

قال رئيس المجموعة المصرفية في بنك وربة عدنان السالم ان البنك سيتميز خلال الفترة القادمة داخل القطاع المصرفي في الكويت وذلك من خلال بناء قاعدة ممتازة من العملاء خلال الثلاث سنوات القادمة. وأضاف في حوار خاص لـ «الانباء» ان السوق الكويتية لها القدرة على تحمل واستيعاب بنوك جديدة من منطلق توجه صاحب السمو الأمير الشيخ صباح الأحمد إلى تحويل الكويت الى مركز مالي وتجاري مشيراً الى ان هناك مجالاً كبيراً للتقدم وتحقيق إنجازات ونجاحات اكبر. وأكد على ان عدد المصارف سيعزز من المستويات التنافسية وأن ظهور أي بنك جديد من شأنه أن يثري جودة الخدمات وفي النهاية فإن المستفيد الأول هو المستهلك، لافتاً الى ان جميع المصارف تقدم خدمات ولكن الفارق الحقيقي يكمن في سعر الخدمة وكيفية تقديمها والمزايا التي توفرها. وأفاد السالم انه من منطلق الخطة الاستراتيجية لبنك وربة فهو بحاجة إلى فترة لتكوين قاعدة سليمة ينطلق منها للاستحواذ على حصة سوقية أكبر، وبأسلوب صحيح لافتاً الى ان البنك يستهدف فئة الشباب والاستمرار معها لتمييزها بعدم التزاماتها المالية الكبيرة. وأشار الى بان بنك وربة سيطرح مفاجأة مميزة لعملائه خلال الربع الثاني من 2013 والتي ستكون موجهة للأفراد ومجموعة من الخدمات الجديدة والتنافسية وفيما يلي تفاصيل الحوار:

حوار: منى الدغيمي

رئيس المجموعة المصرفية في البنك أكد في حوار خاص مع «الانباء» أن عدد المصارف يعزز من مستويات المنافسة

## عدنان السالم: «وربة» يستهدف فئة الشباب في تأسيس قاعدة عملائه الرئيسية

هذا لا يعني عدم تأسيس فروع لخدمات يجيب وجودها، ونحن نسعى في فروغنا إلى توفير أحدث التقنيات وأكثرها تطوراً لمساعدة العميل وتزويده بأفضل الخدمات وأكثرها تميزاً.

من خلال خبرتكم المصرفية. كيف تقيم تعليمات بنك الكويت المركزي ودورها في تنظيم عمليات التمويل بالبنوك؟

● أرى ان تعليمات «المركزي» ممتازة جداً لكونها تضمن حقوق العميل وتنظم سير العمل المصرفي في الدولة، ويعد بنك الكويت المركزي من أفضل البنوك المركزية في المنطقة وبالتالي فإن بنك «وربة» يدعم تعليماته ويؤمنها لأنها تسعى إلى المحافظة على القطاع المصرفي في الكويت.

هل يمكن اعتبار حملتكم الحالية «لا تحاتي» بداية قوية لحملات مستقبلية للبنك؟

● بدأنا حملة «لا تحاتي» بأسلوب مختلف في عملية تحويل الرواتب، وتعدنا ان تكون جوائزنا في الحملة مميزة من حيث القيمة والعدد لاستقطاب أكبر عدد من العملاء ومنهج أكثر من فرصة للفوز.

وتعمد البنك ان تكون تلك الحملة موجهة إلى فئة الشباب كما كان اختيار الجوائز متوافقاً مع تطلعات تلك الفئة، لذا فإننا نسعى الى التواجد في المجمعات التجارية والجامعات للترويج للحملة، وقد حصلنا على كل الموافقات المطلوبة من «المركزي» فيما يتعلق بخطتنا التسويقية. وبرأيي فقد نجحت الحملة خلال فترة قصيرة بتحقيق صدى طيب وإقبال جماهيري واسع، ونتابع على مختلف المواقع الاجتماعية ومنها «يوتيوب» الذي يعكس جلياً تفاعل الناس مع الحملة، الأمر الذي أثمر عن تسجيل تحويلات لرواتب وتمويلات خلال فترة بسيطة جداً.

