



محمد رضا ونائل حليبي وإبراهيم كلش وإبراهيم داغر

من «Gemmas Effie» وعن الحملة الإعلانية المميزة لقناة «الوطنية» «Zenithmedia» و«الوطنية للاتصالات» تحصدان الجائزة البرونزية للإعلانات الأكثر إبداعاً وتأثيراً



الإعلاني والإستراتيجي من خلال الوسائل الإعلانية التقليدية والإبداعية.

خلال العام المقبل. دورها، أكدت مديرة أول إدارة الاتصال والعلامة التجارية في الوطنية للاتصالات ريهام العبدان الجائزة هي ثمرة عمل مشترك، وجهود بذلتها كل من فريق عمل الوطنية للاتصالات ومحترفي وكالة Zenithmedia.

وأضافت قائلة: «أرادت الوطنية عن الاتصالات أن يكون الإعلان عن قناتها الفضائية خلال شهر رمضان المبارك إبداعاً ومبتكراً تماماً كفترة إطلاق القناة، التي كانت غير مسبوقة في الوطن العربي، وقد حققت نجاحاً منقطع النظير».

الجدير بالذكر أن Zenithmedia افتتحت مكتبها في الكويت عام 2008 بإدارة السيد إبراهيم كلش لتضم نخبة من أهم العملاء والشركاء في الكويت، وهي تملك 218 مكتباً في 72 دولة حول العالم تقوم بالتخطيط

أعلنت الوكالة الإعلانية العالمية «Zenithmedia» ممثلة بمكتبها في الكويت وشركة الوطنية للاتصالات عن تحقيقهما إنجازاً مشتركاً بفوزهما بالجائزة البرونزية عن الحملة الإعلانية لقناة «الوطنية» وهي القناة الفضائية التي أطلقتها شركة الوطنية للاتصالات حصرياً خلال شهر رمضان الماضي.

وقد تأسست جائزة «Gemmas Effie» في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1968 لتصبح من أعرق المسابقات العالمية في العالم وأكثرها صرامة فيما يتعلق باختيار الفائزين عن كل فئة، وفي نسختها الإقليمية التي تأسست سنة 2004 وخلال الحفل الذي جرى بمدينة دبي في 24 نوفمبر 2011، تم الإعلان عن الفائزين عن فئة إعلانية لتفوز الكويت بالجائزة البرونزية عن فئة الـ Media من خلال حملة «تلفزيون الوطنية» وهي الجائزة الوحيدة التي نالتها الكويت خلال هذا الحفل.

وقد أعرب المدير العام لـ Vivaki الشركة الأم لـ Zenithmedia، نائل حليبي عن فخره بهذا الإنجاز المشترك مع شركة الوطنية للاتصالات آملاً الفوز بجوائز إعلانية أخرى



ريهام العبدان

«الدولي» يرضى معرض «كيف أحد مستقبلتي؟»

وأوضح العبدان أن بنك الكويت الدولي يحرص على التواصل مع مختلف شرائح المجتمع، ويضع أمام الشباب الفرص المتاحة بمختلف مجالات العمل المصرفي الشامل المتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية.

وأكد العبدان حرص البنك على مثل هذه الرعاية والمشاركات تحقيقاً لرسالته في خدمة المجتمع، حيث تمثل هذه المعارض أرضية خصبة للتواصل المباشر مع عملاء البنك لاسيما الشباب، مشيراً إلى الإقبال الكبير من قبل طلبة الثانوية وطلبة الجامعات الذي لاقى صدى إيجابياً وتفاعلاً كبيراً من خلال التعرف على منتجات وخدمات البنك المختلفة.

أعلن بنك الكويت الدولي عن رعايته معرض «كيف أحد مستقبلتي؟» الذي عقدت فعالياته يومي 13 و14 الجاري، وأقيم برعاية وزير التربية ووزير التعليم العالي أحمد المليفي.

وقال مدير التسويق في بنك الكويت الدولي طارق العبدان في تصريح صحفي إن مشاركة بنك الكويت الدولي بهذا المعرض نابعة من اهتمام (الدولي) بضرورة دعم الشباب والمساهمة الفاعلة في تحقيق التنمية البشرية التي تسعى إليها الدولة، مضيفاً أن رعاية (الدولي) لهذا المعرض ساعدت الشباب وخاصة طلبة الثانوية العامة على التعرف على المجالات المتاحة أمامهم في اختيار المستقبل الأفضل في التعليم ومجال العمل.



