

## «المشركة»: أقل الأسعار في مناقصة

أوضحت شركة المجموعة المشتركة للمقاولات (مشركة) بخصوص المناقصات والمشاريع أنها حصلت على أقل الأسعار في مناقصة رقم 2012/2011/18، لتصميم وتطوير خط أنبوب نقل المياه المعالجة من مركز وزارة الأشغال العامة في منطقة الصليبية إلى مركز معهد الأبحاث في منطقة كبد، التابع لمعهد الكويت للأبحاث العلمية، ومدة التنفيذ 18 شهراً، بقيمة 1.18 مليون دينار، وسوف توافي الشركة إدارة السوق بأي مستجدات بهذا الخصوص في حينه، علماً بأنها لم تتسلم أي كتب رسمية بالترسية حتى الآن.

# القطاع مطالب بالتركيز على تحقيق القيمة المستدامة.. لا على نمو الإيرادات البنوك بحاجة ماسة إلى نظام قياس ولاء العملاء



تحقيق إيرادات بلغت 2.4 ضعف ما حققه المتقدون. وللحصول على نتائج فعالة، لا بد من إدراج نظام «نت بروموتور» ضمن عمليات المصرف: الأمر الذي يتطلب اعتماد المنهجين «من الأعلى إلى الأسفل» top-down، و«من الأسفل إلى الأعلى» bottom-up على حد سواء. ويلجأ التصميم الأول إلى استخدام نظام «نت بروموتور» من أجل قياس مستوى أداء المصرف، ومساعدة المسؤولين في تحديد الأهداف الرامية إلى التقدم والنمو. أما المنهج الاستراتيجي الثاني «من الأسفل إلى الأعلى»، فيقوم على إلمام الموظفين بالملاحظات والتعليقات المطروحة من أجل تحفيزهم على التحسين. وبناءً على خبرتنا في هذا المجال، تنطوي الإمكانيات الكاملة لنظام «نت بروموتور» على ثمانية عناصر رئيسية هي: قياس الأداء وفهم ماهية اقتصاد ولاء العملاء وتحديد «الحظات الحقيقية» وإغلاق الحلقة، وإشراك مجموعة «الخط الأمامي» من الموظفين، وتعيين فرق عمل مخصصة، وتوفير بنية تحتية قوية داعمة والقيادة والتواصل، حيث يجب على المصارف المرتكزة على العملاء التركيز على كسب ولائهم، وذلك من خلال ضمان القيادة والتواصل الواضح معهم، ومن الممكن تحقيق ذلك من خلال مشاركة الموظفين المباشرة، وتعيين فريق مركزي لإدارة التحول الثقافي في المصرف، وتوفير بطاقات تحديد ولاء العملاء لتتبع أداء الموظفين، وضمان انسجام التعويض الإداري مع الأهداف الرامية لكسب الولاء. ولا يعد نظام كسب ولاء العملاء «نت بروموتور» مجرد مبادرة يتم تطبيقها مرة واحدة، بل هو عبارة عن منهج شامل لتحقيق التحول وتطوير هيكلية إدارية مبنية ومرتكزة على العملاء، فضلاً عن وضع الأسس لتحقيق القيمة المستدامة.

ويذكر أن المنطقة عموماً قد شهدت نمواً هائلاً في القطاع المصرفي حتى عام 2008، حيث عمدت مؤسسات غير إلى جذب المزيد من العملاء من أجل تحقيق النمو. غير أن هذه الاستراتيجية ليست مجدية، نظراً لتراجع وتيرة النمو في السوق من جهة، ووصول البيئة التنافسية إلى أوجها من جهة ثانية. ويعد التمييز في تجارب العملاء من أهم الموضوعات التي يتناولها المسؤولون التنفيذيون في منخلة الشرق الأوسط اليوم من أجل تعزيز القدرة التنافسية للمصارف التابعين لها. ويبرز في هذا الإطار تحدّ كبير في القدرة على المنافسة وخفض التكاليف المرتبطة على التسويق والاستحواذ إزاء اكتساب ولاء العملاء.

**إيمانويل يو وتوم دي وايلي**  
مسؤولان في «بين أند كومباني» - دبي

ومن هذا المنطلق، عمدت شركة «بين أند كومباني» إلى تطوير نظام قياس يدعى «نت بروموتور» NPS قائم على سؤال واحد وجوهري هو «على مقياس من 0 إلى 10، ما هو احتمال أن توصي هذه الشركة لصديق أو زميل؟». ويتم حساب سجل «نت بروموتور» من خلال أخذ النسبة المئوية من العملاء المتقنين للشركة (الإجابات من 0 إلى 6) وطرحها من نسبة العملاء المروجين للشركة (الإجابات 9 و 10).

