

نشرة إخبارية

للمراجعة: السيدة نادين الحسن
المسؤولة عن العلاقات العامة في ديلويت الشرق الأوسط
هاتف: +961 1 748444
بريد إلكتروني: nelhassan@deloitte.com

ديلويت: على شركات السفر أن تستفيد بشكل أفضل من إمكانات مواقع التواصل الاجتماعي

25 فبراير 2015 – أطلقت **ديلويت** اليوم تقريرها حول "القنوات الرقمية وقطاع السفر" بالتعاون مع فايسبوك. ويشير التقرير إلى عدم استفادة شركات السفر بشكل كامل من الاستثمار في الفرص التي تقدّمها مواقع التواصل الاجتماعي، كما ويؤكد على ضرورة أن تدمج شركات السفر القنوات الرقمية في استراتيجياتها العامة بشكل كامل بهدف خدمة عملائها بشكل أفضل وأكثر فاعلية.

وترتكز خلاصات هذا التقرير على تحليل ديلويت لبيانات استطلاع عالمي برعاية فايسبوك وشمل 10500 شخص يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي. ويشير الاستطلاع إلى أن هذه المواقع حلت بالمرتبة الثانية (33%) بعد المعارف والعائلة (50%) كمصدر لاستقاء أفكار جديدة لوجهات السفر؛ تليها البرامج التلفزيونية (32%)، والمنشورات الخاصة بالسفر (31%)، ومحركات البحث (31%). إلا أن دراسة حديثة أجرتها ديلويت في الولايات المتحدة بالتعاون مع MIT Sloan Management Review أظهرت أن 50% من المدراء التنفيذيين في قطاع السفر يعتقدون أن الشركات المنافسة لهم لديها حضوراً أقوى في قطاع الإعلام الرقمي. وتشير هذه الخلاصات إلى ضرورة بذل المزيد من الجهود قبل أن تتمكن شركات السفر من حصد ثمار استراتيجية رقمية متكاملة.

وفي هذا الإطار، قال لي ماك كايب، المسؤول عن قطاع السفر والتعليم وخدمات المستهلكين في فايسبوك: "تعمل الشركات الناجحة على الاستثمار في المجال الرقمي واعتماد التكنولوجيات الجديدة والإبتكار بشكل أسرع من منافسيها. أمّا على الصعيد الداخلي، فتعمل هذه الشركات على تعديل هيكلية التنظيم الداخلية من أجل التخلص من الأقسام المستقلة، كما تعتمد على جعل التقنيات الرقمية جزءاً أساسياً من أقسامها كافة. إذ لا ينظر اللاعبون الأساسيون في مجال السفر إلى مواقع التواصل الاجتماعي على أنها عنصر منفصل، بل كأحد المكونات الأساسية المساهمة في نمو أعمالهم ونجاحها."

كذلك، أفاد غرانت سالتير، المدير المسؤول عن قسم الخدمات الاستشارية للسفر والفنادق والترفيه في ديلويت الشرق الأوسط: "إن شركات السفر التي لا تستغل الفرص التي توفرها القنوات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي تفوت مصادر نمو هامة. ونظراً إلى أن نسبة الفئة العمرية الأكبر في منطقة الشرق الأوسط هي ما دون الـ 29 سنة، ونظراً إلى تأثيرها المتزايد على وجهات السفر العالمي، من الواضح أن تحديث المقاربة الصحيحة للثورة الرقمية تحوّل في الجهود التسويقية لشركات السفر وأن توفر لها عائدات حقيقية على الاستثمار. وبالرغم من ذلك، يبقى على الاستراتيجيات الفاعلة أن ترتبط بأهداف الشركات مما يسمح بظهور نتائج حقيقية وملموسة."

التوصيات الأساسية:

- **القياس الفاعل** – بهدف الاستفادة بشكل فاعل من الفرص التي تقدّمها القنوات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، على الشركات أن تطابق حضورها على هذه المواقع مع معايير العائدات القابلة للقياس التي تستخدمها في أدوات تسويقها التقليدية (مثل التلفزيون والطباعة). فمن غير الممكن اعتبار عدد الإعجابات (likes) مهماً بحذ ذاته ما لم يتم ربطه بهدف أشمل وقابل للقياس. ولم يعد قطاع الإعلام الرقمي جديداً بل لا يزال يشهد تنامياً مضطرباً لناحية الانتشار والإمكانيات. وكلما أسرع الشركات في اعتماد هذه التقنيات الجديدة وإدماجها في استراتيجياتها الأساسية للأعمال، كلما سرّعت من عملية تحويل انتشارها الرقمي من وضعية الإنفاق إلى الاستثمار المربح.
- **الاستفادة من القنوات الرقمية بهدف تحسين قدرات الشركات على استهداف عملائها** – إن عملية جمع المعلومات حول المستهلكين ليست سوى الخطوة الأولى. إذ تحتاج الشركات إلى استخدام البيانات بفاعلية لاستهداف شرائح محددة؛ وهذا هو المحفّز الذي يميّز القنوات الرقمية عن تقنيات التسويق التقليدية. فمن خلال استهداف شرائح محددة من المستهلكين، تكون الشركات أكثر فاعلية في نمط إنفاقها وتكرّس موارد إضافية في خدمة المستهلكين الذين يشكلون مصدر عائدات لها.

