

تقرير التحليل الإداري 2024

المقدمة

حققت شركة النفط العمانية للتسويق (نפט عمان) خلال هذا العام مزيداً من التميز في السلطنة وخارجها من خلال التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للزبائن وأيضاً من خلال مواكبة التطور السريع الذي يمر به العالم من خلال تطور التقنيات الحديثة والحلول الذكية لعمليات شراء سريعة وآمنة.

حيث أكملت الشركة جهودها وسعيها لتكون الوجهة الواحدة لمرتادين محطات الخدمة المنتشرة في السلطنة وخارجها، كما نتطلع إلى مستقبل واعد، ونلتزم بتعزيز التقدم الاقتصادي والاجتماعي في سلطنة عُمان والمساهمة فيه حيث نواصل الابتكار في جميع قطاعات الصناعة وإثرائها وتطويرها. علاوة على ذلك، فإن فرقنا تعمل على تقديم أقصى قدر من الخدمات للعملاء بهدف تسهيل وتوفير متطلباتهم الاستهلاكية. وسنواصل دائماً لتحقيق طموحاتنا مع التطورات الجارية في السلطنة المستمدة من رؤية عُمان 2040، التي تقود الشركة. وتقدم السلطنة في السنوات المقبلة.

الصحة، والسلامة، والبيئة، والجودة، والدعم الفني والاستدامة

في شركة نفط عمان، يعتبر موظفونا وعملاؤنا والمجتمعات التي نقدم لها خدماتنا من أسمى وأثمن مواردنا. ونحن ملتزمون بتوفير بيئة عمل آمنة لموظفينا وعملائنا، بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع، وأصول الشركة. حيث حققت شركة النفط العمانية للتسويق في عام 2024 إنجازاً كبيراً في مجال السلامة، حيث انها لم تسجل أي إصابات مفقودة الوقت (LTI) على مدار 6 مليون ساعة عمل. كما نجحت الشركة في إتمام 21 مليون كيلومتر من نقل الوقود عبر سلطنة عُمان دون وقوع أي حادث مروري كبير. ولم تشهد أي من مرافق الشركة حوادث ناتجة عن الحرائق أو المخاطر البيئية، مما يعكس التزام الشركة بالسلامة والحد من المخاطر.

قدمت الشركة العديد من المبادرات المبتكرة لتأمين بيئة عمل آمنة في محطات الوقود، وأماكن التسوق، ضمن حملتها "السلامة على الطرق"، و "أسبوع السلامة والصحة والبيئة (HSEQ)"، وبرامج التوعية بمحطات الخدمة. هذه المبادرات شملت الموظفين والمقاولين وأصحاب المصلحة، مما عزز من ثقافة السلامة والمسؤولية المجتمعية.

خلال 2024 ظل الاستعداد للطوارئ أولوية قصوى، حيث تم تنفيذ عدة تدريبات لتعزيز قدرات الاستجابة، بما في ذلك محاكاة حوادث المرور، وتدريب حريق الطائرات، وتمارين استجابة تسرب الوقود في محطة الدقم، وإخلاء المستودعات. بالإضافة إلى ذلك، تعاونت الشركة مع الدفاع المدني و OPAL لتنفيذ تدريب شامل لإدارة الأزمات واستجابة الطوارئ، مما يضمن جاهزية فعالة للكوارث والمرونة التشغيلية.

إن ثقافة السلامة والصحة والبيئة في شركة النفط العمانية للتسويق متجذرة في جميع العمليات، حيث يتم دمج السياسات وأفضل الممارسات والمراقبة المستمرة. تطبق الشركة السياسات الاستراتيجية، والتدقيق، ومراجعة الأداء لدفع التحسين المستمر. وفي عام 2024، أكملت الشركة بنجاح تدقيق المراقبة الذي أجرته شركة SGS، مما يضمن الامتثال لستة معايير دولية معترف بها لأنظمة الإدارة:

- ISO 9001:2015 نظام إدارة الجودة
- ISO 14001:2015 نظام إدارة البيئة
- ISO 45001:2018 نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية
- ISO 27001:2013 نظام إدارة أمن المعلومات
- ISO 22301:2019 نظام إدارة استمرارية الأعمال
- ISO 22000:2018 نظام إدارة سلامة الأغذية

كما قامت الشركة بتوسيع أنظمة الإدارة المعتمدة لتشمل عمليات تحميل الوقود في الدقم، مما يضمن توفير خدمات مؤهلة وموحدة لعملائها.

