

استراتيجية تبني السيارات الكهربائية في المملكة العربية السعودية والإمارات

تحليل تحولات سلوك المستهلك واشتراطات البنية التحتية لتوجيه قرارات الاستثمار والنمو

تقرير بحث تنفيذي

١٤ صفر ١٤٤٨ هـ • منصة سنيتيك للاستبيانات • n = 102 مشارك

جاهزية السوق الخليجي لتبني السيارات الكهربائية تتجاوز مرحلة الاهتمام إلى الاستثمار الفعلي

72%

يعرفون علامة تسلا التجارية

65%

يصنفون التكنولوجيا كعامل مهم جداً عند اختيار سيارة كهربائية

58%

يعتبرون ارتفاع سعر الشراء العائق الأكبر

41%

يملكون سيارات كهربائية بالكامل حالياً

ماذا يعني هذا للأعمال

- توقعات المستهلكين بشأن وقت الشحن تتراوح بين 30-60 دقيقة (47%)، وهي فترة أقصر مما تقدمه العديد من البنى التحتية الحالية، مما يؤكد الحاجة إلى تطوير شبكات شحن أسرع وأكثر كفاءة لتلبية توقعات المستخدمين.
- يستحوذ «ذكر» على 54% من الاختيارات في الجنس، ما يضيق ساحة المنافسة الحقيقية ويجعل الاستثمار في ما عداه تشيئاً للموارد.
- ميل 35% نحو «35-44» رافعة ولاء أكثر منه تفضيلاً عابراً: الشريحة التي اختارته أفصحت مسبقاً عما يقيها ضمن الفئة العمرية.

عينة ممثلة لأصحاب القرار والشرائح الأعلى دخلًا في المملكة والإمارات

المنهجية

أهداف الدراسة

- قياس سلوك المشاركين واتجاهاتهم حول استبيان تبني السيارات الكهربائية.
- تقديم قراءة تنفيذية قابلة للتنفيذ لصناع القرار اعتمادًا على الاستبيانات المكتملة.

إجمالي المشاركين	n=102
معدل الإكمال	63%
المنهجية	استبيان رقمي
التحليل	توزيعات وعلاقات شرائحية

01

من شارك معنا

التركيبة الديموغرافية والجغرافية لعينة الدراسة

قراءة متوازنة عبر شرائح العينة

لمحة عن المشاركين

63%

معدل الإكمال

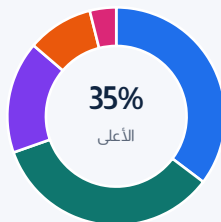
102

إجمالي المشاركين

الفئة العمرية

35%
34%
17%
10%
4%

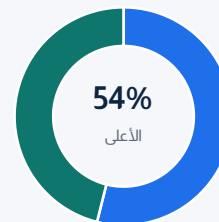
35-44
25-34
18-24
45-54
+55



الجنس

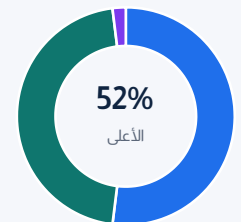
54%
46%

ذكر
أنثى



في أي بلد تقيم حاليًا؟

52% المملكة العربية السعو...
46% الإمارات العربية المت...
2% أخرى



02

دوافع التحول وعوائق الملكية

تكلفة الشراء والصيانة تتصدر القائمة السلبية وتتجاوز مخاوف القلق بشأن المدى

تكلفة الشراء والصيانة تتصدر القائمة السلبية وتتجاوز مخاوف القلق بشأن المدى

الرؤية التنفيذية

ارتفاع تكلفة الشراء الأولية، التي ذكرها 58% من المشاركين، تلعب الدور الأكبر في إحجام المستهلكين عن التحول للسيارات الكهربائية، متجاوزةً بذلك المخاوف التقليدية المتعلقة بالمدى أو توفر البنية التحتية للشحن. تتبعها مباشرة تكاليف الصيانة المتوقعة (43%)، مما يشير إلى أن التكلفة الإجمالية للملكية، وليس فقط سعر الدقتناء، هي الحاجز الرئيسي. هذا الواقع يضع ضغطاً على استراتيجيات التسعير والعرض، حيث أن تصور المستهلك للتكلفة يفوق بكثير أي تصور للمزايا البيئية أو التشغيلية المستقبلية، مما يتطلب إعادة تقييم جذرية لطريقة تسويق وتقديم هذه المركبات.

