الأنباء
الخميس 29 ديسمبر 2011

«VIVA» تعلن عن دورة لأصحاب المشاريع الصغيرة تقام بلندن في مارس المقبل

كما عودت شركة الاتصالات الكويتية VIVA عملاءها وجمهورها على التعامل مع الأمور الحيوية بطرق جديدة ومبتكرة وغير تقليدية، وإيمانا منها بأن الشباب هم صانعو مستقبل الكويت، وضمن خطتها الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، فقد قررت الشركة تبني مجموعة جديدة من المبادرين من الشباب الكويتي أصحاب المشاريع الصغيرة، من خلال تنظيم برنامج جديد متكامل ضمن مشروع (Small to Big) وذلك خلال شهر مارس المقبل في المملكة المتحدة.

وفي هذه المناسبة أعلن الرئيس التنفيذي لشركة الاتصالات الكويتية م.سلمان البدران «أن خطة VIVA الاجتماعية ستتواصل مع هذا المبادرة الجديدة، والتي تأتي في سياق مشروع طويل الأمد، نسعى من خلاله إلى توفير أفضل السبل التدريبية لشباب الكويت الواعد، من أجل مستقبل أكثر إشراقا»، مشيرا إلى أن هذا النشاط الجديد يهدف إلى تشجيع الشباب الكويتي وتطوير قدراتهم الخصبة، وإبراز مواهبهم الفذة.

وشدد البدران على «أن هذا المنهج الذي اختطته VIVA لنفسها منذ البدء، يأتي انطلاقا من مبدأ إيمانها بأنها جزء حيوي من هذا المجتمع المتميز صاحب الإبداعات الكثيرة، وارتكازا على خطتها الاستراتيجية للتنمية المجتمعية، وأيضا من منطلق إيمانها بقدرة شباب الكويت على الإنجاز والعطاء في كل المجالات، لاسيما في المشاريع الصغيرة التي تمثل نقطة تحول في حياة كل شاب يتطلع إلى المستقبل بثقة وتفاؤل، ويستفيد مما يملكه من إمكانات شخصية وفكرية وريادية تؤهله لتبوؤ المكانة التي يستحقها».

وأكد أن فكرة المشروع نبعت من حقيقة أن شباب الكويت شباب طموح، ولديه رغبة حقيقية في الاعتماد على نفسه وارتياد العمل الحر، معتبرا أنها صفة ليست بغريبة على المجتمع الكويتي الأصيل الذي يشهد التاريخ له على هذه الهمة منذ القدم.

م.سلمان البدران

البدران: برنامج STB لتشجيع الشباب الكويتي من أجل مستقبل واعد

مشيرا إلى أنه وانطلاقا من المسؤولية الاجتماعية للشركة ونظرا لأن هذه المشاريع الصغيرة هي أساس المستقبل الاقتصادي للكويت فإن ذلك حتم دعمها ووضعها على المسار الاحترافي الصحيح، وقد رأت شركة VIVA أن تقوم بتوفير فرص أمام هؤلاء المبادرين لتطوير مشاريعهم الصغيرة لتكون كبيرة، ومن ثم كان طرح الشركة لمشروع «Small to Big» لتدعم من خلاله أصحاب هذه الأعمال وتحقيق آمالهم.

ومشروع «Small to Big» هو برنامج ضمن خطة المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات الكويتية VIVA بشراكة استراتيجية مع شركة «بينك كوفي» للدعاية والإعلان، ويهدف إلى مساعدة الشباب الكويتيين على فهم وضع وديناميكيات السوق، ويوفر لهم الأدوات الأساسية والمعرفة اللازمة لتطوير أنفسهم ومحيطهم، بشكل يساعدهم في حياتهم المهنية والوظيفية.

