عموميتا «بيتك» و«زين»

قال بيت التمويل الكويتي (بيتك) إنه تم تحديد موعد الجمعية العمومية العادية وغير العادية للبنك مساء يوم الاثنين الموافق 20 مارس المقبل، في المقر الرئيسي للبنك. فيما أعلنت «زين» أن اجتماع الجمعية العمومية العادية للشركة سيكون صباح يوم الاحد الموافق 12 مارس.

على مؤشر رضا العملاء

«سيرفس هيرو» تعلن أفضل مزودي الخدمات في 2016

■ «الوطني» في صدارة البنوك التجارية.. و«زين» الأفضل في الاتصالات وخدمات الإنترنت

أعلن «سيرفس هيرو»، مؤشر رضا العملاء الوحيد في العالم العربي الذي يعتمد على تقييم العملاء بشكل كامل، ومقره في الكويت، عن أفضل مزودي الخدمات في مؤشر رضا العملاء لعام 2016، والذي حصد من خلاله بنك بوبيان، وذا تشيزكيك فاكتوري وطيران الإمارات المراكز الأولى كأفضل مزودي خدمات في الكويت.

تم الإعلان عن الفائزين خلال حفل توزيع جوائز في فندق العنوان دبي مول في دبي، وذلك بحضور رئيس مجلس إدارة غرفة دبي ماجد الغرير، والمتحدث العالمي ومؤلف الكتب الأكثر مبيعا رون كوفمان. وقد شهد الحفل أيضاً الإعلان عن الفائزين لأول مرة في دولة الإمارات العربية المتحدة، التي أنهت التقييم السنوي الأول للمؤشر مع نهاية عام 2016. وسجل المؤشر القومي لرضا العملاء في الكويت 75.4 نقطة، بينما سجّل 75.8 نقطة في الإمارات.

أما الفئات التي تضمنها المؤشر الكويتي لهذا العام، فهي: المقاهي، والمطاعم غير الرسمية، وخدمات السيارات، ومحال الملابس، ومتاجر الإلكترونيات، ومطاعم الوجبات السريعة، والمطاعم الفاخرة، ومتاجر الأثاث المنزلي، والبنوك الإسلامية والبنوك التجارية، ومزودو خدمات الإنترنت، وشركات الاتصالات، ووكلاء بيع السيارات الجديدة، ووكالات صيانة السيارات، والمستشفيات الخاصة، والنوادي الصحية، وشركات الطيران العربية الإقليمية، والسوبر ماركت. وقام أكثر من 350 من المستهلكين في الكويت بتقييم كل من مزودي الخدمات على معيار تقييم من 10 نقاط، وقد استندوا إلى ثمانية أبعاد للخدمة، وهي الثقة، والسرعة، وجودة المنتج، وسلوك الموظفين، والقيمة مقابل المال، والموقع، والخدمة الهاتفية، والموقع الإلكتروني.

ومن بين الفائزين الذين حصلوا على أعلى تصنيف في المؤشر ضمن فئتهم أيضاً، هناك: زين في فئتي شركات الاتصالات والإنترنت، وشيفروليه في مبيعات السيارات، وإنفينيتي في خدمات السيارات، وبنك الكويت الوطني في البنوك التجارية، وهوم سنتر في المفروشات، وسيفكو في السوبر ماركت، وx-سايت في الإلكترونيات. وتشهد العلامات التجارية المحلية أداء قوياً يوازي العلامات التجارية العالمية، حيث تصدّرت في قطاعات مثل البنوك والرعاية الصحية والسوبر ماركت وشركات الاتصالات، وهذا دليل على أن الشركات الكويتية تولي أهمية كبيرة لخدمة العملاء ولتجربة المستهلكين ككل.

● ممثلو الشركات الفائزة في صورة جماعية

«بوبيان» و«ذا تشيز كيك فاكتوري» و«طيران الإمارات» تحصد المراكز الأولى في المؤشر

وقد حصلت 50 علامة تجارية فقط على نتيجة تفوق الـ80 نقطة من أصل 100 نقطة، من ضمن أكثر من 300 علامة تجارية تم تقييمها، وهو ما يعكس تركيزاً استثنائياً على جودة الخدمة لديها.

