«السالمية جروب» و«بيردفلوك» توقّعان عقد تصميم العلامة التجارية والهوية التسويقية لـ«بوليفارد»

جرى في مقر مشروع «بوليفارد» توقيع عقد تصميم العلامة التجارية والهوية التسويقية للمشروع بين كل من شركة «السالمية جروب» لتنمية المشاريع المالكة لبوليفارد ممثلة برئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب عبد الحكيم الشايع وشركة «بيردفلوك» العالمية المتخصصة في مجال صناعة العلامات التجارية والهويات التسويقية ممثلة بالمدير العام لمجموعة P&A التسويقية المالكة لبيردفلوك في الكويت والخليج غسان حمادة.

وحول تفاصيل هذا التعاقد، قال عبد الحكيم الشايع: «لقد قمنا باختيار بيردفلوك ـ BirdFlock بعد عملية بحث طويلة عن جهة عالمية ذات قدرة على أن تعطينا ما كنا نبحث عنه وهو علامة تجارية وهوية تسويقية بحرفية عالمية وبمواءمة تتوافق مع ثقافة مجتمعنا الكويتي وتوافرت هذه المعادلة متحققة لدى بيردفلوك».

واضاف أن المستهلك في العالم والمنطقة وخاصة في الكويت أصبحت لديه معايير جديدة ومتطورة في اختياره التعامل مع منتج أو علامة أو مكان ما وذلك يرجع إلى ما أصبحت العلامات التجارية تحمله من فلسفة تعكس شخصية وقيما وفكرا يحاكي المستهلكين واحتياجاتهم المادية والمعنوية على حد سواء والا تفقد العلامات التجارية عنصر الاقناع.

العلامة التجارية

من جانبه، قال غسان حمادة: «أود بداية أن أشكر شركة السالمية جروب وعبدالحكيم الشايع على منحنا عقد صناعة العلامة التجارية والهوية التسويقية لمشروعهم التنموي بوليفارد»، مضيفا: «إن صناعة العلامات التجارية وهوياتها التسويقية باتت من المكونات الأساسية لمنظومات الأعمال وأداة تضمن لها الريادة التنافسية مهما اختلفت طبيعة المنتج أو المنظومة إذ أنها باتت تعتبر من الأصول التي تقيم بمبالغ كبيرة حسب عمرها وشهرتها وليست مجرد بند مصروفات وهو الأمر الذي بدأ بالتغير في أسلوب وفكر صناع القرار عند التخطيط للأداء التسويقي في الكويت ومنطقة الخليج».

وقال: «صناعة العلامات التجارية ليست بالسهولة التي يتوقعها البعض إذ ان هناك اعتقادا سائدا لدى البعض بأن الهويات التسويقية والعلامات التجارية تقتصر على ما يعرف «باللوجو» أو الشعار الجرافيكي الشكلي، بينما الحقيقة هي أن صناعة العلامات التجارية وهوياتها باتت علما يدخل في جزء منه علوم النفس لمحاكاة الحواس وتشكيل المفاهيم والانطباعات إذ أصبحت الهويات الناجحة ذات صفات كالصوت المميز إلى جانب الألوان والأشكال التي تميزها وأيضا أسلوب خطاب يحمل رسائل محددة تحدد شخصية العلامة التجارية وتجعل المستهلكين والمتعاملين معها يبنون صورة افتراضية محددة الملامح للعلامة. أي أن للعلامة التجارية الناجحة بقيمها ومعانيها خطابا تسويقيا علميا ومبرمجا يخلق رابطا وعلاقة بين المستهلكين والعلامات التجارية طويلة الأمد».