وكان «STB 1» الخطوة الأولى نحو صنع ما هو عليه «STB» اليوم.. حيث كان الهدف الأساسي هو مساعدة أصحاب المشاريع الصغيرة من خلال دورات تعمل على مساعدة هذه المشاريع على النمو والازدهار. وبعد النجاح الذي حققه «STB 1» انطلق برنامج «STB London» وقد كان هذا البرنامج جسرا بين التفكير الاستراتيجي وتطبيق الأفكار، حيث استفاد المشاركون من جامعة «كنجز» اللندنية لتنمية الأفكار المبدعة وكيفية التعامل مع سوق العمل.

وتفخرVIVA بإطلاق برنامج «STB London 2» وهو برنامج مدته 6 أيام، في الفترة بين 11 و17 مارس 2012 في كلية (كنجز) كولج اللندنية المرموقة. وباب الاشتراك مفتوح لجميع شباب الكويت، وسوف يتم انتقاء عشرة أشخاص فقط، ممن تتحقق فيهم الصفات الملائمة لهذا البرنامج وسيمنح هؤلاء فرصة السفر والمشاركة في برنامج عالمي مكثف، على أن تغطي شركة VIVA جميع تكاليف السفر والدراسة للشباب المشاركين الذين سيتم اختيارهم بدقة وموضوعية وعناية فائقة. وسيتضمن البرنامج في طياته الكثير من أوجه الدعم والمفاجآت للمبادرين من أصحاب الأعمال الصغيرة الذين سينخرطون في البرنامج، وسيتم الإعلان عنها لاحقا.

والبرنامج الجديد الذي سيستمر 6 أيام، حافل بالأنشطة والمحاضرات التي سيقدمها نخبة من الخبراء والأكاديميين، وهدفه تعزيز مهارات وإمكانات المبادرين من أصحاب المشاريع الصغيرة المنضمين للبرنامج، بحيث سيتم تزويدهم بأكبر قدر ممكن من المعلومات وإكسابهم المهارات اللازمة ذات الصلة بهذه النوعية من المشروعات والأعمال، وستتنوع أنشطة البرنامج بين المحاضرات الأكاديمية وورش العمل التطبيقية والحلقات النقاشية، بالإضافة إلى نقل خبرات أصحاب المشاريع المماثلة من المبادرين السابقين الأكثر خبرة بما يصقل خبرات المبادرين الجدد.

«المتحد» يقدم لحاملي بطاقاته الائتمانية خصومات بنسبة 10٪ على منتجات «ذي أثليتس فوت»

أعلن البنك الأهلي المتحد عن انضمام شركة ذي أثليتس فوت كشريك في برنامج لآلئ المتحد الفورية المصمم حصريا لحملة بطاقات المتحد الائتمانية ليتلاءم مع احتياجاتهم الشرائية.

وبانضمام ذي أثليتس إلى برنامج اللآلئ الفورية، يمكن أن يحصل عملاء المتحد الذين يحملون بطاقات المتحد الائتمانية على خصومات بنسبة 10٪ على البضائع لدى شركة ذي أثليتس فوت. تعتبر ذي أثليتس فوت العلامة الأولى في العالم من متاجر الأحذية الرياضية واليوم أصبحت الرائدة عالميا في مجال الأحذية والمستلزمات الرياضية في أكثر من 40 بلدا. وعبر شركة علي عبدالوهاب وأولاده وشركاهم أصبح لذي أثليتس فوت11 معرضا منتشرة في أهم مراكز التسوق في الكويت. وكان البنك الأهلي المتحد قد نجح من خلال برنامج اللآلئ الفورية في تقديم خصومات فورية كبيرة لعملائه حينما يتسوقون لدى أي من المحلات التجارية المشاركة في البرنامج، والتي تقدم خصومات على أكثر من 60 ماركة تجارية معروفة. بالإضافة إلى ما تقدم، يقدم البنك الأهلي المتحد لحملة بطاقات المتحد الائتمانية برنامج جوائز السفر الناجح «جوائز اللآلئ» الذي يقدم 3 نقاط لآلئ مقابل كل دينار، ويمكن تحويل هذه النقاط إلى أميال جوية والمطالبة بها لدى أي من شركات الطيران الرائدة الثلاث: الخطوط الجوية الكويتية، والخطوط الجوية القطرية، وطيران الخليج. وكلما زاد معدل استخدام البطاقة الائتمانية في الشراء حصل العميل على أميال جوية أكثر للاستفادة من الرحلات الجوية المجانية على متن الخطوط الجوية المذكورة والحصول على درجات سفر أعلى والإقامة في الفنادق الأفضل، فضلا عن المزايا الإضافية الأخرى التي يقدمها برنامج العضوية في كل شركة من شركات الطيران السابق ذكرها.