الأثر الاستراتيجي

تؤثر هذه العوائق المالية المباشرة بشكل كبير على استراتيجيات تسعير المنتجات، وإدارة تكاليف التشغيل، وتحديد أولويات الاستثمار في تطوير نماذج بأسعار معقولة. كما أنها تتطلب إعادة توجيه الإنفاق التسويقي من التركيز على المزايا البيئية إلى معالجة المخاوف الاقتصادية الملموسة، مما يؤثر على اكتساب العملاء الجدد.

ما هي أكبر العوائق أمام شراء سيارة كهربائية؟ (اختر كل ما ينطبق)



الإجراءات الموصى بها

- 1 إطلاق برامج تمويل مبتكرة أو عقود إيجار شاملة تغطي تكاليف الصيانة الأولية لتقليل عبء التكلفة الإجمالية للملكية.
- 2 تطوير نماذج سيارات كهربائية بأسعار دخول تنافسية مع السيارات التقليدية، حتى لو تطلب ذلك تبسيط بعض الميزات غير الأساسية.
- 3 تجميد الإنفاق على الحملات التسويقية التي تركز حصرياً على الاستدامة حتى يتم بناء الثقة في جدوى التكلفة الإجمالية للملكية.

الخلاصة التنفيذية السعر الإجمالي للملكية هو العقبة الأولى أمام تبني السيارات الكهربائية، وليس القلق بشأن المدى.

معايير السلامة والأمان تشكل شرط الدخول الأساسي قبل النظر في التكنولوجيا والسعر

الرؤية التنفيذية

تؤكد الأولوية القصوى للسلامة، حيث يعتبرها 73% من المستهلكين "مهمة جداً"، أن معايير الأمان باتت نقطة انطلاق لا ميزة تنافسية في سوق السيارات الكهربائية. هذا يتجاوز مجرد الامتثال؛ إنه يمثل شرطاً أساسياً لإثارة أي اهتمام مبدئي، مما يجعل أي تقصير في هذا الجانب حاجزاً فورياً أمام النظر في الابتكارات التكنولوجية أو المزايا السعرية. يجب على الشركات إدراك أن بناء الثقة في السلامة هو الخطوة الأولى والضرورية قبل محاولة إقناع المستهلك بالجوانب الأخرى للمنتج، وأن تجاهل هذا العامل يحد من فرص التواصل الفعال مع شريحة واسعة من العملاء المحتملين.

الأثر الاستراتيجي

تضع هذه الأولوية القصوى للسلامة ضغطاً مباشراً على استراتيجيات التسويق وتطوير المنتجات. إنها تتطلب إعادة تقييم أولويات الاستثمار، مع التركيز على تعزيز ميزات السلامة كعنصر أساسي في العرض القيمي، وتخصيص موارد أكبر لضمان الامتثال للمعايير وتجاوز توقعات المستهلكين في هذا المجال، مما يؤثر على تكاليف الإنتاج وتوقيت إطلاق المنتجات.

73%

يعتبر السلامة "مهمة جداً" عند اختيار سيارة كهربائية

يرجى تقييم أهمية العوامل التالية عند اختيار سيارة كهربائية: - السلامة



الإجراءات الموصى بها

- 1 إطلاق حملات توعية تركز حصرياً على شهادات السلامة المعتمدة والابتكارات التقنية التي تعززها، مع إبراز كيف تتجاوز هذه المعايير متطلبات السوق.
- 2 تخصيص ميزانية إضافية لفرق البحث والتطوير لابتكار حلول سلامة رائدة، تتجاوز المعايير الحالية وتوفر شعوراً بالأمان لا مثيل له.
- 3 تجميد أي إنفاق تسويقي على الميزات التكنولوجية أو السعرية حتى يتم تأكيد وصول رسائل السلامة بشكل فعال إلى الجمهور المستهدف.

الخلاصة التنفيذية: السلامة ليست ميزة، بل هي تذكرة الدخول الأساسية لعالم السيارات الكهربائية.