لحفاظ على جودة المنتجات للأسواق المحلية والتصدير، قام الفريق الفني بتنفيذ عمليات تدقيق منتظمة وزيارات ميدانية للمصانع الإنتاجية، مما يضمن أعلى معايير الجودة لجميع المنتجات المصدرة. ونجح الفريق في تطوير تركيبات جديدة لزيوت التشحيم بناءً على احتياجات السوق، وقام بتسجيل العديد من المنتجات لدى المنظمات الدولية مثل API لتسهيل دخولها إلى الأسواق العالمية. بالإضافة إلى ذلك، أطلقت الشركة مجموعة من المنتجات البديلة والقوية لضمان موقف تنافسي راسخ واستمرار ريادتها في الصناعة.

كما تستمر الشركة في دعم رؤية عُمان لحيداء الكربون بحلول عام 2050، من خلال مساهماتها في تقليل انبعاثات الكربون عبر حلول الطاقة المستدامة. في عام 2024:

- قامت بتزويد 12 محطة خدمة بأنظمة طاقة شمسية، تولد 1.9 جيجاوات من الطاقة النظيفة وتقلل من 1,352 طنًا من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون.
- أنشئت 23 وحدة لاسترجاع أبخرة الوقود (VRUs) في محطات الخدمة، لالتقاط أبخرة الوقود خلال عمليات التحميل والتفريغ، مما أدى إلى تقليص إضافي في انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بمقدار 1,242 طنًا.
- نشرت تقريرها الأول في مجال الحوكمة البيئية والاجتماعية والإدارية (ESG) لعام 2023، مما يعزز التزامها بالاستدامة والشفافية.

نجحت شركة النفط العمانية للتسويق في عام 2024، في بيع أكثر من 2 مليون لتر من البيوديزل (B5) و (B20) لتلبية الطلب المتزايد على حلول الوقود البديلة. وتمكنت الشركة أيضًا من توسيع حلول شحن السيارات

الكهربائية عبر مشروعها المشترك، EVO، حيث تم تركيب 133 نقطة شحن في 66 موقعًا في أرجاء سلطنة عُمان.

في مجال التنقل الأخضر، أطلقت الشركة مبادرتين رئيسيتين، هما: شراكتها مع "طلبات" لحلول التوصيل باستخدام الدراجات الكهربائية، ومشروع النقل القائم على الهيدروجين لدعم مبادرة الممر الأخضر الوطني في سلطنة عُمان.

الموارد البشرية

تأسست العلامة التجارية لشركة النفط العمانية للتسويق وسمعتها ونجاحها على أساس النزاهة الشخصية والمهنية وأصبحت الشركة أيضاً جهة مفضلة للعمل لديها نظراً لما تقدمه من فرص عمل متميزة إلى جانب فرص التطوير المهني لشريحة كبيرة من الأشخاص.

حققت الشركة نسبة تعمين بلغت 91 ٪ بنهاية عام 2024 ويعد هذا إنجازاً مهماً بما أن مجال العمل يتطلب موظفين بمهارات معينة لخدمة مجموعة واسعة من العملاء عبر شبكة البيع للأفراد وعمليات الشركة بشكل عام.

وبصفتها شركة عمانية يافعة مدفوعة بالحماس إلى جانب كونها تفخر بأنها من الشركات الرائدة في قطاع الطاقة في سلطنة عُمان وشريكاً مهماً في تطوير بنيتها التحتية، تسعى الشركة باستمرار إلى تعزيز قوتها العاملة الحالية. ونظراً لكونه أحد العوامل الرئيسية لأهداف الشركة طويلة الأجل، تقوم الشركة بتوظيف المواهب العمانية المناسبة في الوظائف الملائمة في الوقت المناسب لتصبح الجهة التي يود الجميع العمل لديها في قطاع تسويق الوقود.

