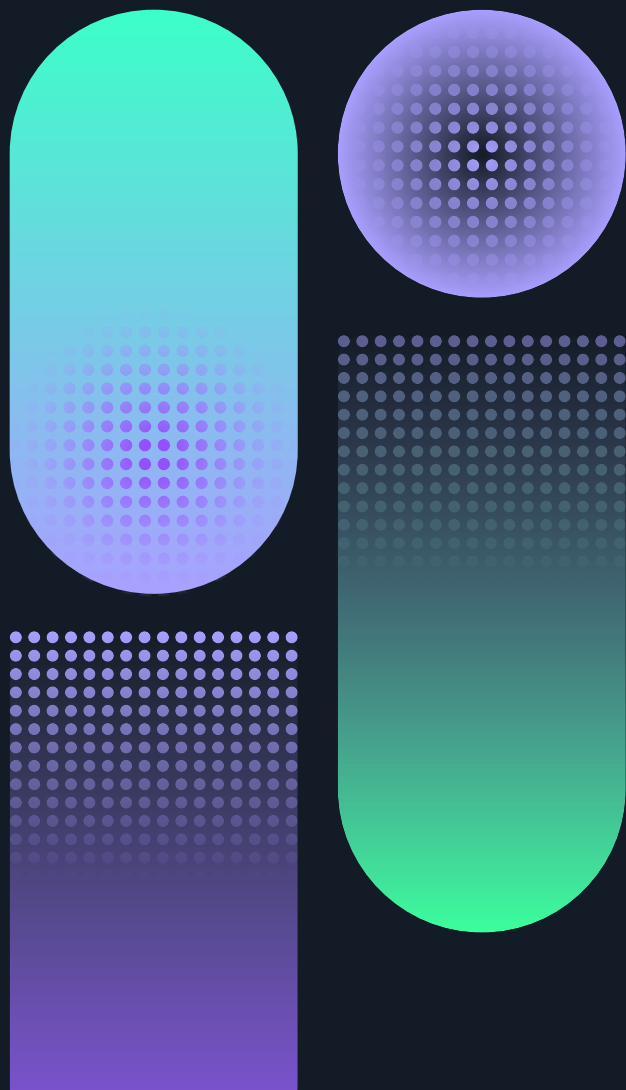


الاستبيان الأكبر لعادات التسوق في الشرق الأوسط



إحصائيات حقيقية
من متسوقين حقيقيين

₪

2024

أهلاً

لقد طرحنا 12 سؤالاً رئيسياً في مجال البيع بالتجزئة على 7,516 من متسوقي تاي لمساعدتك في بناء استراتيجية بيع تحقق لك المزيد من المبيعات في عام 2024.

المتسوقون اليوم بحاجة إلى رحلة شراء مثالية، أكثر من أي وقت مضى، لذلك من المهم أن نفهم السبب الذي يدفع العملاء لشراء ما يشترونه. قمنا في هذا التقرير بدراسة وتحليل البيانات بدقة لنشارك الدروس المستفادة حول سلوك التسوق لدى المستهلكين في الشرق الأوسط، بالإضافة إلى ذكر بعض النصائح والحيل التي ستعود بالفائدة على علامتك التجارية.

هل سيتغير مجال البيع بالتجزئة مع دخولنا في عام جديد؟ أم أن الأمور ستسير على النحو المعتاد في عام 2024؟

اقرأ هذا التقرير لتحصل على إحصائيات حقيقية من متسوقين حقيقيين.

اكتشف لماذا...

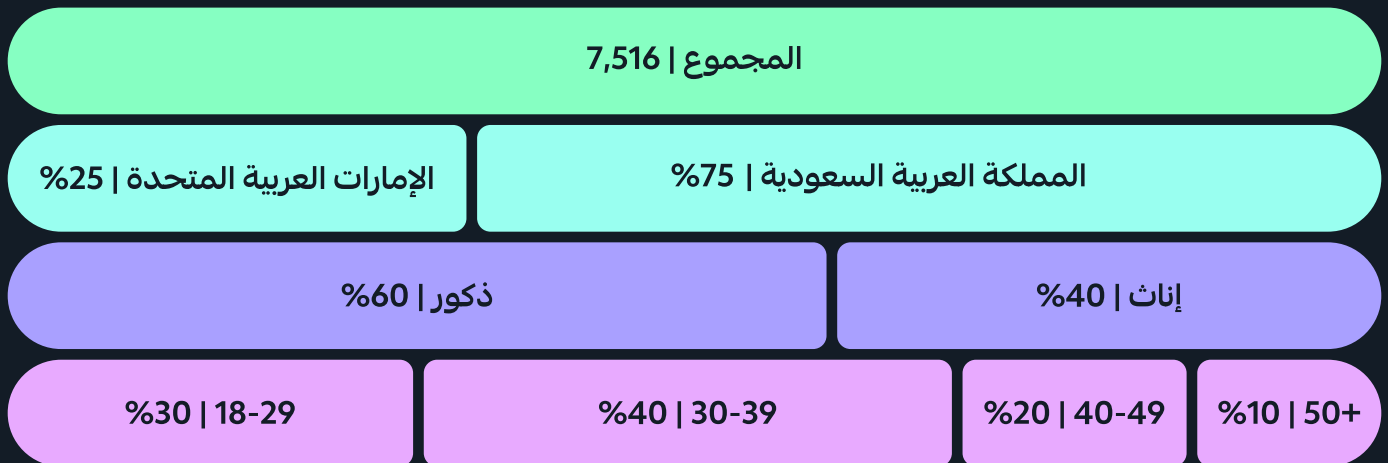
- 01 تجربة الشراء لا تقل أهمية عن المنتج
- 02 المواقع الإلكترونية السريعة والشحن المجاني تزيد المبيعات
- 03 داخل المتجر وعبر الإنترنت وليس داخل المتجر أو عبر الإنترنت
- 04 المتسوقون يميلون للشك، لذا قم بإنشاء متاجر موثوقة تتسم بالمصداقية
- 05 الإنترنت هو مصدر الإلهام الوحيد تقريباً عند التسوق
- 06 يريد المتسوقون خيارات دفع مرنة



المنهجية المتبعة

لقد أرسلنا استبيانًا مكونًا من 12 سؤالًا إلى عينة عشوائية من المتسوقين الذين استخدموا تاي خلال 12 شهرًا الماضية. الردود هي تمثيل دقيق لسكان الشرق الأوسط.

من هم المتسوقون؟



tabby

“

أود أن أشكر جميع متسوقين تاي الذين خصصوا جزءًا من وقتهم للإجابة على جميع الأسئلة المذكورة في الاستفتاء، كذلك المتاجر التي ساهمت في طرح اقتراحاتها لصقل خانات الاستفتاء. نتمنى بأن البحث نال إعجابكم، ويقدم لكم المنفعة حول اتخاذ قرارات حول البيع بالتجزئة بالمستقبل.