تيسلا تحافظ على الصدارة الذهنية مع صعود للعلامات الصينية والألمانية

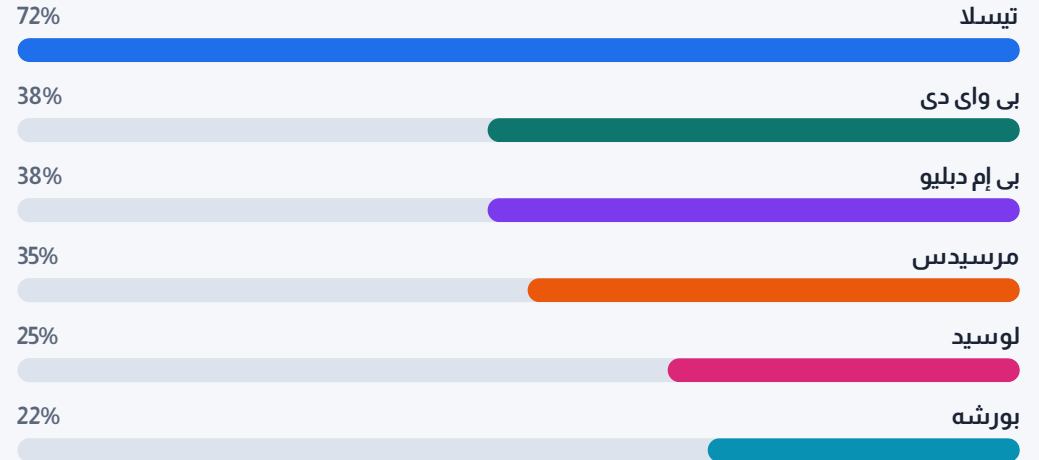
الرؤية التنفيذية

تيسلا تواصل ترسيخ مكانتها كعلامة تجارية كهربائية مألوفة لدى غالبية المستهلكين، حيث يعرفها 72% من المشاركين. ومع ذلك، فإن هذا الاعتراف الذهني لا يترجم بالضرورة إلى تفوق مطلق في إدراك العلامات التجارية الأخرى. تبرز العلامات التجارية الصينية مثل (38%) وBYD والألمانية مثل (38%) BMW ومرسيدس (35%) كقوى صاعدة، مما يشير إلى تحول في ديناميكيات السوق. لم تعد تيسلا هي اللاعب الوحيد في ساحة الاعتراف؛ حيث بدأت المنافسة تشتد بفضل بروز علامات تجارية تقدم بدائل قوية تثير اهتمام المستهلكين.

الأثر الاستراتيجي

الاعتراف الذهني بتيسلا يتطلب استراتيجيات تسويقية أكثر دقة لاستهداف شرائح العملاء المهتمين بالعلامات التجارية الناشئة. صعود العلامات الألمانية والصينية يفرض ضغوطًا تنافسية على حصة تيسلا السوقية ويدفع نحو إعادة تقييم استراتيجيات التسعير والتميز التكنولوجي.

ما هي ماركات السيارات الكهربائية التي تعرفها؟ (اختر كل ما ينطبق)



الإجراءات الموصى بها

- 1 توسيع نطاق حملات الوعي بالعلامة التجارية لتشمل قصص الابتكار المستقبلي لتيسلا، مع التركيز على ما يميزها عن المنافسين الصاعدين.
- 2 إطلاق حملات تسويقية موجهة تستهدف المجموعات الديموغرافية التي تبدي اهتمامًا متزايدًا بالعلامات التجارية الألمانية والصينية، مع إبراز الميزات التنافسية الفريدة لكل منها.
- 3 تحليل استراتيجيات التسعير للمنافسين الصاعدين لتحديد ما إذا كانت هناك حاجة لتعديلات للحفاظ على القدرة التنافسية لتيسلا.

الخلاصة التنفيذية تيسلا رائدة في الوعي، لكن المنافسة تتصاعد بسرعة من لاعبين جدد ومخضرمين.

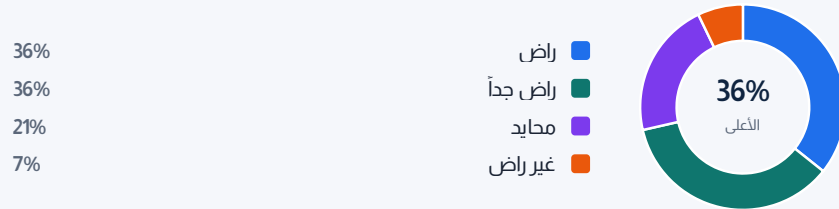
03

الفروق الإقليمية والتحليل القطاعي

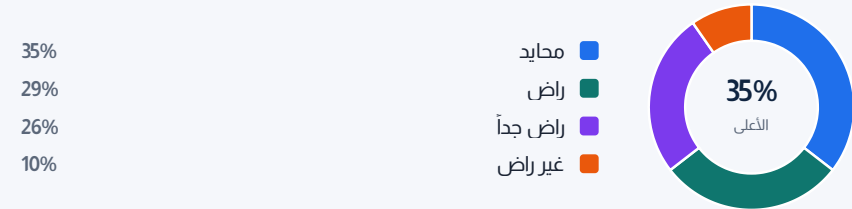
ارتفاع مستوى الرضا التشغيلي بالإمارات مقابل تحفظ إيجابي في السوق السعودي حول صيانة المحطات

ارتفاع مستوى الرضا التشغيلي بالإمارات مقابل تحفظ إيجابي في السوق السعودي حول صيانة المحطات

المملكة العربية السعودية



الإمارات العربية المتحدة



يشير المشاركون في الإمارات إلى رضا أعلى بكثير عن صيانة المحطات مقارنة بنظرائهم في السعودية، حيث يسود الحياء.