البيع بالتجزئة

تمثل مبيعات التجزئة أحد القطاعات الأساسية لشركة النفط العمانية للتسويق، حيث تواصل الشركة نموها وفقاً للخطة المعتمدة. وخلال عام 2023، أضافت الشركة محطة خدمة جديدة في مسقط، وبدأت تنفيذ ثلاث محطات جديدة، وأكملت إعادة بناء وتجديد ثلاث محطات أخرى، ليصل إجمالي عدد محطات الخدمة إلى 235 محطة في سلطنة عمان. وتوفر هذه المحطات الجديدة خدمات متكاملة تلبي جميع احتياجات العملاء في موقع واحد، بما في ذلك الوقود، المتاجر، العناية بالسيارات، والمنتجات الغذائية.

يُعد وقود ألتيماكس 98، الذي أطلقته الشركة في يناير 2018، أعلى أنواع الوقود أوكتان في السلطنة، وهو متوفر الآن في أكثر من 100 محطة خدمة، مع استمرار التوسع للوصول إلى جميع العملاء. كما نجح قسم البيع بالتجزئة في تأمين ثلاثة مواقع استراتيجية لإنشاء محطات خدمة متكاملة على طريق الباطنة السريع، مما يعزز تواجد الشركة على هذا الطريق الحيوي. ومن المتوقع أن تصبح هذه المحطات جاهزة للعمل خلال عامي 2024 و2025.

تدير شركة النفط العمانية للتسويق بشكل مباشر 109 محطة خدمة، ما يمثل 46% من إجمالي شبكة البيع بالتجزئة، مما يعكس خبرتها في إدارة المحطات بكفاءة وجودة عالية. وقد ساهم ذلك في تقديم معايير متميزة لخدمة العملاء وتعزيز مكانة الشركة كعلامة تجارية رائدة في تسويق الوقود، وفقًا لنتائج استطلاعات آراء العملاء.

قطاع التسوق والأطعمة والخدمات

يُعد متجر أهلين للتسوق السريع من العناصر الأساسية ضمن قطاع التجزئة، حيث يوفر المواد الغذائية وخدمات متنوعة مثل الصراف الآلي. وتعمل الشركة على تحويل محطات الخدمة إلى وجهة متكاملة تقدم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات. تمتلك شبكة أهلين اليوم 59 متجرًا، يتم تشغيلها بالكامل بواسطة فريق أهلين الدولية المدرب، وذلك اعتبارًا من أكتوبر 2023.

بالإضافة إلى ذلك، تدير الشركة 65 متجر تسوق سريع، 28 مركزًا للعناية بالسيارات، و10 مقاهي أهلين، و10 مقاهي أمازون كافيه. وقد قامت الشركة بإيقاف علامتي ستيرز ودوبنيرز بيتزا في سبتمبر 2023 نظرًا لأدائهما غير المرضي.

الحلول الرقمية والابتكار

تؤمن الشركة بتوفير تجربة رقمية متكاملة لعملائها، من خلال خدمات الدفع الإلكتروني عبر ثواني، إضافة إلى شاشات رقمية في 50 محطة خدمة. كما تشمل الخدمات المتاحة في المحطات أجهزة الصراف الآلي، تسهيلات دفع الفواتير، مكاتب البريد، وغيرها من الخدمات التي سيتم إضافتها مستقبلاً لتلبية احتياجات العملاء.

بطاقات الوقود

يُعد قطاع بطاقات الوقود من أكثر القطاعات حيويةً ضمن مبيعات التجزئة، حيث يضيف قيمة كبيرة للشركة والعملاء. وقد ساهمت حلول التزود بالوقود التي تقدمها شركة النفط العمانية للتسويق في جعلها الخيار المفضل في السوق.

أبرز إنجازات عام 2023 في قطاع بطاقات الوقود:

- الحفاظ على نمو مبيعات بطاقات الوقود بنسبة 6%
- زيادة عدد عملاء خدمة التعبئة الإلكترونية
- تحقيق 58% من حصة السوق في نظام الدعم الوطني، مما يعكس ثقة العملاء الكبيرة في بطاقات الوقود الخاصة بالشركة تعزيز مبيعات البطاقات المصرفية من خلال زيادة عدد أجهزة نقاط البيع في محطات الخدمة.