"في البيئة التنافسية الحالية لقطاع التجارة الإلكترونية، تعد المعلومات كنزًا لا يفتى. لقد قمنا بإطلاق بحثنا حول المتسوقين في الشرق الأوسط لمساعدة تجار التجزئة على فهم احتياجات المتسوقين واختياراتهم بصورة أفضل. ومن خلال هذه المعلومات التي تستند على أحدث البيانات يمكننا بناء بيئة التسوق عبر الإنترنت بصورة مثلى تهدف إلى إتاحة أفضل تجربة تسوق للعملاء"

حسام عرب

الرئيس التنفيذي لشركة تاي

تجربة الشراء لا تقل أهمية عن المنتج

• يقدر المتسوقون كلاً من المنتج وتجربة
الحصول عليه

• الجودة أم السعر؟

01

يقدّر المتسوقون كلاً من المنتج وتجربة الحصول عليه

ما الذي يدفعك للتسوق من نفس
العلامة التجارية مرة أخرى؟

المنتج

جودة المنتج

55%

استلام مشترياتي في الوقت المحدد

37%

دعم جيد للعملاء

37%

سهولة الدفع

36%

سهولة استخدام الموقع

31%

سهولة إرجاع المنتجات

26%

برنامج الولاء

8%

التجربة

لقد وجدنا أن 45% من المتسوقين لم يذكروا "جودة المنتج" كأحد أسباب التسوق مرة أخرى من نفس العلامة التجارية.

وهذا يبين أهمية الحصول على تجربة شراء استثنائية. إن عامل سهولة شراء منتجك له تأثير على تكرار عملية الشراء، وبشابه إلى حد قريب تأثير وجود منتجك بين يدي العميل بالفعل.

لن يقبل المتسوقون بتجربة شراء دون المستوى المطلوب.

إحصائيات

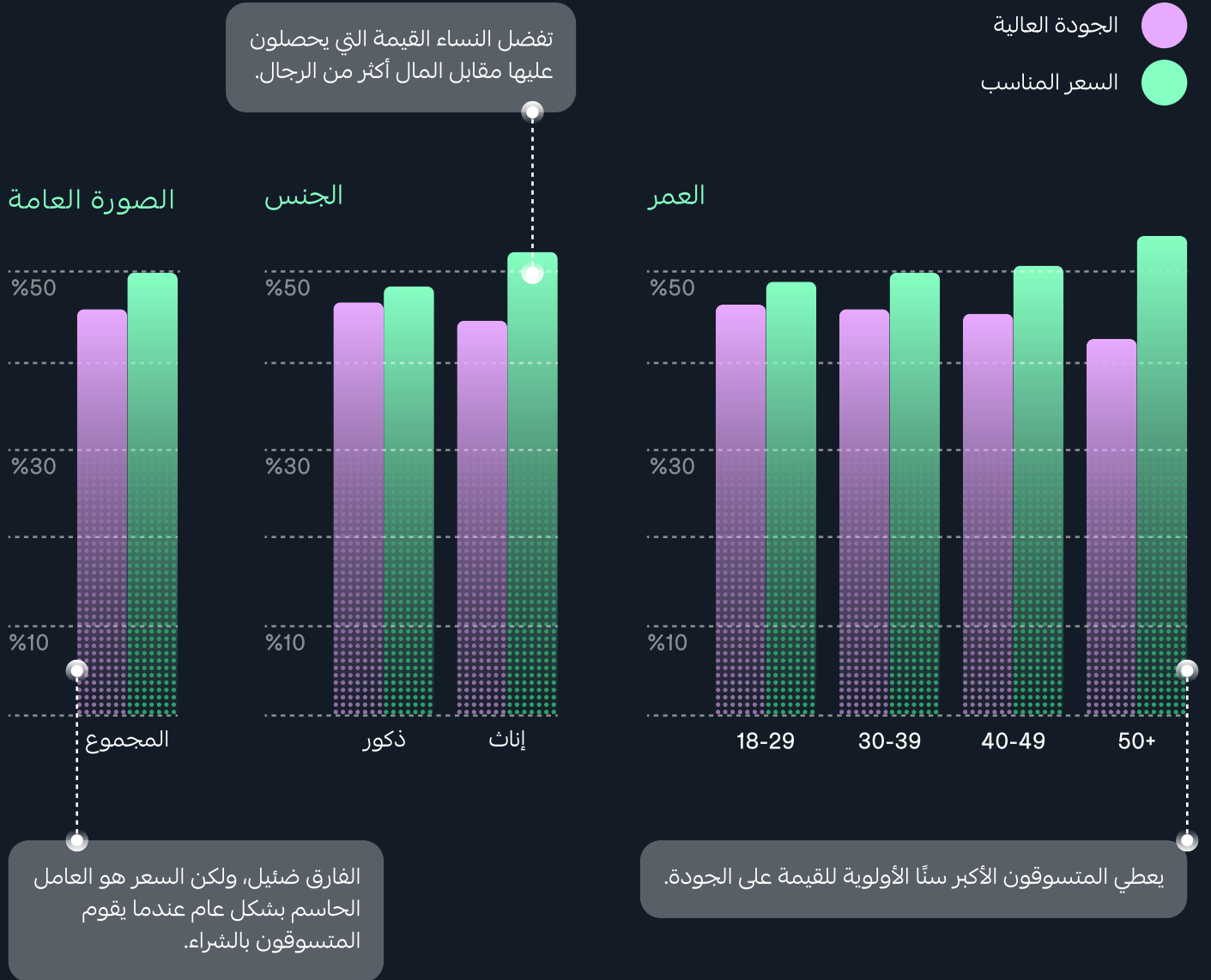
لقد وجدنا أن البرامج المصممة خصيصاً لتعزيز الولاء لا تعتبر أحد الدوافع الرئيسية للمبيعات المتكررة. ذكر 7.7% فقط من المتسوقين في استطلاعنا أن برامج الولاء هي أحد الأسباب التي تجعلهم يتسوقون من نفس العلامة التجارية مرة أخرى. وفي المقابل، فإن المتسوقين يشعرون بالولاء لتجربة التسوق الجيدة.

"لدينا أكثر من 20.000 نوع من العطور في تطبيقنا. حتى أدنى تأخير في عثور المتسوقين على المنتج المطلوب يمكن أن يضر بمبيعاتنا. ومن أجل التميز والتفوق في عام 2024، علينا منح المتسوقين ما يريدون، تجربة شراء سريعة وسلسة. نحن نركز على الحفاظ على أسرع أداء ممكن للتطبيق حيث يتم تصنيف جميع العطور لدينا بمعلومات دقيقة في كل صفحة منتج."

الجودة أم السعر؟

تباطأ النمو الاقتصادي في الشرق الأوسط في نهاية عام 2023 بسبب الصراع الدائر في المنطقة، كما تبدو توقعات عام 2024 غير مؤكدة. ومع أخذ ذلك في الاعتبار، نتوقع أن تكون مسألة الأسعار المناسبة موضوعًا رئيسيًا في عام 2024.

أظهر استبياننا أن 4% فقط من المتسوقين يعطون الأولوية للأسعار المناسبة على الجودة. ومع ذلك، فإن السعر باعتباره العامل الدافع في قرارات الشراء الاستهلاكية يميل إلى الارتباط بشكل مباشر بأداء الاقتصاد الكلي في المنطقة.



المواقع الإلكترونية السريعة والشحن المجاني تزيد المبيعات 🚚

- يحتاج المتسوقون إلى الشفافية
- المتسوقون من فئة الشباب لا يريدون الانتظار

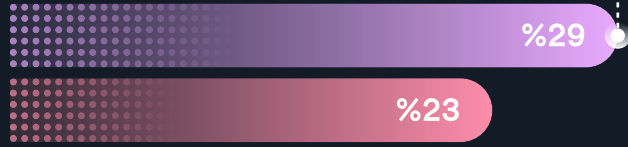
02

يحتاج المتسوقون إلى الشفافية

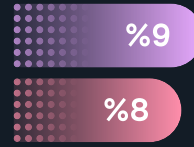
ما الأمور التي تسبب لك الإزعاج وعدم الرضا عند
الشراء من متجر إلكتروني؟

يولي المتسوقون في المملكة العربية السعودية أهمية
كبيرة للشحن المجاني نظرًا لحجم الدولة مقارنة بدولة
الإمارات العربية المتحدة، حيث أصبح التسوق المجاني
أمرًا معتادًا هناك.

