قطاع التجزئة يتجه للتسويق التكنولوجي لاستقطاب العملاء في العصر الرقمي

تقرير: 25 في المئة نمواً سنوياً للتجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط

■ الحدود الفاصلة بين نموذجي التسوق الإلكتروني والتقليدي غير واضحة المعالم

■ التحوّل الرقمي المتسارع يساهم في جعل الابتكار جزءاً لا يتجزأ من آلية استقطاب العملاء

■ قنوات التسويق المتعددة تتطلب تبني استراتيجية حديثة تتماشى مع متطلبات المستهلكين الجدد

تشهد سلوكيات وتوقعات المستهلكين في منطقة الشرق الأوسط تغيرات متسارعة، في الوقت الذي يتطلع فيه تجار التجزئة إلى المضي قدماً في مواكبة الاتجاهات الناشئة بين أوساط العملاء، وفقاً لما جاء في دراسة حديثة صادرة عن «أورينت بلانيت للأبحاث»، الوحدة المستقلة التابعة لـ «مجموعة أورينت بلانيت»، وشركة «جلال وكراوي للاستشارات الإدارية». وأفادت نتائج الدراسة بأنّ الحدود الفاصلة بين نموذجي التسوق الإلكتروني والتقليدي غير واضحة المعالم، حيث يتجه المستهلكون في الوقت الراهن إلى الدمج بين النموذجين خلال تجارب الشراء، الأمر الذي يفسر استمرار تواجد متاجر التجزئة التقليدية على الرغم من النمو المطرد الذي يشهده قطاع التجارة الإلكترونية إقليمياً. وبالمقابل، أشارت الدراسة إلى أنّ تجاهل أهمية التواجد على شبكة الإنترنت يمكن أن يؤثر بصورة سلبية على تجار التجزئة.

ولفتت الدراسة إلى أنّ تجار التجزئة يضعون تركيزهم بالدرجة الأولى على تعزيز تجربة العملاء، في محاولة للارتقاء بقدراتهم التنافسية ضمن الأسواق المستهدفة واستقطاب انتباه شريحة أوسع من المشترين. وعلى الرغم من المحاولات المستمرة، يشهد الوقت الراهن تراجعاً ملموساً في مستويات الولاء للعلامات التجارية، حيث يميل المستهلكون في كثير من الأحيان إلى الابتعاد عن شراء علاماتهم التجارية المفضلة وتبني خيارات أخرى تضمن تحقيق قيمة أفضل مقابل المال.

وتأتي نتائج دراسة «أورينت بلانيت للأبحاث» و«جلال وكراوي للاستشارات الإدارية» متوافقة مع رؤى واستنتاجات «ماكينزي» (McKinsey)، شركة الاستشارات الإدارية العالمية، والتي أشارت إلى تزايد إنفاق المستهلكين في الشرق الأوسط على التسوق الإلكتروني، بالتزامن مع تنامي الوعي وتزايد الاهتمام بتحقيق القيمة مقابل المال، فضلاً عن انخفاض مستويات الولاء للعلامات التجارية. وتماشياً مع الاتجاه الجديد، أصبحت العلامات التجارية تعتمد بشكل أكبر على تبنّي النماذج الذكية والقائمة على البيانات لتقديم تجارب تسوق متكاملة تحقق رضا العملاء.

وأفادت نتائج الدراسة بأنّ معظم أعمار المتسوقين عبر الإنترنت غالباً ما تتراوح بين 25 و44 عاماً، على الرغم من الاتساع المطرد في نطاق شريحة عملاء التسوق الإلكتروني. وترى شركات التجزئة أن الإعلانات المدفوعة تعتبر إحدى الأدوات الفعالة للوصول إلى هذه الشريحة المستهدفة، فضلاً عن الاستفادة من المزايا الإضافية التي توفرها المنصات الإعلانية، مثل عرض المنتجات وإعادة التسويق والإعلانات التسويقية.

وبالمقابل، تتيح توصيات المنتجات المخصصة والقائمة على تكنولوجيا «الذكاء الاصطناعي» عبر المنصات الإلكترونية فرصة هامة لتجار التجزئة لضمان الحصول على أفضل النتائج، وهو ما أكدته «مايكروسوفت» و«وبيه.إس.إف.كيه» في كتابهما الصادر بعنوان «دليل اتجاهات البيع بالتجزئة 2020».