(كرم ذياب)

لقطة جماعية على هامش تدشين منتجات «بيكو»

«X-ساي» تطرح منتجات «بيكو» في الكويت

تعتقد أن «بيكو»، التي تتمتع بمكانة مهيمنة في الأسواق الأوروبية منذ زمن طويل، لديها إمكانيات وأعدة ضخمة في الكويت، معرباً عن سروره بتقديم منتجات «بيكو» في معرض X-ساي المنتشرة في الكويت، وتقوم مجموعة «أرجيليك إي.إس.» التي تأسست عام 1955، بتسويق وبيع منتجاتها وخدماتها في أكثر من 100 دولة، فيما تملك 11 مصنعا ومنتشاة إنتاجية موزعة في كل من تركيا، روسيا، رومانيا والصين، وقد حافظت مجموعة «أرجيليك إي.إس.» على موقعها الريادي والمتقدم في سوق الأجهزة المنزلية، شاشات العرض التلفزيونية LCD TV والمكيفات في عامي 2009 و2010، وقد تم إدراجها ضمن قائمة أفضل 10 علامات تجارية مبيعا للأدوات الكهربائية والمنزلية في العالم ضمن فئات من المنتجات في عام 2009، معزة ذلك نجاحها السابق في عام 2008، وقد تضمنت طرح هذه العلامة التجارية عرض بعض من أحدث منتجات «بيكو» بتقنياتها الصديقة للبيئة، كما أتبع للمشاركين الإطلاع على تلك المنتجات الجديدة وتجربتها لدى عرضها بصورة لافتة.

وتجدر الإشارة إلى أن «X-ساي»، من الإلكترونيات الغانم تعتبر أكبر شركة لبيع الإلكترونيات بالجزيرة في الكويت والشرق الأوسط. وتقدم الشركة التي تدير شبكة مكونة من 16 معرضاً ضخماً موزعة في مختلف أنحاء الكويت تجربة تسوق لا تضاهي لعملائها، وذلك من خلال توفير وعرض منتجات جميع العلامات التجارية العالمية المعروفة تحت سقف واحد.



جولة على منتجات «بيكو» الجديدة خلال الاحتفال



آزال انكول يتوسط مجموعة من الموظفين

فخر في X-ساي باستقبال وطرح أفضل المنتجات من مختلف أنحاء العالم إلى عملائنا المستهلكين في الكويت، ونحن

في سوق بيع الإلكترونيات بالتجزئة للمستهلك. وقال سامر صايغ، نائب رئيس إلكترونيات الغانم: «إننا

دخلت مجموعة «أرجيليك إي.إس.» مؤخراً في شراكة مع «X-ساي» من الإلكترونيات الغانم، أكبر شبكة لبيع الإلكترونيات بالتجزئة في المنطقة، من أجل طرح علامتها التجارية العالمية «بيكو» في سوق الكويت، وقد تم إعلان طرح هذه العلامة التجارية في احتفال جرى تنظيمه مساء الاثنين الماضي. وحضر هذه المناسبة أكثر من 200 من الشخصيات المرموقة من السفارة التركية، الشركاء، العملاء والزوار من رجال الأعمال كما تخلل الحفل عرض مجموعة واسعة من منتجات «بيكو» للأدوات الكهربائية والمنزلية المتكسرة بتقنياتها الصديقة للبيئة وحلولها الذكية.

وتعتبر شركة «أرجيليك إي.إس.» التي تملك علامة «بيكو» التجارية، ثالث أكبر شركة في قطاع إنتاج الأجهزة الكهربائية المنزلية في أوروبا، وتواصل النمو والتوسع بصورة مطردة محلياً وعالمياً.

وقال مدير «أرجيليك إي.إس.» للشرق الأوسط وشمال أفريقيا مراد بوجيريل: «تتمتع الكويت بأهمية إستراتيجية في الشرق الأوسط، وقد حرصنا على أن ننجز عقد شراكة وثيقة مع أفضل شركة في السوق، وذلك من أجل تحقيق هدفنا المتمثل في ترويج «بيكو» والوصول بها إلى قاعدة عملائنا الكبيرة في مختلف أنحاء العالم».

وحظيت «X-ساي» من إلكترونيات الغانم في مناسبات عديدة بالإشادة باعتبارها أول من يبادر إلى طرح أحدث التقنيات، العلامات التجارية والمنتجات في الكويت، حيث من شأن إضافة «بيكو» على محفظة علاماتها التجارية الحالية أن تعزز مكانتها

«فولكس واجن بهباني» تروج لحملة «Think Blue»

فيها رائدة في مسؤولياتها تجاه المجتمع وتوعيه للحفاظ على البيئة، ومن جهتها تأمل فولكس واجن بهباني أن تلهم حملة «Think Blue» شعب الكويت كما قامت بإلهامنا في تصنيع محركات صديقة للبيئة».

إن فولكس واجن الشرق الأوسط ملتزمة بالتأثير إيجابياً على البيئة، وكنيجة لذلك، تمكنت الشركة من إضافة محركات صديقة للبيئة في سياراتها ذات الهندسة الألمانية المتطورة، فعلى التروس مزدوجة القابض DSG تقوم بتوفير 15٪ من الوقود، أما محرك TSI ذو الشحن التوربيني فيتمتع بأداء عال على الرغم من حجمه الصغير وكونه صديقاً للبيئة.

اليومية للمساعدة مثلاً على توفير الطاقة والمياه وإعادة تدوير العديد من المنتجات، وهذه جميعها خطوات صغيرة ستنتج عنها نتائج عظيمة».