وأشار الى إن الكويت تشهد حاليا بداية قوية للتعافي الاقتصادي بدعم من خطة التنمية وستظهر على الساحة الاقتصادية في الكويت مشاريع تنموية كبيرة مثل بوليفارد، ويجب على هذه المشاريع مع اختلاف طبيعتها أن تصبح إضافة نوعية من الجانب التسويقي أيضا للسوق الذي تتواجد فيه كما في مثال بوليفارد الذي قامت شركة «السالمية جروب» بتنفيذه معنا بأعلى المعايير، وبذلك تتمكن جملة المشاريع التنموية من المنافسة الاقليمية من خلال أدائها التسويقي الاحترافي، مما يؤدي إلى نتيجة أكيدة وهي ريادة تنافسية للكويت وتثبيت لمكانتها كمركز مالي للمنطقة في حال التزام كل منظومة أعمال تنموية باتباع نهج تسويقي احترافي يضيف لرصيد الكويت المزيد من العلامات التجارية الناجحة ذات الشهرة.

وعن اسم «بوليفارد» وأسباب اختياره قال مدير التسويق وتطوير الأعمال في «BirdFlock» ومجموعة P&A التسويقية محمد بصو: «مصدر الإلهام أتى من الموقع الاستراتيجي للمشروع في قلب منطقة السالمية وبالنظر إلى خارطة موقع المشروع وجدنا أن هناك عددا من الطرق الرئيسية التي تصب في المشروع من مختلف الاتجاهات، وهو ما شبهناه بالطرق الأوروبية القديمة والفرنسية على وجه التحديد «البوليفارد» التي تصب في مكان لتجمع أو نشاط ما، بالاضافة لتصميم المشروع الذي يشمل بداخله مجموعة من الانشطة والمكونات التي تربط بينها مجموعة طرق تحيطها الخضرة والمسطحات المائية من كل جوانبها».

واضاف: «من هنا اختاروا في بيردفلوك ـ BirdFlock اسم بوليفارد بعد موافقة السالمية جروب على هذا التوجه في صناعة العلامة التجارية وتم بناء كامل الهوية لبوليفارد»، لافتا إلى انه بعد ذلك: «انطلق بناء الهوية بداية من فكرة الشعار الشكلي الذي يرمز لهذه الطرق التي يصب كل منها في لون مختلف وذلك تعبيرا وترميزا عن تنوع وتلون أركان المشروع الذي سيشمل التسوق والرياضة و4 محطات قطار حول بوليفارد وحديقة العجائب وفلل المطاعم المطلة على النوافير والبحيرات وغيرها العديد، كما يرمز أيضا التكوين الشكلي إلى نافورة أو شجرة كدلالة على وجود هذه المكونات في المشروع».

وقال أيضا انهم قاموا ببناء بيئة افتراضية ديناميكية للعلامة التجارية «Dynamic Virtual Brand Environment» بها شخصيات ومكونات جرافيكية تنسج قصة تصورية خلابة تدفع متلقي الخطاب الشكلي والنصي للتفاعل فكريا في تخيل كل جزء من هذه البيئة الافتراضي التي في مجملها تكون الهوية التسويقية المتكاملة ومكونات المشروع المتنوعة وينتهي بتوجيه المتلقي لرسم صورة ذهنية حول كيف سيكون شكل المشروع من خلال سلسلة الخطابات التسويقية ورفع مستوى الترقب لتحفيز التفاعل المباشر والفوري عند افتتاح المشروع.

واوضح أنهم قاموا بوصف المكانة السوقية للمشروع وقيادة كامل الخطاب التسويقي لبوليفارد من خلال جملة «بوليفارد.. عالمك» لتنبثق منها سلسلة من الخطابات المتفرعة حول تجارب فريدة للعائلة في التسوق والترفيه والمطاعم والفن وغيرها، ويصحب هذه الخطابات مجتمعة موسيقى وصوت يميز العلامة التجارية ورسائلها التسويقية بشكل مميز.

معايير هندسية

وعن الجانب التقني، قال بصو ان صناعة العلامات التجارية لها معايير هندسية أيضا ولا يعرف استخدامها إلا من درسوا هذا المجال أكاديميا ويطلق عليهم مدراء ومهندسو العلامات التجارية، وتسمى هذه المقاييس والأدوات الهندسية بمجموعة من المصطلحات منها «المعايير الذهبية Golden Ratio» حسبما قال وهي على سبيل المثال أدوات تمكن من صناعة متوازنة بنسب علمية للعلامة التجارية تجعلها سهلة التخزين في الذاكرة وصعبة النسيان لما لتوازنها من تشابه غير مرئي مباشرة مع نسب تقسيمات وجه الانسان وهو ما نحن مدربون عليه لا إراديا كبشر من تخزين لصور الأوجه وربطها مع الاسم واللون والصوت ومجموعة من الصفات والقيم.

