

لمزيد من المعلومات، الرجاء الاتصال بـ

أحمد حزين

توتال كوميونيكيشنز

هاتف: +971 4 4281502

إيميل: ahmad@totalcompr.ae

مركز الإمارات للصرافة يحتل مركزاً متقدماً ضمن الثلاثة الأوائل في دراسة عن ألفة العلامات التجارية في قطاع الخدمات المالية بدولة الإمارات

ارتفاع مستوى ألفة العلامة التجارية يرتبط بازدياد نمو الإيرادات

دبي، الإمارات العربية المتحدة، 21 ديسمبر 2015: حقق مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange، الاسم الرائد في قطاع التحويل المالي وصرف العملات وحلول السداد، المركز الثالث في ألفة العلامات التجارية من بين 24 علامة شملتها دراسة استهلاكية في قطاع الخدمات المالية بدولة الإمارات.

فقد تفوقت العلامة في مستوى ألفة المستهلكين على العديد من الأسماء العالمية البارزة، ومنها "فيزا" و "ماستركارد" و "ويسترن يونيون"، بحسب تقرير ألفة العلامات التجارية الذي أصدرته شركة 'أم بي أل أم'، المتخصصة بدراسات ألفة العلامات التجارية، للعام 2015 بالتعاون مع "براكسيس".

وتم إعداد التقرير الخاص بألفة المستهلكين في الإمارات، والصادر عن مكتب 'أم بي أل أم' في دبي، للمرة الأولى بهدف فهم الرابط العاطفي بين المستهلكين في الإمارات والعلامات التجارية. ويمثل التقرير جزءاً من دراسة عالمية واسعة النطاق، تعمل على تحليل استجابة 6,000 مستهلك و52,000 تقييم للعلامات التجارية في الولايات المتحدة والمكسيك والإمارات.

وحقق مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange حصيلة قدرها 39 درجة لألفة العلامة التجارية، متفوقاً على متوسط القطاع الذي بلغ 34 درجة. ويشار إلى أن تلك الحصيلة هي اختزال للدرجات التي تبين قدرة العلامة على إقامة روابط حميمة مع عملائها، وتقوم على النسبة المئوية للمستخدمين الذين يشعرون بالألفة تجاه تلك العلامة ومدى ذلك الشعور.

يقوم جوهر الألفة مع العلامة التجارية على إقامة الروابط المتينة، وتتضمن عدداً من الأسس كالعاطفة والشعور المتبادل كركائز للسلوك واتخاذ القرارات. ويعكس هذا النموذج الجديد كيفية

الوصول إلى العلامات التجارية والتعرف إليها واختيارها وشراءها وتقاسمها مع الآخرين والترويج لها.

وبحسب التقرير، فإن أقوى مزايا مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange هي التحسن المستمر، والذي توصلت إليه الدراسة بناءً على اعتقاد المستهلكين بأن العلامة أصبحت أفضل وأكثر ذكاءً وقدرة وتواصلًا من خلال ما تقدمه من خدمات.

أما الميزة الثانية من حيث القوة فكانت "التحقيق"، والتي تقوم على شعور المستهلكين بأن العلامة تحقق توقعاتهم وتوفر لهم خدمات متفوقة بجودة وكفاءة رفيعتين. وتضمنت المزايا الرئيسية الأخرى التي ساهمت في تحقيق الألفة مع العلامة التجارية كلاً من "الهوية، الطقوس، الحنين، الدلال".

في هذا السياق قال جاي هوانغ، الشريك لدى 'أم بي أل أم': "من خلال فهم الرابط بين المشاعر والعلامة التجارية، عرفنا أن العلامات القريبة من المستهلك تحقق نمواً أعلى للإيرادات وأداء أفضل في نمو الأرباح ومرونة الأسعار مقارنة بالعلامات التي لا تحظى بتلك الألفة".

وأضاف: "يسعدنا أن نرى علامة مثل مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange قادرة على إيجاد رابط عاطفي متين مع عملائها، فالوصول إلى المراكز الثلاثة الأولى في القطاعات الثمانية التي تمت دراستها في الدولة إنجاز مذهش، وبخاصة عندما ننظر إلى بقية الأسماء العالمية التي شملتها الدراسة".

من جانبه قال غوباكومار بهارغافان، الرئيس التنفيذي للتسويق لدى مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange: "سررنا بالحصول على المركز الثالث في تقرير ألفة العلامات التجارية، ونشعر بالفخر بما حققناه بفضل جهودنا المستمرة نحو توفير خدمة استثنائية لعملائنا وإحداث اختلاف حقيقي في حياتهم".

