

التحديات والفرص في سوق خدمات ما بعد البيع في الإمارات

السبت 9 سبتمبر 2023

ابراهيم العثمان

in

✉

📱

f



في ظل التطور السريع لسوق خدمات ما بعد البيع في قطاع التجزئة، تبرز مجموعة من الاتجاهات السائدة في الإمارات العربية المتحدة، ويتوقع المستهلكون في الإمارات الحصول على خدمات ما بعد البيع عالية الجودة. لذلك، تركز الشركات على الاستثمار في التكنولوجيا والتدريب لتحسين جودة خدماتها وسرعة استجابتها.

وتسعى الشركات إلى التوسع جغرافياً لتوفير خدماتها للعملاء في جميع أنحاء الإمارات العربية المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي. يجب فيكاس تشادا الرئيس التنفيذي لمجموعة جامبو التي تصدر المشهد في قطاع تجزئة الأجهزة الإلكترونية في الإمارات، على استفسارات "أريبيان بزنس".

فيكاس تشادرا الرئيس التنفيذي لمجموعة جمبو

في ظل التطور السريع لسوق خدمات ما بعد البيع، ما هي الاتجاهات السائدة في الإمارات العربية المتحدة؟

نرصد اتجاهات متنوعة ومختلفة لدى المستهلكين والعملاء والشركات والعلامات التجارية مثل "جمبو". وقد صادف المستهلكون صعوبات في سلسلة التوريد خلال فترة تفشي وباء "كوفيد-19"، على صعيد منتجات كثيرة مثل الكمبيوتر المحمول (لابتوب) والهواتف النقالة وأجهزة التلفزيون، وذلك لأن العديد من المستهلكين كانوا يريدون استبدال منتجاتهم الإلكترونية القديمة بمنتجات حديثة، الأمر الذي لم يكن متاحاً بسبب تعطل سلسلة التوريد ما دفعهم لإصلاح أجهزتهم عوضاً عن استبدالها.

اشترك في نشرتنا اليومية لتصلك عبر البريد الإلكتروني

اشترك الآن



بريدك الإلكتروني

أوافق على [الشروط والبنود](#)

وبعد انتهاء فترة تفشي الوباء وعودة سلسلة التوريد للعمل كالمعتاد، تهافت المستهلكون على متاجر الإلكترونيات للاستفسار عن المنتجات الجديدة، وكانوا يجدون أن تصليح أو صيانة أجهزتهم القديمة لأطول مدة ممكنة بات أكثر جدوى بالنسبة إليهم من استبدالها أو شراء أجهزة جديدة، وذلك بسبب التداعيات الاقتصادية والمالية التي خلفها الوباء، خصوصاً مع ارتفاع التضخم، وكان هذا الاتجاه سائداً لدى المستهلكين في فترة ما بعد الوباء.

وفي ما يتعلق بالعلامات التجارية التي تباع الأجهزة الإلكترونية، فقد أصبحت خدمات ما بعد البيع أكثر أهمية من أي وقت مضى، وإذا أخذنا المنتجات مثل أجهزة التلفزيون، اللابتوب، الكاميرا، فإن تمايزها محدود، ولذلك عندما يتخذ المستهلك قراراً بالشراء، فإنه يعطي أولوية كبيرة لخدمات ما بعد البيع، مثل سرعة وجودة الخدمة، من هنا اكتسبت خدمات ما بعد البيع أهمية قصوى لدى الشركات.

وتفضل بعض العلامات التجارية في أسواق ضخمة، مثل الصين والولايات المتحدة الأمريكية أو الهند، أن تقدم خدمات ما بعد البيع مباشرة للمستهلك بسبب اتساع السوق، ولكن في سوق صغير جداً مثل الإمارات العربية المتحدة، ودبي تحديداً، تفضل العلامات التجارية أن تعهد بهذه الخدمات إلى شريك جيد يستطيع أن يمثل العلامة التجارية أفضل تمثيل وتقديم أفضل خدمات ما بعد البيع.