المبيعات الدولية

في عام 2024، واصلت شركة النفط العمانية للتسويق (امكو) توسيع نطاقها الدولي في قطاع التجزئة، حيث حققت تطورات كبيرة في المملكة العربية السعودية وجمهورية وتنزانيا. فقد نجحت الشركة في تشغيل 37 محطة خدمة عبر مختلف مناطق المملكة، مما يمثل علامة فارقة في مسيرتها نحو النمو. بالإضافة إلى ذلك، تمكنت الشركة من تأمين عدة مواقع جديدة لمحطات خدمة، التي يجري إنشاؤها حالياً في المنطقتين الشرقية والغربية، مما يعزز استراتيجيتها التوسعية. واعتراقاً بالديناميكيات السريعة للسوق، حصلت الشركة على تصريح امتياز من السلطات الحكومية المعنية في المملكة، وهو إنجاز سيمكن الشركة من تحقيق عوائد من علامتها التجارية وخبراتها، ويعزز التوسع السريع عبر البلاد.

حافظت امكو على وجود قوي في تنزانيا، حيث تدير 12 محطة خدمة. ويعكس هذا النمو الاستراتيجي التزام الشركة بتوسيع بصمتها وتعزيز الوصول إلى منتجاتها وخدماتها في الأسواق الرئيسية. علاوة على ذلك، حققت الشركة تقدماً كبيراً في عمليات بيع الوقود بالجملة، والتي أصبحت مساهماً رئيسياً في أدائها العام. ففي عام 2024، شكلت مبيعات الوقود بالجملة أكثر من 75% من إجمالي مبيعات الوقود للشركة، مما يبرز قدرتها على تنويع مصادر الإيرادات والاستفادة من الفرص الناشئة في قطاع الطاقة.

الأعمال التجارية

تمكن قطاع الوقود التجاري من الحفاظ على استقرار الأرباح وتوسيع محفظة عملائه، على الرغم من التحديات التي يواجهها القطاع بشكل عام وزيادة حدة المنافسة مع هوامش ربح ضيقة. استمر العمل على تعزيز كفاءة التسليم، وتقوية التحالفات الاستراتيجية، وتقديم الحلول التكنولوجية المبتكرة للعملاء. يعتبر التركيز على الوقود البديل أحد العوامل الرئيسية التي ستسهم في بناء قاعدة عملاء جديدة في هذا القطاع، كما تساهم هذه الخطوة في الخطة الوطنية لخفض انبعاثات الكربون في السلطنة. استمر الابتكار والحلول المتكاملة في دفع أداء قطاع الوقود التجاري في عام 2024، ليشكل الأساس للنمو المستدام. قمنا بتطوير عرض قيمة مميز من خلال استراتيجيات تقسيم واضحة، مما مكنا من توسيع حصتنا السوقية عبر العديد من القطاعات مع تلبية احتياجات العملاء المحددة. بالإضافة إلى ذلك، عززنا هويتنا "B2Smart" من خلال تشكيل عروض مبتكرة عبر منصات رقمية بهدف تحسين تجربة العملاء ورضاهم، فضلاً عن تحسين الحلول الخاصة بالتنقل بشكل عام.

على الرغم من المشاريع المحدودة في البنية التحتية، نفخر بأن نكون جزءًا من العديد من المشاريع الاستراتيجية التي ستعزز قدرة سلطنة عمان التنافسية وتدعم النمو الوطني المستدام في السنوات القادمة.

وقود الطائرات

شهد قطاع الطيران، مثل القطاعات الأخرى في قطاع التجارة، ضغوطًا في الهوامش نتيجة المنافسة الشديدة والقوة التفاوضية الكبيرة لشركات الطيران. على الرغم من هذه التحديات، تواصل شركة النفط العمانية للتسويق تركيزها على تعزيز الكفاءة التشغيلية من خلال الاستفادة من التقنيات المتقدمة واعتماد هيكل تكاليف مرن. تتمثل استراتيجية الشركة في تحسين تكاليف الوحدات في السنوات القادمة مع الحفاظ على أعلى معايير الصحة والسلامة والبيئة والجودة (HSEQ) وتقديم خدمة عملاء استثنائية. طوال العام، حافظت شركة النفط العمانية للتسويق على مكانتها كمزود الوقود الرائد في مطار مسقط الدولي. استمر عملاؤنا الرئيسيون، مثل الطيران العماني وطيران السلام، في كونهم من بين أكبر عملاء تسليم الوقود، بالإضافة إلى العديد من شركات الطيران الدولية. ومع ذلك، شهدت كمية الوقود التي تم تزويدها للطيران العماني انخفاضًا نتيجة لبرنامج إعادة الهيكلة الجاري. وعلى الرغم من ذلك، بقي أداء القطاع قويًا، مدعومًا بالنمو المستمر في الطلب على الوقود من عملاء آخرين.

