

التويجري: «بوبيان» يواصل التوسع محلياً مع الحفاظ على معدلات الربحية

نائب الرئيس التنفيذي يكشف في حوار مع «الأنباء» إستراتيجية البنك في 2018



يجب أن يوضع في الاعتبار سواء من قبل الجهات الحكومية أو مجلس الأمة لأنه باختصار يعني ان الشباب الكويتي من خلال مشاريعهم الخاصة سيساهمون وبقوة في دعم الاقتصاد المحلي من خلال تقليل الاعتماد على الموارد الخارجية سواء كانت بشرية او منتجات مع امكانيات التصدير للخارج.

وما دوركم كبنك في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة؟
● يعرف بوبيان على انه بنك يقدم خدمات مصرفية تكنولوجية متقدمة تناسب تطلعاتهم الى جانب ما ترسخ لديهم من انه الداعم الأول لمشاريع الشباب. وبالنظر الى خمس سنوات للوراء فقد كنا اول من تبني مشاريع الشباب وفق رؤية الرئيس التنفيذي عادل الماجد الذي طالب الادارات المعنية كالعلاقات العامة والتسويق بالتركيز على الشباب ودعمهم من خلال الترويج لمشاريعهم والشراء منها وإشراكها في فعاليات البنك المختلفة. والآن نحن فخورون بتأسيس وحدة خاصة لتقديم خدمات مصرفية متميزة لهذه المشاريع.

وماذا عن تطور خدمات بنك بوبيان خلال السنوات الأخيرة؟
● الأمر بسيط ويمكن عرضه من خلال اثنتين فقط من خدماتنا المميزة ضمن باقة لا نهائية من الخدمات التي يقدمها بوبيان وهما خدمة اصدار بطاقة جديدة للسحب الآلي (كي نت) خلال دقيقة واحدة من خلال أجهزة بوبيان دايركت Boubyan Direct في العديد من مناطق الكويت وهي خدمة تطبق لأول مرة في الكويت. تخيل ما يمكن ان تقدمه هذه الخدمة للعاملين من راحة بال لأنه على ثقة من ان بنكه يمكن ان يصدر له البطاقة الجديدة في حال انتهت بطاقته الخاصة بالسحب الآلي او فقدت او اُتلفت لأي سبب واكثر من

كيف ترون التطور في وسائل التواصل ومدى اهتمامكم بها؟
● أكد التويجري ايمان بوبيان بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي حيث كان البنك سابقاً في الاهتمام قبلها ست سنوات وقبل ان تصل الى ما وصلت اليه حالياً، كما كان اول من أسس إدارة خاصة للتواصل الاجتماعي.



عبدالله التويجري

بوبيان مستمر في التوسع محلياً من خلال افتتاح المزيد من الفروع والتي وصلت الى 40 فرعاً، مع وجود خطة تنفيذية لافتتاح المزيد منها خلال العام الحالي. والى جانب توسعنا جغرافياً في الكويت لتكون الأقرب الى عملائنا، فإننا مستمرون في الاستثمار في الخدمات والمنتجات المصرفية الإلكترونية التي وضعتها في مقدمة البنوك المحلية للنبي مختلف متطلبات عملائنا.

كيف تنظرون كبنك لسولوكيات العملاء من الشباب الكويتي؟
● لاحظنا بالسنوات الأخيرة التطور بسلوكيات الشباب الكويتي وتوجههم للعمل الخاص كذلك تغيرت نظرتهم ومفاهيمهم تجاه العمل حيث بات امر عادي ان تشاهد شاباً او فتاة من المواطنين يديرون مشروعهم الخاص بنفسهم سواء كان مطعماً او مقهى او محل ملابس او غيره واصبحت نسمع عن شيف كويتي او باريسا «صانع القهوة» كويتية. هذا التغيير

التصل الى 126 مليون دينار بنسبة نمو قدرها 22٪ بالإضافة الى زيادة ودائع العملاء الى 3.4 مليارات دينار بنمو نسبته 15٪. اما إجمالي قيمة حقوق الملكية في البنك فقد ارتفعت لتصل الى 375 مليون دينار مقارنة مع 345 مليون دينار الى جانب ارتفاع محفظة التمويل الى 2.9 مليار دينار بنسبة نمو 14٪ الى جانب الارتفاع المتواصل لقاعدة عملاء البنك.

كم تبلغ حاليًا الحصص السوقية للبنك؟
● الحصص السوقية من التمويل ارتفعت الى 8٪ حالياً، بينما ارتفعت حصة بوبيان من تمويل الأفراد الى 12٪ لجانب تحقيق معدلات نمو متميزة بالمحفظة الائتمانية للشركات لـ 15٪ عن طريق جذب العديد من الشركات التشغيلية المعروفة بملاءتها المالية الجيدة مع التمسك بأعلى معايير الجودة الائتمانية ودراسة وتنوع المخاطر.