وبالنسبة إلى شركة **" جمبو للصيانة "**، التي توفر خدمات ما بعد البيع للعلامات التجارية التي تمثلها في دولة الإمارات، فإنها تحرص على تقديم أفضل خدمات ما بعد البيع والتصليح للمستهلكين، والعمل على تطوير هذه الخدمات باستمرار. ولناخذ مثلاً على ذلك، كانت تكلفة تغيير شاشة تلفزيون تعادل شراء تلفزيون جديد تقريباً في الماضي، ولكن مع التطور التكنولوجي، يمكن لنا في " جمبو للصيانة " أن نصلح الخلايا المتضررة في الشاشة بدلاً من استبدالها بالكامل، وبذلك باتت التكلفة أقل بكثير من الماضي، وبات المستهلك يستطيع تحمل تكلفة تصليح الشاشة. وكذلك الأمر بالنسبة إلى تصليح الكاميرات وغيرها من المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية. وتستثمر " جمبو للصيانة " مبالغ كبيرة لاستقدام أفضل التكنولوجيات لخدمات ما بعد البيع. وهكذا انتقل التمايز الذي بات محدوداً بين العلامات التجارية من المنتجات إلى خدمات ما بعد البيع في ظل اتجاه المستهلكين لتفضيل تصليح الجهاز مع تراجع التكلفة بشكل كبير.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أنه وفي ظل زيادة عدد المستهلكين الذين يفضلون إصلاح أجهزتهم بدلاً من استبدالها، فإننا نعمل بشكل مستمر على تعزيز مستوى خدمات ما بعد البيع التي نقدمها للمستهلكين، وذلك بما ينسجم مع التزامنا بمعايير المسؤولية المجتمعية في الشركات، وحرصنا على المساهمة في تحقيق الاستدامة ودعم الاقتصاد الدائري.

صيانة الأجهزة الإلكترونية

هل يمكن أن تعطينا فكرة عن الفرص الواعدة في سوق خدمات ما بعد البيع في المنطقة؟

باتت الفرص المتاحة في سوق خدمات ما بعد البيع مرتبطة بنوع المنتج الإلكتروني ومدى قابليته للتصليح والصيانة، فمن الناحية التكنولوجية، كان يتم اصلاح أجهزة بسيطة غير معقدة. وبسبب الاستثمارات التي قامت بها " جمبو للصيانة "، باتت الشركة قادرة على تصليح مجموعة كبيرة من الأجهزة الإلكترونية مهما بلغت درجة تعقيدها، مثل الكاميرات وأجهزة العرض والتلفزيون، وهذا هو الاتجاه السائد حالياً في سوق خدمات ما بعد البيع في دولة الإمارات.

مثلت الرقمنة قوة تحويلية في مختلف القطاعات. فكيف أثرت الرقمنة على سوق خدمات ما بعد البيع، وما هي التحولات التي شهدتها على صعيد توقعات العملاء نتيجة لذلك؟

باتت الرقمنة تهيمن على سوق الإلكترونيات، وتستثمر مجموعة جمبو للإلكترونيات بقوة لإدخال الرقمنة في مختلف عملياتها، ومنها تلك المتعلقة بالمستهلك، خصوصاً للاحية

كيفية التعامل مع المستهلك، وعندما يقصد المستهلك منصتنا الرقمية، يتلقى رسالة نصية قصيرة تتضمن معلومات عن المدة التي سيستغرقها تصليح جهازه الإلكتروني والتكلفة التقديرية لاصلاحه، وإصدار الفاتورة النهائية بعد التصليح وموعد استلام الجهاز. ونحرص في مجموعة جمبو للإلكترونيات على بذل جهد كبير لناحية كيفية التواصل مع المستهلك، بحيث يكون على بينة من كل الأمور، واعلامه بمختلف مراحل تصليح الجهاز، وأن يكون مطمئناً إلى أن جهازه في أيد أمينة. هذا من ناحية تطبيق الرقمنة في مجموعة جمبو للإلكترونيات على صعيد المستهلك، أما من ناحية الرقمنة في عملياتنا الداخلية، فهي تشمل كيفية تصليح المنتج من الناحية التكنولوجية، والجهة المؤهلة لتصليحه، والوقت اللازم لانجاز العملية، وإذا كانت قطع الغيار متوافرة أو لا، وكيفية تأمينها، كل ذلك تجده في مركز خدمة العملاء، حيث تستعرض شاشة ضخمة مهام كل موظف والمهام المنتظرة في يوم محدد. ونعتبر أن الرقمنة في عملياتنا الداخلية تسهم في تقديم أفضل الخدمات للعملاء، وتعزز الإنتاجية وسرعة الاستجابة لطلبات العميل.

