 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 توصيلٍ موثوقٍ 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 التعاملات لديها تتم عبر تطبيقات خاصة؛ مثل: البنوك، ومزوديّ خدمات الإنترنت، والاتصالات، وتطبيقات التوصيل. وتأتي تصنيفات المؤشر من واقع 20،824 تقييم تم التحقق من صحتها 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 ممن تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 عامً. وفي الوقت نفسه، كان الكويتيين بشكل عام، والرجال بشكل خاص، الحاصلين على درجة الماجستير أو أعلى ممن تتراوح أعمارهم بين 40 و 49 عاما أدنى معدل رضا.

وخلال حفل توزيع الجوائز، قدم الفائزون مقاطع فيديو مسجلة تستعرض جهودهم في المحافظة على تميز الخدمات، بما يتماشى مع مفهوم سيرفس 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، وتحفيز الموظفين، وتحسين الموارد، على الرغم من كل القيود التي 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 «سيرفس هيرو»، ومقره في الكويت، المؤشر الوحيد لقياس رضا العملاء بمنطقة الشرق الأوسط، وهو يتبع بروتوكولات «إيزومار»، المنظمة الأوروبية للآراء وأبحاث التسويق سابقا، كما أنه يمتثل لمبادئ وإرشادات المنظمة العالمية للتنظيم الذاتي والممارسة الأخلاقية. ويشرف مجلس استشاري مستقل على مؤشر «سيرفس هيرو» لضمان نتائج محايدة وموضوعية تعكس بدقة تفضيلات المستهلكين، مما يجعل نتائج الشركة معياراً موثوقاً يوفر رؤية شفافة، ومعلومات متعمقة عن الشركات. ويضمّ المجلسً أكاديميين ومتخصصين في الأعمال التجارية يمثلون الشركات والمؤسسات الرائدة في الكويت والإمارات العربية المتحدة؛ بما في ذلك: الجامعة الأمريكية في الكويت، والكلية الأسترالية في الكويت، وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة أبو ظبي، وجامعة زايد. ومنذ العام 2010، تمكنت سيرفس هيرو من جمع أكثر من 330،000 تقييم موثق ومعتمد للمستهلكين تغطي أكثرً من 600 شركة في عددٍ من فئات القطاع الخاص.

يملك تاريخا مُشرّفا في تطوير وتحسين الكفاءة التشغيلية

«طلبات» تقرر تعيين يلدِرم مديرًا عامًا جديدًا للشركة بالكويت

أعلنت «طلبات»؛ شركة التجارة السريعة وتوصيل الطعام كويتيّة المنشأ، عن تعيين محمد يلدرم مديرًا عامًا لفرع «طلبات» الكويت خلفًا للمدير الحالي، عزان الزواوي الذي سيُعهَد به إلى منصب إقليمي ليكون مسؤولًا عنً عمليات خدمة «طلبات مارت»؛ سوق التجارة السريعة على المنصة.

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

وبهذه المناسبة علق محمد يلدرم قائلًا:«خلال أوقات الجائحة، كان لزامًا علينا أن نتطور ونتأقلمَ للتعايش 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 كًانت 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 تتأثر تجربة العملاء

محمد يلدرم

والشركاء التي نسعى جاهدين لتكون أفضل ما يُمكن».

وأضاف يلدرَم: «انه في ظل تلك الأوضاع والظروف والتحديات، واصلت الشركة التطوير والعمل لضمان استمرارية خدماتها عبر نظامها التكاملي. مؤكدا انه خلال العام الماضي، بذل عزان الزواوي جهدًا كبيرا لإرساء القواعد، وستكون أولويتي في النصف الأول من عام 2021 هي مواصلة التقدم نحو كفاءة تشغيلية أفضل لشركائنا منً المطاعم وسائقينا، والتأكد من حصول العملاء في الكويت على أفضل تجربة في البلاد».