وما خطة البنك في التوسع بالسوق المحلي؟

نسعى لزيادة الحصص

السوقية بالاعتماد على تطوير الخدمات وزيادة عدد الفروع

البنك يشهد نمواً

بجميع مؤشراتته المالية والأصول زادت إلى 4 مليارات دينار

تمويل المشروعات

الصغيرة أساسياً بإستراتيجية البنك وفخرون بوجود وحدة خاصة لها

«بوبيان دايركت»

والمرابحة الرقمية بمقدمة خدماتنا الرقمية التي نسعى دائماً لتطويرها

المشروعات الحكومية

أساس للنمو الاقتصادي وتوفير بيئة تشغيلية أفضل للبنوك

أساس للنمو

الاقتصادي وتوفير بيئة تشغيلية أفضل للبنوك

تشغيلية أفضل للبنوك

محمود فاروق

قال نائب الرئيس التنفيذي لبنك بوبيان عبدالله التويجري ان محلياً لزيادة الحصص السوقية خلال 2018 مع الحفاظ على مستويات ربحية جيدة. إلا ان العام الجديد يمثل لنا تحديات جديدة مع ارتفاع حدة المنافسة الى جانب التطور السريع والهائل في الخدمات المصرفية. وأكد التويجري ان تطوير الخدمات الرقمية والاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي ينبع من ايمان البنك بدور التكنولوجيا في تقديم خدمات أفضل لعملائنا. وأشار التويجري الى ان اهتمام بوبيان بفضة الشباب واسع وهو ما انعكس على وجود وحدة متميزة لدى البنك لتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وأثنى التويجري على المشروعات الحكومية الضخمة التي يستحق نموها اكبر البيئة التشغيلية الداعمة لخدمات المصرفية.

بداية، حدثنا عن كيفية محافظة البنك على النمو في أرباحه السنوية؟

● ما حققه البنك من نمو في أرباحه يأتي تأكيداً على نجاح استراتيجية البنك وخطته في التوسع في السوق المحلي لزيادة الحصص السوقية عبر منتجات وخدمات مبتكرة. حيث استطاع البنك ان ينجح في تحقيق أهدافه لحفاظ على نفس مستويات النمو في الربحية التي حققها في السنوات الماضية، والبنك مستمر في عام 2018 على نفس الاستراتيجية.

وماذا عن المؤشرات المالية للبنك على مدار الـ 7 سنوات الماضية؟

● جميع مؤشرات البنك الرئيسية شهدت نموا ملحوظاً حتى نهاية العام الماضي، حيث ارتفع إجمالي الأصول إلى 4 مليارات دينار بنسبة نمو قدرها 14٪ مقارنة بعام 2016، كما ارتفعت الإيرادات التشغيلية

مؤسساه عمر العثمان وصالح المسلم في مقابلة مع «الأنباء»

تطبيق «Ghaseel» بزئوس ناجح.. بأقل مجهود

عبد الرحمن خالد

شباب مستعدين لخوض هذه التجربة.

ما التصانح برأيكم لصنع تطبيق ناجح ومحترف؟

● برأيي، أهم شيء لصنع منصة ناجحة البدء بدراسة المشكلة وتحليلها قبل المباشرة

بإيجاد الحل لها، ودراسة حجم السوق المستهدف لكي تتمكن من رسم خطة النمو وحجم الصرف

على التطوير والتسويق قبل المهم قراءة وتعلم آخر التقنيات

والتي وصل لها العالم التي من شأنها أن تسرع بالنمو أو بالفشل وكلاهما إيجابي إذا ما

قارنا بالنمو أو الفشل البطيئ. لا يمكن حصر النضائح بسرعة ولكن النضائح

الأخيرة الآن والمهمة جدا بالنسبة لي هي ضرورة وجود شخص لديه خبرة في مجال

صناعة التطبيقات من ضمن فريق العمل وعدم الاستعانة بشركات أو أشخاص خارج

فريق العمل للقيام بأعمال التطوير، لأنه باختصار في

بداية إنشاء شركتك، كل ما تملكه هو هذا التطبيق يجب أن تحثويه أنت وتحصر به

وليس شركة أخرى.