الرؤية التنفيذية

بينما تظهر الإمارات العربية المتحدة رضا تشغيلياً قوياً حول صيانة المحطات، يواجه السوق السعودي تحفظاً إيجابياً، حيث يميل ثلث المشاركين إلى الحياء. هذا التباين يعكس نضجاً مختلفاً في البنية التحتية للسيارات الكهربائية بين البلدين، حيث أن تجربة المستخدم في الإمارات تتجاوز مجرد الوظائف الأساسية لتشمل جودة الخدمة، بينما لا يزال السوق السعودي في مرحلة بناء الثقة حول البنية التحتية الأساسية. هذا الاختلاف يؤثر على سرعة تبني السيارات الكهربائية وإمكانية فرض أسعار أعلى للخدمة.

الأثر الاستراتيجي

هذا التباين في رضا العملاء يؤثر مباشرة على استراتيجيات التسويق، تحديد الأسعار، وتخصيص الاستثمارات المستقبلية في البنية التحتية. في الإمارات، يمكن التركيز على تعزيز الولاء من خلال خدمات متميزة، بينما في السعودية، يجب إعطاء الأولوية لضمان كفاءة وموثوقية الصيانة كعامل أساسي لجذب العملاء الجدد.

الإجراءات الموصى بها

- 1 إطلاق حملات توعية في السعودية تركز على موثوقية شبكة صيانة المحطات الحالية، مع عرض شهادات من مستخدمين مبكرين.
- 2 في الإمارات، استكشاف نماذج تسعير متدرجة لخدمات الصيانة، تربط مستوى الرضا بتكاليف الخدمة المستقبلية.
- 3 تشكيل فريق عمل مشترك بين الإمارات والسعودية لتبادل أفضل الممارسات في إدارة وتشغيل محطات الصيانة، مع التركيز على معايير الجودة.

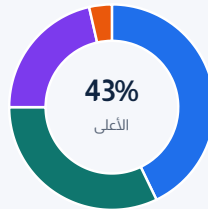
الخلاصة التنفيذية الرضا التشغيلي في الإمارات يفتح باب التميز، بينما في السعودية، الصيانة الموثوقة هي مفتاح الدخول للسوق.

المستهلك السعودي يمنح التصميم الخارجي أهمية قصوى مقارنة بنظيره في الإمارات

الإمارات العربية المتحدة

43%
32%
21%
4%

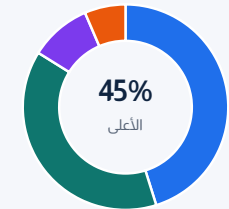
مهم
مهم جداً
محايد
غير مهم



المملكة العربية السعودية

45%
39%
10%
6%

مهم جداً
مهم
محايد
غير مهم



يفوق تركيز المستهلك السعودي على التصميم الخارجي نظيره في الإمارات بفارق ملحوظ.

الرؤية التنفيذية

التصميم الخارجي لسيارات الكهرباء لم يعد مجرد تفضيل جمالي للمستهلك السعودي، بل أصبح عامل حسم يتجاوز أهميته نظيره في الإمارات. بينما يركز المستهلك الإماراتي على مزيج من العوامل، يمنح السعودي وزناً أعلى بكثير للمظهر العام، مما يعني أن التصميم الجذاب يمكن أن يكون المحفز الرئيسي للشراء في المملكة. هذا التميز في الأولوية يفرض على العلامات التجارية إعادة تقييم استراتيجياتها التسويقية وتصميم منتجاتها لتلبية هذا الشغف المتزايد بالمظهر في السوق السعودي، بما يتجاوز مجرد الوظائف أو الأداء.