كما أن بعض العلامات التجارية التي نمثلها، مثل "سوني" و "سامسونج" تملك منصات رقمية خاصة بها للتعامل مع العملاء، وعادة تكون منصاتنا مترابطة، بما يسهل تنفيذ عملياتنا بسرعة لناحية إرسال قطع الغيار التي نحتاجها، ومعرفة المخزون المتوافر. وأعتقد بشكل راسخ أن مستقبل "جمبو للصيانة" يرتبط بمدى تطور منصتنا الرقمية التي توفر للعملاء أجود وأسرع الخمت، وبالتالي زيادة ثقة العلامة التجارية التي نمثلها.

صيانة الأجهزة الإلكترونية

كيف تمكنت "جمبو للصيانة" من التكيف مع تزايد انتشار التقنيات الرقمية، لتعزيز تجارب العملاء في مجال ما بعد البيع؟

تحرص "جمبو للصيانة"، في تقديم خدمات ما بعد البيع في الإمارات العربية المتحدة للإلكترونيات الاستهلاكية والسلع المعمرة والأجهزة المنزلية ومنتجات تكنولوجيا المعلومات، على تعزيز عملياتها في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي، ولذلك تضح استثمارات كبيرة لزيادة قدراتها التكنولوجية وتطويرها لناحية تصليح الأجهزة والذي بات اتجاهاً سائداً لدى المستهلكين بسبب التراجع الكبير في تكلفة تصليح الأجهزة كما ذكرت سابقاً، بما يوفر أفضل الخدمات لعملائنا وبالتالي تعزيز تجربة العملاء لدينا.

نعمل بشكل مستمر على تطوير التقنيات التكنولوجية لدينا من خلال الاستثمار في تقنيات جديدة لتعزيز خدمات الصيانة التي نقدمها للمستهلكين من خلال توظيف تكنولوجيا متطورة الأمر الذي يساعد على تقليل التكلفة على المستهلكين وتقديم خدمات تستمر لفترات أطول.

تعتبر قصة توسع **Serve Jumbo** مثيرة للإعجاب، مع أكثر من 35 شريكاً من العلامات التجارية العالمية وزيادة ملحوظة بنسبة 75% في حجم الخدمة خلال خمس سنوات. هل يمكنك شرح العوامل الرئيسية التي أدت إلى هذا النمو؟

اعتمدنا في توسع "جمبو للصيانة" على استراتيجية من 4 ركائز هي:

- الحصول على علامات تجارية جديدة تحت مظلة "جمبو" عبر إبرام الشراكات.
- إضافة فئات ومنتجات إلكترونية متطورة جديدة خلال السنوات القليلة الماضية، مثل الماسحات الضوئية وأجهزة العرض.
- التوسع جغرافياً، فمن المعروف أننا نملك مركزاً رئيسياً للخدمات في جبل علي في دبي، وافتتحنا مراكز خدمات صغيرة في مناطق عديدة، مثل أبوظبي، والشارقة وعجمان والفجيرة، إضافة إلى التوسع في دول جديدة مثل سلطنة عمان، وقطر، انطلاقاً من حرصنا على التواجد في أقرب مكان من العملاء كي نقدم لهم أفضل وأسرع وأسهل الخدمات.
- تعزيز القدرات الداخلية لتعزيز مستوى الخدمات خلال التوسع في السوق، ينبغي توفير أفضل القدرات التكنولوجية لناحية جودة الخدمات والسرعة في تقديمها وتدريب الفنيين ليتمكنوا من تصليح المنتجات وفق أرقى المعايير التكنولوجية، حيث نحرص على أن يزور الفنيون في جمبو المقرات الرئيسية للعلامات التجارية التي نمثلها لاكتساب أفضل وأحدث الخبرات.