الزيوت

واصلت زيوت نفط عمان تعزيز مكانتها في السوق المحلية، محققة نموًا مستدامًا عبر قنوات التوزيع المختلفة، مع التركيز المستمر على الجودة والتوسع في الأسواق المتميزة. وترتكز استراتيجية الشركة على دخول أسواق جديدة، وتنفيذ مبادرات تسويقية مستهدفة، والاستفادة من الحملات الرقمية والترويجية لضمان تحقيق نمو مستدام محليًا ودوليًا.

في عام 2024، سجلت زيوت BP و Castrol نموًا ملحوظًا مدفوعًا بالطلب القوي من قطاع النفط والغاز، وزيادة استخدام الزيوت الاصطناعية، وارتفاع الطلب على الزيوت المتخصصة. يعكس هذا النمو ارتفاع النشاط الصناعي، ومتطلبات الأداء المتقدمة، والتركيز المتزايد على كفاءة عمليات الحفر وإطالة عمر الأصول، مما أدى إلى زيادة الإقبال على الزيوت عالية الأداء في البيئات القاسية.

شهد سوق الزيوت الاصطناعية توسعًا كبيرًا نظرًا لارتفاع الطلب على فترات تغيير الزيت الممتدة في القطاعات الصناعية وقطاع السيارات، حيث فضل العملاء الرئيسيون الزيوت الاصطناعية لقدرتها على

تحقيق الكفاءة البيئية والاستدامة. كما زاد الطلب على الزيوت المتخصصة نظرًا لمتطلبات الصناعات المتقدمة، حيث أوصت الشركات المصنعة للمعدات الأصلية (OEMs) باستخدام زيوت توفر حماية أكبر ضد التآكل واستدامة أعلى. وعلى مستوى التسويق والتفاعل مع العملاء، نفذت نفط عمان حملات رقمية وتقليدية عززت من وضوح العلامة التجارية وزيادة الوعي بالمنتجات، مما ساهم في دعم قنوات التجزئة وتعزيز ولاء العملاء.

خدمة العملاء

واصل قسم خدمة العملاء في نفط عمان جهوده لضمان تقديم خدمة استثنائية للعملاء في سلطنة عمان والمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال التواصل المستمر عبر نظام مركز العناية بالعملاء، حيث يتم الرد على جميع الاستفسارات، والتعامل مع الشكاوى، وتنفيذ طلبات الوقود بكفاءة، مما يعزز تجربة العملاء ويضمن رضاهم.

كما يحرص القسم على تعزيز التواصل المباشر مع العملاء من خلال الفعاليات السنوية وزيارات محطات الخدمة في مختلف محافظات سلطنة عمان. وكان من أبرز المبادرات خلال عام 2024، إقامة فعالية "أسبوع خدمة العملاء" في شهر أكتوبر، حيث قام الإدارة التنفيذية والمديرون في نفط عمان بزيارة العديد من محطات الخدمة، مما أتاح فرصة للتفاعل المباشر مع العملاء وفهم احتياجاتهم بشكل أعمق. وفي إطار التوسع الدولي وتوحيد معايير الخدمة، أطلقت نفط عمان مؤخرًا دليل العمليات في تنزانيا، والذي يهدف إلى تحقيق مستوى عالي من الخدمة، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، وضمان تجربة موحدة للعملاء في الأسواق الجديدة.

تقنية المعلومات وإدارة البيانات

في عام 2024، واصل قسم تقنية المعلومات وإدارة البيانات في شركة النفط العمانية للتسويق مسيرته في التحول الرقمي، محققًا إنجازات بارزة عززت الكفاءة التشغيلية، والابتكار التكنولوجي، والامتثال التنظيمي. من خلال تنفيذ مشاريع رئيسية، أسهم القسم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة، وتعزيز تكامل الأنظمة، وتحسين تجربة العملاء.