من اليمين: محمد بصو وغسان حمادة وعبدالحكيم الشايع وم.على الصايغ وفؤاد شتيلة خلال توقيع العقد

فريق عمل تصميم العلامة التجارية

افاد بصو بأن فريق العمل الذي يكون مسؤولا عن مشروع تصميم علامة تجارية وهويتها التسويقية يتكون من مدير مشروع العلامة التجارية والملم بهذه التقنيات الهندسية وعلومها في هذا المجال ليتمكن من ضبط المخرجات وربط مكوناتها بعضها مع البعض للوصول إلى المرجع النهائي ودليل استخدام الهوية والعلامة التجارية، وترأس هذا الفريق فؤاد شاتيلا في مشروع هوية بوليفارد والذي ضم مهندس تصميم العلامات التجارية وموجهين فنيين ذوي اضطلاع على الدراسات الدورية حول تغير الأنماط الاستهلاكية في الأسواق التي يعملون بها ليتمكنوا من تحقيق بناء فكري هندسي متكامل ومتطور ـ Brand Structure & Build ـ يرتبط مع المستهلكين.

بالاضافة للتقنيين من منفذي التطبيقات المتنوعة للهوية التسويقية والذين يعملون أيضا بناء على مقاييس هندسية محددة لكل تطبيق وذلك لضمان ثبات أجزاء محددة مشتقة من الهوية وبنسب وكتل بصرية متساوية في كل أداة، وأيضا لكتاب التسويق الذين يصيغون بإبداع الخطاب التسويقي الكلي والجزئي بما يتناسب مع البناء والنسيج الفكري للعلامة التجارية.

بالتعاون مع الشركة الأهلية للتأمين

«الوطني» يوفر برنامج تأمين سفر مميز لعملائه خلال موسم الصيف

يوفر بنك الكويت الوطني برنامج تأمين السفر، الذي أعد خصيصا لتلبية احتياجات عملاء البنك والمسافرين لقضاء الإجازات في الخارج وذلك بالتعاون مع الشركة الأهلية للتأمين.

وفي هذا الصدد، قالت المديرة التنفيذية في مجموعة الخدمات المصرفية الشخصية بالبنك لينا خاجة: «إن بنك الكويت الوطني يحرص على الدوام على توفير المزيد من الخدمات والمنتجات المبتكرة ذات القيمة المضافة والمعدة خصيصا لتلبية احتياجات عملائه وفي حلهم وترحالهم».

لينا خاجة

وأضافت ان برنامج تأمين السفر هو أحد هذه المنتجات التي تؤمن حاجات المسافرين وتؤمن لصاحب الوثيقة تغطية تأمينية أعلى بالتعاون مع الشركة الأهلية للتأمين وذلك بأسعار تنافسية.

مشيرة إلى أنه أصبح بإمكان عملاء بنك الكويت الوطني الآن الحصول على وثيقة التأمين فوريا من أي من فروع البنك في الكويت، كما يمكن للعملاء التقدم لاحقا إلى الشركة الأهلية للتأمين للحصول على وثيقة التأمين شنغن عند تقديمهم وثيقة السفر للتأمين.

واوضحت أن برنامج «الوطني لبوليصة التأمين» يوفر مزايا عدة، هي:

- شهادة تأمين معتمدة للفيزا الأوروبية (الشينغن Schengen).
- تأمين الحوادث ونفقات العلاج داخل وخارج المستشفى.
- تأمين نفقات العلاج الطارئ للأسنان نتيجة الحوادث.
- تعويض قيمة الوصفات الطبية والأدوية.
- المسؤولية الشخصية (طبقا للشروط والأحكام).
- حالات الوفاة والعجز بسبب الحوادث.
- تأخر أو إلغاء رحلات الطيران، وعدم وصول الأمتعة أو فقدانها.