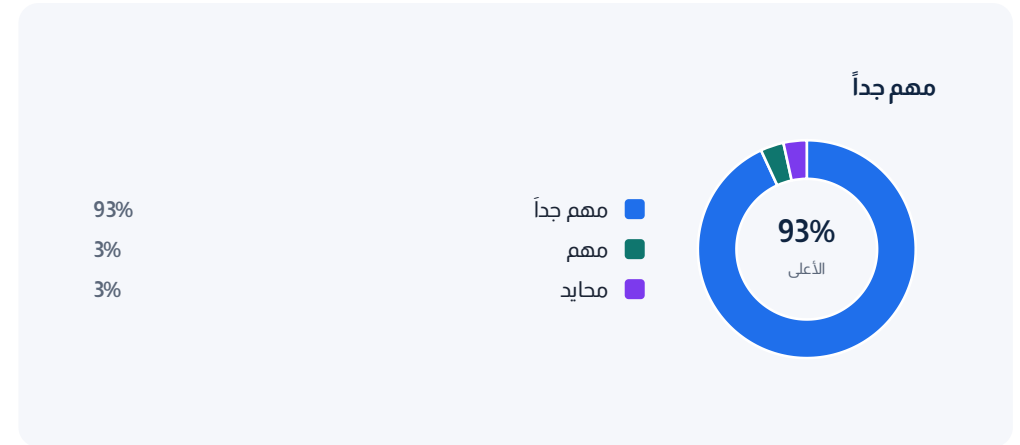
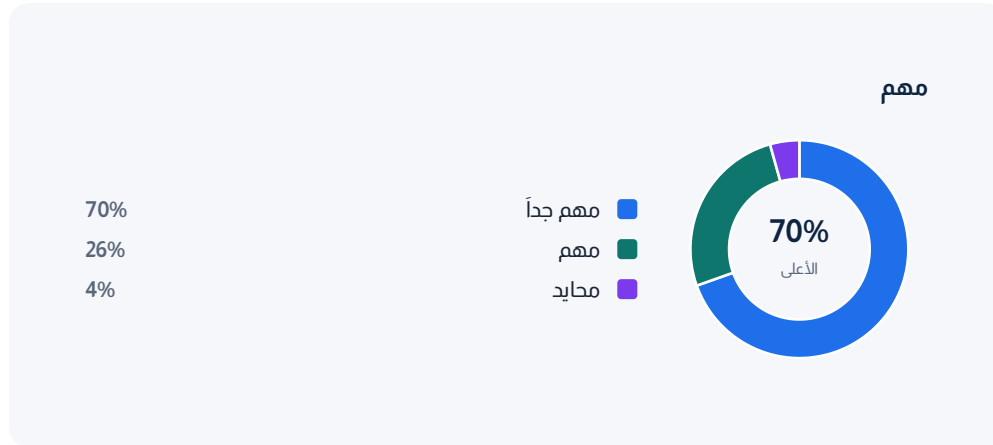
الإجراءات الموصى بها

- 1 تخصيص ميزانية إضافية لتطوير وتحديث التصاميم الخارجية للسيارات الكهربائية الموجهة للسوق السعودي، مع التركيز على الخطوط الجريئة والعصرية.
- 2 إطلاق حملات تسويقية في المملكة العربية السعودية تسلط الضوء بشكل حصري على جماليات التصميم الخارجي وابتكاراته، مع الاستفادة من صور ومقاطع فيديو عالية الجودة.
- 3 دراسة إمكانية تقديم خيارات تخصيص تصميم خارجي متقدمة للمستهلك السعودي لتعزيز الشعور بالملكية والتميز.

التصميم في السعودية هو بوابة الدخول لعالم السيارات الكهربائية، وليس مجرد ميزة إضافية.

الخلاصة التنفيذية

اشتراطات السلامة تبقى غير قابلة للتفاوض حتى لدى الفئات الأكثر حساسية للسعر



الأثر الاستراتيجي

على مستوى الاكتساب، الحملة المودّعة ستخدم إحدى الشريحتين على حساب الأخرى وترفع تكلفة الوصول للشريحة الأقل استجابة. وعلى مستوى التسعير وتصميم العرض، الفجوة تبرر مسارين منفصلين بدل مسار واحد يفترض تجانساً غير موجود في البيانات.

الرؤية التنفيذية

تنقسم العينة عند «مهم جداً» بفارق 23 نقطة بين مهم جداً ومهم، وهو فارق أكبر من أن يُعالج برسالة واحدة. القراءة الإجمالية هنا تخفي أكثر مما تكشف: الرقم الكلي يمثل متوسطاً لا يعبر عن أي من الشريحتين بدقة. الشريحة الأعلى ميلاً تتصرف كسوق قائمة بذاتها، بمحفزات مختلفة ومسار قرار مختلف، والتعامل معها ضمن الحملة نفسها يهدر جزءاً من الإنفاق على جمهور لا يستجيب للرسالة ذاتها. ما يعنيه ذلك أن التخصيص هنا مسألة كفاءة إنفاق قبل أن يكون تفضيلاً تسويقياً.

الإجراءات الموصى بها

1. افصل رسالة مهم جداً عن رسالة مهم في الحملة القادمة بدل توحيدهما تحت عرض واحد.
2. اقرأ نتائج القنوات مقسّمة على هاتين الشريحتين قبل اعتماد ميزانية الربع المقبل.

