

نالت العديد من الجوائز كأفضل اسم وعلامة تجارية بين السيارات الفاخرة

«لكزس»

تحتفل بمرور 20 عاماً من الابتكار والتميز

نالت سيارات لكزس أفضل اسم وعلامة تجارية بين السيارات الفاخرة مكانة رفيعة خلال 20 عاماً فقط، حيث تميزت لكزس بابتكاراتها وبراءات الاختراع المتعددة فتفوقت بمبيعاتها لأعلى ترتيب في العالم على جميع منافسيها لتعيد صياغة مفاهيم الفخامة وأساليب القيادة، لقد بدأت لكزس مسيرتها بابتكار أكثر السيارات الفاخرة هدوءاً في العالم عام 1989 موديل LS400 والتي ضربت أروع الأمثلة للهدوء والسكون غير المعهود بذلك النوع من السيارات الفاخرة، فعندما جربها المتخصصون في مجال السيارات الفاخرة بوضع 14 كاساً من الزجاج فوق بعضها البعض أعلى المحرك وتم الضغط على دواسة الوقود إلى أعلى عزم فلم تتحرك الكؤوس ويقيت ساكنة فوق بعضها، لقد دهشت كل العالم آنذاك وتعجبوا كيف لعلامة جديدة كلياً أن تتحرك سيارة بذلك القدر من الجودة والتفوق والفخامة، انها لكزس التي تحتفل الآن بعيدها الـ 20 والابتكار، وما هي لكزس تدهش العالم بأكملها من جديد بتفوقها ووصولها إلى قمة الريادة بتقديمها أقوى محرك متمكّن (هجين) على الإطلاق بفلسفة ترسم ملامح مستقبل السيارات الفاخرة في العالم من خلال موديل LS600h ذات المحرك V8 حجم 5,0 ليتر بقوة 438 حصاناً لكنها تولد طاقة محرك V12 حجم 6,0 ليتر والأغرب انها تستهلك وقود محرك V6 حجم 3,0 ليتر، لذا لكزس تستحق مكانتها المترتبة على عرش الفخامة بما وصلت إليه من تكنولوجيا متطورة في حين وقف الآخرون وعجزوا إلا عن محاولات التقليد والاستسحاق.

الساير: عملاًؤنا هم الأهم لدينا ونسعى لتقديم أعلى مستويات الخدمة وإرضاء العميل

الترف والرفاهية الفائقة، العرض الهجين الثاني من لكزس كان سيارة الصالون الرياضية الفخمة GS450h وطرحست للبيع في ابريل 2006 اما المتميزة LS600h فهي أول سيارة بمحرك هجين بالكامل V8 وطرحت للبيع في يوليو 2007.

في حين كانت صورة لكزس تتبلور عالمياً بالمزيد من خصائص التميز إلا أنها كانت بحاجة لتسليط الضوء على شغف الأداء فكانت السيارة الفاخرة ISF عالية الأداء هي الجواب، مزودة بمحرك 416 حصاناً، ذي 8 اسطوانات واعتبرت الـ ISF سيارة غير معهودة في خط انتاج سيارات لكزس على الإطلاق، فإظهرت أن العلامة التجارية يمكن حقاً أن تقدم الأداء العالي لعشاق السيارات الرياضية، وللعلاء الذين طلبوا المزيد من الأداء على مستوى سيارات الصالون IS250 أو 350 الرياضية، فقد ردت الشركة بإطلاق ملحقات سيارة F الرياضية عن طريق الوكلاء.

واليوم تتعامل لكزس مع 226 وكلاء استثمروا مليارات الدولارات في انشاء المرافق والخدمات الحديثة اللازمة لضمان استمرار قيادة العملاء للفرع، فالمعلومات التي تم جمعها من قبل الوكلاء، والعملاء المتميزين في جميع أنحاء البلاد تغذي كل ما تفعله لكزس، واحتلت لكزس المركز الأول في JD Power ودراسة خدمة العملاء للمرة التاسعة خلال 10 سنوات.

بقيت لكزس وفيه لتحتل مرة أخرى كما في العام الماضي المرتبة الأولى من حيث رضا العملاء عن خدمة الموزع في دراسة مؤشر خدمة العملاء السنوية لـ JD Power.

