CONSULSAT

حلول قطاعية

الحلول البحثية للمصارف والخدمات المالية

أبحاث تشمل العملاء والموظفين والموردين والإعلام والمنافسين، ليستند كل قرار إلى دليل.

لماذا البحث

الثقة أثمن ما يملكه المصرف.

يتخذ المصرف كل يوم قرارات تخص الفروع والمنتجات والموظفين والسمعة. نقدم لك أدلة من كل فئة تؤثر في هذه القرارات.

01

العملاء

الأفراد والشركات: الاحتياجات والرضا والولاء والشكاوى والتسرب.

02

مؤسستك

الفروع والموظفون والمنتجات والإجراءات والسياسات، مقاسة ومقارنة.

03

الموردون

كيف يراك الشركاء ومقدمو الخدمات، ومدى رضاهم.

04

الإعلام والجمهور

الوعي والوصول وأثر الحملات وما يُقال عنك.

05

المنافسون والقطاع

المقارنات المرجعية والاتجاهات والفرص وسلوك الصيرفة الرقمية.

06

التمويل الأصغر

أين الاحتياجات، وأي المنتجات تناسبها، وهل تنجح البرامج.

فهم القطاع

اعرف السوق الذي تنافس فيه.

بحوث مكتبية ومهام استشارية.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
تقرير القطاع المصرفي	لمحة عن القطاع في السودان: المنافسون والمنتجات والخدمات والاتجاهات الحديثة ومعدلات النمو وتحليل رباعي (SWOT) للقطاع ككل.
فرص أعمال جديدة	مهام استشارية تحدد مجالات فرص جديدة ضمن أعمالك القائمة.
تذكّر الإعلانات	مدى وصول إعلاناتك ووضوحها، والاستراتيجيات الترويجية التي تصل إلى قاعدة عملاء أوسع.
فعالية الترويج	وصول عرض أو برنامج ترويجي محدد ومدى الاستفادة منه وفعاليته.
إغلاق فروع المنافسين	أسباب إغلاق منافس لفرع في منطقة ما، كما يراها الجمهور.

العملاء

افهم من تخدمهم.

الأفراد والشركات، الحاليون والمحتملون.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
تقسيم العملاء	شرائح العملاء المختلفة وسلوكها وخصائصها النفسية.
الوعي والاستخدام	ما يعرفه العملاء عن كل منتج أو خدمة، وتفضيلاتهم ومؤثرات قرارهم واستخدامهم.
التوقعات والفجوات	تحليل لمدى تلبيتك توقعات العملاء، وأين تقع الفجوات.
الرضا والولاء	قياس دوري لجودة الخدمة (SERVQUAL) والولاء وصافي نقاط الترويج ومحركات الرضا.

العملاء

اسمع المشكلات مبكراً، واحتفظ بعملائك أطول.

من الشكاوى إلى التسرب إلى كيفية اختيار الناس لمصرفهم.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
تحليل الشكاوى وتتبعها	تصنيف الشكاوى حسب خطورتها وموضوعها، وتحليلها حسب نوع العميل والموقع والنشاط.
تحليل التسرب	أي العملاء يُرجّح أن يغلقوا حساباتهم أو ينقلوها، ومستوى المخاطر لكل منهم.
سلوك المستهلك	كيف يختار الناس مصرفهم، وما يأخذونه في الحسبان قبل فتح حساب، وتجربتهم في فتحه.
الصيرفة الإلكترونية وعبر الهاتف	استخدام القنوات الرقمية والمخاطر المتصورة واحتياطات الأمان التي يتخذها العملاء.
تقييم الخدمات واختبار المفاهيم	تقييم الخدمات القائمة، واختبار الخدمات أو المفاهيم الجديدة قبل إطلاقها.

مؤسستك

قِس الفروع والعلامة والأداء.

المؤسسة والإدارات والمنتجات والإجراءات والسياسات.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
جدوى الفروع والصرافات	تحليل الموقع وفهم السوق المحلي وسلوك التعامل المصرفي وتوقعات العملاء واللوائح ووجود المنافسين لفرع أو صراف جديد.
التسوق الخفي	نقاط قوة موظفي الواجهة وضعفهم، مقاسة من جهة العميل عند الشباك وعلى الهاتف.
صورة العلامة	كيف يرى العملاء وغير العملاء مصرفك، وما الذي يحسّن هذه الصورة.
مؤشرات الأداء وتتبع العلامة	مؤشرات أداء الفروع مثل الإيرادات والقروض والنسب المالية والإنتاجية، مقارنة ومتتبعة عبر الزمن.

مؤسستك

افهم موظفيك وسياساتك ومسؤوليتك الاجتماعية.

الموظفون والسياسات والمسؤولية الاجتماعية.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
توقعات الموظفين والفجوات	مدى تلبية المؤسسة توقعات موظفيها، وأين تقع الفجوات.
رضا الموظفين وولاؤهم	قياس دوري للرضا الوظيفي والولاء وصافي نقاط الترويج ومحركاتها الرئيسية.
تحليل السياسات	مراجعة سياسات العمل والقواعد والمعايير والممارسات في ضوء واقع القطاع والاقتصاد.
تخطيط المسؤولية الاجتماعية	المجالات المناسبة لاستثمار أنشطة المسؤولية الاجتماعية.
تقييم أثر المسؤولية الاجتماعية	تقييم أنشطة المسؤولية الاجتماعية الحالية وأثرها.