كما يمكن لعملاء البنك الأهلي المتحد الحصول على تغطية تأمين سفر وتأمين طبي مجاني في حالات الطوارئ في أي مكان حول العالم لدى شراء التذاكر باستخدام بطاقات (المتحد) الائتمانية.

«العربية للسيارات» تحقق إنجازاً قياسياً بعد فوزها بجائزة الخدمة بعد البيع العالمية

ممثلو العربية للسيارات يتسلمون جائزة النادي العالمي للارتقاء بالخدمة بعد البيع

دبي: حققت دائرة الخدمة بعد البيع لدى الشركة العربية للسيارات، وهي الموزع الحصري لسيارات نيسان وإنفينيتي ورينو في دبي والإمارات الشمالية، إنجازا قياسيا عالميا بين موزعي نيسان. فقد فازت للمرة الرابعة على التوالي بجائزة «النادي العالمي للارتقاء بالخدمة بعد البيع» World Aftersales Progress Club (WAPC) العالمية التي تقدمها شركة مركبات نيسان.

وقد حازت «العربية للسيارات» هذه الجائزة 14 مرة بالتمام والكمال منذ تقديمها في العام 1981. ومع فوزها هذا العام، تتابع «العربية للسيارات» على منوال تألقها وأدائها الرائد في نطاق «الخدمة بعد البيع» مقارنة بوكلاء نيسان كافة عبر العالم.

أول موزع نيسان في العالم يفوز للمرة الرابعة على التوالي بجائزة "النادي العالمي للارتقاء بالخدمة بعد البيع" الكبرى الخاصة بشركة نيسان

وتعتبر جائزة «النادي العالمي للارتقاء بالخدمة بعد البيع» إحدى أعرق الجوائز التي تمنحها شركة مركبات نيسان إلى موزع سيارات نيسان. وتشمل شروط هذه الجائزة فحوصات وتقييمات صارمة لكل من مبيع ولوجستيات قطع الغيار، بالإضافة إلى «مبيعات اليد العاملة» و«خدمة العملاء» و«خريطة الميزة التنافسية لنيسان» Nissan Competitive Advantage Map (N_CAM).

وفازت الشركة العربية للسيارات بالجائزة الكبرى عن فئة «شركة ذات مبيعات محلية مرتفعة» Large National Sales Company (NSC).

وقد قدم المدير العام لدائرة شبكة الخدمة بعد البيع العالمية لدى شركة مركبات نيسان المحدودة «شوجي يوكوتا» الجائزة إلى الرئيس التنفيذي للشركة العربية للسيارات ميشال عياط، وذلك أثناء حفل أقيم بهذه المناسبة في مقر العربية للسيارات في دبي، بحضور «أم. كاي. راجكومار»، مدير الخدمة بعد البيع والتجارة لدى العربية للسيارات، وكبار المديرين التنفيذيين في شركة نيسان الشرق الأوسط م.م.ح.