عدم وجود شحن مجاني



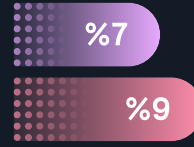
الموقع بطيء جدًا



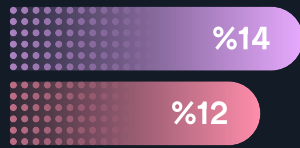
المنتج الذي أريده غير متوفر في المخزون



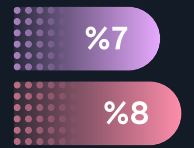
عملية الدفع طويلة جدًا



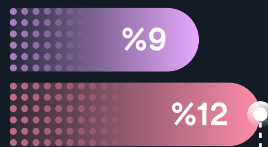
عدم وجود طريقة الدفع المفضلة لدي



من الصعب التنقل في الموقع



عدم القدرة على العثور على المعلومات الصحيحة



لم تتم تعبئة تفاصيل بطاقتي تلقائيًا



يحتاج المتسوقون في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى
أن تكون المعلومات في متناول أيديهم وسهلة الوصول.

الإمارات العربية المتحدة (●)
المملكة العربية السعودية (●)

اقرأ دليلنا حول [تحسين صفحة الدفع الخاصة بك](#)
للحصول على نصائح لزيادة مبيعاتك بإجراء تغييرات
بسيطة.

لقد وجدنا أن "لا يوجد شحن مجاني" و"السلع غير
متوفرة في المخزون" هما أكثر الأمور إزعاجًا بالنسبة
للعلماء فيما يتعلق بالتسوق عبر الإنترنت.

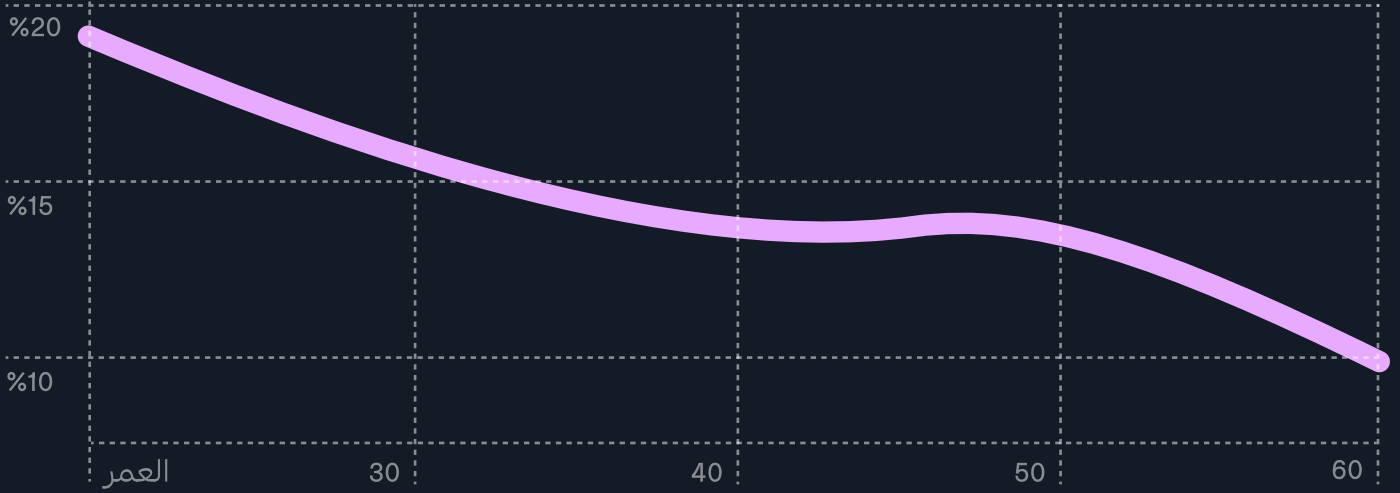
يمكن حل هذين الأمرين المزعجين ببساطة عن
طريق تزويد المتسوقين بالمعلومات الصحيحة في
الوقت المناسب.

مُقاسمة Muqasama

مدونة تالي عن البيع بالتجزئة | A retail blog by Tabby

المتسوقون من فئة الشباب لا يريدون الانتظار

مواقع التجارة الإلكترونية البطيئة تزج المتسوقين



إحصائيات

لا يرغب الجيل الجديد بالمواقع الإلكترونية السريعة فحسب. إنهم يتوقعون أن تكون كذلك.

المتسوقون الأصغر سنًا هم الأكثر احتمالًا بمرتين لأن يجدوا المواقع الإلكترونية البطيئة مزعجة أثناء التسوق من المتاجر الإلكترونية.

level
SHOES

66

ينصب تركيزنا الكبير لعام 2024 على إنشاء تجربة تطبيق متميزة والتوصيل في أقل من ثلاث ساعات في مدننا الرئيسية في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة."

احمد صديق
مدير التسويق

"نحن نحاول دائمًا تحسين تجربة التسوق على تطبيقنا. أحد الأشياء التي لاحظناها هو أن المتسوقين الأصغر سنًا يحتاجون إلى المعلومات الصحيحة بسرعة كبيرة حتى يقوموا بعملية الشراء. إنها أشياء بسيطة تصنع فرقًا كبيرًا."

داخل المتجر وعبر الإنترنت وليس داخل المتجر أو عبر الإنترنت

- المتسوقون يريدون مزيج وتنوع في طرق التسوق
- حقق الانسجام والتوافق بين قنوات البيع
- كيفية تحسين تجربة التسوق داخل المتجر

03

يتسوق عملاؤك داخل المتجر وعلى الإنترنت

يريد المتسوقون الراحة التي توفرها العروض عبر الإنترنت، والوصول إلى نفس خيارات الدفع، وإجراء مقارنات سريعة بين العلامات التجارية الأخرى. لكنهم يريدون أيضًا أن يكونوا قادرين على الحصول على مشورة الخبراء وجهاً لوجه عند الشراء.

يجب أن تؤدي استراتيجية البيع الخاصة بك في عام 2024 إلى تحقيق التوافق والانسجام بين جميع قنوات البيع لمنح كل متسوق التجربة التي يريدها.

يجب على قطاع البيع بالتجزئة التوقف عن النظر إلى التسوق داخل المتجر وعلى الإنترنت وكأنهما منافسين لبعضهما البعض.

وفي المقابل، تظهر البيانات أنه يجب أن يعمل البيع داخل المتجر وعبر الإنترنت معًا لمنح المتسوق أفضل تجربة ممكنة.