الموردون

انظر إلى نفسك بعيون شركائك.

القرطاسية والموارد البشرية والمقاولون ومقدمو الخدمات الآخرون.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
صورة العلامة لدى الموردين	كيف يُنظر إلى مصرفك لدى الشركات التي تخدمه.
رضا الموردين وولاؤهم	قياس دوري للرضا عن الصفقات والشروط والسداد، والولاء وصافي نقاط الترويج ومجالات التحسين.
المقارنة بالمنافسين	كيف يقارن أصحاب المصلحة مصرفك بالمنافسين في سمات رئيسية.
تقييم المنافسين	ملفات المنافسين: المنتجات والخدمات والأداء والانتشار وخطط التوسع وتحليل رباعي لكل منهم.

البحوث الإعلامية

اعرف ما يُقال عنك، وهل تنجح حملاتك.

البحوث الإعلامية والذكاء الإعلامي.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
الوعي الإعلامي	المناخ الإعلامي حول مصرفك في لمحة، لتخطيط الحملات وتنفيذها وتقييمها وبناء علاقتك بمجتمعك.
الوصول الإعلامي	أي الوسائل تصل إلى جمهورك، ويُجرى بعد دراسة الوعي.
مختبر الإعلانات	إعلانات مبنية على تصورات الشريحة المستهدفة وعاداتها الإعلامية لتكون أكثر فعالية.
الرصد والذكاء الإعلامي	رصد مستمر للأخبار والتلفزيون والإذاعة والمصادر الرقمية المتفق عليها، منظم ومراجع من محللين في منصة ConsulSat.

التمويل الأصغر والخدمات المساندة

صمّم منتجات شاملة تنجح.

التمويل الأصغر والتأمين وخدمات القروض.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
خريطة فرص التمويل الأصغر	الاحتياجات والمواقع المناسبة للتمويل الأصغر: تمكين المرأة والأعمال الصغيرة وريادة الأعمال ومجموعات العون الذاتي.
تصميم منتجات جديدة	منتجات وخدمات للتمويل الأصغر مصممة حول احتياجات الناس، ومختبرة.
تحليل محفظة القروض	مزايا كل نوع من القروض للعملاء، وعوائده على المصرف.
المتابعة بعد التمويل	هل تصل برامج التمويل الأصغر إلى الفئات الصحيحة وتنجح.
الآراء والرضا	رضا عملاء التمويل الأصغر الحاليين.
تقارير التأمين والقروض	الدراسات السابقة مكيّفة لقطاع التأمين أو لخدمات قروض محددة.

المنافسة

قارن نفسك بالأفضل.

المقارنات المرجعية والخيارات الاستراتيجية.

الدراسة	ما تقدمه للمصرف
المقارنة المرجعية للقطاع	مصرفك مقارناً بكبار المنافسين وفق مجموعة محددة من المعايير.
الاندماج والاستحواذ	خيارات الاندماج والاستحواذ الممكنة بين المصارف والمؤسسات المالية الأخرى.

منهجيتنا

ضبط الجودة في كل مرحلة

1

التصميم

يبني باحثون ذوو خبرة الاستبيان حول هدفك، ويراجعه فريق ثانٍ من حيث التغطية واللغة والتسلسل وحساسية الأسئلة وطول المقابلة.

2

العمل الميداني

نشرح كل سؤال لمسؤولي الميدان والمشرفين والباحثين الميدانيين، ثم نختار المستجيبين عشوائياً بدقة، دون عيّنات مكررة أو خاطئة.

3

ضبط الجودة

يدقّق الفريق الميداني كل استبيان مكتمل، ويعيد التحقق من عيّنة عشوائية بالتواصل مع المستجيبين هاتفياً أو حضورياً.

4

التحليل

يرمّز فريق البيانات الإجابات ويدخلها، ويطبّق المحللون الأساليب الكمية والنوعية المناسبة، من التقسيم إلى حساسية الأسعار.

5

الرؤية

تتسلّم تقريراً واضحاً بتوصيات عملية، نعرضه ونراجعه مع فريقك. نلتزم بمعايير ESOMAR ولا نشارك معلومات عملائنا مع أي طرف.

كيف نبدأ

نبدأ من مشكلتك، لا من منصتنا.

1

اجتماع استكشافي

نحدد احتياجاتك وأولوياتك الأساسية من المعلومات.

2

نتفق على النطاق

المصادر وأولويات الرصد، نحددها معاً.

3

شاهده على حالتك

عرض مخصّص على حالة استخدام محددة بوضوح.

CONSULSAT

حوّل تحدّي أعمالك إلى فرصة.

أخبرنا بهدفك، وسيرد عليك أحد مستشارينا بمنهجية مقترحة.

الخرطوم، السودان · المقر الرئيسي
شارع 15 تقاطع شارع محمد نجيب، الخرطوم 11111

نيروبي، كينيا
مبنى Uganda House، الطابق الثاني، شقة 201،
نيروبي

البريد الإلكتروني info@consulsat.sd
الهاتف +249 99 980 0800
الموقع consulsat.co.ke

نحدد نطاق كل دراسة معك. هذه الوثيقة لأغراض المعلومات فقط، وليست عرضاً أو عقداً. © 2026 ConsulSat Market Research.