وقد شهد المؤشر فوز ثلاث شركات للمرة السابعة على التوالي وهي: كاريبو كوفي، ومستشفى رويال حياة، وبنك بوبيان، في حين حصدت ثلاث علامات تجارية المركز الأول ضمن فئتها للمرة الأولى في عام 2017، وهي: نكست في فئة الملابس، وذا تشيزكيك فاكتوري في فئة المطاعم غير الرسمية، ودومينوز بيتزا في فئة مطاعم الوجبات السريعة.

الفائزون في جميع القطاعات بالكويت

فئة سيرفس هيرو	أفضل شركة في خدمة العملاء	عدد مرات الفوز
شركات الاتصالات	زين	5
مزود خدمات الإنترنت	زين	2
شركات الطيران العربية الإقليمية	طيران الإمارات	5
وكلاء السيارات الجديدة	شيفروليه	3
خدمة السيارات	إنفينيتي	4
البنوك التجارية	بنك الكويت الوطني	6
البنوك الإسلامية	بوبيان	7
المفروشات	هوم سنتر	2
السوبر ماركت	سيفكو	2
المستشفيات الخاصة	رويال حياة	7
الإلكترونيات	X-سايت	3
محلات الملابس	نكست	1
المقاهي	كاريبو كوفي	7
المطاعم غير الرسمية	تشيزكيك فاكتوري	1
مطاعم الوجبات السريعة	دومينوز	1

بنمو 4%.. وتوصية بتوزيع 35% نقداً

2.2 مليار ريال قطري أرباح مجموعة Ooredoo في 2016

● عبدالله آل ثاني

33 مليار ريال إيرادات.. وارتفاع قاعدة العملاء 19% إلى 138 مليوناً

أعلنت مجموعة Ooredoo عن نتائجها المالية للسنة المنتهية في 31 ديسمبر 2016، إذ ارتفع صافي أرباح المجموعة المخصص لمساهمي Ooredoo بنسبة 4% ليصل إلى 2.2 مليار ريال قطري، مدفوعاً بمساهمة قوية من Ooredoo قطر وعُمان والجزائر والمالديف وإندوسات Ooredoo، مع خفض التكلفة في المقر الرئيسي للمجموعة، وانخفاض الخسائر الناتجة عن تقلبات سعر الصرف.

ووصل عائد المجموعة على السهم إلى 6.84 ريالات قطرية، مقارنة مع 6.61 ريالات في 2015.

وأوصى مجلس الإدارة الجمعية العمومية للشركة بتوزيع أرباح نقدية بواقع 3.5 ريالات قطرية للسهم الواحد (أي بواقع 35 في المئة من القيمة الاسمية للسهم). وبلغت الإيرادات 33 مليار ريال قطري، ما يعتبر تحسناً بنسبة 1% مقارنة بإيرادات 2015. وعند النظر للإيرادات بالعملة المحلية، كان نموها مدفوعاً بإيرادات Ooredoo قطر وعمان والكويت والجزائر وتونس وميانمار وإندوسات Ooredoo. وعند استثناء أثر صرف العملة الأجنبية، كانت الإيرادات سترتفع بنسبة 2% مقارنة بإيرادات 2015.

وارتفعت أرباح المجموعة قبل اقتطاع الفائدة والضريبة والاستهلاك وإطفاء الدين بنسبة 3% ووصلت إلى 13 مليار ريال قطري، فيما تحسن هامش الأرباح قبل الاقتطاعات ليصل إلى 41%، ما يدل على أداء تشغيلي قوي. وعند استثناء أثر صرف العملة الأجنبية، كانت الأرباح قبل اقتطاع الفائدة والضريبة والاستهلاك وإطفاء الدين سترتفع بنسبة 4% مقارنة مع 2015، بدلاً من الارتفاع المذكور بنسبة 3%.

واستمر النمو القوي لخدمات البيانات للعملاء من الأفراد والشركات، فارتفعت إيرادات البيانات لتشكل 40% من إيرادات المجموعة، وقد ساهمت إيرادات البيانات بمبلغ 13 مليار ريال قطري في إيرادات المجموعة. كما ارتفعت إيرادات خدمات الأعمال والشركات (B2B) بنسبة 6% لتصل إلى 5.5 مليارات ريال قطري، الأمر الذي يدل على استثمار Ooredoo في خدمات عملائها من الشركات.