نظراً لخصوصية بنك «وربة» من حيث تأسيسه.. هل نسبة التكوين فيه أعلى من البنوك المماثلة؟

● لا شك ان التكوين هدف أساسي للبنك ولدينا إيمان كبير لتحقيق أعلى النسب، واليوم نفتخر بأننا وعلى الرغم من عمرنا القصير فقد تم تحقيق النسبة المطلوبة بل وتجاوزها، علماً بأن قيادات البنك تشكل النسبة الأكبر.

«المركزي» من أفضل

البنوك المركزية في

المنطقة وتعليماته

ممتازة تضمن حقوق

العميل والبنوك

«وربة» يعمل على

تأسيس عملائه

بانتقائية شديدة من

حيث طبيعة العميل

وإمكانية استثمارية

علاقته مع البنك

الكويتيون يشكلون

النسبة الأكبر من

قيادات البنك

البنك سيطرح

مفاجأة مميزة لعملائه

خلال الربع الثاني

من 2013 موجهة

للأفراد ومجموعة من

الخدمات الجديدة



(فريال حماد)

السالم يتحدث للزميلة منى الدغيمي

عملية التأسيس، والجدير بالذكر ان البنك قد بدأ مزاولة أعماله عن طريق مجموعة الاستثمار، ثم تلاها مجموعة الشركات، في حين ان كل ما يتعلق بالخدمات المصرفية الشخصية كان مع الانطلاقة الفعلية للبنك ونسلك بحكم ان الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد تتطلب الكثير من الوقت لتقديم منتجات متكاملة بأسلوب متميز في السوق.

والتي ستكون موجهة للأفراد. كم تبلغ حصة وربة في تمويل الأفراد حالياً وما النسبة المستهدفة؟

● من الصعب في المرحلة الراهنة التطرق إلى الحصة السوقية لأن البنك مازال في بدايات عمله، وفي وقت تكوين قاعدة عملائه، ونحن بحاجة لعام كامل لمراجعة ما تم إنجازه حتى تتم عملية قياس الحصة السوقية التي سيعمل البنك على استهدافها، وبشكل عام تضمنت إستراتيجيتنا تكوين قاعدة العملاء ولكن توقع نسبة معينة ستكون عملية صعبة حالياً في ظل عدم جاهزية قاعدة العملاء من ذوي الرواتب.

وقدر ركزنا في البداية على تكوين قاعدة عملاء ثم الشروع في منح التمويل، فألبنك يقدم حالياً تمويل للأفراد بأسعار تنافسية ولكن لعدد محدد، إلى ان تكتمل قاعدة عملائنا من ذوي الرواتب، وارى ان المؤشر الذي يجب الانطلاق منه لرصد الحصة السوقية هو قاعدة العملاء بالدرجة الأولى.

هل لديكم أي خطط لافتتاح المزيد من الفروع؟

● مع نهاية العام الحالي سيفتتح «وربة» فروع الخامس في منطقة الفروانية، وعلى نهاية 2013 ستكون قد افتتحتنا عددا أكبر من الفروع.

وهل سيكون هناك تركيز على أهم المحافظات داخل الكويت أم على المراكز التجارية؟

● يعمد البنك من خلال فروع



عدنان السالم

بيئكم لإتمام عملية انضمام البنك للشركة؟

● كان هناك تباين في وجهات النظر حول عملية شراء بنك وربة حصة في «كي نت» وما زال الموضوع قيد الدراسة، ونحن الآن في طور الانتهاء من كيفية الانضمام إلى «كي نت» وتم تكليف مكاتب استشارية من كلا الطرفين وهم يقومون بعملهم على أكمل وجه، حيث من المتوقع الانتهاء من الدراسة خلال الأسابيع القادمة.

وما أهم أسس واستراتيجيات «بنك وربة» للحصول على حصة جيدة من السوق الكويتية؟

● من منطلق الرائدة التي قامت بها شركة «بوز أند كومباني» الرائدة في مجال الاستشارات الاستراتيجية، فقد تم وضع خطة استراتيجية للبنك على المدى المتوسط، يجري تنفيذها حالياً وفق الأسس الرئيسية، لاسيما من ناحية الانتشار الجغرافي والحصول على الحصة السوقية والمستهدفة ومنهج انتقاء العملاء.

