

## حسب «سيرفس هيرو» للنصف الأول

# 79,2% مستوى رضا المستهلكين في الإمارات

البنوك الإسلامية أدنى مستوى من حيث ولاء العملاء.

ويتم قياس كل قطاع مقابل ثمانية معايير للخدمة، وهي سلوك الموظفين، الموقع، جودة الخدمة، السعر مقابل القيمة، السرعة، الثقة بالمنتج، الخدمة الهاتفية والموقع الإلكتروني. ويجري تقييم هذه المعايير على أساس ما قبل تجربة العميل وما بعدها بهدف معرفة الفرق بين توقعات العميل للخدمة التي يتلقاها ومستوى الرضا الفعلي عنها. ومن خلال هذه المعايير الثمانية، أظهرت نتائج النصف الأول من عام 2018 أن السعر مقابل القيمة والموقع الإلكتروني سجل أقل النتائج، في حين سجل معيار الموقع ومعيار كفاءة الموظفين أعلى النتائج.

وتعليقاً على هذه النتائج، قالت فاتن أبوغزالة، رئيس «سيرفس هيرو»: «للعام الثالث على التوالي ومنذ إطلاق المؤشر في دولة الإمارات، أظهرت النتائج تحسناً مستمراً في المعدل الإجمالي لرضا العملاء. ويُعد ذلك إشارة واضحة على التوجه الراسخ والجهود الحثيثة المبذولة في سبيل بناء ثقافة تدرك أهمية التميز في الخدمة، والأهم من ذلك مستوى الجودة في تقديمها».

دبي:

«الخليج»

أعلنت «سيرفس هيرو»، المؤشر الوحيد في المنطقة لقياس رضا العملاء، والذي يتخذ من الكويت مقراً له، أمس عن النتائج الأخيرة لمؤشر رضا العملاء في دولة الإمارات للعام 2018، والتي أظهرت أن المعدل الإجمالي لرضا المستهلكين بلغ 79,2%.

وترتكز هذه النتائج على 13,289 تقييماً معتمداً، والتي تمثل مستوى ثقة يصل إلى 95% مع هامش خطأ + / - 3% فقط على مستوى الدولة. وتم جمع التقييمات في الفترة الواقعة بين 1 و30 يونيو 2018، وشملت العينة 360 علامة تجارية مصنفة ضمن 14 قطاعاً.

وبحسب النتائج، سجلت قطاعات وكلاء السيارات الجديدة وخدمة السيارات والمقاهي أعلى معدل في التقييمات، فيما جاءت قطاعات شركات الإلكترونيات والأثاث المنزلي في المرتبة الأولى من حيث ولاء العملاء. كما شملت القطاعات التي سجلت أدنى معدل في التقييمات كلاً من شركات الاتصالات المتنقلة والبنوك التجارية والمشافي الخاصة، في حين سجل القطاعان الأخيران إلى جانب