وارتفعت قاعدة عملاء الشركة بنسبة 19% ليصل عددهم إلى 138 مليون عميل، مدفوعاً بنمو قوي في اندوسات Ooredoo وOoredoo وميانمار وعمان وتونس والكويت والجزائر وأسياسل.

وواصلت Ooredoo ريادة خدمات البيانات في أسواقها، فكانت أول مشغل يطلق خدمات الجيل الرابع (4G) في ميانمار، وبدأت الشركة في إطلاق خدمات الجيل الرابع (4G) في الجزائر. وبذلك أصبحت خدمات الجيل الرابع (4G) تتوافر في ثمان من أسواقها.

وأجرت Ooredoo قطر بنجاح واحدة من أوائل التجارب على الجيل الخامس (5G) من خدمات الجوال في المنطقة، كما قامت باختبار عدد من التطبيقات العملية التي يمكن أن توفرها قوة الشبكات المتطورة لدعم «إنترنت الأشياء».

وتعليقاً على النتائج، قال رئيس مجلس الإدارة الشيخ عبدالله آل ثاني: «حققت Ooredoo قيمة جيدة لمساهميها في 2016، فقد سجلت نتائج الشركة نمواً في الإيرادات والأرباح قبل اقتطاع الفائدة والضريبة والاستهلاك وإطفاء الدين وعدد العملاء وصافي الربح. وبفضل تطلعاتنا للانتقال من كوننا مشغلا لخدمات الاتصالات إلى شركة دولية للاتصالات، فقد حققنا تقدماً كبيراً في تنفيذ استراتيجيتنا في جميع أسواقنا. كما عززنا ما نوفره من خدمات، وارتقينا بالبنية التحتية لتناهز البنى التحتية ذات المواصفات العالمية، وأتحنا الفرصة لأكثر من 138 مليون شخص للاستفادة من مستقبل أفضل».

وعلق الرئيس التنفيذي لمجموعة Ooredoo الشيخ سعود آل ثاني على النتائج بقوله: «كان أداؤنا المالي إيجابياً خلال الأشهر الاثني عشر الماضية، وكان اهتمامنا بتحقيق الكفاءة من العوامل التي ساهمت في تحسن هامش أرباح المجموعة قبل اقتطاع الفائدة والضريبة والاستهلاك وإطفاء الدين إلى 41%. فقد حققت Ooredoo قطر وOoredoo عمان نمواً في الإيرادات والأرباح قبل اقتطاع الفائدة والضريبة والاستهلاك وإطفاء الدين وفي صافي الأرباح، وذلك بمساهمة من المنتجات الرقمية الرائدة وخدمة العملاء المتميزة ومبادرات التسويق الذكية. وفي آسيا، حققت كل من إندوسات Ooredoo وOoredoo ميانمار نمواً ملحوظاً، حيث ارتفعت الإيرادات والأرباح قبل الاقتطاعات ارتفاعاً كبيراً مدعومة بإطلاق شبكات الجيل الرابع (4G). كما أصبح لدينا الآن أكثر من 85 مليون عميل في أندونيسيا، بارتفاع 23% عن 2015، و9 ملايين عميل في ميانمار، بارتفاع 55% عن 2015. وفي العراق حافظنا على مكانتنا في السوق باعتبارنا الشركة الأولى في الإيرادات».

مؤتمر «مايكروسوفت» يجمع مديري أمن المعلومات

ارتفاع الهجمات الإلكترونية على أجهزة الحاسوب المكتبي

عقدت مايكروسوفت مؤتمراً في فندق مارينا الكويت مخصصا لمديري أمن المعلومات لتعريفهم بآخر مستجدات أمن المعلومات الذكية الملائمة للعصر الرقمي، وذلك لما كشفته المراقبة المباشرة لأجهزة الحاسوب المكتبي التي تستخدم نظام التشغيل ويندوز في الكويت من زيادة في عدد الهجمات الإلكترونية الموجهة محلياً.

وكشفت دراسة قامت بها مايكروسوفت في عام 2015 لأجهزة الحاسوب المكتبي التي تستخدم نظام التشغيل ويندوز في الكويت، أن الهجمات وصلت إلى أعلى مستوى لها في الربع الأخير من السنة، حيث ظهر على 30% من الحواسيب التي تم فحصها حدوث أحد أنواع التعرض لبرمجيات خبيثة مقارنة بالمتوسط العالمي الذي يبلغ 21%، إلا أن أكثر من جهاز واحد من بين عدد 22 جهازاً (4.54%) قد تعرض لتلوث فيروسي يمكن التغلب عليه وإزالته، وذلك مقارنة بمتوسط عالمي نسبته 1.69%.