كان من أبرز إنجازات العام التنفيذ الناجح لنظام Oracle ERP في نفط عمان - المملكة العربية السعودية، مما أسهم في تحسين العمليات التجارية، وتعزيز إدارة المالية، وضمان الامتثال التنظيمي. وقد عزز هذا التطوير الكفاءة التشغيلية، ووفر أساسًا قويًا للتوسع المستقبلي. كما أكمل القسم بنجاح تكامل OQ FT ،

مما أدى إلى أتمتة العمليات وتبادل البيانات بسلاسة بين الوظائف التجارية الحيوية، مما ساعد على تحسين التنسيق التشغيلي وتعزيز كفاءة الأعمال.

في مجال إدارة الموارد البشرية، قدم القسم نظام HRMS لمنصة SFS ، مما ساعد على أتمتة العمليات، وتعزيز كفاءة القوى العاملة، وضمان الامتثال التنظيمي. وبهدف تعزيز الأمن السيبراني وحماية البيانات، تم نشر المصادقة متعددة العوامل (MFA) عبر الأنظمة الحيوية، مما قلل من المخاطر المرتبطة بالوصول غير المصرح به، وعزز مستويات الأمان والامتثال الرقمي.

تظل حوكمة البيانات إحدى الأولويات الأساسية للقسم، حيث تم إطلاق مشروع تصنيف البيانات لتحسين إدارة المعلومات، وتعزيز الأمان، وضمان الامتثال التنظيمي، مما ساهم في حماية البيانات الحساسة وتحسين كفاءة استخدامها. كما تم تنفيذ مشروع إدخال الرقم الثاني للوحة Ejaba+ في البطاقات المفتوحة، مما أدى إلى تحسين إدارة الأسطول وتعزيز تجربة العملاء وزيادة كفاءة العمليات.

في إطار دعم الأداء المؤسسي، شهد نظام إدارة الأداء (PMS) في الموارد البشرية تحسينات جوهرية، مما عزز آليات تتبع الأداء وضمان التوافق مع أهداف الأعمال. كما أطلق القسم إطارًا رقميًا لإدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات والرعاية، مما أسهم في تسهيل عملية إدارة الرعاية وتعزيز الشفافية.

وفي مجال الخدمات المالية الرقمية، كان تكامل NBO-B2B أحد الإنجازات الرئيسية، حيث مكّن الشركة من تنفيذ معاملات مالية سلسلة وأمنة مع شركائها المصرفيين، مما حسن الكفاءة المالية وقلل من أوقات المعالجة اليدوية. كما ساعدت حلول إدارة الأصول على تحسين تتبع الأصول، وجدولة الصيانة، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، مما أدى إلى توفير التكاليف وتحسين استغلال الأصول.

أما في مجال إدارة العقارات والإيرادات، فقد تم أتمتة إدارة عقود الإيجار من خلال مبادرة إيرادات تأجير الممتلكات، مما ساهم في ضمان عمليات تجديد دقيقة، وتعبق الإيرادات، وتحسين عملية اتخاذ القرارات. كما عزز نشر KSA Middleware التوافق بين الأنظمة، وتحسين كفاءة تبادل البيانات بين التطبيقات المؤسسية المختلفة، مما أدى إلى رفع مستوى التكامل والاتصال بين الأنظمة الرقمية.

ختاماً، كان عام 2024 عامًا محوريًا لقسم تقنية المعلومات وإدارة البيانات، حيث شهد تطورات تكنولوجية كبيرة وتحسينات تشغيلية واسعة. ومن خلال الاستثمارات الاستراتيجية في التكنولوجيا، وتعزيز الأمن السيبراني، وتحسين إدارة البيانات، تواصل نفط عمان بناء قدراتها الرقمية، ودفع عجلة الابتكار، ودعم أهدافها الاستراتيجية طويلة الأجل.

التسويق

في إطار التزام نفط عمان بتقديم تجربة متميزة للعملاء، تواصل إدارة التسويق والرقمنة تطوير استراتيجيات مبتكرة وحلول قائمة على احتياجات العملاء، مع التركيز على تعزيز النمو، وزيادة التفاعل، والاستفادة من التحول الرقمي لتقديم تجارب سلسلة تلبية تطلعات العملاء.