ماهي طريقتك المفضلة للتسوق؟

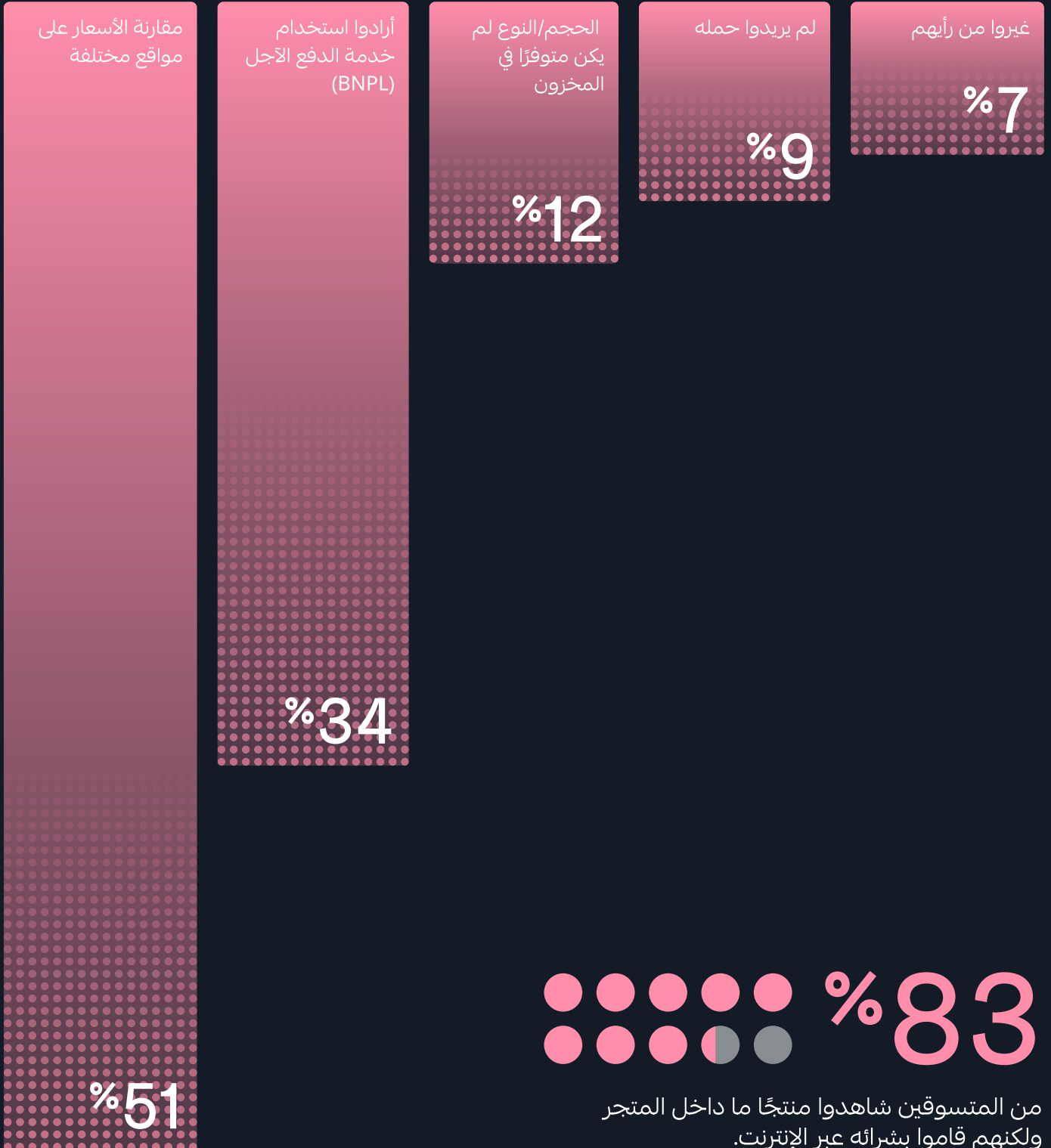
إحصائيات

تحظى الأسواق الإلكترونية مثل نون وأمازون بشعبية كبيرة في المملكة العربية السعودية. بينما في دولة الإمارات العربية المتحدة، فإن سوق التجارة الإلكترونية يقسم بين علامات تجارية مختلفة على الإنترنت.



حقق الانسجام والتوافق بين قنوات البيع

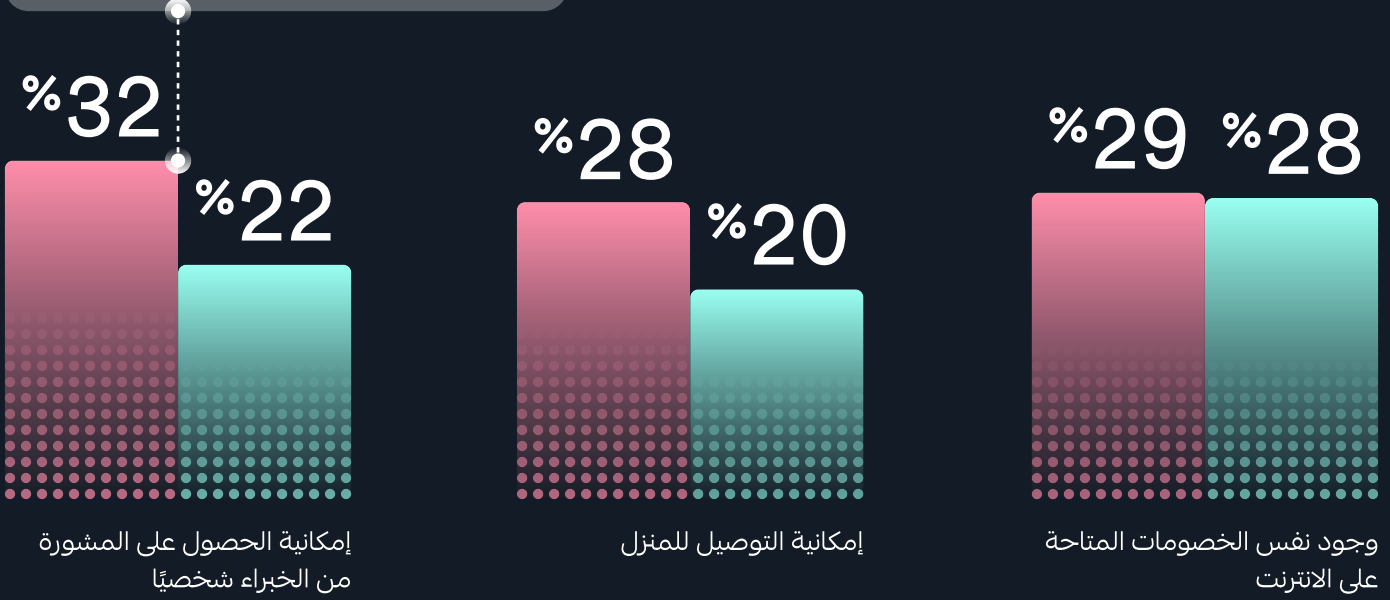
الأسباب التي تجعل المتسوقين يطلبون منتجًا عبر الإنترنت
سابق أن شاهدوه داخل المتجر