كيف يمكن لهذه الشراكات الاستفادة من نقاط القوة لدى العلامات التجارية العالمية واللاعبين المحليين لإنشاء عرض قيمة فريدة للعملاء في دولة الإمارات؟

إن العلامة التجارية تحقق الكثير من الميزات والمنافع إذا كان شريكها يملك كل القدرات والمؤهلات الفنية لتقديم أرقى خدمات ما بعد البيع للعملاء بما يليق بسمعة وشهرة العلامة التجارية التي تحرص على إسعاد العميل، وفي "جمبو للصيانة" نحرص على التميز في مراكز خدمة العملاء في كل المنتجات من آلات تصوير وأجهزة كمبيوتر (لابتوب)، وغيرها، عبر توفير الجودة والسرعة للعملاء.

إن بناء الشراكات مع مجموعة متنوعة من العلامات التجارية العالمية ليس بالأمر السهل. فما هي المبادئ والممارسات التي مكنت "جمبو للصيانة" من تعزيز واستدامة هذا التعاون بنجاح؟

نطلق في "جمبو للصيانة" من مبدأ أساسي وهو أن الشراكة مع أي علامة تجارية هي طويلة الأمد، ليست ظرفية أو مؤقتة لسنة أو 2 أو 3 سنوات، بل نحرص على البقاء مع العلامة التجارية والتمسك بها، وهذه هي الحال مع "سوني" و"كاسيو" اللتين ترتبط معهما

بشراكات منذ أمد طويل، ونعتبر أن الثقة هي العامل الأهم لبقاء الشراكة بين العلامة التجارية وشريكها. كما أن القدرات التكنولوجية والمالية للشريك تلعب دوراً في استمرار وتمتين العلاقة مع العلامة التجارية التي يمثلها، وأحياناً يتكبد الشريك خسائر مادية ويتعرض لتحديات وعراقيل عديدة، ولكن يمكن تعويض هذه الخسائر وتذليل كل هذه العقبات من منظور العلاقة طويلة الأمد بين الشريكين، بحيث يرتبط اسم العلامة التجارية باسم الشريك، كما هو الحال عندما نقول إن "جمبو" يعني "سوني"، ونطمح لكي يشمل الارتباط كل العلامات التجارية التي نمثلها.

وهناك عامل أخير مهم في ديمومة الشراكات، وهو ضرورة تمتع شريك العلامة التجارية بالمرونة، فالعلامة التجارية لديها متطلبات كثيرة لناحية جودة وسرعة الخدمات والقدرات الفنية، فينبغي أن يتمتع الشريك بالمرونة المطلوبة لتوفير كل متطلبات العلامة التجارية. وفي مجموعة جمبو نطمح لنكون أفضل ممثل لكل العلامات التجارية، ونتعلم من أخطائنا لنتفادها في المستقبل.

في ظل سوق شديد التنافسية، كيف تستمر شركة **Serve Jumbo** في الابتكار وتمييز خدماتها للبقاء في صدارة سوق خدمات ما بعد البيع؟

هناك عوامل عديدة تسهم في تعزيز تنافسيتنا في السوق، ومن أهمها الرقمنة ودورها في تطور الخدمات، وسهولة تدفق المعلومات بكل شفافية، وضرورة تمتع الشركة بالقدرات المالية والتكنولوجية التي تتيح لها تقديم أرقى الخدمات واستمرار التوسع، وكيفية تقديم الشركاء الخدمات للعلامات التجارية والعملاء والمستهلكين.

وهناك عامل آخر وهو مدى تمتع الشركة بمخزون كبير من قطع الغيار اللازمة للقيام بالتصليحات المطلوبة، وفي "جمبو للصيانة" انشأنا مركزاً كبيراً لقطع الغيار، ونقوم بتحليل البيانات لمعرفة كميات قطع الغيار الموجودة في المركز، والكميات المستهلكة.

ولا بد من ذكر عامل آخر مهم وهو إدخال أحدث التقنيات في تصليح وصيانة مختلف الأجهزة الإلكترونية من كاميرات وتلفزيونات وأجهزة العرض، وكل ذلك يتطلب الكثير من الاستثمارات في التكنولوجيا المتطورة، وكل هذه العوامل تساعدنا على التفوق في سوق شديد التنافسية.