هذا وتمثل الدراسة نموذجاً تسويقياً جديداً يولي أهمية أكبر للرابط العاطفي بين العلامة والمستهلك. فالعلامات التي تمنح أهمية أكبر لمنهج الأعمال المرتكز على العملاء، ومنها مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange، مرشحة لتحقيق أفضلية ملموسة ومزايا واضحة.

كما يعتبر المركز المتقدم الذي أحرزه مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange في التقرير شهادة على ما تقدمه العلامة من خدمات متميزة لعملائها، وتأكيداً على فلسفتها الأساسية بأن تكون علامة من وإلى الناس.

لاستعراض التقرير الكامل لدراسة ألفة العلامات التجارية 2015 أو الاطلاع على أداة التصنيف، يمكنكم زيارة الرابط: <http://mbim.com/brandintimacy>.

التعليق على الصورة: مركز الإمارات للصرافة يحقق المركز الثالث من بين 24 علامة تجارية في قطاع الخدمات المالية بالإمارات، بحسب تقرير 'أم بي أل أم' لألفة العلامات التجارية 2015.

ملاحظة للمحررين:

منهجية البحث:

خلال ربيع العام 2015، قامت شركة براكسيس للأبحاث بإجراء دراسة كمية إلكترونية شملت 6000 مستهلك في الولايات المتحدة والمكسيك والإمارات. كان المشاركون في الاستطلاع من الفئة العمرية بين 18 و 64 عاماً، وبدخل سنوي يبلغ 35 ألف دولار أمريكي فما فوق في الولايات المتحدة الأمريكية والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المكافئة لذلك في المكسيك والإمارات (المستويات أ و ب و ج). تم توزيع الحصص بما يضمن الحصول على عينة تعكس تعداد السكان من حيث العمر والجنس والدخل والمنطقة. عملت كل من MBLM وبراكسيس على وضع دراسة تستخدم الحقائق الواردة من الأبحاث النوعية التي أجريت على ألفة العلامات التجارية. تم تصميم الدراسة بالأساس لفهم مدى تأثير علاقة المستهلك مع العلامة التجارية ومدى قوتها - بالتدرج من الأثر الضعيف إلى الألفة الشديدة. من المهم الملاحظة بأن الدراسة تقدم أكثر من مجرد تصنيف لأداء العلامات التجارية، فهي مصممة خصيصاً لتكون توجيهاً للعاملين في مجال التسويق. وضعت الشركة نموذجاً يتضمن بيانات حوالي 52,000 تقييم للعلامات التجارية، لعمل قياس كمي للآليات التي تدعم الألفة مع العلامة التجارية. ومن خلال تحليل العوامل ونمذجة المعادلات الهيكلية وغيرها من الأساليب التحليلية المعقدة، يتيح البحث للعاملين في مجال التسويق فهماً أفضل للأدوات التي يمكن الاستفادة منها لتعزيز الألفة بين علامتهم التجارية والمستهلكين.

حول شركة MBLM 'أم بي أل أم': تعتبر MBLM شركة متخصصة بالألفة مع العلامات التجارية، تعمل على إيجاد تقارب أكبر بين الناس والعلامات التجارية والتكنولوجيا. ومن خلال مكاتبنا المنتشرة في سبع دول، يعمل فريقنا متعدد التخصصات لمساعدة العملاء في تحقيق نتائج تسويقية أفضل وعائدات أعلى على المدى الطويل. لمعرفة المزيد عن دورنا في مساعدتك لإقامة واستدامة أفضل العلاقات للعلامة التجارية، الرجاء زيارة الرابط: mblm.com.

نبذة عن مركز الإمارات للصرافة: يعتبر مركز الإمارات للصرافة UAE Exchange علامة بارزة للحالات المالية العالمية وصراف العملات الأجنبية وحلول السداد، وهي العلامة التي تمتلك أوسع شبكة عالمية بفضل ما يزيد على 800 فرعاً في 31 دولة عبر خمسة قارات. تضيف العلامة قوة إلى قوتها بفضل علاقاتها المصرفية المتينة مع أكثر من 140 بنكاً عالمياً، بينما يزيد عدد العاملين لديها على 9,000 شخص من 40 دولة. تسعى العلامة باستمرار إلى تحقيق التفوق وخدمة ما يزيد على 7.9 مليون عميل حول العالم، وقادها سعيها الدائم لترسيخ الجودة للحصول على اعتماد ISO والعديد من الجوائز والاعتمادات الأخرى للجودة وتميز الأعمال. لمزيد من المعلومات الرجاء زيارة الروابط www.uaeexchange.com أو <http://www.uaeexchangeblog.com> أو <https://www.facebook.com/UAEExchange>

-انتهى-