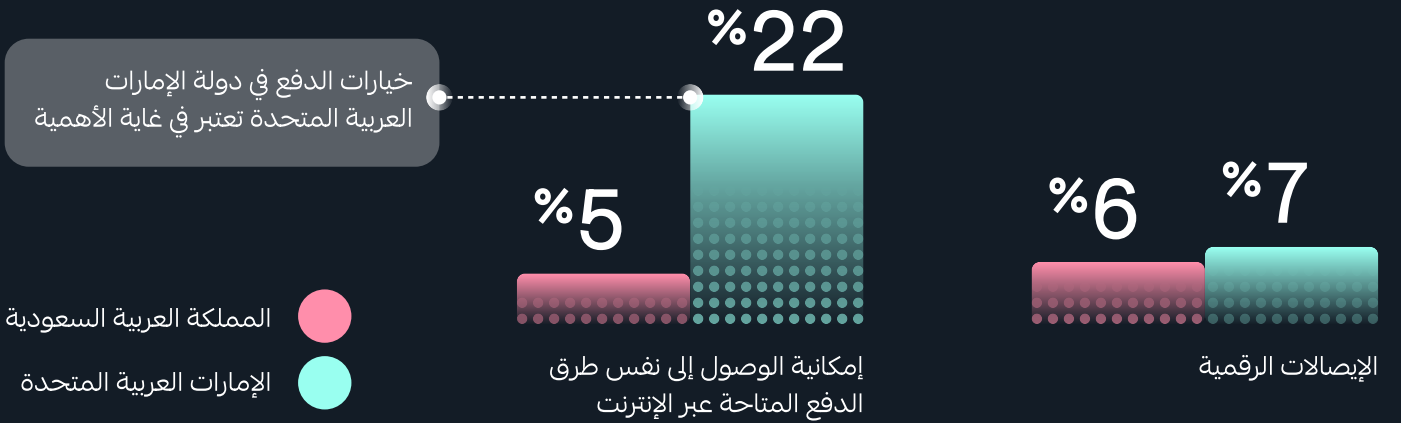
كيفية تحسين تجربة التسوق داخل المتجر

ما الذي سيساعد في تحسين تجربة تسوقك داخل المتجر؟

المتسوقون في المملكة العربية السعودية يحبون الحصول على النصائح من الخبراء شخصيًا



خيارات الدفع في دولة الإمارات العربية المتحدة تعتبر في غاية الأهمية



المملكة العربية السعودية
الإمارات العربية المتحدة

MAGRABi

66

يثبت البحث الذي أجرته تاي أن عام 2024 سيكون مهمًا فيما يتعلق بالبيع بالتجزئة متعدد القنوات. يرغب المتسوقون الآن أكثر من أي وقت مضى في المزج بين قنوات تسوقهم.

"نظرًا لأن عملاء مغربي غالبًا ما يبدأون في البحث عن النظارات قبل الدخول إلى المتجر، فيجب علينا توفير تجربة تسوق منسجمة بدءاً من مساحتنا عبر الإنترنت إلى متاجرنا الفعلية.

سلمى عنتيلي
مدير الاتصالات التسويقية

المتسوقون يميلون للشك عند الشراء عبر الإنترنت، لذا قم بإنشاء متاجر موثوقة تتسم بالمصداقية كما

- المتسوقون يكملون عملية التسوق بحذر
- المواقع غير الموثوقة تخسر المبيعات

المتسوقون يكملون عملية التسوق بحذر

هل سبق لك وقمت بعدم إدخال تفاصيل بطاقتك الائتمانية على أحد المتاجر الإلكترونية لأي من الأسباب التالية؟

كان الموقع غير موثوق به



لم يتم قبول طريقة الدفع المفضلة لدي



أفضل الدفع نقدًا



لم تتم تعبئة تفاصيل بطاقتي تلقائيًا



تخلي



من المتسوقين عن عملية الشراء تحديدًا بسبب مشكلات في الدفع.

trendyol

“

أوصي بشدة بالاستثمار في موقع إلكتروني مصمم جيدًا لمنح المتسوقين أفضل انطباع أولي ممكن عن علامتك التجارية.

ملتم بالجي

مدير الاتصالات التسويقية

"من الضروري، حتى بالنسبة للعلامات التجارية الكبيرة، التأكد من أن مواقعها الإلكترونية جديرة بالثقة. قد يستغرق الأمر سنوات لبناء الثقة مع المتسوقين، لذلك من الجيد إذا كنت علامة تجارية صاعدة في مجال التجارة الإلكترونية أن تقوم ببناء أطر الثقة من البداية.

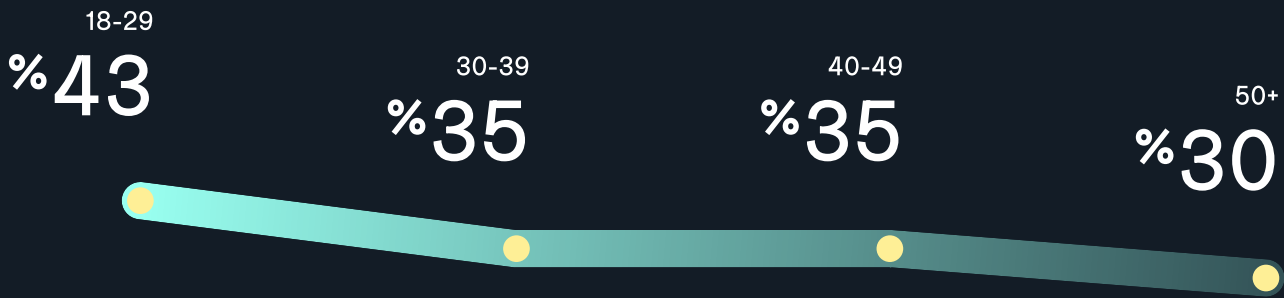
المواقع غير الموثوقة تخسر المبيعات

يل الشباب أكثر حذرًا فيما يتعلق ببياناتهم.

إن الوعي بالجرائم الإلكترونية أفضل بين المتسوقين الشباب، مما يجعلهم مترددين في تحميل تفاصيل بطاقتهم على المواقع الإلكترونية.

إنها مسؤولية البائع في أن يظهر للمتسوقين المحتملين أن متجره آمن للتسوق.

كان الموقع غير موثوق به



نصائح لتعزيز الثقة بموقع الويب الخاص بمتجرك:

وفر طرق دفع من العديد من مقدمي خدمات الدفع الموثوقين

كل متسوق لديه طريقة الدفع المفضلة، ومطالبته بالدفع من خلال قناة غير مألوفة لديه سيؤدي إلى خلق حالة من الشك والريبة.

أضف طابعًا إنسانيًا على علامتك التجارية

استخدم لغة سهلة الفهم وودية وصورًا لأشخاص حقيقيين يستخدمون منتجك للمساعدة في تكوين علاقة قوية مع العميل.

موقع سهل الاستخدام ومرتب يبدأ

بناء الثقة بالانطباع الأول للمتسوق. يجب أن يكون الموقع الخاص بك سريعًا ومصممًا بشكل جيد وغني بالمعلومات ويحمل اسم علامتك التجارية.

الدليل الاجتماعي

أضف التقييمات والشهادات إلى عملية الشراء، حتى يتمكن عميلك من معرفة المنتج جيدًا قبل القيام بالشراء.