وقال نضال أبوزكي، مدير عام «مجموعة أورينت بلانيت»: «تشهد منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط تطورات متسارعة، ما يؤكد الحاجة الملحّة لتحديد الاتجاهات الناشئة، لا سيّما التجارة الإلكترونية. وتتنامى حالياً أهمية تبنّي منهجيات واضحة تضمن توظيف التكنولوجيا الرقمية في استقطاب العملاء وتعزيز الولاء للعلامات التجارية ضمن الأسواق المستهدفة. ونضع على عاتقنا مسؤولية متابعة المتغيرات المتلاحقة واستكشاف التطورات الحاصلة إقليمياً، في سبيل خلق وعي أفضل حول واقع ومستقبل السوق، مع تسليط الضوء على الاستراتيجيات الجديدة والممارسات الناجحة ضمن مختلف القطاعات الحيوية.»

وأضاف أبوزكي: «يساهم التحوّل الرقمي المتسارع في جعل الابتكار جزءاً لا يتجزأ من آلية استقطاب العملاء وأداة فاعلة للتسويق وتفعيل قنوات التواصل الفعال مع الفئات المستهدفة. لذا، بات يتوجب على الشركات التركيز على مواكبة الاتجاهات الناشئة، في خطوة من شأنها تعزيز وتوسيع نطاق علاماتها التجارية وزيادة المبيعات وتحسين مستويات ولاء العملاء، فضلاً عن الارتقاء بمكانة منتجاتها وخدماتها ضمن الأسواق. ومن جهته، قال عاصم جلال، الشريك المؤسس لشركة «جلال وكراوي للاستشارات الإدارية»: «لا يمتلك المستثمرون ضمن قطاع تجارة التجزئة التقليدية خياراً سوى الارتقاء إلى مستوى توقعات العملاء وتقديم تجربة متميزة لهم عبر تبنّي أحدث منهجيات التسويق وتوظيف قنوات البيع المتعددة والشاملة، من أجل الحفاظ على أعلى مستويات المنافسة مع رواد التجارة الإلكترونية الإقليمية والعالمية. وتتطلب قنوات التسويق المتعددة تبني استراتيجية جديدة تتماشى مع متطلبات المستهلكين الجدد الذين يتسوقون عبر قنوات مختلفة، كما تحتاج أيضاً إلى إعادة هيكلة العمليات وإعادة تدريب الموظفين، إضافة إلى مواكبة التطورات التكنولوجية، والتي تشمل عادة تصميم وإطلاق تطبيقات الهاتف المحمول.» وأضاف جلال: «تشير النتائج التي توصلنا إليها إلى أن الشركات لم تعد قادرة على تجاهل القدرات المتنامية لمنصات التجارة الإلكترونية، حيث بات يتوجب عليها الاستعانة بهذه المنصات المختلفة لتزويد عملائها بتجربة تسوق سلسة وكسب ولائهم وتحقيق رضاهم. ويتجه المستهلكون اليوم إلى التسوق من قنوات متعددة، سواء عبر الإنترنت أو من المتاجر التقليدية. وتجلى ذلك بوضوح خلال فعاليتي «الجمعة البيضاء» و«إثنين الإنترنت»، حيث حققت متاجر التجزئة التقليدية التي تبنت منهجية قنوات التسويق المتعددة نتائج أفضل خلال هذه العروض التسويقية. وانتهى الأمر بالعديد من العملاء الذين ذهبوا للاطلاع على وتجربة المنتجات في المتاجر قبل انتهاء فترة التخفيضات بشراء هذه المنتجات عبر الإنترنت من خلال تطبيق الهاتف المحمول التابع للمتجر أو عبر موقعه الإلكتروني خلال فترة العروض الترويجية، وذلك لتفادي حركة التسوق الكثيفة في المتاجر.

وأشارت الدراسة، إلى أن متاجر التجزئة في منطقة الشرق الأوسط تستكشف اليوم طرقاً جديدة للتكيف مع السلوكيات المتغيرة للمستهلكين، والتي تتميز عادة بمستويات عالية لاستخدام التقنية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

ومع ذلك، كشفت تجارب التسوق وفعاليات البيع بالتجزئة مثل «الجمعة السوداء» و«الجمعة الصفراء» و«الأربعاء الأبيض» وغيرها من عروض البيع بالتجزئة، بأنه في الوقت الذي يتزايد فيه إقبال الناس على شراء حاجياتهم عبر الإنترنت، تواصل المؤسسات التجارية ومتاجر التجزئة التقليدية النمو والازدهار.

