

خلال نتائج المؤشر للنصف الأول من 2019

«سيرفس هيرو»: اتساع الفجوة بين توقعات العملاء ودرجة رضاهم في الكويت

10%، يليهم الأثاث المنزلي بنسبة 6% ومجلات السوبر ماركت بنسبة 5%. فيما يتعلق بالرضا على صعيد المجموعات الديموغرافية المختلفة للعملاء، لا تزال المستهلكات أكثر رضا مقارنة بنظرائهم من الذكور، ويحفظ العملاء الذين تزيد أعمارهم عن 60 عاماً بأعلى معدل الرضا، في حين يشعر الوافدين العرب بمستوى أقل من الرضا عن الخدمة التي تقدمها الشركات، يليهم المواطنون الكويتيون. أما بالنسبة للمستهلكين في الخمسينيات من العمر، وحملت درجة الماجستير أو الدكتوراه، فقد سجلوا أدنى معدلات الرضا أيضاً.

يتبع مؤشر سيرفس هيرو بروتوكولات «إيزومار»، المتبعة الأوروبية الرائدة في إرساء معايير البحوث السوقية، ويتولى الإشراف عليه مجلس استشاري مستقل من أعضائه مدير البحوث لدى المؤشر الأمريكي لرضا العملاء، بالإضافة إلى أعضاء مستقلين وأكاديميين من جامعات خاصة وأشد في الكويت ودولة الإمارات العربية المتحدة ومجموعة من التنفيذيين من عدد من الشركات المرموقة.

السريعة، والمطاعم الفاخرة، والبنوك التجارية، والبنوك الإسلامية، وصيانة السيارات، والإلكترونيات، ومجلات السوبر ماركت، والمستشفيات الخاصة ضمن تصنيف «عادي» بأرصدة تتراوح ما بين 70 و80 نقطة. وعلى مستوى كل القطاعات المؤشر الكويتي، فقد جاءت معالجة الشكاوى ضمن تصنيف «عادي» برصيد 72.5 نقطة، حيث شكل حل الشكاوى غير الفعال أكبر عائق أمام تحقيق رضا العملاء لدى عدد من القطاعات. وكنتيجة لعدم تقديم الحد الأدنى من الخدمة فيما يتعلق بمعالجة المشكلات بشكل يتسم بالسرعة والفعالية، فقد جاء مزودو خدمات الإنترنت وشركات الاتصالات في الترتيب الأدنى من حيث النقاط المحرزة من هذا الجانب عند تصنيف «غير مرضي»، وذلك برصيد 51.4 و58.2 نقطة على التوالي. ومن ناحية أخرى، فقد شهد قطاع صيانة السيارات تحسناً بنسبة 16%، ومطاعم الوجبات السريعة بنسبة 11%، ليرتد أكثر القطاعات تحقيقاً للتحسن في مستوى الرضا العام منذ العام 2010، في حين شهد مزودو خدمات الإنترنت أكبر تراجع بنسبة



أداء على مؤشر رضا العملاء برصيد 83.1 نقطة، وكل من النوادي الصحية، والمطاعم غير الرسمية، ووكالات السيارات الجديدة، ومجلات الملبس برصيد 81 نقطة، بينما تعقب مزودو خدمات الإنترنت القائمة برصيد 61.9 نقطة، شركات الاتصالات، ومجلات الأثاث المنزلي، والخطوط الجوية، حيث حصلت جميع الفئات الأربع على تصنيف «ضعيف». وبينما حلت العلامات التجارية المحلية، ومطاعم الوجبات

جودة المنتج والسرعة ومركز الاتصال والتوقع الإلكتروني، ترتقي إلى مستوى الخدمة المذهلة الذي يتطلب إحراز برصيد يبلغ 90 نقطة وما فوق لتدرج في التصنيف «بطولي». ومن ناحية أخرى، حصلت القيمة مقابل المال على تصنيف «ضعيف» لتقف عند الحد الأدنى من توقعات المستخدمين. ومن بين القطاعات الـ 18 المدرجة في المؤشر، فقد حازت أربعة قطاعات على تصنيف «جيد»، بما في ذلك المحلي، والتي حققت أقوى

