

## مليار دولار حجم التجارة الإلكترونية في الإمارات 27.2 2020



- مبيعات الأونلاين بين الشركات تسجل 7.7 تريليون دولار
- نمو سوق البقالة الإلكترونية في الإمارات خلال 2020 %300

يُعدّ تغير سلوك المستهلكين أحد أكبر التأثيرات الناجمة من تداعيات جائحة «كوفيد-19» والتي يمكن ملاحظتها وتتبعها. وبينما بدأت الشركات تنتقل ببطء من إدارة الأزمة التي تسببت فيها الجائحة إلى التعافي وإعادة فتح الاقتصاد والأسواق، لا يمكننا تجاهل حقيقة أن هذه التغيرات في أنماط سلوكيات المستهلكين لن تختفي، بل هي هنا لتبقى. ولا يتوقف الأمر هنا، فالتغيرات طويلة الأجل في سلوك المستهلكين ما زالت في طور التشكّل والنمو، ما يمنح الشركات «فرصة كبيرة للقيام بدور ملموس في تشكيل «الواقع الجديد»

من جهة أخرى، تُعتبر رقمنة التجارة الإلكترونية بين الشركات أحد التغيرات الجذرية التي أصبحت بارزة بعد انتشار الجائحة. في عام 2020، على سبيل المثال، تجاوزت المبيعات أونلاين بين الشركات معدل مبيعات الشركات إلى

المستهلكين، حيث بلغت قيمة السوق العالمية للتجارة بين الشركات 7.7 تريليون دولار أمريكي مقابل 2.3 تريليون دولار، وهي قيمة مبيعات الشركات للعملاء

وقدّر «المنتدى الاقتصادي العالمي» حجم سوق التجارة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة لعام 2020 بنحو 27.2 مليار دولار. وخلال الربع الثالث من عام 2020 فقط، نما سوق البقالة الإلكترونية بنسبة 300% في الإمارات، مقابل نسبة نمو بلغت 500% في سوق المملكة العربية السعودية.

### سلوك المستهلكين الجديد

يأتي هذا في الوقت الذي تواصل عملية صنع القرار الخاص بالمستهلك في التطور والتغير، بما في ذلك الطرق التي نقوم بها في أعمالنا، كيف نرقّه عن أنفسنا، كيف نتسوّق، وحتى كيف نقوم بشراء المواد اللازمة لإدارة شركاتنا وأعمالنا. أصبح التسليم السريع، كثرة الخيارات المتوفرة، والشفافية في الأسعار من العناصر الرئيسية التي نتوقعها دائماً عند التسوّق سواءً لأغراض شخصية أو مهنية

لكن، عندما يتعلق الأمر بسوق تجارة الأغذية والمشروبات بين الشركات، فقط، بقيت الصناعة تقليدية على مر السنين. الآن، أصبحت هناك مساحة كبيرة للتطور والتكيّف والابتكار لتحسين هذا السوق الواعد والمهم بصورة عامة

المنصة الإلكترونية الرائدة للتجارة بين الشركات، بين موردي الأغذية المحليين والمطاعم SupplyMe h تربط والفنادق والمقاهي ومحلات السوبر ماركت وغيرها من شركات خدمات الطعام من جميع الأحجام، بهدف مساعدة الشركات على الازدهار والنجاح. كما تسعى المنصة إلى تعزيز صورة سوق التجارة الإلكتروني بين الشركات، وبالخصوص سوق المواد الغذائية، وذلك لتبسيط وتسريع عملية الشراء وإتمامها بسلاسة أونلاين، دون الحاجة لأي مكالمات هاتفية أو مستندات ورقية

ولتبسيط الضوء على أهم الفوائد التي يحصل عليها مشغلو المأكولات والمشروبات عند البدء بإتمام معاملات الشراء قال إيجور نيكولينكو، المؤسس المشارك والرئيس التنفيذي SupplyMe أونلاين مع الموردين المدرجين على منصة للمنصة: «أن تكون ذكياً في صناعة المأكولات والمشروبات يعني بشكل أساسي إعطاء العميل ما يريده من الخيارات الكافية، والسعر المناسب، والخدمة المميزة. نجحت الأسواق الإلكترونية في دمج هذه المبادئ الأساسية على منصاتها لتقديم خيارات متزايدة من المنتجات، وأسعار تنافسية وتجربة عميل سلسة، دون التقيّد بكميات المخزون والخدمات اللوجستية. ناهيك عن أن هذه المنصات تمنح العملاء فرصة الاطلاع على كل منتج من كل زاوية – بما في ذلك السعر، بلد المنشأ، وتوافر المنتج على المنصة. كما أن تقديم خدمة دعم العملاء يُعدّ ميزة إضافية، فهي تضع العملاء في صميم «عمل المنصة الإلكترونية



إيجور نيكولينكو

### دقة التنبؤ وتوقع الطلب

يعد اختيار المنتج عملية معقدة تستغرق في الغالب وقتاً طويلاً، خاصة إذا تمت الإجراءات باستخدام نظام غير فعال أو في حال عدم وجود اتفاقية شراء رسمية بين المشتري والموردين المختلفين. لكنّ الأسواق الإلكترونية، من خلال استخدام التقنيات الحديثة، مثل تحليل البيانات الضخمة والتعلم الآلي، تساعد الشركات على تحديد أنماط الشراء

الخاصة بكل مستهلك وتسهيل إتمام الطلبات المتكررة. يأتي تقييم البائعين وتحليلات الإنفاق والتنبؤ بالطلب على قمة الفوائد الشائعة لتحليلات البيانات في قطاع المأكولات والمشروبات.

### الشفافية الكاملة

لقد تغيرت صناعة المواد الغذائية ومعها أنماط سلوك المتسوقين بشكل كبير. ولعلّ أحد أكبر التحديات التي يواجهها مشغلو المأكولات والمشروبات حالياً هي موثوقية مورّدي المنتجات التي يقدمونها، خاصة فيما يتعلق بجودتها، وتوقيت التسليم.

ولأننا سوق إلكتروني، أضاف نيكولينكو قائلاً: «من الضروري بالنسبة لنا إدراج الموردين الذين يقدمون أفضل المنتجات ويضمنون تسليمها في الوقت المناسب وذلك لكسب ثقة العملاء وضمان عودتهم إلى المنصة. ولاكتساب ميزة تنافسية على الشركات الأخرى وتلبية توقعات العملاء، مع الحرص على تقليل التكاليف إلى أدنى حد ممكن، ازداد وعي المتاجر وشركات المواد الغذائية الكبيرة والصغيرة بالحاجة إلى تحديد وفهم سلاسل التوريد الخاصة بهم. في أونلاين تعزيز تجربة العملاء من خلال B2B الوقت الحاضر الذي يوصف بأنه عصر اقتصاد التجربة، يمكن لأسواق «تسهيل تجربة الشراء وجعلها أكثر سلاسة، وتوفير أكبر عدد ممكن من المزايا

المنصة الإلكترونية الجديدة للتجارة بين شركات المأكولات والمشروبات، إلى مساعدة شركتك SupplyMe تهدف وإحداث أكبر تأثير إيجابي وفعال على مختلف الأولويات الخاصة بها. لقد أدى التحول الرقمي في صناعة المأكولات والمشروبات إلى تحويل عمليات الشراء من عمليات خالية من التنظيم، مرهقة، وتستغرق وقتاً طويلاً لتصبح تجارب بسيطة، سلسلة، ومريحة تساعد الشركات التي تبنت التحول الرقمي على استرداد إيراداتها المفقودة، النجاح، والتوفير



تطبيق سبلاي مي الإلكتروني