● البقاء لمدة أطول - بلغ معدل تضاؤل عدد المروجين 67% أقل من المتقنين.

● شراء المزيد - وصلت حصة المروجين من الإنفاق في المصرف الأساسي الخاص بهم إلى 44% أكثر من المتقنين.

● إخبار الآخرين - بلغ عدد المروجين العازمين التوصية بالمصرف 5 أضعاف عدد المتقنين.

ولا بد من الإشارة هنا إلى القيمة الإجمالية للمروجين، حيث أسهموا خلال فترة 5 سنوات من

الخدمات وسعة العلامة التجارية وراحة العملاء. إن هذه المجموعة الواسعة من المخلات تفسر سبب عدم وجود أي أدوات دقيقة لقياس رضا العملاء لدى معظم الشركات.

فعلى خلاف التطورات الكثيرة التي حققها القطاع في مجال قياس الأرباح المالية على مدى أكثر من قرن من الزمان، لم تشهد أدوات قياس رضا العملاء وتيرة مماثلة من التقدم حتى الآن. بل معظم أدوات القياس تواجه تحديات عدة، منها: محدودية مصادر المعلومات، وعدم وفرة المعايير، وعدم التركيز والتنسيق بين مختلف أقسام الشركة الواحدة، واعتماد عمليات مرتجلة وغير منسقة لجمع البيانات، وعلاوة على ذلك، تميل الأدوات المستخدمة اليوم لقياس الولاء إلى أن تكون مرهقة، حيث تغطي نسبة ضئيلة فقط من العملاء ولا تحقق نتائج كبيرة وملموسة. وهنا تبرز ضرورة حصول المصارف على نظام جديد لإدارة رضا العملاء بفعالية.

«نت بروموتور»  
ومما لا شك فيه، فإن إجراء استفتاء واحد وشامل، قد يعود بالفنغ الأكبر على الإدارة، مقارنة بالدراسات المفصلة القائمة على مجموعة من العوامل المعقدة.

كبر حجم المصرف أبرز عوامل تحقيق القيمة المستدامة.. فالأكبر هو الأكثر ربحية

ينبغي المحافظة على قاعدة العملاء وتوسيعها من خلال تعزيز الرضا

البنوك القادرة على تحقيق القيمة تتمتع بمعدل رضا عملاء يفوق منافسيها بحوالي 2.5 مرة

80% من الشركات تعتبر تجربة عملائها ممتازة.. في حين 8% فقط من العملاء أكدوا ذلك

أكبر تحدّ تنوع المعايير بين الملموسة كالمنتجات والأسعار وغير الملموسة كالخدمات والسمعة

في ظل تنامي البيئة المتناسكة والتنافسية بين القطاعات المصرفية في منطقة الشرق الأوسط، سيتوجب على المصارف الإقليمية مواجهة الضغوط ومتطلبات المساهمين للتركيز على إنتاج القيمة، لا على نمو الإيرادات. غير أن الدراسة الأخيرة التي أجرتها شركة «بين أند كومباني» على مجموعة واسعة من الشركات العاملة في مختلف المجالات عبر 12 دولة حول العالم، تؤكد صعوبة تحقيق ذلك، مشيرة إلى أن شركة واحدة فقط من أصل ثمانية خلال العقد الماضي قد تمكنت من تحقيق القيمة المستدامة في أعمالها مسجلة 5.5% من حيث معدل المبيعات السنوي ونمو الأرباح بعائد أعلى من المتوسط على حقوق المساهمين.

أحد أبرز العوامل المساهمة في تحقيق القيمة المستدامة هو كبر الحجم، فكبار اللاعبين في القطاع المصرفي السعودي على سبيل المثال هم أيضاً الأكثر ربحية. وبالنظر إلى أهمية الحجم في هذا المجال، لا بد من الإشارة هنا إلى ضرورة تركيز المصارف على المحافظة على قاعدة عملائها وتوسيعها من خلال تعزيز رضا العملاء. ولقد كشفت الدراسات التي أجرتها «بين» أن الشركات القادرة على تحقيق القيمة المستدامة تتمتع بمعدل رضا عملاء يفوق منافسيها بحوالي 2.5 ضعف (حسب نتائج نظام «نت بروموتور»).