مُقاسمة
Muqasama

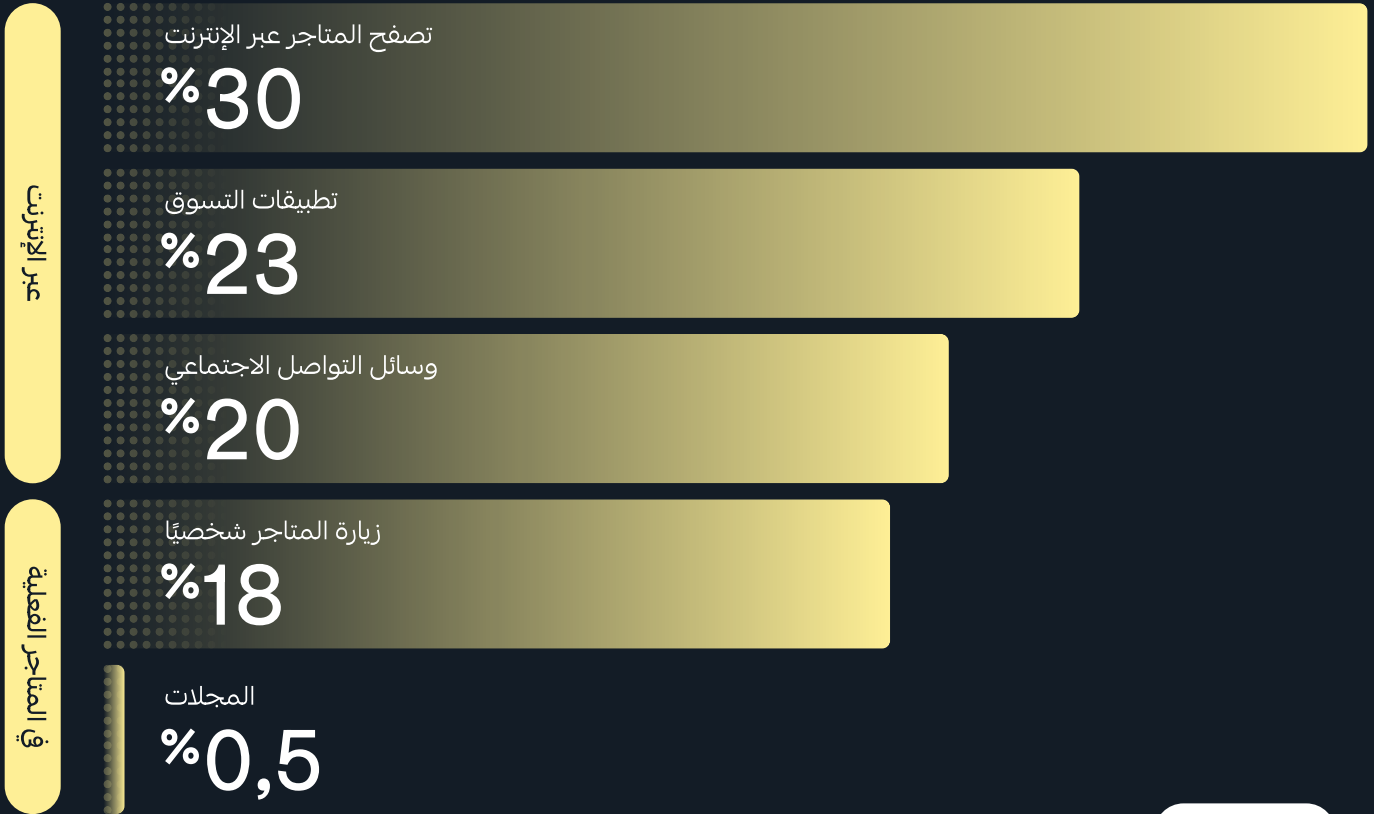
كيف تسبح في بحر من تقييمات الـ 5 نجوم مثل سكوات وولف

الإنترنت هو مصدر الإلهام الوحيد تقريبًا عند التسوق

- رحلة التسوق تبدأ عبر الإنترنت
- نصف المتسوقين تقريباً قاموا بالشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- قم ببناء إستراتيجية البيع الخاصة بك على وسائل التواصل الاجتماعي اعتماداً على مكان تواجد المتسوقين

رحلة التسوق تبدأ عبر الإنترنت

هل تشتري عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟



إحصائيات

لقد تخطت وسائل التواصل الاجتماعي زيارة المتاجر حيث أصبحت ثالث أكبر مصدر للإلهام عند التسوق.

SQUATWOLF

66

وبذلك يحصل المتسوقون على الإلهام، والأهم، أنهم يصلون إلى صفحة منتجاتنا بنقرة واحدة. ومع الأيام سوف تتحسن تجربة التسوق عبر الإنترنت وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك نحن بحاجة إلى الاستفادة منها."

وجدان غول
المدير التنفيذي

"تتمتع منطقة الشرق الأوسط بأعلى معدلات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العالم، لكن بحث تاي يظهر أن أقل من نصف المتسوقين قاموا بالشراء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. أعتقد أن هناك الكثير من الإمكانيات غير المستغلة هناك. على انستغرام، نقوم بوضع علامة على العناصر المتاحة للشراء من سكوات وولف مباشرة على كل من المحتوى الخاص بنا ومنشورات المؤثرين.

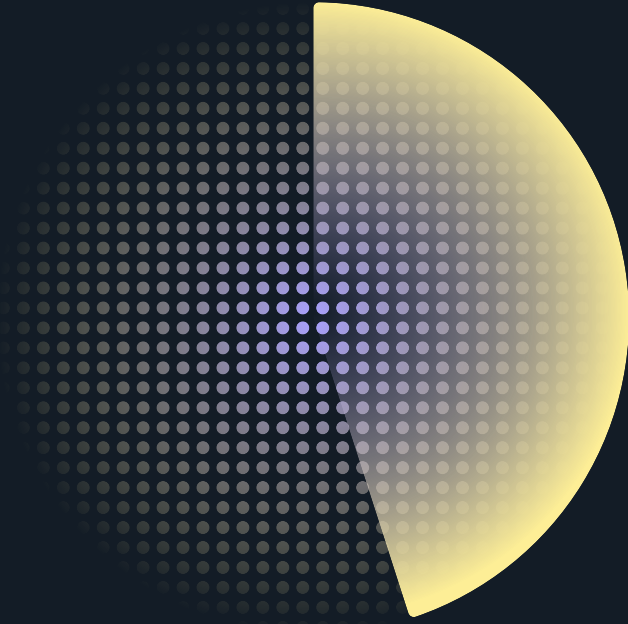
نصف المتسوقين تقريباً قاموا بالشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي

من أين تحصل على الإلهام عند التسوق؟

لقد قام

45%

من المتسوقين في المنطقة بالشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وسيزداد هذا التوجه خلال عام 2024.



لا تزال طريقة التسوق التقليدية عبر الإنترنت هي الرائدة في توفير الإلهام للتسوق. وذلك لأنها مصممة خصيصاً لذلك، وتوفر ميزات مثل تصفية المنتجات ومقارنات الأسعار.

ومن المثير للاهتمام أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تفوقت على المتاجر الفعلية لتؤكد أن المراكز الثلاثة الأولى للإلهام عند التسوق كلها تعتمد على الإنترنت. في حين أن رحلة الشراء قد تنتهي في قنوات البيع الفعلية وليس على الإنترنت، إلا أن المصادر عبر الإنترنت تهيمن بشكل كبير على بداية عملية التسوق.