الخلاصة التنفيذية المتوسط العام يصف عينة لا يمثل أي عميل فعلي داخلها.

04

تقييم البنية التحتية وصوت المستهلك

سرعة الشحن تمثل العقبة الرئيسية لرفع رضا المستهلكين عن شبكات الطاقة الحالية

سرعة الشحن تمثل العقبة الرئيسية لرفع رضا المستهلكين عن شبكات الطاقة الحالية

الرؤية التنفيذية

تكشف التعليقات المفتوحة طبقة لا تظهر في الأرقام: النبذة إيجابي في معظمها. الأهم من نسبة كل فئة هو أن أسباب الرضا وأسباب الاستياء لا تتعلق بالعناصر نفسها، ما يعني أن معالجة الشكاوى لن تنتج تلقائيًا عملاء أكثر ولاءً. العملاء الراضون يتحدثون عن نتيجة حصلوا عليها، بينما المستأؤون يتحدثون عن عملية مرّوا بها، وهذه تفرقة تشغيلية لا تسويقية. ما يعنيه ذلك أن الاستثمار في تحسين المسار التشغيلي يخدم الطرفين، بينما الحملات الترويجية تخدم طرفًا واحدًا فقط.

الأثر الاستراتيجي

على تجربة العميل، الشكاوى المتكررة حول العملية تشير إلى عطل قابل للإصلاح بتكلفة أقل بكثير من كلفة استبدال العميل المفقود. وعلى الاحتفاظ بالعملاء، ترك هذه النبذة دون معالجة يحوّل الاستياء الفردي إلى سمعة عامة يصعب عكسها لاحقًا.

الإجراءات الموصى بها

- 1 صنف التعليقات السلبية حسب مرحلة الرحلة وعالج المرحلة الأكثر تكرارًا أولاً.
- 2 اربط مؤشر النبذة بتقرير العمليات الشهري بدل إيقائه ضمن تقارير التسويق فقط.

الخلاصة التنفيذية الرضا يأتي من النتيجة، والاستياء يأتي من الطريق إليها.

توسع المحطات السريعة على الطرق السريعة هو الركيزة المفقودة لتنشيط السفر بين المدن

الرؤية التنفيذية

الاعتراف المتزايد بفوائد السيارات الكهربائية، والذي يتجلى في استعداد المستهلكين للنظر في الشراء بمجرد وصول الأسعار إلى مستوى مناسب، يعتمد بشكل حاسم على البنية التحتية الداعمة. المخاوف المتعلقة بمدى الرحلة وتوفر محطات الشحن السريع، خاصة على الطرق السريعة، لا تزال تشكل حاجزاً أساسياً أمام التبني على نطاق واسع. هذا يعني أن الجهود الحالية التي تركز فقط على خفض أسعار السيارات لن تحقق الزخم المطلوب ما لم تُقابل بتوسع موازٍ في شبكات الشحن، مما يحول القلق من المدى إلى ثقة بالرحلات الطويلة.

“

يجب التوسع في نشر محطات الشحن السريع بالطرق السريعة والمناطق السكنية وأيضاً تقديم حوافز مالية وتشريعية للمستهلكين لتقليل قلق المدى وتشجيعهم على الانتقال للطاقة النظيفة الآمنة

مشارك في الاستبيان

“

نعم، أعتقد أن تبني السيارات الكهربائية يتزايد بشكل ملحوظ، ولكننا ما زلنا بحاجة إلى زيادة عدد محطات الشحن السريع، خاصة على الطرق السريعة وخارج المدن الرئيسية لتسهيل الرحلات الطويلة.

مشارك في الاستبيان

“

Concerns regarding resale, as well as maintenance costs and the availability of charging stations

مشارك في الاستبيان

“

اذ السعر أصبح مناسب بنفكر بعددين
مشارك في الاستبيان

الأثر الاستراتيجي

تؤثر هذه الفجوة في البنية التحتية بشكل مباشر على اكتساب العملاء الجدد، حيث يتردد المستهلكون في الاستثمار في تقنية لا تدعمها شبكة شحن موثوقة للسفر بين المدن. كما أنها تحد من إمكانات النمو في سوق السيارات الكهربائية، وتضع عبئاً على استراتيجيات التسويق التي تحاول التغلب على مخاوف المستهلكين الأساسية.

الإجراءات الموصى بها

- 1 تسريع وتيرة نشر محطات الشحن السريع على شبكة الطرق السريعة الوطنية، مع التركيز على المسارات ذات الكثافة المرورية العالية.
- 2 تطوير حوافز مالية وتشريعية للمستهلكين لمعالجة قلق المدى، مما يشجع على الانتقال إلى الطاقة النظيفة.
- 3 تأجيل أو تجميد حملات التسويق واسعة النطاق التي تركز على المزايا العامة للسيارات الكهربائية حتى يتم معالجة مخاوف البنية التحتية الأساسية.

