

## نقطة مؤشر رضا العملاء في الإمارات 77.7



«دبي:»الخليج

أعلن «سيرفس هيرو»، مؤشر رضا العملاء الوحيد في العالم العربي، الذي يعتمد على تقييم العملاء بشكل كامل اليوم، أن رضا العملاء في دولة الإمارات تقدّم نقطتين تقريباً بالمقارنة مع نتائج العام الماضي. وقد جاء هذا الإعلان مع صدور تقرير «مؤشر رضا العملاء» للنصف الأول من العام في الإمارات العربية المتحدة، وقد سجّلت نتائج المؤشر لجودة الخدمة في الإمارات 77.7 نقطة.

جمع «سيرفس هيرو» لهذا التقرير 3,806 من أصوات المستهلكين التي أثبتت صحتها في الإمارات، والتي شملت 14 قطاع عمل مختلفاً. وتُظهر هذه الزيادة تحسّناً قوياً في بعض القطاعات، إذ تصدر الأثاث المنزلي القائمة مسجلاً 83.7 نقطة من أصل

100 نقطة كحدّ أقصى، فيما بقيت شركات الاتصالات في أسفل القائمة مع نتيجة 64.6 نقطة، تليها البنوك التجارية مع 71.2 نقطة من أصل 100 نقطة. ومن بين القطاعات الأخرى التي سجّلت أداءً جيداً هناك الإلكترونيات، والسوبر ماركت، والمطاعم غير الرسمية.

## تحديد الأولويات

وقد علّقت فاتن أبو غزالة، مؤسسة ورئيسة سيرفس هيرو على ذلك قائلة: «إن «سيرفس هيرو» مصمّم لتقديم أدوات لمراقبة وتوثيق وقياس تلبية احتياجات العملاء بأسعار معقولة، لتمكين الشركات من تحديد الأولويات والمعايير، وتنفيذ الخطط لتحسين الأداء المستدام. وتوفّر الإمارات لكل مستهلك مجموعة من الخيارات، وفي حين يعبر المستهلكون عن احتياجاتهم ومتطلباتهم، سيساعد ذلك في النهاية على بناء علاقات طويلة المدى مبنية على القيم، ما من شأنه أن يرتقي بحياة الناس إلى مستوى أفضل». وقد لاحظ تقرير النصف الأول من العام أيضاً أن بعض القطاعات شهدت تقدماً ملحوظاً في رضا العملاء وبخاصة البنوك الإسلامية مع 5.5 نقطة، يليها الأثاث المنزلي مع 4.5 نقطة، والسوبر ماركت مع 3.8 نقطة، فيما تراجعت شركات الاتصالات بـ0.9 نقطة.

## أبعاد الخدمة

على الرغم من أن رضا العملاء حصد تقدماً بشكل عام، أحرزت القيمة المالية والخدمة الهاتفية تقدماً بسيطاً، لكنهما لا تزالان في أسفل الأبعاد الثمانية لمؤشر الخدمة. وفي المقابل حصل الموقع (لناحية الجاذبية، والراحة، ومواقف السيارات، وأوقات العمل) والثقة، والموظفين على تقييم عالٍ. وبالمقارنة مع مؤشر العام 2016 لوحظ تقدّم في كافة أبعاد الخدمات، وفي حين أن الخدمة الهاتفية كانت الأكثر تحسّناً مع 2.6 نقطة، تقدّم الموقع الإلكتروني بنقطة واحدة فقط.

## تقديم خدمات ممتازة

قالت فاتن أبو غزالة: «نحن نؤمن بأنه لدى الشركات أفضل النوايا فيما يخص تقديم خدمات ممتازة لعملائها، ولكن في سوق تنافسي تكمن التحديات في الضغوط التي تواجهها ما يجعلها تفقد تركيزها». وأضافت: «خلال عملنا على تقييم الشركات لسنوات، لاحظنا أنه في حين أن الشركات تفهم أن الامتياز في الخدمة أمر مهم، إلا أن قلّة هم من يعرفون كيفية تفعيل ذلك داخلياً. يعمل المؤشر الجديد على قياس مدى نظام، ووضوح وتوافق الشركات مع تقديم خدمة ممتازة، ويتم استخدامه حالياً من قبل شركات رائدة في الكويت والإمارات. يهدف «مؤشر ثقافة الامتياز» إلى تحديد الخطوات اللازمة للدفع بثقافة الامتياز، ولتنظيم كافة الأمور بالتماسي مع الامتياز. بعدها، «بإمكان الشركات أيضاً التعاقد مع «سيرفس هيرو» لتغيير الثقافة