مع توسع عملياتكم في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، كيف يمكنكم التأكد من محافظة "جمبو للصيانة" على التزامها بجودة الخدمات ورضا العملاء؟

بالرغم من التوسع الجغرافي لعملياتنا في الدول الخليجية، إلا أننا نحافظ على جودة خدمات العلامات التجارية التي نمثلها، لأنه إذا لم تكن خدمتنا جيدة في سلطنة عمان أو

قطر أو الشارقة مثلا، فإن ذلك سيؤثر على علاقتنا مع العلامة التجارية. لذلك، نعتمد عند اختيار موقع جديد لعملياتنا، إلى اختيار أفضل العناصر البشرية لدينا المؤهلة لتأسيس مركز خدمات جديد وتنفيذ كل المهام المطلوبة على أكمل وجه، وبذلك نتفادي توظيف عناصر جديدة لا تمتلك الخبرة والمعرفة الكافيتين بعملياتنا ومعاييرنا المتعلقة بالجودة.

علاوة على ذلك، فإننا نلجأ إلى مراقبة المركز الجديد ومتابعة عملياته عن قرب لمدة 6 أشهر متواصلة لمعالجة أي خلل والتأكد من انتظام سير العمل وفق المعايير المحددة من مجموعة جمبو، والحرص على نيل العملاء أفضل وأسرع وأسهل الخدمات.

كما نقوم باستبيان رأي العملاء حول خدمات المركز الجديد وتدوين ملاحظاتهم لمعالجة أي قصور والتأكد من نيل العملاء الخدمات بالجودة نفسها التي يوفرها مركز الخدمات الرئيسي.

ما هي التحولات أو التطورات التي تتوقعها في سوق خدمات ما بعد البيع في دولة الإمارات العربية المتحدة، خصوصاً لناحية المشهد التكنولوجي المتطور؟

أولاً، يتجه سوق خدمات ما بعد البيع إلى تبني عمليات تصليح عميقة لا سطحية للأجهزة الإلكترونية، فإذا تعطلت اللوحة الأم لكمبيوتر، ينبغي إجراء تقييم دقيق وعميق لكل مكونات اللوحة الأم لمعرفة مكن العطل وفي أي عنصر مكون ومعرفة مدى إمكانية تصليح هذا العنصر قبل اللجوء إلى تغيير اللوحة الأم بالكامل، وبذلك تضمن حصول العميل على أفضل خيار للتصليح وبأقل تكلفة.

كما أن مراكز خدمة "جمبو للصيانة" تستطيع تصليح أكثر الأجهزة الإلكترونية تعقيداً وتطوراً بفضل قدراتنا التكنولوجية الكبيرة، ووجود أفضل المهندسين الفنيين المزودين بأحدث التقنيات والخبرات، وبذلك تتعزز ثقة العلامات التجارية التي نمثلها لناحية قدرتنا على تصليح مختلف الأجهزة الإلكترونية المتطورة.

كما نتطلع إلى مستقبل حيث يمكننا تصليح الأجهزة الإلكترونية في المنازل، وبذلك نغني العميل من جلب جهازه المتضرر إلى مركز الخدمة، كما أتوقع أن نتمكن من فحص الأجهزة الإلكترونية المتضررة عن بعد، وحتى تصليحها عن بعد إذا كان ذلك ممكناً.

استناداً إلى الخبرة الواسعة التي تتمتع بها شركة "جمبو للصيانة"، ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه في تشكيل مستقبل خدمات ما بعد البيع ليس فقط في دولة الإمارات، بل أيضاً في دول مجلس التعاون الخليجي؟

نطمح لنكون أضخم مركز لخدمات ما بعد البيع للأجهزة الإلكترونية الاستهلاكية في دول مجلس التعاون الخليجي، لنكون أهم لاعب في هذا المجال في الدول الخليجية، إذ نعمل بالفعل على تقديم خدماتنا في كل من سلطنة عُمان وقطر. ونريد أن تتسع رقعة انتشارنا في كل دول المنطقة، ونفتتح مراكز خدمة ما بعد البيع لكل علامة تجارية ترغب في التعامل معنا. هذه هي رؤيتنا، ولكن سنسعى لتحقيقها بكل روية، مع تركيزنا على جودة الخدمات.