وبالرغم من عنصر الوقت الذي لا يمكن وصفه بالطويل حالياً نظراً لضخامة الجهود التي بذلت في تأسيس البنك وإعداد الدراسات الاقتصادية ووضع الخطة الاستراتيجية، فقد تغلبنا على عنصر الوقت من خلال أسلوب انطلاقتنا منذ شهر ابريل عبر 4 أفرع، وخلال 5 أشهر فقط نجح البنك في تقديم مجموعة متكاملة من المنتجات المصرفية دفعة واحدة، ما يعوض الوقت الذي استغرقته

هل تعتقدون أن بنك وربة بإمكانه تقديم إضافة حقيقية إلى سوق الصيرفة الإسلامية في الكويت؟

● قطاع الصيرفة الإسلامية بشكل عام يشهد نمواً سريعاً على صعيد الدولة والمنطقة عموماً، وتبرز من هنا حاجة السوق ليس فقط إلى الخدمات المصرفية التي تتماشى مع أحكام الشريعة الإسلامية، بل وتؤمن بان بنك وربة سيعتبر من خلال الفترة القادمة داخل السوق المصرفية في الكويت، حيث نطمح لبناء قاعدة ممتازة من العملاء خلال الثلاث سنوات القادمة.

وبخصوص قدرة السوق الكويتية على التحمل أو استيعاب بنوك أخرى، انطلق من مثال دولة البحرين التي تعتبر من حيث المساحة اصغر من الكويت ولكنها تستوعب عددا أكبر من المصارف.

وأرى انه ومن خلال توجه صاحب السمو الأمير الشيخ صباح الأحمد إلى تحويل الكويت إلى مركز مالي وتجاري يكون هناك مجال كبير للتقدم وتحقيق إنجازات ونجاحات أكبر.

واعتقد أن عدد المصارف يعزز من المستويات التنافسية، ويبقى المستفيد الأول هو المستهلك ولا يشك أن ظهور أي بنك جديد سيفرئ أيضاً جودة الخدمات المقدمة، فجميع المصارف تقدم خدمات ولكن الفارق الحقيقي يكمن في سعر هذه الخدمة وكيفية تقديمها والمزايا التي توفرها تلك الخدمات وهذا هو رهاننا في بنك وربة.

في ظل وجود 4 بنوك إسلامية على الساحة، هل «وربة» قادر فعلاً على المنافسة والتميز خاصة بعد تفعيل خدمة تمويل الأفراد؟

● يعتبر بنك وربة حالياً في مراحله الأولى، وبجسب الخطة الاستراتيجية الموضوعة له توقع ان البنك يحتاج إلى فترة لتكوين قاعدة سليمة من العملاء ينطلق منها للاستحواذ على حصة سوقية أكبر، وبأسلوب صحيح، واليوم يعمل بنك وربة على تأسيس القاعدة الرئسية من عملائه، وهو ما ينفذه فريق العمل بانتقائية شديدة من حيث التركيز على طبيعة العميل وإمكانية استثمارية علاقته مع البنك.

تقدم بنك وربة بطلب شراء حصة من رأسمال شركة «كي نت» هل تمت العملية وفض الخلاف القائم

## «صناعات الغانم» أقامت برنامجاً تدريبياً للشباب الكويتي بالتعاون مع «إعادة الهيكلة»



لقطة جماعية للمتدربين

ضمن مجال التعاون بين برنامج إعادة الهيكلة وصناعات الغانم بتعيين عدد 55 من طلبة العمل من الكويتيين والكويتيات، قام قطاع التكوين في صناعات الغانم وبالتنسيق مع برنامج إعادة الهيكلة بعمل برنامج تدريبي يشمل التعريف عن صناعات الغانم/مهارات الاتصال/مهارات الإنصات/ خدمة العميل المتميزة/استخدام الحاسب الشخصي/اللغة الانجليزية.

علماً ان مدة البرنامج هي ستة أشهر تدريبية موزعة بثلاثة أشهر للمهارات الفنية والشخصية وثلاثة أخرى لتقوية اللغة الانجليزية. وقد أشرف على افتتاح البرنامج من برنامج

إعادة الهيكلة كل من مدير إدارة تنمية القوى كرم - رئيسة قسم، وأمانى المري وسندس الربيعان وشيخة الفيلكاوي.