تعليقا على ذلك، قال مدير مشاريع الأمن الإلكتروني لدى مايكروسوفت الشرق الأوسط وأفريقيا سيريل فوازين: «من المهم أن يتيسر للمستخدمين تحسين إنتاجيتهم من أي مكان وعلى أي جهاز كان في عصر يفضل الأجهزة المحمولة والحوسبة السحابية، إلا أن علينا أن نقدم أعلى مستويات الحماية للهوية والتطبيقات والبيانات».

سلط جدول أعمال مؤتمر القمة الضوء على التحديات التي تواجه المستخدمين للحصول على مكان عمل آمن وحديث، بالإضافة إلى جلسة حملت اسم «برمجيات تحليل سلوكيات المستخدمين: كيف يمكنك تأمين هويتك وآلاف التطبيقات»، كما تناول المؤتمر كيفية حماية المعلومات ومنع حدوث فقدان البيانات وكيفية تشفيرها.

كما قدمت مايكروسوفت للمشاركين عروضا توضيحية للحلول البرمجية والتي توفر بدورها الحماية «بداية من البريد الإلكتروني»، مستعينة بنظام حماية متكامل من الأخطار المتقدمة، كما قدمت الشركة أيضا أساليب متكاملة للتعامل مع الأمور الإنتاجية والاتصالات واستخدام الأجهزة المحمولة والأمن.

وعرضت مايكروسوفت أثناء مؤتمر القمة كيف تساعد حلول الأمن الخاصة بها في حماية المنظمات في كل أنحاء العالم من الهجمات الأخيرة، وكيف يمكن للعملاء حماية أنفسهم من تعريض الهوية للخطر عن طريق تعزيز كلمات السر، مستعينين بطبقات إضافية من ميزات التصديق، كما أوضح خبراء مايكروسوفت كيف يمكن للحلول البرمجية اكتشاف أعمال التصديق غير المألوفة وكذلك العلامات المبكرة على حالات محاولة الاختراق، والقيام بإشعار الإداريين ومديري الأمن في وقت مبكر للحالات المثيرة للريبة، كما يمكن لمنصات مايكروسوفت الاستجابة تلقائيا للأخطار عن طريق تعديل متطلبات الولوج تلقائياً وتقديم إمكانات ولوج اشتراطية في حالات الشك في وجود مخاطر.

كما عرضت الشركة على المشاركين كيف يمكنهم حماية البيانات عن طريق استخدام إدارة الحقوق والتعرف على التطبيقات والقدرة على احتواء البيانات وتصنيفها وتشفيرها، كما تقدم حلول مايكروسوفت البرمجية إمكانية اكتشاف حالات الوصول إلى التطبيقات التي لم يسمح بها، وذلك عن طريق إرسال إشعارات بأي محاولة غير مسموح بها للوصول إلى البيانات، فضلاً عن الحالات غير المألوفة والتهديدات الأخرى، ويمكن لعملاء مايكروسوفت الاستعانة بالسياسات لحظر التطبيقات غير الجديرة بالثقة ورفض تصاريح الوصول وكذلك محو بيانات الجهاز عن بعد.

● جانب من المؤتمر

«ديلويت»: «لولو» و«الفطيم» و«صافولا» ضمن القائمة

4.3 تريليونات دولار عائدات أكبر 250 شركة تجزئة في العالم

أفاد تقرير صادر عن ديلويت بعنوان «قطاع البيع بالتجزئة لعام 2017: فن التعامل مع المستهلك» بأن أكبر 250 شركة بيع بالتجزئة في العالم قد حققت عائدات بقيمة 4.31 تريليونات دولار خلال السنة المالية 2015، أي بنسبة نمو مركبة قدرها 5.2%.

في هذا الإطار، أفاد الدكتور أيرا كاليش رئيس الخبراء الاقتصاديين في شبكة ديلويت العالمية «أن التباطؤ الاقتصادي في الاقتصادات المتقدمة الكبرى، وارتفاع مستويات الديون في البلدان الناشئة، والانكماش أو التضخم المنخفض في الدول الغنية والنزعة الحمائية ضد العولمة من بين الديناميات التي ساهمت في خلق بيئة اقتصادية صعبة لشركات التجزئة».