في رضا العملاء وتلبية التوقعات، الأمر الذي يدل على أن العلامات التجارية ظلت حريصة على تعيين موظفين يتمتعون بسلوك إيجابي في تقديم الخدمة، وأنها قد عملت على تحسين العناصر التي من شأنها أن تعزز الثقة بالمنتج. ويتعين على الشركات السعي لتطبيق نهج يمنع عملائها شعوراً بانهم يحصلون على قيمة جيدة مقابل أموالهم، وذلك عند الأخذ بعين الاعتبار أن أي من معايير الخدمة، والتي تشمل

الشركات لديهم. وجدير بالذكر أن كافة معايير الخدمة الثمانية الرئيسية التي يقيسها مؤشر رضا العملاء جاءت أقل من التوقعات. وحصلت الثقة بالمنتج على أعلى درجة من توقعات العملاء وأكبر فارق في نيل رضاهم، حيث بلغت 8.3 نقطة، وذلك بعد القيمة مقابل المال، والتي سجلت أدنى درجات في الفارق بين التوقع والرضا بواقع 78.2 و69.6 على التوالي. وحقق سلوك الموظفين أعلى مستوى

كشفت سيرفس هيرو، المؤشر الوحيد في المنطقة لقياس رضا العملاء والذي يتخذ من الكويت مقراً له، عن نتائج النصف الأول من العام 2019، عن اتساع الفجوة بين توقعات العملاء وقدره العلامات التجارية على نيل رضاهم بشكل مطرد خلال السنوات العشر الماضية. وأظهر مؤشر رضا العملاء الصادر عن الشركة لعام 2019، أن مستوى رضا العملاء الإجمالي في الكويت قد بلغ 75.1 من أصل 100 نقطة، متراجعا بمقدار 9.2 نقطة مقابل 84.3 نقطة مقارنة بتوقعات العملاء. هذه هي الفجوة الأكبر منذ أن بدأ المؤشر في فشل الشركات في تلبية توقعات العملاء على الرغم من أن الرضا الفعلي بقي كما هو في العام الماضي. ووفقاً للنتائج المبينة على 22,514 تقييمًا مدققاً من قبل المستهلكين من كلا الجنسين وعبر مجموعة واسعة من المستويات العمرية والتعليمية من مختلف الجنسيات، فإن المؤشر يظهر أن رضا العملاء في العام 2019 جاء مماثلاً إلى حد بعيد لما كان عليه في العام السابق، بينما ارتفعت توقعات العملاء 2.7 نقطة عما كانت عليه في العام 2018.

تضيف قدرات التحليل المسبق للمساعدة في إدارة أداء الأصول

«أقيفا» تمكن الشركات الصناعية

من تخفيض النفقات التشغيلية

أعلنت اليوم آيا، الشركة الرائدة عالمياً في مجال البرمجيات الصناعية، عن إجراء تحسينات بارزة في محفلتها لإدارة أداء الأصول وذلك بإطلاق حلول آيا لتقييم إدارة أداء الأصول، و آيا لتحسين استراتيجية الأصول ومكتبة آيا لاستراتيجيات الأصول. وتضيف الحلول المتكاملة مزيداً من القدرات الشمولية للوقاية والتنبؤ والصيانة المطلوبة في برمجيات آيا. لتتيح لقوة العمل الحصول على التوجيه اللازم مما يؤدي إلى تحسين الكفاءة وتعزيز السلامة والاعتمادية.

في هذا السياق قالت كيم كوستو، نائب الرئيس لأداء الأصول لدى آيا: «شهدنا تطور متطلبات العملاء من مجرد التنبؤ باعطال الموجودات ليصل إلى الحاجة إلى التوجيه المتكامل والإجراءات المكتسبة. تعد آيا أول مزود في القطاع يوفر هذه الخيارات الوفيرة في المحفلة والخبرة في المجال لمساعدة العملاء على تحقيق كامل القيمة غير المستغلة والسيطرة على استراتيجية الأصول ووصف الإجراءات الأكثر كفاءة. ومن خلال هذه المجموعة من القدرات فإننا نعيد تحديد نطاق إدارة أداء الأصول لتقديم مخرجات الأعمال المحسنة لعملائنا».