الخلاصة التنفيذية توسع محطات الشحن السريع هو المفتاح لفتح إمكانات السفر بالسيارات الكهربائية بين المدن.

05

التركيب التحليلي

الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

معايير السلامة تتصدر كافة أولويات المشتري
وتتقدم على جميع الميزات التكنولوجية والهندسية.

73%

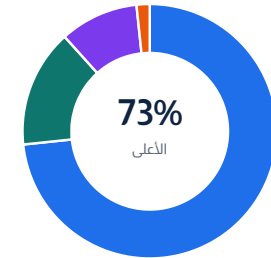
n = 60

1

يرجى تقييم أهمية العوامل التالية عند اختيار سيارة كهربائية: - السلامة

73%
15%
10%
2%

مهم جداً
مهم
محايد
غير مهم على الإطلاق



الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

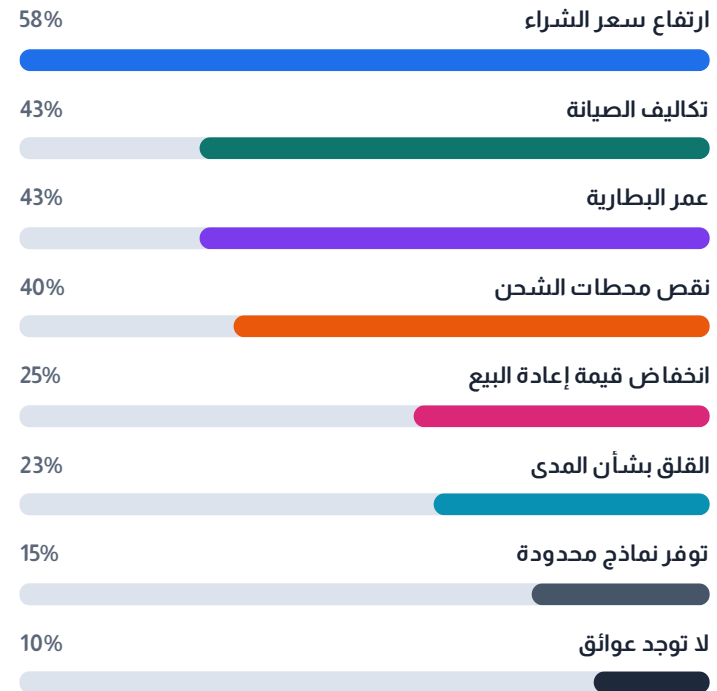
ارتفاع سعر الشراء المباشر يشكل الحائل الأول دون اتخاذ قرار الاستبدال لدى أغلبية المستهلكين.

58%

n = 60

2

ما هي أكبر العوائق أمام شراء سيارة كهربائية؟ (اختر كل ما ينطبق)



الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

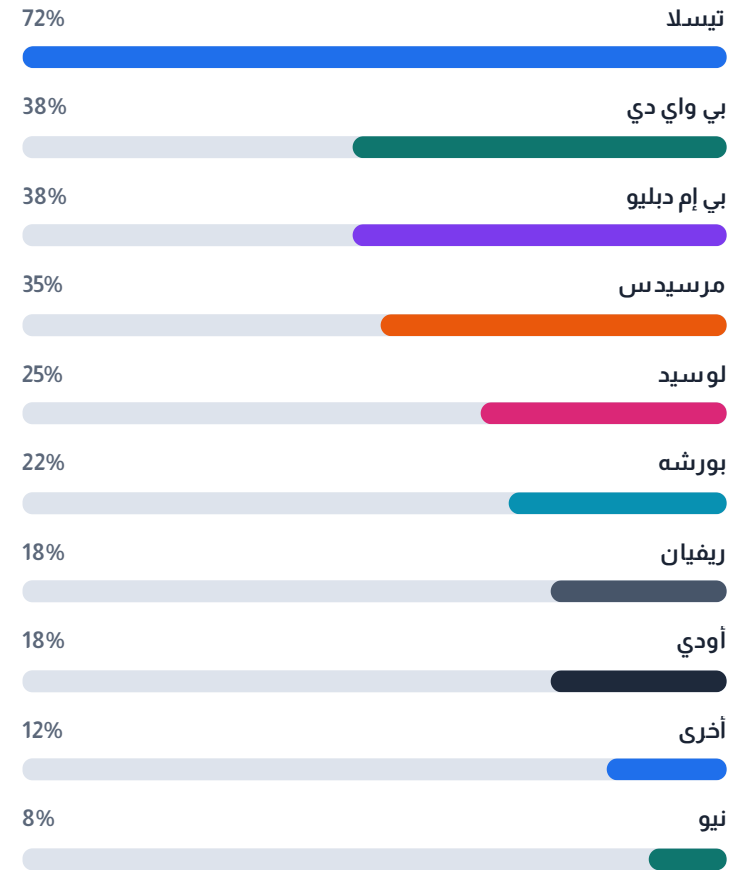
العلامة التجارية تيسلا تسيطر على الوعي
الاستهلاكي بفارق شاسع عن أقرب المنافسين
التقليديين والصينيين.