ودعت خاجة المسافرين إلى التأكد قبل الشروع في السفر من بعض الأمور التي تبدو بسيطة ولكن أهميتها بالغة مثل التدقيق على جوازات السفر وصلاحيتها والتأشيرات اللازمة وأن تكون هذه مصحوبة بتذاكر السفر تجنبا لنسيانها، وذلك بالطبع بالإضافة إلى بوليصة تأمين السفر من الوطني.

مذكرة بأن بنك الكويت الوطني يقدم خدمات مصرفية متميزة لا تضاهى في الكويت، وأنه يمكن الآن التقدم بطلب بوليصة تأمين السفر من البنك من أي من فروعه والحصول على الوثيقة فورا، متمنية للمسافرين رحلة آمنة.

10 فائزين بسحب دانة الخليج الأسبوعي

أعلن بنك الخليج عن تقديمه المزيد من فرص الفوز بجوائز نقدية على مدار السنة لعملاء حساب الدانة حيث يقدم البنك سحوبات أسبوعية، ربع سنوية وسنوية للعملاء الذين يقومون بفتح حساب الدانة ويحتفظون بأموالهم فيه لأطول فترة ممكنة.

وقد أجرى بنك الخليج في 30 مايو السحب الأسبوعي السابع عشر لحساب الدانة معلنا بذلك عن أسماء 10 فائزين يحصل كل منهم على جائزة قدرها 1000 دينار وهم: غالب عبدالحافظ قاسم محمد، عبدالعزيز عبدالمحسن ناصر الحرز، سعيد احمد بو مطرف، ولاء امير علي الحداد، تريسي لويس، خديجة سعد وادي العدواني، طارق عبدالله حسن ناصر، احسان عبدالعزيز سعد العويش، نجاح شهد عمر كامل، وصالح جاسم الحمد.

ويتعين على العملاء إيداع الحد الأدنى لفتح حساب الدانة وهو 200 دينار الذي يؤهل العميل للدخول في السحوبات الأسبوعية، الربع سنوية والسنوية تلقائيا، كما يتميز حساب الدانة من بنك الخليج، بالإضافة إلى كونه حسابا يمنح فرصا متعددة للفوز، فهو يشجع العملاء أيضا على توفير المال، فكلما زاد المبلغ المودع وطالت مدة بقائه في الحساب زادت الفرص المتاحة للفوز.

كما يمنح حساب الدانة أيضا العديد من الخدمات المتميزة منها خدمة «بطاقة الدانة للإيداع الحصري فقط» التي تمنح عملاء الدانة حرية إيداع النقود في أي وقت يناسبهم، إضافة إلى خدمة «الحاسبة» التي تمكن عملاء الدانة من حساب ما لديهم من فرص للفوز في سحب الدانة.

عادل المطوع يهنئ غالب عبدالحافظ قاسم محمد الفائز بسحب الدانة الأسبوعي

تأكيداً على مسؤوليته الاجتماعية

«التجاري» يرعى رحلة العمرة للاتحاد الكويتي للمزارعين

تحسين خنفر يسلم ممثلي اتحاد المزارعين الشيك

تأكيدا على دوره في خدمة المجتمع بمختلف قطاعاته، قام البنك التجاري الكويتي بالمساهمة في زيارة الاراضي المقدسة لاداء مناسك العمرة للمزارعين اعضاء الجمعية العمومية للاتحاد الكويتي للمزارعين، نظرا لما يبذلونه من مجهودات ملموسة في رفعة القطاع الزراعي وتقدمه وازدهار المحاصيل الزراعية.

وقد جاءت هذه الخطوة لتؤكد حرص البنك التجاري الكويتي الدائم على تواصله مع جمعيات النفع العام والمؤسسات الاجتماعية والاتحادات، وانه لا يتوانى عن المشاركة في دعم الانشطة الاجتماعية والانسانية التي تقوم بها مؤسسات المجتمع المدني، مما يؤكد رسالته في القيام بدور فعال في جميع المجالات التي من شأنها دعم التواصل بين البنك والمؤسسات التي تخدم افراد المجتمع، هذا وجاءت مساهمة البنك لرحلات العمرة لمختلف المؤسسات انسجاما مع رسالته الاجتماعية في دعم المؤسسات التي ترعى هذه الشعائر الاسلامية.