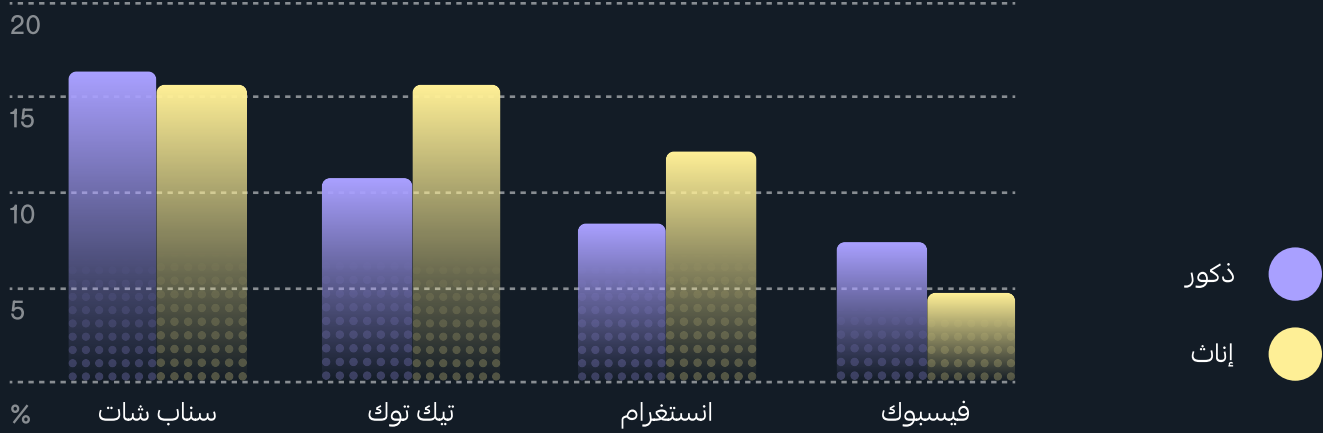
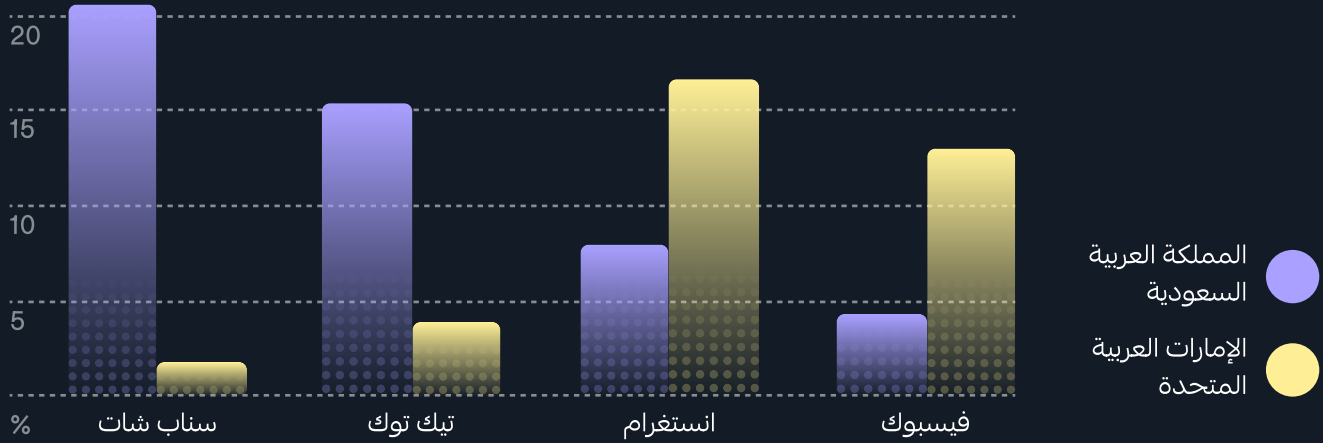
هل صحيح أن العلامات التجارية والمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي هم من يملون علينا ما نشتره؟

في الواقع، الإجابة هي نعم ولا.

تحتل وسائل التواصل الاجتماعي مكانة بارزة في قطاع البيع بالتجزئة. يصمم المؤثرون والعلامات التجارية المحتوى الخاص بهم ليكون جذاباً ومقنعاً. ومع ذلك، فقد كشفت بياناتنا أنها لا تزال تحتل المرتبة الثالثة فقط بين مصادر الإلهام عند التسوق.

قم ببناء إستراتيجية البيع الخاصة بك على وسائل التواصل الاجتماعي اعتماداً على مكان تواجد المتسوقين بشكل أكبر؟

أي من منصات التواصل الاجتماعي تتسوق عليها بشكل أكبر؟



bloomingdale's

في المقابل، ادرس جمهورك المستهدف وركز على تقديم محتوى ذو تأثير أكبر على منصات رئيسية لتبرز علامتك التجارية بين البقية."

هاري لونيرغان
رئيس التسويق الإلكتروني

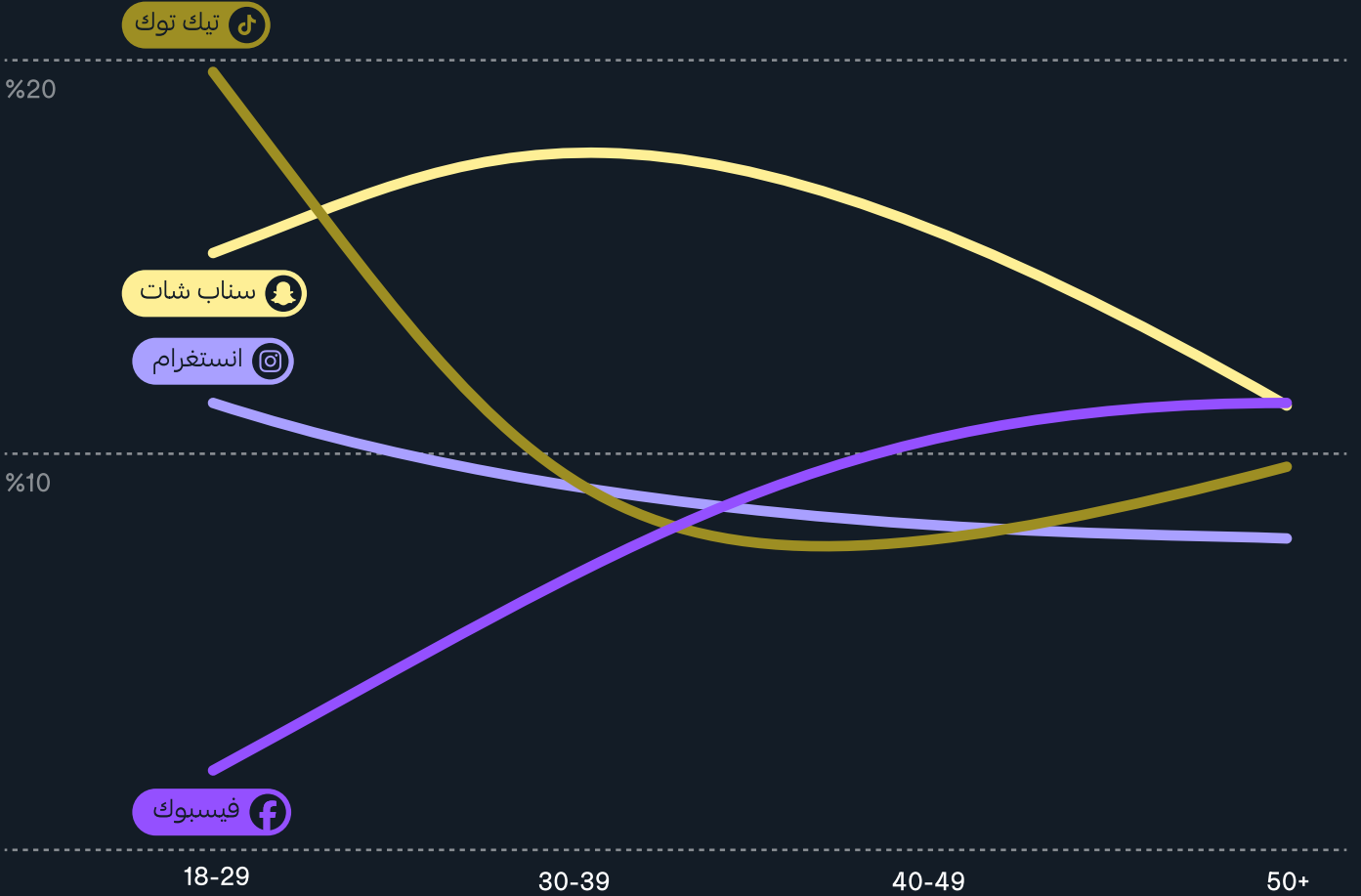
"في ظل وجود قاعدة ديموغرافية متغيرة باستمرار، حيث يقوم العملاء باستهلاك المحتوى الرقمي بطرق عديدة ومختلفة، أصبح التحدي المتمثل في تقديم محتوى ذو معنى بالشكل والوقت المناسب في الشرق الأوسط أمرًا صعبًا بشكل متزايد. إن محاولة إرضاء الجميع على كل منصة متواجدة قد يؤدي إلى ضغط متزايد على ميزانيتك، مما يقود لتخفيف التأثير الذي تطمح لتركه على عملائك.

