

## أبرز اتجاهات «الفتك» في الإمارات

### الكاتب



ساندر مارتينز

\* ساندر مارتينز

بينما تدق أجراس الركود الاقتصادي في العديد من البلدان، وتتزايد المخاوف العالمية؛ إلا أن دولة الإمارات في وضع جيد بسبب ارتفاع أسعار النفط والنمو المطرد للقطاعات غير النفطية، وفقاً لما أكده الخبراء والمحللون.

ومع بداية الربع الثاني من عام 2023؛ سوف نشهد العديد من الاتجاهات المالية لاسيما في ظل الوتيرة المتسارعة لتوقعات المستهلكين. وفي هذا السياق؛ يجب أن تدرك العلامات التجارية أن هناك قيمة هائلة وراء تصميم وتوفير تجارب دفع رقمية وغير مرئية قدر الإمكان. وفي ظل المنافسة المحتددة في السوق الإماراتي؛ فإن الشركات التي تعتمد على التوظيف الأمثل للبيانات والحلول الرقمي المتطورة والمدركة جيداً لسلوك المتسوقين، لديها فرصة أكبر لتتصدر المشهد في السوق.

وهنا نسرد سلسلة من أبرز الاتجاهات التي نتوقع أن تتكيف معها الشركات خلال الأشهر المقبلة للبقاء في صدارة السوق:

التمويل المدمج: أي إمكانية تقديم حلول مالية من منصات تجارية غير بنكية، وقد شهد هذا النوع من التمويل في عام \* 2022 نمواً ملحوظاً على الصعيد العالمي وفي المنطقة؛ حيث قام مئات الآلاف من الشركات والمؤسسات العاملة في قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، بجذب العملاء من خلال تقديم خدمات مالية مدمجة، كخدمة تسوق الآن وادفع لاحقاً.

ومن جهة الشركات الصغيرة والمتوسطة، فإن التمويل المدمج هو النمط الذي تعتمد عليه الكثير من الشركات

للحصول على الدعم بدلاً من الدعم الذي لم تحظ به من قبل الخدمات المصرفية التقليدية، منذ فترة طويلة. ومن الملحوظ أن الشركات تثق بهذه النظم البيئية والمزايا التي سيجلبها «التمويل المدمج» في المستقبل

وبالنسبة للعلامات التجارية في دولة الإمارات، يمكن للمنتجات المالية المدمجة تغيير الطريقة التي تضع بها الشركات الصغيرة والمتوسطة نفسها تماماً؛ ما يعزز التواصل مع المستهلكين أيضاً. وعلى وجه التحديد، أكد 83٪ من المستهلكين في دولة الإمارات الذين شملهم الاستطلاع اهتمامهم بالعلامات التجارية التي تقدم خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً؛ وفقاً لتقرير «أدين» لعام 2022

أما على المستوى العالمي، فقد أظهر استطلاع أجرته شركة أدين بالتعاون مع «بي سي جي» أن الشركات الصغيرة والمتوسطة منفتحة بشكل متزايد على الحصول على الخدمات المالية من الكيانات المصرفية غير التقليدية؛ حيث أكد 66٪ من الشركات الصغيرة والمتوسطة العالمية التي شملتها الدراسة أنها ستستفيد من الحساب المصرفي الذي توفره منصتها المالية المدمجة

توفير تجربة شخصية تناسب متطلبات كل عميل مع التركيز على كل التفاصيل \*

لا يمكن الإنكار أن التسوق عبر الإنترنت أصبح جزءاً مهماً في سلوك المستهلكين، لكن هذا لم يؤثر في اهتمام المتسوقين بالتسوق داخل المتجر، حيث يرغبون في تجربة المنتج على أرض الواقع، والتأكد منه، ويتطلعون إلى الحصول على تجربة سلسلة كما الحال في التسوق الإلكتروني. ووفقاً لتقرير التجزئة السنوي الخاص بـ «أدين»، وجدنا أن 64٪ من المستهلكين في الإمارات العربية المتحدة يقولون إن المتاجر الفعلية هي نقطة اتصال مهمة، حتى لو قاموا بالتسوق مع بائع التجزئة نفسه عبر الإنترنت

طرق الدفع وتنامي المحافظ الرقمية: قبل بضع سنوات، توقعنا أن تتزايد نسبة استخدام طرق الدفع عبر التطبيقات، \* إذ تقدم هذه التكنولوجيا تحكماً أكبر بحركة الأموال. وفي ظل حرصها على بناء طريقة دفع مريحة ومرنة وآمنة، شهدنا ومن الأمثلة الشهيرة (L.I.V) بالفعل قيام البنوك بإطلاق محافظها الرقمية الخاصة (مثل بنك الإمارات دبي الوطني، ولف الحديثة «محفظة الإمارات الرقمية»، وهي مبادرة جديدة أطلقها اتحاد بنوك الإمارات العربية المتحدة، التي شهدت دعماً من 16 بنكاً وطنياً، لتشجيع الخدمات المصرفية المفتوحة

الآن، لم تعد المحافظ الرقمية مخصصة للبالغين فقط، فيمكن للأطفال في الدولة أيضاً الوصول إلى حساباتهم الخاصة التي أنشأها آباؤهم. ويوفر هذا طريقة أسهل لتحويل الأموال وتتبع إنفاق الأطفال من أجل الأمان، مع ميزات تمنح الآباء سلطة الحد من الإنفاق وتحديد بدل صارم. وستغير بالتأكيد هذه التكنولوجيا طريقة تعامل الأجيال القادمة مع المدفوعات، مع توقع استمرار الدفع الرقمي، لكونها خالية من الاحتكاك وغير نقدية

رئيس شركة أدين في الشرق الأوسط \*