نضال أبوزكي

عاصم جلال

في إطار دعم «الوطني» المتواصل للطلاب حديثي التخرج

الجاسم: «المعرض الوظيفي» فرصة لنشر ثقافة العمل في القطاع الخاص

في إطار الدعم المتواصل الذي يقدمه بنك الكويت الوطني للطلاب حديثي التخرج في أولى الخطوات في حياتهم المهنية، شارك الوطني في «معرض الفرص الوظيفية الأول» الذي أقامته كلية القانون الكويتية العالمية يومي 28 و29 يناير الجاري، وذلك بهدف تشجيع الطلبة للانخراط في سوق العمل المهني والتواصل مباشرة مع أصحاب العمل.

وتأتي مشاركة «الوطني» في معرض كلية القانون الكويتية إيماناً منه بأهمية دعم فئة الشباب من الطلبة وحديثي التخرج وتوفير فرص العمل المناسبة لهم في قطاع مهم مثل القطاع المصرفي والمالي، حيث يحرص الوطني على المشاركة في الفعاليات التي تدعم الكفاءات الوطنية الواعدة في الكويت.

وقال مدير إدارة التعيينات في بنك الكويت الوطني عبد الله الجاسم «إن مشاركة الوطني في هذه الفعالية تأتي في إطار سعيه نحو نشر ثقافة العمل في القطاع الخاص بين الشباب الكويتي واستقطاب الكفاءات منهم إلى القطاع المصرفي»، مشيراً إلى أن المعرض يعد بمثابة منصة رائدة لاستقطاب العمالة الوطنية من الشباب الكويتي الطموح.

وأضاف الجاسم أن اختيار الكوادر البشرية لتوظيفها داخل إدارات البنك المختلفة تستند إلى مؤهلات تلك الكوادر وبما يتواءم مع قدراتهم من أجل أن يتضاعف المردود والاستفادة من طاقات تلك المواهب الشابة.

وتشكل مثل هذه المعارض فرصة مهمة بالنسبة للطلبة حديثي التخرج للتعرف والاطلاع على الفرص الوظيفية التي تناسبهم، وترضي تطلعاتهم وطموحاتهم من خلال توفير بيئة عمل مناسبة تعمل على احتضانهم، وتقوم بتطوير مهاراتهم وقدراتهم في الوقت ذاته، كما تمثل أيضاً منصة مهمة لبنك الكويت الوطني للتعرف عن كثب على الكفاءات والمواهب الوطنية التي يسعى لضمها إلى منظومته الاحترافية.

وشهد جناح الوطني في المعرض إقبالاً كبيراً من المشاركين، حيث قام موظفو مجموعة الموارد البشرية في البنك بالرد على جميع الاستفسارات المطروحة من قبل الطلاب الذين قاموا بتعبئة نموذج التوظيف الخاص بالوظائف الشاغرة والمتاحة، وذلك في إطار حرص البنك على تشجيع هؤلاء الخريجين على الالتحاق بالقطاع المصرفي، الذي يلعب دوراً كبيراً ومحورياً في تنمية الاقتصاد الكويتي.

ويلتزم بنك الكويت الوطني بتوفير برامج تدريبية للخريجين والطلبة من الكوادر الوطنية الشابة، لمدهم بالخبرات والمعلومات المهنية والتدريبات العملية وإعدادهم بشكل محترف للدخول في معترك سوق العمل، حيث يعد الوطني من أكبر جهات القطاع الخاص في الكويت دعماً لفئة الشباب. وتتلقى جهود بنك الكويت الوطني في استقطاب الكفاءات الوطنية بخططه التطويرية والتدريبية الساعية للاستثمار بالكوادر الوطنية وإعداد جيل مصرفي واعد. ويحرص البنك على تقديم سلسلة من الدورات التدريبية والبرامج الأكاديمية المحترفة باعتباره من رواد المؤسسات المصرفية في الكويت التي تبنّت تنظيم برامج تدريبية للشباب.

جناح البنك الوطني في المعرض

«Ooredoo» الكويت تستمر بدعم المشاريع الشبابية في «سوق مروج»

اعلنت Ooredoo الكويت، أول شركة اتصالات تقدم الخدمات الرقمية المبتكرة في الكويت عن دعمها لمشروع (السوق مروج) الذي يدعم المشاريع الشبابية والذي يقام في مجمع مروج للعام الرابع على التوالي، أحد مشاريع منتجع صحارى للغولف، ويضم المنتجات الزراعية والغذائية والحرف اليدوية، بالإضافة إلى القسم المخصص للأطعمة الذي يسلط الضوء على تنوع الأطعمة المحلية، إلى جانب قسم خاص لأنشطة الأطفال، وذلك على وذلك على مدار عطلة نهاية الأسبوع مرة واحدة لغاية نهاية مارس 2020 حيث سيقام رابع سوق لهذا الموسم اليوم الجمعة 31 يناير من الساعة 3:30 مساء الى الساعة 11 مساء.