وأضاف: «ولكن الناس لا يزالون بحاجة للتسوق، مما يدفع في نمو هذا القطاع قدماً. كما أن توقعات شركات البيع بالتجزئة، في بعض الأماكن ولدى بعض فئات المتسوقين، غير مواتية».

في هذا السياق، قال هيرفيه بالانتين الشريك المسؤول عن قطاع الشركات الاستهلاكية في ديلويت الشرق الأوسط «ما زالت منطقة الشرق الأوسط وجهة تستقطب اهتمام شركات البيع بالتجزئة، مع تصنيف ثلاث من شركات البيع بالتجزئة من بين أكبر 250 شركة بيع بالتجزئة في العالم وفقاً لتقرير ديلويت. وهذه المجموعات هي مجموعة إيمكه/ EMKE لولو التجارية، وشركة ماجد الفطيم القابضة، ومجموعة صافولا. وقد كان كل من معدل نمو منطقة أفريقيا والشرق الأوسط معاً البالغ 19.1%، بالإضافة إلى نسبة 5.8% من هامش صافي الربح الأعلى من بين المناطق الجغرافية الخمس خلال السنة المالية 2015».

أكبر 250 شركة

وفاق نمو العائدات لأكبر 250 شركة بيع ملابس وإكسسوارات بالتجزئة نمو عائدات قطاعات أخرى للسنة الثالثة على التوالي. ولطالما كانت هذه الفئة الأكثر ربحاً على مر الزمن، بما في ذلك خلال السنة المالية 2015. مع ذلك، وحتى اليوم، تعدّ شركات البيع بالتجزئة للسلع السريعة الاستهلاك FMCG من أكبر الشركات (إذ يقارب متوسط عائدات البيع بالتجزئة 21.6 مليار دولار)، وأكثرها عدداً (إذ يمثل 133 شركة بيع بالتجزئة ما يزيد على نصف أكبر 250 شركة وثلثي عائداتها).

كما يظهر مستوى عولمة البيع بالتجزئة بنفس مستوى العام المنصرم، حيث يعمل ثلثا أكبر 250 شركة بيع بالتجزئة خارج حدود وطنها، وتطال عمليات البيع بالتجزئة التابعة لها أكثر من عشر دول وتستمد ما يقارب ربع عائدات البيع بالتجزئة المركبة الخاصة بها من العمليات الخارجية.

ويناقش تقرير ديلويت حول قطاع البيع بالتجزئة لعام 2017 كيفية التعامل مع الزبون لمساعدة شركات البيع بالتجزئة على خوض خبرات جديدة، بمساعدة التكنولوجيا المناسبة، وتعزيز ولاء العميل.

اتجاهات قطاع التجزئة في 2016

1- نظرة جديدة لاقتناء السلع: بدأ المستهلكون بالالتفات نحو النوعية لا الكمية في تقييم ما يمتلكون ويشترون؛ كما هم غالباً ما ينظرون لوسائل الراحة التي توفرها خبراتهم وممتلكاتهم وليس إلى كمها.

2- اقتصاد «المتابعة»: يسعى المستهلكون للحصول على منتجات تعكس العلامة التجارية الشخصية التي يروجونها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

3- التحول إلى عالم التجزئة: إن التحولات التي يشهدها القطاع الصناعي، والاقتصاد التشاركي، بالإضافة إلى عوامل أخرى، جعلت من مفهوم البيع بالتجزئة أمرا صعبا -إذ إن شركات البيع بالتجزئة غير التقليدية تعمل اليوم على ابتداع وإطلاق نماذج خدمات جديدة تلبي احتياجات المستهلكين، على غرار خدمات الاشتراك والمبيعات المفاجئة.

4- التسوق بناء على الطلب وتلبية الاحتياجات: ستحدد أهمية وجودة الخدمات وفقاً لقدرة شركات البيع بالتجزئة على تلبية توقعات وطلبات الزبون المعاصر.

5- التحولات السريعة في نمط المعيشة: إن توافر التقنيات الهائلة، مثل الذكاء الاصطناعي، والروبوتات، والواقع الافتراضي، يغير من نمط حياتنا وكيفية التسوق.