وقال «راجكومار» بهذه المناسبة: «أتاح لنا سعينا الدائم لتبوؤ مكانة الموزع «الرائد» Champion على الدوام بين موزعي نيسان حول العالم، تطوير مقاربة يكون بموجبها العملاء محور اهتمام العربية للسيارات، وذلك بفضل جهود فريق عمل مؤهل للغاية ومحترف لخدمة العملاء في صالات العرض ومراكز الخدمة. نحن سعداء بالنتيجة المرضية التي حققتها جهودنا للعام الرابع على التوالي، ونود التوجه بالشكر إلى شركة مركبات نيسان على هذا التقدير القيم. كما أننا مسرورون بتسجيل إنجاز قياسي عالمي كوننا الموزع الوحيد لنيسان الذي حاز جائزة «النادي العالمي للارتقاء بالخدمة بعد البيع» أربع مرات متتالية».

وعلى صعيد آخر، افتتحت العربية للسيارات في شهر مايو من هذا العام، مركز خدمة للسيارات موسعا وهائل الحجم في مرفق رأس الخور. وهو يفتح على مدار الساعة وطوال أيام العام، ويعتبر أكبر مرفق لخدمة سيارات نيسان وتصليح جسمها في الشرق الأوسط، مع مساحة تبلغ حوالي 350,000 قدم مربع. كما يستطيع هذا المركز، الذي يعتبر الأول من نوعه في الإمارات العربية المتحدة، خدمة 300 سيارة في اليوم الواحد عند العمل بأقصى طاقته.

25٪ نسبة الارتفاع في مبيعات بورشه منذ مطلع العام الحالي وحتى نهاية نوفمبر

بورشه تتخطى التوقعات الإجمالية لمبيعات السيارات

دبي: سلمت شركة بورشه الألمانية لصناعة السيارات، ومقرها شتوتغارت، 709، 109، سيارات من طرازات «911» و«بوكستر/كايمن» و«كاين» و«باناميرا» إلى عملائها حول العالم بين شهري يناير ونوفمبر 2011. ويمثل هذا الرقم زيادة بنسبة حوالي 25٪ عن السيارات الرياضية التي سلمتها الشركة في الفترة عينها من العام الماضي. كما استطاعت بورشه التي تتخذ من مقاطعة «تزوفنهاوسن» الألمانية مقرا لها، بيع 9,318 سيارة في شهر نوفمبر المنصرم، على الرغم من التغيير الذي طرأ على طرازات السيارات الرياضية لديها.

وقال عضو مجلس إدارة شركة بورشه المسؤول عن المبيعات والتسويق بيرنهارد ماير أنه في العام الحالي، حققنا إنجازا قياسيا في ما يتعلق بتسليمات السيارات إلى العملاء والطلبات، وتبرهن هذه النتائج عن مدى الجاذبية الكبيرة لعلاماتنا التجارية والشهرة المذهلة التي تتمتع بها سياراتنا. وفي الأسابيع القليلة المقبلة، سيعزز طراز بورشه «911 كاريرا» Carrera 911 الجديد هذا التوجه الإيجابي والاستثنائي الذي تشهده الشركة».

وقد شهد النمو الاقتصادي العالمي تباطؤا قليلا في شهر نوفمبر 2011 مقارنة بالفترة ذاتها من العام الماضي. لكن ثمة تفاوتات كبيرة بين الدول: ففي إيطاليا حيث افتتح صانع السيارات الرياضية «مركز بورشه» جديدا في مدينة ميلانو منذ بضعة أيام، ارتفعت المبيعات بنسبة 31,2٪. لكن هذا لم يكن كافيا للتعويض عن حذر المستهلكين في السوق الألماني المحلي، لتكون النتيجة الإجمالية لبورشه في السوق الأوروبي نموا سلبيا بنسبة 1,3 ٪. كما سجلت بورشه تراجعا في السوق الآسيوي بنسبة 3,1 ٪، مرده في المقام الأول إلى أوقات التسليم الطويلة لطرازي «باناميرا» Panamera و«كاين» Cayenne الناجحين. بالمقابل سجلت روسيا أكبر نموا في المنطقة، بلغت نسبته 44,4٪. كما ارتفعت مبيعات بورشه في اليابان بنسبة 36,5٪.