هذا وسيُواصل عزان الزواوي دعمه لفريق «طلبات» الكويت أثناء انتقاله إلى دوره الإقليمي حيث يكون مسؤولًا عن نمو خدمة التجارة السريعة «طلبات مارت» في أرجاء الإقليم، وقال في كلمةٍ له:

«أودُّ أن أعبّر عن تقديري لجميع أطراف نظامنا التكاملي هنا في «طلبات» الكويت، بداية من عملائنا، وانتقالا إلى شركائنا من أصحاب المطاعم وسائقينا وموظفينا، وإلى الحكومة الكويتية. هذا العام كان تحديًا خالصًا لنا جميعًا في ظل ما مررنا به من جائحة «كورونا» العالمية، ورُغم ذلك، كنت محظوظًا لأكون على رأس شركة ساعدت الكثير من العائلاتً على البقاء آمنين في منازلهم باعتمادهم على «طلبات» لاستكمال معيشتهم على نحو طبيعي».

وفي كلمة أخيرة لمحمد يلدرم، فقد أعرَب ًعن إيمانه بأنً اليد الكويتية الماهرة هي ركيزةٌ أساسية لا غنًى عنها في نمو الشركة وازدهارها.

«نحن سنتوسّع وسنُطلق العديد من الوظائف بحًثا عن أفضل المهارات الكويتية لمساعدتنا في استكمال مسيرة النجاح التي بدأت من نفس المكان عام 2004».

وبالإضافة إلى دور محمد يلدرم الرئيس والذي سيعمل مَنً خلاله على تطوير وتحسين الكفاءة التشغيلية في السوق الكويتية، فإنه سيظل مسؤولا عن خًطط التوسّع الدولي لشركة «طلبات».

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

جلسة متباينة للبورصة

أغلقت بورصة الكويت تعاملاتها أمس الأربعاء على ارتفاع مؤشر السوق العام 0ر01 نقطة ليبلغ مستوى 5727ر21 نقطة.

وتم تداول كمية أسهم بلغت 300ر2 مليون سهم تمت عبر 10118 صفقة نقدية بقيمة 38ر8 مليون دينار (نحو 138 مليون دولار).

وانخفض مؤشر السوق الرئيسي 13ر3 نقطة ليبلغ مستوى 4681ر81 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0ر28 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 223ر7 مليون سهم تمت عبر 6333 صفقة نقدية بقيمة 15ر15 مليون دينار (نحو 49ر9 مليون دولار).

وارتفع مؤشر السوق الأول 5ر7 نقطة ليبلغ مستوى 6256ر58 نقطة بنسبة صعود بلغت 0ر09 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 76ر5 مليون سهم تمت عبر 3785 صفقة بقيمة 23ر6 مليون دينار (نحو 77ر8 مليون دولار).

وفي غضون ذلك انخفض مؤشر (رئيسي 50) نحو 11ر8 نقطة ليبلغ مستوى 4856ر15 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0ر24 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 161ر06 مليون سهم تمت عبر 3965 صفقة نقدية بقيمة 10ر9 مليون دينار (نحو 35ر9 مليون دولار).

وكانت الشركات الأكثر ارتفاعا هي (معادن) و(النخيل) و(بيان) و(استهلاكية) أما شركات (أرزان) و(خليج ب) و(وطني) و(أهلي متحد) فكانت الأكثر تداولا من حيث القيمة في حين كانت شركات (امتيازات) و(ثريا) و(الأنظمة) و(أموال) الأكثر انخفاضا.

9 عملاء استفادوا بـ54 ألف دينار من الخدمة في يوم واحد

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

صلاح المضف

هنأ صلاح مضف المضف نائب رئيس مجلس الإدارة المدير العام لبنك الائتمان الكويتي المستفيد من خدمة القرض الذكي من خلال تقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) والتي تهدف إلى تقديم قرض الزواج واستلام المبلغ في نفس اللحظة دون أي تدخل بشري من موظفي البنك، بهدف اختصار الوقت والدورة المستندية ويضاف ذلك الإنجاز إلى سلسة الإنجازات في الخدمات الإلكترونية وتقديم القروض إلكترونيا (Online) وبذلك يعد بنك الائتمان الكويتي أول جهة تطلق خدمة القرض الذكي بتقنية الذكاء الاصطناعي في القطاعين العام والخاص.

وذكر المضف أن العملية كلها تستغرق 5 دقائق من تقديم الطلب إلى تحويل المبلغ إلى حساب العميل في البنك التجاري الخاص به دون أي تدخل بشري من موظفي البنك.

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