حيث سجلت 811 نقطة من اصل 1,000 نقطة ممكنة، احتفظت لكزس بالصدارة للمرة التاسعة خلال 10 أعوام، اعتمدت دراسة مؤشر خدمة على إجابات أكثر من 52000 مالك سيارة جديدة اجروا تقييماً لزيارتهم إلى ادارات خدمة البيع خلال السنوات الثلاث الأولى من الملكية ولطالما ركز وكلاء لكزس على تجاوز توقعات العملاء، وفعلاً فقد عكست الدراسة بالفعل جهودهم، لاسيما في مجال جودة الخدمة، خدمة التعامل الودية للعميل وخدمة التسليم.

من جانبه قال مدير عام المبيعات والتسويق عماد ملاعب: «دخلت العلامة التجارية الفاخرة في البداية إلى السوق الكويتية في العام 1989 مع اطلاق النموذج الأول LS400، وسرعان ما اكتسبت سمعة تلبية حاجات السائقين الكويتيين في النهاية من حيث الأسلوب والسلاسة والتكنولوجيا والسلامة، ثم ازادت شعبيتها لأنها كانت وفيه مع السائقين التواقين لأحدث النماذج التي أنتجت في تتابع سريع موديلات جديدة ومتنوعة، وكشفت شركة مؤسسة محمد ناصر السابر عن أول صالة عرض مخصصة لكزس في المنطقة، وفي وقت سابق من العام الماضي، تم اطلاق الجيل الجديد من RX350 في الكويت وكانت تضم العديد من المظاهر التكنولوجية الجديدة بما في ذلك نظام التحكم عن بعد باللمس، وفي الأوتة الأخيرة، قدمت شركة مؤسسة محمد ناصر السابر وأولاده، سيارة مكشوفة جديدة مذهلة هي الـ IS300C، لتضمن بالتالي مكانة بارزة لكزس بين فئات السيارات الفاخرة الرياضية في الكويت. ومع بداية العام 2010، سيكون هناك المزيد من المفاجآت من لكزس الكويت، فمن المقرر اطلاق صابغة الفخامة لكزس LS600hL، السيارة ذات المحرك الهجين الأولى بثمانى اسطوانات.

في معرض سيارات اميركا الشمالية الدولي في ديترويت، كان السؤال الرئيسي هو ما اذا كانت العلامة التجارية الفاخرة من تويوتا قادرة على المنافسة في سوق المنتجات الفاخرة في الولايات المتحدة.

بدأ هذا السعي لبلوغ الكمال في بداية ثمانينيات القرن العشرين عندما تحدى رئيس مجلس الإدارة ايجي تويوتا مجموعة من المهندسين لتطوير أفضل السيارات الفاخرة في العالم وبعد مئات من النماذج والآلاف من اختيارات الأيال لاحقاً، ظهرت الـ LS400. وتدقق العملاء إلى وكلاء لكزس الـ 80 الذين تم اختيارهم بعناية في جميع أنحاء البلاد، وراحوا يطلعون على وسائل الإعلام التي تضمنت مجلة السيارات التي ذكرت أن الـ LS400 قد حققت التفوق التام، وذكرت مجلة السيارة والسائق أن لكزس تنقلكم بالمعنى الحرفي والمجازي إلى بعد آخر، فيما قالت «موتور تريند»، لقد ذهلتنا بصرحة لعظمة الـ LS400 في عام 1991 قدمت لكزس موديلاً جديداً من سيارات الـ ES300 و الـ SC400 و الـ SC400 الرياضية -كوبيه، وبحلول هذا الوقت كان هناك 141 وكلاء لسيارة لكزس في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية وتفوقت لكزس على منافسيها لتصبح السيارة المستوردة الفاخرة الأكثر مبيعا في الولايات المتحدة الأمريكية.

ولم تطبق التعريفات واستمر حجم سوق المنتجات الفاخرة الاجمالي في النمو فاطلقت لكزس جديدها LX450 الرياضي الفخم عام 1995 تبعه اصدار جديد من الـ ES و الـ GS في عام 1996، ثم عام 1997، ظهرت لكزس كيف تستمتع إلى عملائها بشكل فريد، عند التحدث إلى العملاء حول سياراتهم الرياضية يقول اصحابها باستمرار: «أحب سيارتي الرياضية الرباعية الدفع، ولكن...» سمعت لكزس عن القيادة الوعرة، وصعوبة الدخول/الخروج وافتقارها إلى الفخامة وحل هذه المشكلات، اطلقت لكزس RX300 عام 1998 الذي أسس فئة الفخامة والقوة وبعد مرور عشر سنوات بقي الـ RX بالمقدمة في هذه الفئة، وفي السنة نفسها، اطلقت لكزس للمرة الأولى السيارة الرياضية الفاخرة الجديدة LX470 في شهر يوليو من ذلك العام، حققت لكزس أعلى المبيعات الشهرية أكثر من أي سيارة فاخرة منافسة لها -للمرة الأولى في عالم صناعة السيارات الدولية.