حققنا خلال عام 2024 إنجازات بارزة عززت مكانتنا في السوق، حيث أسهمت الحملات التسويقية المستهدفة، مثل عرض يوم الصعود، واحتفال 100 محطة، وعروض اليوم الوطني، في تحقيق نمو بنسبة 72% في مبيعات وقود ألتيماكس 98 مقارنة بالعام الماضي، متجاوزة الأهداف المحددة بنسبة 62%، مما يعكس زيادة نفط عمان في فئة الوقود الممتاز.

وفي إطار تعزيز العلاقات مع العملاء، عقدت نفط عمان شراكات استراتيجية مع بنك مسقط، وبنك عمان الوطني، وبنك الأهلي، وبنك ظفار، والأهلي الإسلامي، لإطلاق عروض استرداد نقدي، مما أدى إلى زيادة الإقبال على محطات الوقود ومتاجر أهلين ومقاهي أمازون، وتعزيز الولاء للعلامة التجارية عبر مختلف القطاعات. كما شهد العام إطلاق مبادرات وقود مبتكرة، بما في ذلك المشروع التجريبي للخدمة الذاتية، وإعادة تصميم بطاقات الوقود، وإطلاق حملة بروكير لإضافات الوقود لمدة ستة أشهر، بهدف توفير حلول أكثر راحة وكفاءة للعملاء.

وسعيًا إلى توسيع قاعدة العملاء وتعزيز الحضور الرقمي، قامت نفط عمان بالترويج لبطاقات بصمة وتطبيق الشركة في فعاليات رئيسية، مثل الهيئة العمانية للاستثمار، وعمانتل، ونماء، ووزارة التربية والتعليم، وأسبوع الأعمال بجامعة السلطان قابوس، مما أدى إلى تسجيل أكثر من 10,000 مستخدم جديد، وتعزيز التفاعل الرقمي مع العملاء.

وفي قطاع التجزئة والخدمات، عززت كافييه أمازون وجودها في السوق عبر حملات تسويقية مستهدفة، وشراكات مع الموردين، وإطلاق عروض جديدة لصناديق القهوة، مما أسهم في زيادة الإقبال على الفروع وتعزيز التفاعل مع العلامة التجارية. وفي المقابل، وسّعت متاجر أهلين نطاق خدماتها من خلال استراتيجيات البيع المتقاطع مع البنوك ومنصات الولاء، مثل ثواني، وفوسكانو، مما عزز الحضور السوقي للعلامة التجارية.

أما في قطاع الأعمال (B2B)، فقد تم تنفيذ استراتيجيات قصيرة الأجل لتعزيز الربحية، إلى جانب وضع أسس مستدامة للنمو طويل الأمد. كما شهدت الشركة توسعاً ملحوظاً في قطاع النفط والغاز ضمن فئة زيوت التشحيم التجارية، مما عزز من حضور نفط عمان في الأسواق B2B، ورسخ مكانتها كشريك موثوق في قطاع الطاقة.

التحول الرقمي

يوصل فريق التحول الرقمي وبرامج الولاء في نفط عمان قيادة مسيرة الابتكار والتطوير من خلال تقديم حلول رقمية متقدمة تهدف إلى تحسين تجربة العملاء، وتعزيز كفاءة العمليات، وترسيخ مكانة الشركة كرائدة في الحلول الرقمية وقطاع الولاء.

ضمن استراتيجيتها لتعزيز الولاء للجميع، نجحت نفط عمان في توسيع نطاق استهداف العملاء وزيادة معدلات التفاعل، مما أسفر عن تسجيل أكثر من 105,000 عميل جديد، وهو إنجاز يعكس مكانة الشركة الريادية في برامج الولاء.

وفي إطار استراتيجيتها للتحول الرقمي، أطلقت الشركة مشاريع رقمية رئيسية تهدف إلى رفع كفاءة العمليات وتعزيز التجربة الرقمية، ومن أبرزها:

- مدفوعات - NFC تمكين عمليات الدفع الإلكتروني اللا تلامسي لتوفير تجربة أكثر سلاسة وأمانًا للعملاء.
- ترحيل الاستضافة - تحسين أداء الأنظمة واستقرار البنية التحتية الرقمية، مما يضمن كفاءة تشغيلية أعلى.
- المواءمة المالية التلقائية - تعزيز دقة العمليات المالية وتقليل المخاطر التشغيلية من خلال أتمتة المعاملات المحاسبية.