كيم كوستو

تمكين قوة العمل عبر تعزيز الكفاءة التنظيمية المحسنة. تعمل حلول آيا لتقييم إدارة أداء الأصول على إعداد مقارنة معيارية للممارسات الحالية في الشركة مع أفضل الممارسات في الأداء، لتضع بعدها خارطة طريق شاملة تتضمن الأفراد والعلميات والتكنولوجيا. ومن ثم تستخدم تلك المقاييس في

تحسين استراتيجية أداء الأصول بهدف موازنة المخاطر والتكلفة والأداء وتحديد مدى حرجية الأصول، يفتح ذلك للمؤسسات تحديد أولويات استثماراتها في الصيانة وتطبيق الاستراتيجية الأكثر فعالية. ولانتقال من التصرف بناء على رد الفعل إلى العمل الاستباقي، فإن برمجيات آيا

القائمة على الذكاء الاصطناعي، إلى جانب المجموعة الغنية من الأصول، توفر قدرة فريدة لتمكين العملاء بما يتجاوز الكشف عن الأعطال من خلال التحليلات المتقدمة وتوجيه الإجراءات ودعم المخرجات المركزة. ومن خلال تطبيق حلول آيا، فإن يوسع المؤسسات التنبؤ

باعطال الأصول ومن ثم وصف الإجراء الأكثر جدوى الاقتصادية لاتخاذ التدابير العلاجية قبل وقوع العطل. وبالنسبة لمدراء الشركة فإن تلك الأدوات تعني مضاعفة المخرجات الإنتاجية وبالتالي إيجاد بيئة أكثر أماناً واعتمادية لقوة العمل. أدت هذه المعالجة الغاز تعمل أدتوك لمعالجة الغاز مع آيا باستخدام تقنية التنبؤ بالذكاء الاصطناعي والصيانة المخططة مسبقاً. في تعليقه على الأمر قال أحمد محمد العبري، نائب الرئيس للهندسة والخدمات التقنية لدى أدتوك لمعالجة الغاز: «نفتن شراكتنا الاستراتيجية مع آيا والتي تعد نموذجاً يحتذى للتعاون المتميز الذي سيسهم في تغيير الموازين على المدى الطويل فيما يتعلق بإدارة المعدات وتحسين التكلفة».

من الجدير بالذكر أن التوافق الدقيق مع العملاء لتحديد ابتكارات المحفلة وتحقيق مخرجات متميزة على صعيد الأعمال يعد من أبرز مكونات محفلة آيا لإدارة أداء الأصول. ويصنف تقييم فروست اند سوليفان لأسواق إدارة أداء الأصول العالمية آيا كرائدة للقطاع الذي تبلغ قيمته 1.2 مليار دولار، مدعومة بتوجهات الثورة الصناعية الرابعة والتحول الرقمي.

الصين تضخ 174 مليار دولار للحفاظ

على السيولة في السوق

قال بنك الشعب الصيني (البنك المركزي) أمس الأحد إنه سيضخ 1.2 تريليون يوان (نحو 174 مليار دولار أمريكي) للحفاظ على وجود سيولة في السوق وسط انتشار فيروس (كورونا المستجد).

وأضاف البنك في بيان أن الضخ سيكون عن طريق إعادة الشراء

العكسي للحفاظ على سيولة كبيرة في السوق موضحاً أن إجمالي السيولة في النظام المصرفي سيكون 900 مليار يوان (نحو 130 مليار دولار). وذكر أن البنك سيستخدم أدوات السياسة النقدية المختلفة لضمان سيولة كافية وسط تفشي الفيروس حيث سيقدّم 300 مليار يوان (نحو

44 مليار دولار) للبنوك الوطنية الكبرى وبعض البنوك المحلية في المقاطعات الرئيسية وخاصة لمقاطعة (هوبي) بما يعزز الدعم الائتماني لقطاع الصناعات التحويلية والمؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر والمؤسسات الخاصة. من جانبها ذكرت لجنة التعرّف

مجموعة الشايح تستعد لافتتاح

«برنشي الإيطالي» في الكويت



روكو برنشي

في المنطقة. إننا نتطلع إلى إضافة برنشي الذي يحمل روح ميلانو الحقيقية، من العلامات التجارية الرائدة في مجال الأغذية».

