



الشيخ أحمد الحمود وفهد الطاهر بباركان

أفراح الإبراهيم

احتفل يونس ابراهيم طاهر الابراهيم بزفاف نجله مشعل على كريمة سعود المسعود بحضور جمع من الشيوخ والنواب والشخصيات والاهل والاصدقاء الذين قدموا المباركة والتهانى بالمناسبة السعيدة.. الف مبروك وبالرفاء والبتين.



الشيخ د. طلال الفهد بباركان



أحمد السعدون بباركان



محمد العنزي مبارك

أفراح الظلماي الشمري

احتفل بدر موسى الظلماي الشمري بزفاف أخيه محمد بحضور الأهل والأصدقاء الذين قدموا المباركة والتهانى بالمناسبة السعيدة.. الف مبروك وبالرفاء والبتين.



فيصل الشمري بباركان



ابراهيم المميع ونواف السهوي يهنئان



الشيخ حمد السالم بباركان



الشيخ خالد البدر مهننا



المعرس يتوسط علي ابوشاهين وشقيقه بدر الظلماي



أحمد العنزي ومشاري العنزي بباركان للمعرس وأخيه بدر الظلماي



مرزوق الغانم مهننا



الشيخ أحمد جابر العبدالله مهننا



جراح الظلماي وصديقه بباركان



خلف الجباري وملوح عبيد وحاتم الظلماي يهنئون



أحمد المليفي بباركان



محمد الكندري مبارك



محمد المطيري يهنئ



فرحات الظلماي مهننا



المعرس مع الأهل في لحظة تذكارية



حاتم الظلماي ونجله بباركان للمعرس



يوسف بهلول مبارك

شاهد العالم مع «أمريكان توريستر» في الكويت

سيبدأ الوعي بباركان أمريكيان توريستر بين المستهلكين في الكويت بصورة كبيرة وستكون نحن ماركة حقائب السفر الأولى في ذهن المستهلكين. والإعلان الذي يشجع الناس على السفر ومشاهدة العالم يتوافق بدرجة كبيرة جدا مع شعار الماركة وهو «الذكاء والراحة والمتعة». «تجول في العالم» ستواصل بشكل جيد جدا مع المستهلكين الرئيسيين المستهدفين في الكويت وهم العائلات المسافرة والمسافرون لأغراض الترفيه. من الجدير بالذكر أن أمريكيان توريستر قد نشرت حملة مكتفة في صيف 2011 تحت عنوان «سافر وشاهد العالم» تهدف إلى تأسيس قواعد الماركة كمساعد مثالي للمسافرين الشباب والعائلات. وقد تلاقى ذلك حملة ذات مواضع مماثلة عبر التلفزيون والطبوعات ولكن بعنوان مختلف «العالم يناديك».

الصحيح والمناسب فيما يتعلق بالتوافر ومما يجعلها أكثر ملائمة للمستهلك. وحاليا تتواجد أمريكيان توريستر في جميع الأسواق المركزية الكبرى والأسواق متعددة الأقسام والأسواق الشاملة الرائدة في الكويت عبر أكثر من 40 منفذا، وقد نظمت الشركة ندوة طرحت منتجاتها في الكويت تم خلالها الكشف عن 16 تشكيلة جديدة من المنتجات إلى شركائنا التجاريين. الحملة الإعلامية هذا العام ابتداء من الشهر الجاري ستكون حملة متكاملة حقا، حيث تخطط للوصول إلى المستهلكين من خلال مختلف وسائل الإعلام المرئية والمطبوعة والإعلانات الخارجية والإعلانات داخل المحلات، وستكون حملة ذات تأثير كبير، حيث سيتم عرض حوالي 650 إعلانا تلفزيونيا يوميا عبر القنوات التلفزيونية، ومن المؤكد أننا سنلقت انتباه المستهلك الكويتي الريميسر المتميز. أنا على ثقة انه في نهاية الحملة

أمريكان توريستر عامها الـ 80، حيث أنها تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1983. نحن نتمتع بهذه الشهرة المستمرة على مدار السنين من خلال تقديم أحدث تصاميم وأفضل جودة مقابل قيمة معقولة. نحن نعرف أن ذلك يشكل الخليط الذي يبحث عنه المستهلكون في الكويت في المنتجات التي يشترونها وهذا هو السبب في أننا نعتقد أن الكويت تعتبر سوقا مهما جدا بالنسبة لنا ولذلك فقد قررنا الاستثمار بقوة في الكويت. وأضاف قائلا: سنفتتح أمريكيان توريستر أول معرض لها في السوق الكبير، مدينة الكويت بحلول الأسبوع الثاني من شهر مايو. وسوف يكون هذا المعرض هو أول محل مخصص لماركة أمريكيان توريستر فقط في المنطقة، وتهدف خطتنا إلى زيادة عدد محلات بيع منتجات أمريكيان توريستر في عام 2012 بحيث تتمتع الماركة بالانتشار

تعتبر أمريكيان توريستر إحدى مساركات حقائب السفر العالمية الرائدة المتواجدة في أكثر من 80 دولة حول العالم، أعلنت عن تشيدين حملة إعلامية لمنطقة الشرق الأوسط. وأكدت الشركة على خطط توسعها الكبيرة في الكويت وشرعت في إنفاق أكثر من 2,5 مليون دولار على مدار شهرين ابتداء من مايو 2012. ويشمل ذلك الحملات الإعلانية عبر مزيج متنوع من وسائل الإعلام بما في ذلك شبكات التلفزيون العربية والأسبوعية وبرامج التثقيف الخارجية والسوقية. وتعتبر هذه الحملة هي أعلى حملة إعلامية تقوم بها شركة حقائب سفر في منطقة الشرق الأوسط. وفي معرض تعليقه على الحملة الإعلامية، قال نائب الرئيس لمنطقة الشرق الأوسط وشرق أفريقيا واتحاد جنوب آسيا للتعاون الإقليمي في شركة أمريكيان توريستر جاي كريشنان: كما تعلمون تدخل



حسين العنزي مبارك