ومع مجموعة الخيارات الواسعة من سيارات الصالون وسيارات الدفع الرباعي الفاخرة والسيارة مكشوفة ذات السقف الصلب، تغطي لكزس تقريبا كل فئات السيارات الفاخرة وقد حان الوقت لتأكيد شغف لكزس وسعيها وراء الابتكار، لقد تركت لكزس بصمتها من خلال ادخال السيارة الأولى في العالم ذات المحرك الهجين، فواصلت RX400h تحقيق المبيعات في ابريل 2005 ومع ابتعاثاتها الأقل، وتحسين توفير استهلاك الوقود وزيادة عناصر

وكيفية تفاعلهم مع احتياجاتهم وانماط الحياة، لقد استطاعت سيارة لكزس، التي تلقى تقديراً كبيراً، ادخال سياراتها بمحركات هجينة بالكامل لأول مرة في العالم، وهي الأولى بنقل حركة مجهز بـ 8 سرعات، والأولى بنظام ركن السيارة ألبا، وهي الأقل نسبة في الضوضاء والاهتزاز، وأول مبتكرة لنظام (Crawl Control) للتحكم بالزحف، ولهذا فقد تربعت لكزس على أعلى قائمة التصنيفات العالمية من حيث الاعتمادية وخدمة العملاء لما بعد البيع وفقاً لمؤسسة JD Power طوال 14 عاماً متتالية.

وأحدثت لكزس ثورة في مفاهيم صناعة السيارات الفاخرة من خلال التزامها بتوفير السيارات الأكثر جودة وارضاء للعملاء حيث تتعدى لكزس بأن تقدر كل عميل كقدر مهم، وان تقدم أفضل الخدمات والمنتجات بشكل يفوق التوقعات وقد استلهم موزعو لكزس ذلك من خلال العامل مع العملاء كما لو انهم ضيوف والمضي حتى النهاية لخدمتهم بشكل أفضل.

واضاف السابر قائلاً: لقد كنا المبتكرين لهذه المفاهيم حيث يتم نقل العملاء من وإلى مرافق الخدمة لدينا، مع إمكانية توفير سيارة بديلة اثناء فترة الخدمة وتوفير الخدمة السريعة لتوفير وقت العملاء وكل هذا لضمان توفير الخدمات بفعلية وجوده واجرائها ان امكن خلال ساعة واحدة.

وأوضح قائلاً ان عملاءهم الهم لدينا ويتأون بالدرجة الأولى فنحن نرغب دائماً في سماع أي افكار او اقتراحات لديهم لنتمكن من السعي الدائم لتقديم أعلى مستويات الخدمة وارضاء العميل وكما يواصل صدقائنا في لكزس -اليابان جهودهم المتواصلة نحو الاتقان في كيفية تصميم وبناء سيارات لكزس، وبدورنا نسعى باستمرار لتحقيق الاتقان في رعاية وخدمة عملائنا بشكل أكثر تميزاً، لقد افتتحنا مركز خدمة لكزس الحصري الجديد عام 2006 وفي منتصف عام 2008 افتتحنا مركز لكزس للتسليم في العارضية.