قم ببناء إستراتيجية البيع الخاصة بك على وسائل التواصل الاجتماعي اعتماداً على مكان تواجد المتسوقين

لهناك فرق كبير بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط فيما يتعلق بمنصات التسوق وهي تختلف باختلاف التركيبة السكانية لكل دولة.

ما هي منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المتسوقون؟

يُظهر تحليل البيانات حسب الدولة أن سناب شات وتيك توك مفضلان في المملكة العربية السعودية، لكن إنستغرام وفيسبوك هما المفضلان بشكل واضح في الإمارات العربية المتحدة.



إحصائيات

هناك تباين كبير في منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المتسوقون من فئة الشباب.

يريد المتسوقون خيارات دفع مرنة

• المرونة هي عامل أساسي ومهم

• الإقبال على استخدام خدمات الدفع الآجل
(BNPL) في تزايد

06

المرونة هي عامل أساسي ومهم

لماذا تستخدم خيارات الدفع المرنة؟

%59

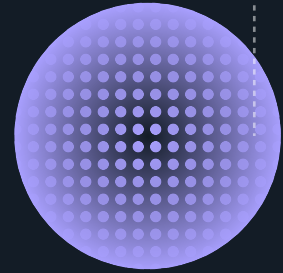
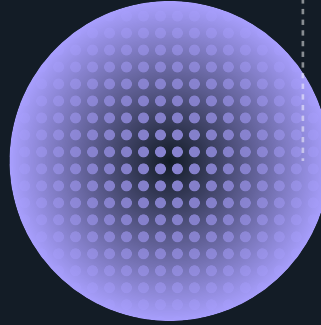
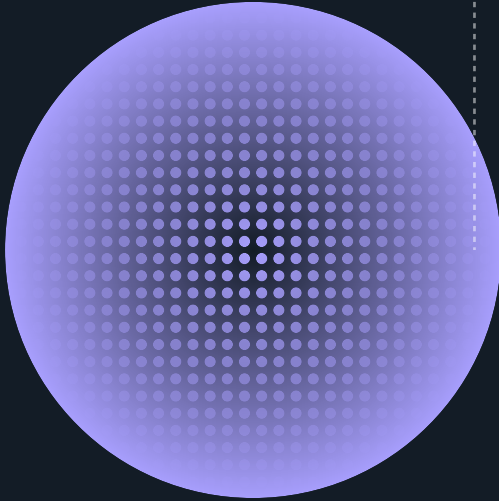
للمساعدة في إدارة أموال

%24

لعدم وجود فوائد أو رسوم

%17

لأنها طرق موثوقة وتوفر
سهولة الدفع



لقد تزايد استخدام خيار الشراء الآن والدفع لاحقًا خلال السنوات القليلة الماضية ولا توجد أي مؤشرات على تراجع في استخدامها.

ولكن لماذا يستخدم المتسوقون في الشرق الأوسط بشكل متزايد خيارات الدفع المرنة؟

لقد وجدنا أن المتسوقين يستمتعون بالمرونة التي تقدمها خدمات الدفع الآجل (BNPL) للمساعدة في إدارة أموالهم الشهرية بالإضافة إلى الخدمات المالية المجانية المقدمة دون أي فوائد أو رسوم تأخير.

يعد هذا المزيج بمثابة الحافز لنمو خدمات الدفع الآجل (BNPL) في المنطقة والذي يؤدي بدوره إلى المزيد من المبيعات التي تساعد في الحفاظ على صحة قطاع البيع بالتجزئة في المنطقة.

الإقبال على استخدام خدمات الدفع الآجل (BNPL) في تزايد

أصبح استخدام خيارات الدفع المرنة أمرًا شائعًا في الشرق الأوسط، حيث أن 1 من كل 4 متسوقين اليوم يستخدم تاي.

نتوقع أن يستمر هذا التوجه في عام 2024 حيث سيستخدم المزيد من المتسوقين خيارات الدفع المرنة على مجموعة أكبر من مشترياتهم.

عندما ننظر إلى بياناتنا، نجد أن خيارات الدفع المرنة أصبحت جزءاً لا يتجزأ من منظومة البيع بالتجزئة في الشرق الأوسط. فهي توفر وسيلة للتجار لتحقيق المزيد من المبيعات وتنمية أعمالهم بشكل كبير. المرنة على مجموعة أكبر من مشترياتهم.

لنسبة الأشخاص الذين يستخدمون تاي في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة



tabby

“

يسعدنا أن مستخدم تاي لديهم إقبال واضح للتسوق في عام 2024، وأنا واثق من أننا معًا نستطيع أن نجعل هذا العام عامًا قياسيًّا في تجارة التجزئة في الشرق الأوسط."

"2024 هو عام مميز للغاية بالنسبة لتاي. ينصب تركيزنا على ضمان تمكين تجار التجزئة في المنطقة من تحقيق أقصى ما يصبون إليه من خلال توفير المنتجات المالية اللازمة لتعزيز مبيعاتهم.

حسام عرب

الرئيس التنفيذي لشركة تاي

عن تاي

يساهم تطبيق تاي في خلق الحرية المالية في الطريقة التي يتسوق بها الناس ويكسبون ويدخرون من خلال إعادة تشكيل علاقتهم بالمال. يختار أكثر من 11 مليون مستخدم تطبيق تاي الذي يمكنهم من التحكم في خطط إنفاقهم وتحقيق أقصى مستوى من الاستفادة من أموالهم.

تستخدم تاي أكثر من 40 ألف علامة تجارية عالمية وشركات صغيرة، بما في ذلك شي إن، أمازون، أديداس، إيكيا، إتش أند إم، سامسونج، ونون، لتسريع النمو واكتساب عملاء مخلصين من خلال تقديم خيارات دفع مرنة عبر الإنترنت وداخل المتاجر.

تطبيق تاي يعمل في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والكويت، وقد وصلت قيمته إلى أكثر من 1.5 مليار دولار في آخر جولة تمويل له والتي تضمنت مشاركة وبلينغتون مانجمنت، STV ومبادلة، وباي بال فينتشرز، آرپور فينتشرز، بلوبول، شركة حصانة الإستثمارية، سوروس كابيتال، الشركة السعودية للاستثمار الجريء.

لمزيد من المعلومات،

تفضل بزيارة [Tabby.ai](https://www.tabby.ai)

الاستبيان الأكبر لعادات التسوق في الشرق الأوسط