وفي تصريح له حول هذه الرعاية، قال مدير أول إدارة الاتصال المؤسسي لـ Ooredoo الكويت مجبل الأيوب «نحن سعداء بدعمنا لهذا المشروع الشبابي المميز الذي يبرز إبداعات المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في مختلف المجالات. دعمنا للشباب ممتد عبر سياستنا للمسؤولية الاجتماعية المبنية على قيم التواصل والاهتمام والتحدي، ونحن نسعى للمساهمة في دعم الشباب من خلال استراتيجيتنا للمسؤولية الاجتماعية الممتدة طوال العام. نتطلع إلى لقاء الشباب أصحاب تلك المشاريع الصغيرة وكذلك عملائنا الكرام من خلال سوق مروج.»

مجبل الأيوب

المفوضية الأوروبية تسمح لـ «هواوي» بتطوير شبكات الجيل الخامس في الاتحاد الأوروبي

ابراهام ليو

أصدرت المفوضية الأوروبية لائحة القواعد الإرشادية الخاصة بأمن شبكات الجيل الخامس، سمحت بموجبها لشركة «هواوي» مواصلة العمل على بناء وتطوير شبكات الجيل الخامس في كافة دول الاتحاد الأوروبي.

ويأتي قرار الاتحاد الأوروبي عدم حرمان «هواوي» من فرص العمل على تطوير شبكات الجيل الخامس في دول الاتحاد الأوروبي بعد يوم فقط من القرار الذي اتخذته الحكومة البريطانية بعد اجتماع مجلس الأمن القومي برئاسة رئيس الوزراء البريطاني بوريس جونسون، وتضمن إعلان السماح لشركة هواوي المشاركة في تطوير شبكات الجيل الخامس في بريطانيا.

وفي البيان الإعلامي الذي نشرته «هواوي» على لسان متحدثها الرسمي أبراهام ليو، كبير ممثلي الشركة لدول مؤسسات الاتحاد الأوروبي، رحبت «هواوي» بتوصيات المفوضية الأوروبية بشأن تكنولوجيا الجيل الخامس، مشيرة إلى أنها ستمكن الشركة من مواصلة المشاركة على طرح تكنولوجيا الجيل الخامس في أوروبا وتقديم آخر تقنياتها وابتكاراتها في هذا المجال لدفع عملية تطوير شبكات الجيل الخامس في أوروبا ونشر فوائدها وميزاتها للأفراد والمؤسسات لتضمن كافة الصناعات والقطاعات.

وأوضحت «هواوي» بأن توجه الاتحاد الأوروبي بالغير منحاز وقراره العادل الذي اعتمد نهج الحقائق والبراهين العلمية والتقنية بخصوص أمن شبكات الجيل الخامس، سيسمح لأوروبا بأن تكون لديها شبكة للجيل الخامس أكثر سرعة وأمناً.

وأضاف ليو: «هواوي موجودة في أوروبا منذ نحو 20 عاماً ولديها سجل حافل فيما يتعلق بالأمن، وستواصل العمل مع الحكومات الأوروبية وتتعاون بشكل منفتح مع كافة العملاء والشركاء والمعنيين بتطوير صناعة الاتصالات وتقنية المعلومات على تطوير معايير مشتركة متوافق عليها من قبل الجميع لتعزيز أمن ومصداقية الشبكات».

الجدير بالذكر بأن قرار الاتحاد الأوروبي ومن قبله بريطانيا يأتي منافياً لإرادة ومساعي الإدارة الأمريكية لحظر هواوي بعد إضافتها للقائمة السوداء وشن حملة متواصلة لإقناع حلفائها – بمن فيهم الأوروبيين – لحظر أو تقييد «هواوي» في مجال العمل على إنشاء وتطوير شبكات الجيل الخامس، التي ينظر إليها كأحد المحاور المستقبلية الهامة لدفع مسيرة التحول الرقمي وتطوير أعمال الصناعات والقطاعات، والإسهام في رفع كفاءة وجودة الأعمال والخدمات وتقليل تكاليفها والانتقال بها نحو عصر جديد من الأتمتة والذكاء.