ولكن على الرغم من أهمية رضا العملاء كعامل أساسي في تحقيق القيمة والربحية، لا تزال الشركات غير ملمة تماماً بمستوى رضا قاعدة العملاء الخاصة بها. وخير دليل على ذلك ما جاء في دراسة «بين» التي تشير إلى أن 80% من الشركات على يقين أنهم يوفرون تجربة ممتازة لعملائهم، في حين 8% فقط من العملاء أكدوا ذلك.

ويقودنا ذلك للتحدث عن التحديات الثلاثة الأبرز التي تواجه المصارف الإقليمية اليوم في سعيها إلى تعزيز تجربة العملاء:

1. صعوبة تصميم والتحكم بتجربة العملاء.
2. ضرورة قياس تجربة العملاء بدقة.
3. ضرورة إدراج الأنظمة التي تحافظ وتعزز تجربة العملاء ضمن أسس ثقافة البنك لتحقيق نمو مستند على العملاء.

أحد الأسباب الكبرى في صعوبة تقديم تجربة متماسكة للعملاء يعود إلى تأثيرها بالعديد من المتغيرات، من مدخلات «ملموسة» كالمنتجات والأسعار، إلى مدخلات «غير ملموسة» كتقديم

## اتفاق مع «انانار للإنشاءات»

# مجموعة توب العقارية وكيل حصري لتسويق مشاريع تركية

أعلنت شركة انانار للإنشاءات عن تعيين مجموعة توب العقارية وكيلًا حصريًا لها لتسويق مشاريعها العقارية في تركيا في عدد من دول مجلس التعاون الخليجي، جاء الإعلان بعد توقيع عقد التسويق في اسطنبول بين سردار انان رئيس الشركة، ووليد القدومي العضو المنتدب لمجموعة توب العقارية، وبحضور عدد من مديري وموظفي الشركتين. ويقضي الاتفاق بان تمثل مجموعة توب العقارية انانار في الكويت وقطر بصفة حصرية، مع منحها حق التسويق في عدد آخر من الدول بصفة غير حصرية.

وقال سردار انان ان اختيارنا لمجموعة توب العقارية لتمثيل الشركة جاء نتيجة لفناختنا بقوة الشركة ومكانتها المميزة في تلك الاسواق، ولما تتمتع به من سمعة طيبة وخبرة عريقة في قطاع التسويق العقاري، ولما لمناه أيضاً من انجازات كبيرة لها في تسويق مشاريع عديدة من عدة دول.

وتابع: وتعمل انانار على تطوير حلول مبتكرة للتوجهات الناشئة نحو مساحات المعيشة في مواقع متميزة بالعاصمة، وتبني الشركة مفهوم ان الافراد الذين يعيشون في مباني تتوافر فيها سمات فائقة من كل الجوانب يلمسون تحسناً في صحتهم ونتاجيتهم. وتقدم انانار من خلال مشاريعها الراقية التي تدعم ونثري الطابع الثقافي، واساليب الحياة والراحة حلولاً تتجلى في مجتمعاتها السكنية المتميزة التي توفر الراحة في سكن منفصل



● سردار انان والقدومي يتوسطان فريق عمل الشركتين

وإضافة: واليوم ونحن على مشارف «العصر الذهبي» عصر الحرية والوحدة والتمكين، فإننا نقدم «مساحات تحفّظ على الحياة بطريقة صحيحة» مقترنة بهذه الطاقية الجديدة التي ترتكز على التوازن المثالي. هدفنا هو المحافظة على نجاحنا بمستوى عالمي ونقل أعمالنا وخبرتنا ومعرفتنا الفنية إلى الأجيال القادمة، والمساهمة في تنمية بلادنا مع المحافظة على مكانتنا بين الشركات الرائدة في القطاع.

من جانبه، قال العضو المنتدب لمجموعة توب العقارية ووليد القدومي ان المجموعة تتمن اختيار انانار لها لتسويق مشاريعها في دول المنطقة، وأضاف القدومي: اننا وبعد زيارتنا لمشاريع الشركة المقامة في اسطنبول سواء الأوروبية أو الاسيوية واطلعنا على المشاريع المنجزة التي هي تحت الإنجاز أيضاً قد شجعنا كثيراً على العمل مع انانار، لما لمناه منها من مصداقية وجدية مع جودة ورقي في مشاريعها، التي باعتبارنا نتوافق مع متطلباتنا وعلنا وتلبي مختلف الشرائح سواء من حيث مواعيدها أو ما تقدمه تلك المشاريع من خدمات مميزة، بالإضافة إلى تميز أسعارها التي تلائم مختلف شرائح المستثمرين.