- تحسين تجربة التزود بالوقود - تطوير آليات الخدمة لتوفير تجربة أكثر كفاءة وسلاسة للعملاء.
- وفي خطوة ريادية على مستوى السوق المحلي، أطلقت نفط عمان بالشراكة مع Citex أول تقنية Digital MID في السلطنة، مع تنفيذها التجريبي في محطة الخدمة بجامعة السلطان قابوس. لا تمثل هذه المبادرة تقدمًا تقنيًا فحسب، بل تعد مصدر دخل جديدًا يعزز تحول الشركة نحو الحلول الرقمية المتكاملة. تعكس هذه الإنجازات التزام نفط عمان المستمر بالابتكار والنمو وتعزيز رضا العملاء. ومن خلال التطوير المستمر لحلولها الرقمية، والاستفادة من أحدث التقنيات، وتقديم تجارب متكاملة ومبتكرة، تواصل نفط عمان تجاوز توقعات العملاء وترسيخ مكانتها الريادية في قطاعي الوقود والتجزئة.

النظرة المستقبلية

تواصل شركة النفط العمانية للتسويق تنفيذ استراتيجيتها المستقبلية القائمة على التوسع الاستثماري، وتعزيز المشاريع المشتركة، وتنمية العائدات في قطاع الخدمات غير النفطية، مما يعزز مكانتها كشركة رائدة في مجال تسويق الوقود والخدمات المتكاملة.

تسعى الشركة إلى أن تصبح المسوق الأكثر تركيزًا على العملاء في دول مجلس التعاون الخليجي، من خلال التوسع المستدام محليًا ودوليًا. وفي هذا الإطار، تعمل نفط عمان على توسيع شبكة محطات الخدمة خارج السلطنة، حيث يشمل النمو المملكة العربية السعودية وتنزانيا، مما يعزز حضور الشركة في أسواق جديدة واعدة.

كجزء من رؤيتها المستقبلية، وضعت الشركة خططًا لتنفيذ نموذج بيع بالتجزئة فريد من نوعه، يهدف إلى تحويل محطات الخدمة إلى وجهات متعددة الخدمات، مما يعزز سمعة الشركة كمركز شامل يلبي احتياجات العملاء المختلفة. كما تمضي نفط عمان قدمًا في تطوير مفهوم محطاتها المتكاملة، والتي ستشمل مرافق متطورة مثل منافذ الصرافة، والصالات الرياضية، والمطاعم، ومكاتب البريد، وخدمات غسيل الملابس، ومناطق ألعاب الأطفال، ومراكز التسوق العائلية، مما يجعلها وجهات متكاملة توفر تجربة فريدة للعملاء.

علاوة على ذلك، تواصل الشركة توسيع خط إنتاج زيوت التشحيم، وتعزيز تواجدها في الأسواق الإقليمية والعالمية، مما يدعم مكانتها التنافسية عبر تقديم منتجات عالية الجودة تلبي احتياجات القطاعات المختلفة.

وفي إطار التزامها بالنمو المستدام، تواصل نفط عمان تنفيذ خطتها الخمسية (2022-2026) ، والتي تتمحور حول التنوع، والتوسع المحلي والدولي، والانتقال نحو حلول الطاقة المتجددة، تماشيًا مع التحولات العالمية في قطاع الطاقة.

وبينما نواصل توسيع نطاق أعمالنا، وتنويع مصادر الإيرادات، وتقديم حلول مبتكرة تلبي توقعات العملاء وتتجاوز احتياجاتهم، فإننا على ثقة بأن استراتيجياتنا المستقبلية ستسهم في تحقيق نمو مستدام، وتعزيز مكانة نفط عمان كرائد في قطاع الوقود والخدمات المتكاملة. وبهذا، نختتم مراجعتنا للأداء التشغيلي للشركة لعام 2024، مؤكدين التزامنا بمواصلة الابتكار والتطوير لتحقيق رؤية الشركة المستقبلية.

طارق بن محمد الجنيدي
الرئيس التنفيذي