يتطلب الإنتشار في أسواق متنوعة مثل دولة الإمارات العربية المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي توازناً دقيقاً. كيف تقوم "جمبو للصيانة" بتصميم استراتيجياتها لتلبية التفضيلات المحلية مع التوافق مع معايير العلامة التجارية العالمية؟

إن سوق الإلكترونيات الاستهلاكية واسع ومتنوع جداً على الصعيد العالمي، وتعتبر الإمارات العربية المتحدة لاعباً أساسياً في هذا السوق، وتشكل علامة فارقة على هذا الصعيد، ونحن نتبع تعليمات ومتطلبات واحتياجات العلامات التجارية التي نمثلها في هذا السوق الذي يتصف بتنوع المنتجات والأذواق واللغات. كما نراعي متطلبات التوطين في وظائف "جمبو للصيانة"، حيث يتبوأ العديد من المواطنين الكثير من المناصب في مختلف المستويات، وهناك إماراتيون يعملون في مراكز الخدمة وقسم المبيعات. وننطلق في هذه السياسة من تنوع المجتمع الإماراتي، وإدراك هذا التنوع والتصرف من وحيه يضمن لنا تقديم أفضل الخدمات بما يرضي مختلف أذواق المستهلكين. الأمر ذاته حرصنا على تحقيقه في سلطنة عُمان للحفاظ على التنوع الشامل.

هل يمكنك إعطاء أمثلة على كيفية قيام جمبو للصيانة بمواءمة الأهداف العالمية لشركائها من العلامات التجارية مع المتطلبات الفريدة للسوق المحلية؟

أعطي جهاز الألعاب "بلاي ستيشن" من "سوني" مثالاً على الأجهزة التي يتم شحنها إلى دولة الإمارات، حيث نستطيع في "جمبو للصيانة" تصليح مثل هذا النوع من الأجهزة، وإذا وجدنا أي خلل في أي جهاز مستورد، نتقدم بشكوى من السلطات المحلية المختصة، ونبين لها مكمّن الخلل وأن الجهاز المستورد لا تنطبق عليه مواصفات الجودة الإماراتية.

وهكذا، نبذل كل جهودنا لكي نتأكد أن كل الأجهزة الإلكترونية المشحونة إلى الإمارات مطابقة للمواصفات التقنية المطلوبة، وهذه نقطة جوهرية في عملياتنا وسياساتنا.

[جمبو للإلكترونيات تُعيد افتتاح متجرها في دبي مول بحلة جديدة](#)

للاطلاع على أحدث الأخبار و أخبار الشركات من السعودية والإمارات ودول الخليج تابعنا عبر [تويتر](#) و [لينكد إن](#) وسجل اعجابك على [فيسبوك](#) واشترك بقناتنا على [يوتيوب](#) والتي يتم تحديثها يوميا

المزيد حول الموضوع

آراء وتحليلات

لم يعد حاضرا في الخطبة والزواج.. 3 أسباب لتراجع أسعار
الماس

أخبار أريبيان بزنس

صندوق الاستثمارات السعودي يحذر المستثمرين

أخبار أريبيان بزنس

رئيس أرامكو يدعو لإجراءات استباقية لتفادي أزمة حادة في
الطاقة

المزيد من هذا الكاتب

أخبار أريبيان بزنس

هل ستفوز دبي في المنافسة مع روما وبالي ولندن؟

أخبار أريبيان بزنس

مقتل 14 شخصاً في تحطم طائرة

أخبار أريبيان بزنس

“سيجارة” تتسبب بوفاة سوري في تركيا

أحدث المقالات

أخبار أريبيان بزنس

تركيا.. المعتدون على المواطن الكويتي سينالون العقاب

أخبار أريبيان بزنس

الإمارات تحقق إنجازاً استثنائياً في مؤشرات الأداء المالي

المجمع في 2022

أخبار أريبيان بزنس

الاعتداء على مواطن كويتي في تركيا والحكومة ترد..

Copyright © 2023. ITP Media Group. All Rights Reserved