وقد قام المدير الاقليمي بالبنك تحسين خنفر بتسليم الشيك الى امين صندوق مجلس ادارة الاتحاد سالم محمد السالم بحضور امين خزينة الاتحاد مشعل سعد اللافي، واللذين قاما بدورهما بالتعبير عن شكرهما وامتنانهما للبنك ولادارته لما يقدمونه من مساعدات ومساهمات والتي هي ليست بجديدة على البنك.

ولا تقتصر مساهمات البنك التجاري الكويتي على هذه الانشطة بالذات، بل تتعداها لتشمل جميع الجهات والمؤسسات الاخرى التي تصب في النهاية في خدمة المجتمع والوطن وتنمية قدراته وطاقاته.

إعلان تذكيري

لحضور إجتماع الجمعية العامة العادية التاسع والعشرين للسنة المالية المنتهية في 2009/12/31.

يتشرف مجلس إدارة

شركة أجيليتي للمخازن العمومية ش.م.ك.

بدعوة السادة المساهمين الكرام لحضور إجتماع الجمعية العامة العادية التاسع والعشرين والتي تقرر إنعقادها يوم الخميس الموافق 2010/6/10، إبتداءً من الساعة 12:00 ظهراً في فندق الكراون بلازا (الفروانية)، قاعة الأفراح، وذلك لمناقشة الموضوعات المدرجة على جدول الأعمال التالية:

1) سماع تقرير مجلس الإدارة عن السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2009.
2) سماع تقرير مراقبي الحسابات عن السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2009.
3) مناقشة واعتماد البيانات المالية للسنة المنتهية في 31 ديسمبر 2009.
4) الموافقة على توصية مجلس الإدارة بتوزيع أرباح نقدية بواقع 40% (أربعون بالمائة) أي بواقع 40 فلس (أربعون فلس) لكل سهم، وذلك للمساهمين المسجلين في سجلات الشركة في تاريخ إنعقاد الجمعية العمومية.
5) تفويض مجلس الإدارة باتخاذ كافة إجراءات إدراج أسهم الشركة في أي من الأسواق المالية.
6) الموافقة على اعتماد مكافأة أعضاء مجلس الإدارة عن السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2009.
7) الموافقة على التعامل مع الأطراف ذات الصلة خلال السنة المالية المنتهية 31 ديسمبر 2009.
8) إخلاء طرف السادة أعضاء مجلس الإدارة وإبراء ذمتهم فيما يتعلق بتصرفاتهم المالية عن السنة المنتهية في 31 ديسمبر 2009.
9) تفويض مجلس الإدارة بشراء أسهم خزانة ما لا يزيد عن 10% (عشرة بالمائة) من أسهم الشركة لمدة 18 (ثمانية عشر) شهراً طبقاً لأحكام القانون رقم 86/132 والقرارات الوزارية الصادرة في هذا الشأن.
10) تفويض مجلس الإدارة بإصدار سندات طويلة الأجل ووضع الشروط والضوابط واستكمال الإجراءات القانونية لذلك.
11) الموافقة على وقف الإحتياطي القانوني.
12) إنتخاب أعضاء مجلس الإدارة.
13) تعيين أو إعادة تعيين مراقبي حسابات الشركة للسنة المنتهية في 31 ديسمبر2010 وتفويض مجلس الإدارة بتحديد أتعابهم.

طارق سلطان
رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب

على السادة المساهمين الراغبين بحضور اجتماع الجمعية العمومية العادية مراجعة السادة/ الشركة الكويتية للمقاصة - إدارة حفظ الأوراق المالية - منطقة الشرق، شارع الخليج العربي، برج أحمد - الدور الخامس - سجل المساهمين لاستلام بطاقات الحضور واستمارات التوكيل وذلك خلال الدوام الرسمي. للإستفسار الإتصال على هاتف: (الشركة الكويتية للمقاصة) 22464565 / (إدارة أجيليتي) 24981061.

Agility
agilitylogistics.com