

«الدفع الرقمي يستقطب» جيل ما بعد الألفية



«دبي»: «الخليج»

أجرت أمازون لخدمات الدفع الإلكتروني، بحثاً حول تفضيلات الإنفاق للأشخاص المولودين بين عامي 1997 و2012، والمعروفين باسم جيل ما بعد الألفية. ويُقارن المستند التقني البحثي، الذي يأتي تحت عنوان «فهم جيل ما بعد الألفية»، تفضيلات الإنفاق للجيل مقارنةً بالأجيال الأخرى، كأولئك المولودين بين عامي 1981 و1996، والمعروفين باسم «جيل الألفية». كما يناقش البحث تأثير جيل ما بعد الألفية خاصة مع نمو قوته الشرائية

برعاية أمازون لخدمات الدفع الإلكتروني، تم Sixth Factor Consulting واستناداً إلى البحث الذي أجرته شركة تقديم حصيللة من المعلومات الثرية في مستندها التقني البحثي الثاني من نوعه للشركة، وقد تمّ نشره في منتدى «إعادة تصور المدفوعات» الذي يستهدف تقديم فكر قيادي ومساعدة التجار والمهتمين بالمدفوعات الرقمية على معرفة المزيد عن هذا المجال

.ويقدّم المستند بحثاً استند إلى استطلاع للرأي شارك فيه أكثر من 1,800 شخص من الإمارات والسعودية ومصر.

أرقام

يتفوق أفراد جيل ما بعد الألفية في استخدام التكنولوجيا، وهو ما يؤثر على اختيارهم تجاه المدفوعات الرقمية. وقد أظهرت الأبحاث أن هذه الفئة تفضّل طرق الدفع الرقمية، مع احتلال بطاقات الدفع ومحافظ الهاتف الجوّال المرتبة الأولى من حيث الشعبية.

وقد قال المشاركون في الاستطلاع إنهم يعتقدون أنّ الخيارات التي تقدمها طريقة «اشترِ الآن وادفع لاحقاً» ملائمة للدفع إذا كانت السلع باهظة الثمن. وأظهر البحث أن أكثر ما يدفع اهتمام جيل ما بعد الألفية بهذه الطريقة هو عدم وجود فائدة على المدفوعات، وغياب التعامل الورقي، وتخفيف الضغط المادي.

كانت الغالبية العظمى من المشاركين، في البلدان الثلاثة التي جرى فيها الاستطلاع، على دراية بتطبيقات التحويل من وبلغت نسبة الوعي بذلك 92٪ في مصر، بسبب التوفّر المبكر (Peer to Peer Transfer Apps) نظير إلى نظير لشبكة الدفع الفوري الوطنية. وقد ادعى غالبية المشاركين في دولة الإمارات والسعودية ومصر استخدام تطبيق التحويل من نظير إلى نظير مرة واحدة على الأقلّ.

(In-App Payments) وأظهر البحث أيضاً أن نسبة الوعي بالمدفوعات التي يمكنها أن تتم من داخل التطبيقات مرتفعة. ومع ذلك أشار المشاركون في الاستطلاع أن هذه الطريقة تتنافس مع طرق الدفع الأخرى شائعة الاستخدام وأنه يجب على التجار التفكير في استخدام الخصومات لجلب المزيد من عمليات الشراء نحو تطبيقات أجهزة الجوال.

وقال (Super Apps) ومن فئات الدفع من داخل التطبيقات التي رحب بها المشاركون كانت التطبيقات الشاملة المشاركون في الاستطلاع إنّ هذه التطبيقات الشاملة، والمتوفرة حالياً فقط في الإمارات، ملائمة ومريحة بشكل خاص، وهو ما يؤدي إلى زيادة الوعي والإقبال عليها.

تحليل بيانات المستخدمين

يقول أعضاء جيل ما بعد الألفية إنهم يهتمون بمنافع تحليل بيانات المستخدمين الشخصية ومزايا التخصيص لإضفاء الطابع الشخصي أكثر من اهتمامهم الخصوصية. وقد وجدت الدراسة أن هذا الجيل أقل قلقاً تجاه مشاركة البيانات من الأجيال السابقة، وأنه على استعداد لمشاركة بياناته إذا كان ذلك يوفر لهم تجربة تسوق أفضل.

تتعقب (Cookies) وقال أحد المشاركين من جيل ما بعد الألفية في الاستطلاع: «أنا أدرك أن ملفات تعريف الارتباط مواقع الويب التي أزورها وتستهدفني بالإعلانات حسب ذوقي واختياري. لكنني أحصل على محتوى ذي صلة حول ما». «قد يثير اهتمامي، مما يجعل تجربتي عبر الإنترنت أكثر أفضل لكونها متكيفة مع تفضيلاتي الشخصية

إلا أن المشاركين من جيل الألفية أعربوا عن قلقهم الأكبر بشأن مشاركة البيانات. وقال أحد المشاركين من جيل الألفية: «أنا حريصٌ للغاية ومتردد في مشاركة بياناتي، أشعر بعدم الأمان وأفضل دخول مواقع الويب التي أعرفها فقط. «وحتى على المواقع المعروفة، لا أشارك معلوماتي

الدوافع الكامنة

للوصول بنجاح إلى جيل ما بعد الألفية، يجب على التجار أن يفهموا السلوكيات التي يمكن قياسها بشكل كمي لهذا الجيل، ولكن الأهم من ذلك معرفة دوافعهم

وكون جيل ما بعد الألفية هو أول جيل وُلد في العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، فهم لا يعرفون إلا عالمًا بهواتف ذكية وإنترنت، على عكس الأجيال التي سبقتهم

وقد أدى ذلك إلى تعريض جيل ما بعد الألفية لقضايا عالمية كثيرة في وقت مبكر جداً من حياتهم بسبب كونهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مفرط، وهو ما أدى إلى زرع شعور عميق بالمسؤولية الاجتماعية يظهر في اختيارهم للعلامات التجارية وأماكن العمل. ولجذب انتباه جيل ما بعد الألفية، على التجار فهم قيمهم وأولوياتهم وتطوير استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركة لتكون مطابقة لذلك

من الجدير بالذكر أن جيل ما بعد الألفية واحد من أكثر الأجيال ريادةً في مجال الأعمال، ولاسيما في الشرق الأوسط. وهذا الفكر الريادي مدفوعٌ برغبتهم في الاستقلال المالي

الصورة