وقد أسس روكو برنشي هذا المقهى والمخبز في ميلانو في العام 1986. ومنذ ذلك الحين، كرس نفسه من أجل تقديم أشهى أنواع الخبز الإيطالي بطريقة فنية مذهلة باستخدام أفضل المكونات واعتماد تقنيات بسيطة ولكنها تقليدية. ويدعو روكو الزبائن للاستمتاع بالتعبير الغني والمميز عن ميلانو حيث يستخدم مصطلح «روح ميلانو»، الذي هو جوهر وطاقة ميلانو لتجسيد الشغف والشعور الإيطالي الذي يحمله ويضيفه على كل ما يقدمه للزبائن.

في العام 2016، اختارت ستاريكس علامة برنشي كشريك عالمي وحصري لها، حيث يتم تقديم مخبوزاته المصنوعة بحرفية إلى جانب قهوة ستاريكس الطازجة. كما ساعدت ستاريكس روكو لتقديم قهوة الإسبريسو المتوفرة فقط في محلات برنشي في جميع أنحاء العالم.

تقع أن الزبائن في المنطقة سيتمتعون بوجبات شهية من قائمة الطعام الغنية على مدار اليوم». ويقدم برنشي مجموعة مميزة من الأطباق الإيطالية المحضرة بمهارة وحرفية عالية إلى جانب المنتجات المخشّرة بعناية. ويمكن للزبائن الاستمتاع بقائمة طعام شهية في الصباح الباكر تشمل المعجنات الإيطالية، الخبز المصنوع من الحبوب، الجرانولا المحلية الصنع وسلطات الفاكهة الموسمية. كما يقدم خيارات متعددة للغداء والعشاء مثل البيتزا، المعكرونة، الأطباق الساخنة من خبز الفوكانشيا والسلطات والحلويات المصنوعة بحرفية عالية. وتتضمن أبرز المأكولات Ossobucco alla Milanese، خبز الشوكولاته، والكانولي. وقال ماتيو هولجايت، رئيس إدارة الأغذية والمطاعم في مجموعة الشايح: «يمتلك روكو وفريق العمل في برنشي شغفاً لا يوصف لإعداد أشهى الأطباق المحضرة يدوياً والمنتجات المخبوزة التي سننال رضا زبائننا

أعلن روكو برنشي مؤسس مقهى ومخبز برنشي، الأشهر في ميلانو في إيطاليا، عن افتتاح أول فرع له في منطقة الشرق الأوسط في الأفينوز في الكويت بالتعاون مع مجموعة الشايح، الشركة الرائدة في تجارة التجزئة والوكيل للعديد من العلامات التجارية العالمية. ويشكل افتتاح برنشي في وقت لاحق من هذا الشهر خطوة جديدة للمقهى والمخبز نحو العالمية، حيث يمثل الفرع الـ 19 للعلامة التجارية، وذلك في ثلاث قرارات حول العالم خلال العقود الثلاث الماضية.

وتعليقاً على إطلاق برنشي في الكويت، قال مؤسس المقهى والمخبز روكو برنشي: «نحن سعداء للغاية لتقديم علامتنا التجارية ومنتجاتنا المميزة في الشرق الأوسط من خلال شراكتنا مع مجموعة الشايح، التي تمتلك خبرة طويلة في مجال التجزئة والوكيل لأشهر العلامات التجارية العالمية. كما أننا متحمسون لتوفير أفضل ما تقدمه عراقة مدينة ميلانو في فن الضيافة الإيطالية للذواقة في الكويت، وكلنا