- **دمج القنوات الرقمية في نشاطات الشركات كافة** – من الضروري ان تتماشى العمليات الرقمية مع نشاطات الشركات كافة لتظهر فاعليتها. إذ لا يمكن التوصل إلى استراتيجية رقمية فاعلة في حال كان التسويق الرقمي معزولاً في الهيكلية التنظيمية الداخلية للشركات. فالشركات الناجحة تتيح لكافة أقسامها فرصة الافادة من امكانات القنوات الرقمية كافة.

من اجل الاطلاع على كامل التقرير يرجى زيارة الرابط: <http://bit.ly/1D37yn7>

حول تقرير "القنوات الرقمية وقطاع السفر"

لجأ موقع فايسبوك إلى خدمات شركة أبحاث لصباغة وتوزيع استطلاع يتمحور حول نظرة المستهلكين إلى مواقع التواصل الاجتماعي في ما يتعلّق بقطاع السفر الترفيهي. وقد حظي الاستطلاع بمشاركة حوالى 10500 شخص من أستراليا، والبرازيل، والدنمارك، وفنلندا، وفرنسا، وألمانيا، واليابان، والمكسيك، وإسبانيا، والسويد، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة. ويشير اي استخدام لكلمة اسطلاح في هذه النشرة الى الاستطلاع الذي أقامته فايسبوك بالتعاون مع ديلويت ما لم يشار الى خلاف ذلك.

–النهاية–

نبذة عن ديلويت

يُستخدم اسم "ديلويت" للدلالة على واحدة أو أكثر من أعضاء ديلويت توش توهامتسو المحدودة، وهي شركة بريطانية خاصة محدودة بضمان ويتمتع كل من شركاتها الأعضاء بشخصية قانونية مستقلة خاصة بها. للحصول على المزيد من التفاصيل حول الكيان القانوني لمجموعة ديلويت توش توهامتسو المحدودة وشركاتها الأعضاء، يُرجى مراجعة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي:

www.deloitte.com/about

تقدم ديلويت بخدمات تدقيق الحسابات والضرائب والاستشارات الإدارية والمشورة المالية إلى عملاء من القطاعين العام والخاص في مجموعة واسعة من المجالات الاقتصادية. وبفضل شبكة عالمية مترابطة من الشركات الأعضاء في أكثر من 150 دولة، تقدم ديلويت من خلال مجموعة من المستشارين ذوي الكفاءات المتميزة خدمات عالية الجودة للعملاء وذلك من خلال حلول فاعلة لمواجهة التحديات التي تعترض عملياتهم. تضم ديلويت نحو 200,000 مهنياً، كلهم ملتزمين بأن يكونوا عنواناً للإمتياز. ما يجمع فريق ديلويت هي ثقافة موحدة ومبادئ مبنية على النزاهة والإلتزام بالعمل سوياً مع تنوع خبراتنا وثقافتنا لتقديم خدمات مهنية ذات جودة عالية للعملاء والأسواق أينما وجدوا. كما نحرص على دعم بيئة داخلية من التعلم المستمر والتطور وتنمية الخبرات وتوفير الفرص المهنية المميزة. ويؤمن فريق عمل ديلويت بالمسؤولية الاجتماعية للشركة لدعم التنمية المستدامة في المجتمعات التي ينتمون إليها.

نبذة عن ديلويت أند توش (الشرق الأوسط):

ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) هي عضو في "ديلويت توش توهامتسو المحدودة" وهي اول شركة خدمات مهنية اسست في منطقة الشرق الأوسط ويمتد وجودها منذ سنة ١٩٢٦ في المنطقة. وتعتبر ديلويت من الشركات المهنية الرائدة التي تقوم بخدمات تدقيق الحسابات و الضرائب و الإستشارات الإدارية والمشورة المالية وتضم قرابة ٣٠٠٠ شريك ومدير وموظف يعملون من خلال ٢٦ مكتباً في ١٥ بلداً. وقد حازت ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) منذ عام ٢٠١٠ على المستوى الأول للاستشارات الضريبية في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي حسب تصنيف مجلة "انترناشونال تاكس ريفيو". (ITR) وقد حصلت أيضاً على عدة جوائز في السنوات الأخيرة والتي تضم أفضل رب عمل في الشرق الأوسط , أفضل شركة استشارية , وجائزة التميز في التدريب والتطوير في الشرق الأوسط من هيئة المحاسبين القانونيين في إنكلترا وويلز.