واستكمالاً لاستراتيجيتنا المرسومة فنحن الآن بصدد بناء مبنى مركز لكزس الجديد في الشويخ، الذي نامل افتتاحه في الربع الأول من عام 2010 حيث يتم تشييده على مساحة 33,000 متر مربع مخصصة لسيارات لكزس، ويتكون هذا المبنى من ثلاثة طوابق، ومن المقرر ان يشكل تحفة حقيقية في عالم صالات عرض السيارات، والمبيعات والخدمة والتكنولوجيا الجديدة المصممة لراحة عملائنا القصوى، لينتج مركز لكزس ذو الـ 7 نجوم التي تمكنت شركة مؤسسة محمد ناصر السابر وأولاده من توفيرها ارضاء لعملائها، نحن فخورون بأننا نعمل أفضل علامة تجارية للسيارات الفاخرة في العالم، وسنستعمل كل ما هو ممكن سواء الآن أو في المستقبل لضمان ان يجد عملاء النخبة ان اقتناء هذه السيارات الاستثنائية وقيادتها سيشكل تجربة ممتعة من دون أي جهد. وعندما عرضت لكزس LS400 و Es250 صالون الفاخرة عام

المجموعة بصدد بناء مبنى مركز لكزس الجديد في الشويخ الذي نامل افتتاحه في الربع الأول

ستادلز: بدايتنا مع العام 2010 مفعمة بالنشاط ونهدف إلى بيع مليون سيارة

«أودي» باعت 949,7 ألف سيارة في 2009

ان مجمل مبيعات أودي في الأسواق الصينية للعام المنصرم قد قفز بقوة بنسبة 32,9٪ مقارنة بالعام السابق. هذا بالإضافة إلى نمو مبيعات أودي في الأسواق الصينية خلال شهر ديسمبر بنسبة 75,6٪ مع إجمالي مبيعات وصل إلى حدود الـ 19,069 سيارة (2008: 10,861 سيارة). وبالانتقال إلى الأسواق الأمريكية، فقد عرفت أسواق الولايات المتحدة انخفاضاً بنسبة مبيعاتها وصل إلى 5,7٪ خلال العام الماضي مع مبيعات إجمالية لامست حدود الـ 82,716 سيارة (2008: 87,760 سيارة)، وبالتالي، تكون أودي قد تمتعت بنحس كبير لحصتها من تلك الأسواق، كون تادية الأسواق الأمريكية عموماً قد انخفضت بنسبة أكبر بكثير. تجدر الإشارة إلى أن مبيعات أودي في أسواق الولايات المتحدة خلال شهر ديسمبر قد ارتفعت إلى 9,030 سيارة، أي بنسبة 17,1٪ مقارنة بالعام السابق له (2008: 7,712 سيارة). من جانبه قال، عضو مجلس إدارة AUDI AG للمبيعات والتسويق بيتر شوارزنباور: «إنها نسبة جيدة جداً مقارنة بمنافسيها، فمع بيع ما يقارب الـ 618,850 سيارة، تمكنا من تصدر الأسواق الأوروبية للسيارات الفاخرة، أي أننا بنتنا علامة السيارات النخبوية الأقوى في أوروبا».

تخطت أودي جميع التوقعات التي حددتها الشركة لنتائج مبيعاتها خلال العام 2009 والتي تم رفعها في أواخر العام المنصرم، حيث تمكنت أودي من بيع 949,7 ألف سيارة مع نهاية العام 2009 في جميع أنحاء العالم، الأمر الذي يعني أن مجمل مبيعات الشركة الألمانية قد انخفض بنسبة 5,4٪ فقط مقارنة بمجمل مبيعات العام القياسي (2008: 1,003,469 سيارة). وفي هذا السياق قال، رئيس مجلس إدارة AUDI AG روبرت ستادلز إن نتائج العام الماضي تشير إلى مدى قوة علامة أودي، وأضاف: «نبدأ العام 2010 بنشاط وحيوية ونهدف إلى بيع مليون سيارة مجدداً». تجدر الإشارة إلى أن أودي قد باعت 79,3 ألف سيارة خلال شهر ديسمبر المنصرم، أي أقل من نفس الفترة من العام الذي سبقه بنسبة 4,2٪. ورفعت أودي سقف توقعاتها لنتائج مبيعات سياراتها النخبوية حول العالم في أواخر العام 2009 من 900,000 إلى 925,000 سيارة، إلا أن التادية القوية لعلامة أودي في الأسواق الصينية كان له الأثر الكبير في تخطي تلك التوقعات، إذ انعكست نتائج مبيعات الأسواق الصينية إيجابياً على نتائج المبيعات عموماً حيث نجحت الصين (بما فيها أسواق هونغ كونغ) في تسليم 158,941 سيارة فاخرة للعملاء خلال العام 2009 (2008: 119,598 سيارة)، أي



أودي تحقق مبيعات ممتازة رغم الأزمة