ما الموقفات التي واجهتكم في تأسيس التطبيق؟

● من أهم الصعوبات في يتم عرضه على التطبيق من قبل شركات الغسيل وبين عدد

العملاء الذين يقومون بحجز هذه الأوقات لغسيل السيارات

وتحتاج هذا المرحلة إلى إيمان كبير من قبل مزودي الخدمة

بأن هذه الفكرة سيكون لها رواج ولكن بعد التريث حتى

يصل التطبيق إلى عدد كبير من المستخدمين وإنشاء نشاط

تسويقي حوله ومن ثم الاستفادة الكاملة لجميع الأطراف وبالطبع

تقل صعوبة هذه المشكلة مع زيادة عدد الطلبات تدريجياً

خلال الأشهر الأولى، وباختصار هي مشكلة تتعلق بقدره فريق

عملنا على تحديد نسبة العرض والطلب في وقت محدد من الزمن.

سلوك المستخدم ومعرفة أهم متطلباته، فنقوم بترجمة ذلك بتطوير مستمر يخدم العملاء بشكل مباشر أو على شكل نضائح تقدم لشركات غسيل السيارات والتي من شأنها الارتقاء بمستوى الخدمة.

كيف يتم استخدام التطبيق؟

● فريق العمل في Ghaseel حرص منذ الصوم الأول على سهولة الاستخدام وحققتنا ذلك

بان أدخلنا المستخدمين في كل مراحل التصميم والتجريب ما

قبل وما بعد إطلاق غسيل قبل عامين، والآن يمكنك طلب غسيل

سيارتك خلال ثوان، فقط اختر عنوان المنزل والوقت ونوع

سيارتك، ثم اختر نوع خدمة الغسيل، ثم طريقة الدفع واتم

الطلب، واحصل على سيارة نظيفة لامعة خلال ساعة من وقت الطلب. وقمنا مؤخراً

بإطلاق خدمة الدفع المسبق لخدمات غسيل عن طريق

شراء رصيد بقيمة إضافية، وهدف هذه الخدمة إمكانية

الدفع السريع مع توفير كبير من قيمة الطلبات.

كيف ترون المنافسة في السوق؟

● خدمة غسيل السيارات موجودة تقريبا منذ 5 سنوات

في الكويت، ولكن ما يميزنا عن منافسينا من غسيل السيارات

هو ان المنصة مهيئة لخدمات الشريحة المستفيدة من غسيل

السيارات.

يعتبر تطبيق Ghaseel التطبيق الأول في الكويت أما بالنسبة

للمنافسة لا نرى أي منافسة بشكل كبير.

هل الكويت تعتبر متقدمة من خلال تصنيع التطبيق وإضافة

خدمات مبتكرة؟

● تتمتع الكويت بسوق نشيط جدا ونرى نجاحاً كبيرة حالياً في الكويت من ناحية التطبيقات

والاستعدادات للعمل له قيمة في الأسواق حتى العالية ولدينا

أمثلة كثيرة موجودة في الكويت، ونحن متفائلين جدا في الأيام المقبلة بوجود تطبيقات في مجالات متعددة، ويوجد



صالح المسلم



عمر العثمان

اختيار الأفكار وتحولها إلى إبداع ومن ثم تطويرها وتبسيطها لتسهيلها للمستخدمين، وتحديد ما يناسبهم من أمور تجعل حياتهم أسهل.

كيف ترون وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للتطبيق؟

● يحرص أي فريق عمل لأي تطبيق على الحصول على عدد كبير من التعميل، لذلك فإن قصر المسافة بين المستخدم

وزر التعميل في وسائل التواصل الاجتماعية يجعلها

من أهم الطرق التي يحرص عليها مسؤولي التسويق، ونحن نحصر على ذلك بنشر

صورة أو صورتين بشكل يومي على استغرام على @Ghaseel وتويتر على

@GhaseelApp.

كيف تستخدمون بيانات المستخدمين في الترويج للتطبيق وما الوسائل التي تستخدمونها للتسويق؟

● البيانات التي يطلبها تطبيق Ghaseel هي البيانات الأساسية التي تحتاجها شركات غسيل

السيارات لتنفيذ الطلب مثل عنوان المنزل، رقم الهاتف، وبعض البيانات البسيطة

الأخرى، ولدينا عشرات الآلاف من المستخدمين قاموا

بإدخال بياناتهم ونحصر على سرية هذه البيانات دائما، كما

تساعدنا هذه البيانات في فهم

اداء عملها، ولاحظنا أن طريقة اختيار العملاء ينقسم في قسمين:

الأول عملاء يتعاملون مع شركات معينة والثاني عملاء على حسب الوقت المناسب والأسعار الأفضل لهم.