وأضاف القدومي: ان المجموعة ستعمل على تسويق عدد من مشاريع الشركة، التي تتنوع ما بين شقق في أبراج سكنية وفلل في مواقع وموردينا والمجتمع.

## بشهادة من «مايكروسوفت»

# «الدولي» أول بنك إسلامي يطبق السحابة الخاصة



أعلن بنك الكويت الدولي عن حصوله، أخيراً، على شهادة من شركة مايكروسوفت تعترف بأنه أول بنك إسلامي في الكويت يطبق نموذج السحابة الخاصة Private Cloud. وتعتبر «السحابة الخاصة» من مايكروسوفت نموذجاً جديداً لإيصال تقنية المعلومات، والتي تحول موارد البنية التحتية لمركز المعلومات إلى سحابة Cloud بسيطة، تتيح مزايًا عديدة للحوسبة السحابية. بهذه العملية، سيستغل «الدولي»، ابتداءً من اليوم، جميع خدمات تقنية المعلومات من خلال بيئة افتراضية، حيث يضمن سرعة إيصال الحلول، ويخفض تكاليف معدات تقنية المعلومات. وتعليقاً على تطبيق نظام السحابة الخاصة من مايكروسوفت، قالت نائبة المدير العام المديرية التنفيذية لتقنية المعلومات في بنك الكويت الدولي لمياء الطبطبائي: «سننتج عن تركيب السحابة الخاصة Private Cloud في جميع مقرات البنك مزايا عدة وفوائد مختلفة للأعمال المصرفية والعملاء، فالسحابة الخاصة

تخفض التكاليف وتسرع عملية توفير خدمات تقنية المعلومات، ومع هذه التكنولوجيا الجديدة، سيتمكن موظفونا من خدمة العملاء بفعالية أكبر، وبسرعة وأمان أيضاً». ونيابة عن مايكروسوفت، تحدث مدير حساب «الدولي» محمد حسن درويش قائلاً: «نحن مسرورون جداً بالالتزامات «الدولي» المميزة لتقديم حلول مبتكرة في عملية تلبية الاحتياجات الفريدة لعملائه، إن أقسام تقنية المعلومات التي تستخدم System Center 2012 وخوادم ويندوز مع Hyper-V للحوسبة السحابية، تساعد شركاتها في التحرك أسرع وتوفير الأموال وتعزيز التنافسية».

## في النصف الأول

# ارتفاع أرباح «لندن والشرق الأوسط»

البنك الإيجابي خلال النصف الأول من 2012 كما يلي: ● طرح البنك خدمات ومنتجات في قطاعات الإقراض المضمون باصول والتمويل التجاري للسلع وتمويل معاملات الاستحواذ. ● شهد قطاعا التمويل بالإجارة والتمويل العقاري نجاحاً كبيراً خلال النصف الأول، حيث قام بنك لندن والشرق الأوسط بنهاية فترة النصف الأول بتقديم تسهيلات تمويلية فاقت قيمتها 794 مليون دولار أميركي، أي ما يعادل 500 مليون جنيه استرليني، منذ إطلاق هذه الخدمات، في حين بلغت قيمة محفظة التمويل العقاري المحوطة في عقود الإجارة أكثر من 317.8 مليون دولار أميركي، أي ما يعادل 200 مليون جنيه استرليني.

مميزة وراقية ورئيسية في مدينة اسطنبول، التي تعد من المدن الجاذبة للاستثمار العقاري في عصر ما بعد الأزمة المالية العالمية. وقال القدومي: ان العقار في اسطنبول يشهد حالياً حالة غير مسبوقة من حيث كم المشاريع التي نفذت، او التي هي قيد الإنشاء، وقد شجع الاستقرار السياسي والاقتصادي، وتعديل عدد من قوانين التملك، على ان تكون اسطنبول تحديداً منطقة الاستثمار العقاري الجدي حاضراً ومستقبلاً. وأضاف: ومن هنا وجدنا توجه كبيراً للمستثمرين بمختلف اتجاهاتهم وامكانياتهم نحو السوق العقاري التركي، واصبح الطلب على تملك العقار فيه أكثر من أي وقت مضى. وبين القدومي ان المجموعة ستقوم بعرض تفاصيل مشاريع انانار المميزة والرائدة خلال معرض الكويت الدولي للعقار، الذي سيقام على ارض المعارض بمشرف اواخر الشهر الجاري.



● أحد مشاريع الشركة برج نيراس تيمنا