72%

n = 60

3

ما هي ماركات السيارات الكهربائية التي تعرفها؟ (اختر كل ما ينطبق)



الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

تباين واضح في التقييم الجغرافي لصيانة المحطات
حيث يقف ثلث المستهلكين بالسعودية في
موقف الحياد.

35%

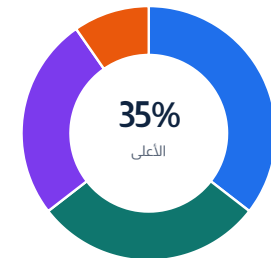
n = 60

4

ما مدى رضاك عن البنية التحتية الحالية للسيارات الكهربائية في مدينتك؟ - صيانة
المحطات - المملكة العربية السعودية

35%
29%
26%
10%

محايد
راض
راض جداً
غير راض



الركائز الخمس المحددة لمستقبل المركبات الكهربائية في المنطقة

نافذة الشحن المقبولة محصورة في النطاق
السريع بين نصف ساعة وساعة واحدة لغالبية
المكون السكاني.

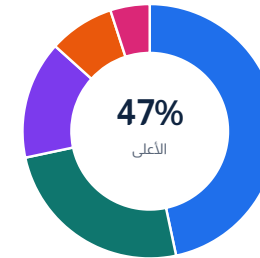
47%

n = 60

5

ما هو أقصى وقت شحن تجده مقبولا لسيارة كهربائية؟

- 47% 30-60 دقيقة
- 25% 1-2 ساعة
- 15% أقل من 30 دقيقة
- 8% 2-4 ساعات
- 5% طوال الليل مقبول



06

التوصيات الاستراتيجية

خارطة طريق تنفيذية لقادة قطاع السيارات والاستثمار لتسريع النمو

خارطة طريق تنفيذية لقادة قطاع السيارات والاستثمار لتسريع النمو

توصية 1

إعادة هيكلة النماذج التمويلية وباقات الصيانة

طرح عقود صيانة ممتدة وبرامج ضمان القيمة المتبقية لامتناس القلق الاقتصادي المتعلق بسعر الشراء وتكلفة البطارية.

مرتبط بـ ارتفاع سعر الشراء المباشر يشكل الحائل الأول دون اتخاذ قرار الاستبدال لدى أغلبية المستهلكين.

توصية 2

ترسيخ أسبقية السلامة في الخطاب التسويقي

تركيز الحملات الترويجية للسيارات الكهربائية على تقنيات الأمان المتقدمة واختبارات الصلابة بدلاً من الاعتماد الحصري على رفاهية التكنولوجيا.

مرتبط بـ معايير السلامة تتصدر كافة أولويات المشتري وتتقدم على جميع الميزات التكنولوجية والهندسية.

توصية 3

تسريع استثمارات الشحن السريع الإقليمي

تركيز عقد الشراكات مع المشغلين لنشر شواحن فائقة السرعة تضمن تجربة شحن لا تتجاوز 47 دقيقة على المحاور الرئيسية بين المدن.

مرتبط بـ نافذة الشحن المقبولة محصورة في النطاق السريع بين نصف ساعة وساعة واحدة لغالبية المكون السكاني.

توصية 4

تخصيص الخدمات التشغيلية بحسب السوق

رفع كفاءة ومراكز صيانة المحطات في السوق السعودي لتغطية مناطق الحياض وتحويلها إلى مستويات رضا إيجابية تشابه السوق الإماراتي.

مرتبط بـ تبائن واضح في التقييم الجغرافي لصيانة المحطات حيث يقف ثلث المستهلكين بالسعودية في موقف الحياض.

شكراً لكم

هذا يختتم التقرير البحثي التنفيذي. نأمل أن تساعدكم هذه الرؤى على اتخاذ قرارات أوضح.

استراتيجية تبني السيارات الكهربائية في المملكة العربية السعودية والإمارات

١٤ صفر ١٤٤٨ هـ

سنتينك · أبحاث المستهلك

sentink.com