ما نسبة النمو الشهرية في التطبيق؟

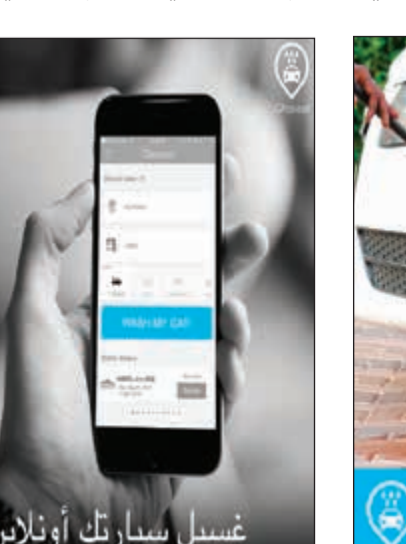
● لدينا عدد طلبات كبير من قبل الزبائن، وذلك يعتبر ممتاز بالنسبة لوضع فريق العمل الذي يتكون من 3 أفراد

يعمل منذ عامين في الكويت، أما نسبة النمو تقريبا فنصل

لـ 20٪ شهريا.

كيف تم تصنيع التطبيق؟

● لدينا الفطرة السليمة في



غسيل سيارتك أونلاين

دولة الإمارات العربية المتحدة، أما بالنسبة لخططنا المستقبلية، التوسع في دول الخليج.

كم عدد الشركات المنضمة الى تطبيق «Ghaseel»؟

● لدينا أكثر من 45 شركة مشاركة في التطبيق، وكلما زاد عدد الشركات سيجعل خدماتنا

لعملاء تبدو أفضل.

على أي أساس يتم اختيار العميل للشركات المتواجدة في التطبيق؟

● العملاء يركزون على التقييم المسبق الذي يتم من قبل بعض المستخدمين

للخدمة بالإضافة إلى إعادة النظر في إمكانيات الشركة

وتوصيلها لشركات الغسيل تلقائياً ومباشرة لكي يباشروا

تقديم الخدمة في الوقت والمكان المحددين من قبل العميل، وبمعنى آخر، تعتبر شركة

إلكترونية تنظم عملية طلبات الغسيل وليست شركة غسيل

سيارات، ونقوم باستقطاع نسبة عمولة من كل طلب يتم

عن طريق التطبيق بالاتفاق مع مزودي الخدمة المعتمدين لدينا،

ولا نقوم بأخذ أي مبالغ أخرى حالياً غير هذه العمولة.

ما خططكم المستقبلية؟

● انطلقنا منذ عامين في الكويت وخلال تلك الفترة اطلقتنا نسخة

من التطبيق في إمارة دبي، ونسعى لتغطية جميع مناطق

على التقنية.

يبدو ان السوق الكويتي ما زال يضح المزيد من التطبيقات الإلكترونية التي تأخذ شكل المنصة، ان نجح

ذلك بشكل كبير في الأونة الأخيرة. وانطلق منذ عامين تطبيق Ghaseel المنصة المتخصصة في غسيل السيارات

والدرجات النارية والقوارب، مكملاً لدوره ضمن المنصات المنافسة في السوق، بفريق عمل مكون من 3 أشخاص،

حيث يعرض التطبيق على المستخدمين شركات غسيل السيارات، وبالعادة يختار المستخدم الشركة المناسبة له من

حيث التقييم والسعر والخدمات التي تقدمها.

وفي هذا الصدد، أجرت «الأنباء» مقابلة مع الشركاء المؤسسين للتطبيق عمر العثمان وصالح المسلم، والذين

تحدثنا عن الخدمات التي يقدمها التطبيق وخطتهم المستقبلية، وفيما يلي تفاصيل المقابلة:

حدثونا عن تطبيق Ghaseel؟

● Ghaseel بطبيعته منصة تربط بين مقدمي الخدمة من شركات الغسيل والعملاء،

ولذلك وجدنا فرص كبيرة جدا في طريقها للانطلاق وطرحها

كخدمات مرتبطة بغسيل السيارات والدرجات النارية

والقوارب، هذا من الناحية الفنية الخدمية، وأما من الناحية

التوسعية على نطاق دولي فقد قمنا باختيار اسم عربي مكون

من كلمة واحدة ويستخدم في شتى الدول العربية ليخدم

رؤية الشركة في التوسع في الدول العربية المجاورة، وطبعاً

هذا الاسم هو «غسيل»، وايضا اخترنا نموذج عمل قابل للنمو

بأقل موارد ممكنة كما هو الحال في أغلب المنصات التي تعتمد

على التقنية.

وبالأرقام نحن اول واكبر تطبيق لطبقات غسيل السيارات في الخليج والشرق الأوسط وكان

ذلك جزءاً من رؤيتنا التي بدأنا بها بان نقوم بخدمة أكبر عدد من

العملاء خلال السنوات الأولى من إطلاق Ghaseel والتخصص بالخدمات التي تقدم عند المنزل

والخاصة بالسيارات.

ما نموذج العمل Business Model؟

● Ghaseel هو منصة لطبقات غسيل السيارات عند المنزل، ويتم ذلك عن طريق تسلمنا

لطلبات الغسيل من العملاء