واختتم ميكا حديثه بالقول «نحن فخرون بنجاح «Think Blue» في دول أخرى وننتطلع لتحقيق هذا النجاح في الشرق الأوسط خلال الأعوام المقبلة». وتعليقاً على حملة «Think Blue»، قال مدير عام فولكس واجن بهباني عبدالله علي: «من الطبيعي أن تكون سيارة الشعب فولكس واجن حريصة على تأمين بيئة طبيعية وصحية للمستقبل. فولكس واجن هي الشركة الرائدة في صناعة السيارات، وعلى هذا النحو أيضاً



المنطقة. إن «Think Blue» أكثر من مجرد محركات اقتصادية وكفاءة في استهلاك الوقود، بل تتضمن تغيير بعض عاداتنا

أعلنت فولكس واجن بهباني بالتعاون مع المكتب الإقليمي عن «Think Blue»، حملتها الصديقة للبيئة والتي تم إطلاقها في الكويت والشرق الأوسط أخيراً.

وتمثل «Think Blue» هدف فولكس واجن لصنع منتجات وحلول صديقة للبيئة وتشجيع الجمهور على المشاركة في صنع مستقبل مستدام. و«Think Blue» هي فكرة تشجع على القيادة بشكل مسؤول وتبني منهج حياة صديقاً للبيئة.

وفي تعليق له عن هذه الحملة الجديدة، قال المدير العام لفولكس واجن الشرق الأوسط شتيغان ميكا: «أنا سعيد بالإعلان عن إطلاق فولكس واجن الشرق الأوسط لهذه الحملة العالمية في

مركز «Creative Design» يفتح قاعة متعددة الاستخدامات

مجهزة بالكامل. وحول مبادرة المركز، علق المدير العام محمود الجراف قائلاً: إن «Creative Design» وجد ليقدم كل تسهيلات متكاملة ممكنة لاحتياجات الشركات والأفراد وليكون أيضاً مقراً لإبداعات الشباب، ويتيح لهم الفرصة لطرح منتجاتهم الفريدة في مجال التصميم والأثاث والديكور، ولهذا قررنا أن نجعل من المركز نموذجاً مثالياً بمجموعة من الخدمات المتكاملة، مثل القاعة المتعددة الاستخدامات التي تعتبر فريدة من نوعها في المنطقة، بالإضافة إلى مساحات التخزين، وتوفير خدمات الإنترنت ومختلف تجهيزات المكتبة التي يحتاجها الشباب لإنجاز أعمالهم على أتم وجه، بالإضافة إلى تخصيص مواقف للسيارات ما يمنح زائري المركز تجربة تسوق مميزة.



مدخل القاعة

أو عقد الندوات والمحاضرات التي تتوافق مع اهتماماتهم، كما تسمح للشركات بإقامة مناسباتها وسط أجواء مميزة. يضاف إلى ذلك أن «Creative Design Center» يضم أكثر من 70 محلاً تجارياً على مساحة تبلغ



محمود الجراف

أعلنت إدارة مركز «Creative Design Center» عن افتتاح قاعة متعددة الاستخدامات مجهزة وفق أعلى المستويات من تقنيات عالية الجودة وتنسم بالراحة والرقي، وذلك لتساقم إستراتيجية المركز الرامية لخلق وابتكار تسهيلات نوعية لمجتمع الأعمال والأفراد، وحصراً منه على التفرد بخدمات وتسهيلات غير مسبوقة. وتتميز القاعة بإمكانية تقسيمها إلى قاعتين منفصلتين أصغر حجماً، وهي تسع نحو 180 شخصاً، وقد تم تجهيزها بأحدث تقنيات الصوت وبشاشات العرض، وذلك لاستخدامها في إقامة المعارض أو الندوات والمحاضرات أو تأجيرها للمناسبات الخاصة، والقاعة أيضاً مناسبة لاحتياجات الأفراد من الشباب والتريجين الجدد الطامحين إلى تنظيم المعارض

مهندس وائل عاصي مديراً للمبيعات في «يوريكا»



وائل عاصي

العالمية وبأقل سعر ممكن. وأضاف السيد عاصي بأنه لمن دواعي سروري أن أكون على رأس فريق عمل متقاني وأن أحقق من خلال منصبه الجديد المزيد من التقدم للشركة ولعملائها.

أعلنت يوريكا للإلكترونيات عن تعيين السيد وائل عاصي مديراً لقسم المبيعات في الشركة حيث يتمتع السيد عاصي بخبرة واسعة تمتد لما يزيد على 15 عاماً في قطاع الإلكترونيات وتعليقاً على منصبه الجديد قال السيد عاصي يسعدني أن انضم لفريق عمل شركة يوريكا وأكون على رأس أحد أهم أقسامها وهو قسم المبيعات في فترة تحقق بها الشركة إحدى أكبر قفزاتها في مجال الإلكترونيات والتكنولوجيا الموجهة للمستهلكين. حيث تعتبر شركة يوريكا إحدى الشركات الرائدة لمجال الإلكترونيات، وقد اتبعت منذ نشأتها استراتيجية مميزة جعلت منها إحدى أهم الشركات في السوق الكويتي من خلال التركيز على توفير معظم الماركات