ومن صناعات الغانم مدير أعلى موارد بشرية علي التميمي ومساعدة إدارية عليا عباس.

الجدير بالذكر ان هذا البرنامج هو الثاني في هذا العام، حيث بدأ البرنامج السابق منذ شهر يوليو بعدد أربعين متدرباً كويتياً، وسيستمر هذا التعاون في إيجاد الفرص الوظيفية للكفاءات الكويتية في صناعات الغانم، حيث ان الإدارة العليا لصناعات الغانم تبنت هذه الفكرة ومستمرة في تنفيذها.

## تتويج مرسيدس - بنز بلقب أكثر السيارات الألمانية جاذبية

الأقصى عن طريق تتويجها بجائزة red dot المرموقة لاتنين من موديلات سيارات مرسيدس -بنز في الوقت نفسه، وقد كانت السيارات الفائزة هي سيارة الفئة C كوبيه وسيارة AMG رودستر.

وقام 1800 من الصانعين والمصممين من 58 دولة هذا العام بتسجيل اشتراكاتهم لدمت النظر إليها من قبل اللجنة التحكيمية المرموقة لجائزة رد دوت (red dot)، والتي تعد بمثابة ختم الجودة للتصاميم المميزة.

وقد قامت اللجنة التحكيمية المكونة من خبراء دوليين ومستقلين ذوي مكانة مرموقة بتقييم ما يزيد على 4500 منتج.

وقال مدير المبيعات والتسويق لسيارات مرسيدس -بنز في دايملر الشرق الأوسط والأدنى فرانك بيرنتالر، معلقاً على الفوز بتلك الجوائز: «تستمر النجحة الثلاثية بعد مرور ما يزيد على 125 عاماً في جذب أعلى درجات الإشادة والإعجاب من قبل أولئك الذين يعتبرونها تقديراً عميقاً للتصميم والابتكار، تؤكد هذه الجوائز المرموقة من قبل خبراء الصناعة والمستهلكين على حد سواء على مكانتنا كشركة رائدة في مجال تصميم السيارات الفاخرة في هذه الفئة ذات التنافسية العالية».



مرسيدس -بنز الفئة M

التفدي لشركة دايملر AG ورئيس سيارات مرسيدس: «تمثل الفئة A تعبيراً جلياً عن الديناميكية الجديدة لعلامة مرسيدس -بنز».

وتعد جوائز أوتو بيلد للتصميم هي الأخيرة ضمن سلسلة من الجوائز التي أحرزتها مرسيدس -بنز خلال هذا الصيف.

فقد أشادت اللجنة التحكيمية لمسابقة التصميم الأكثر شهرة في العالم بعلامة مرسيدس -بنز على أنها قد أرسيت التوجهات المستدامة فيما يتعلق بتصميم السيارات مع الشكل الجمالي

فازت بالحايزة الفئة M التي تم إطلاقها في الشرق الأوسط في شهر مارس من هذا العام، وبهذا فإن مرسيدس -بنز لديها ما يبرر مزاياها كونه المصنع لأكثر السيارات الألمانية جاذبية.

مع الفئة A الجديدة وأسلوبها التصميمي الفوري الذي يتسم بالديناميكية، فإن مرسيدس -بنز تكون بذلك قد فحقت فصلاً جديداً بالكامل في فئة السيارات المدجة هذا العام، مصورة بذلك القلب النابض لجيل جديد من المركبات في حلة رائعة.

وقال د.ديتر زيتش، المدير

ثالثت مرسيدس - بنز الفئة M - لقب جائزة أوتو بيلد (AUTO BILD) لأفضل تصميم للعام 2012 بوصفها أكثر السيارات جاذبية في فئة ال SUV والشاحنات الصغيرة وسيارات الدفع الرباعي في استطلاع للرأي أجرته مجلة السيارات الألمانية الرائدة أوتو بيلد من تصويت الأغلبية من القراء الذين يصل عددهم إلى 100 ألف لصالحها.

يبرهن هذا الفوز على التقدير الذي يكتنه القراء لهذا التصميم الجذاب والمميز الذي يرسى معايير الموضة، والذي يجمع بين القوة والرفي دون أي جهد يذكر.

كما أظهر القراء سعادتهم بالتصميم المتطور لسيارة مرسيدس -بنز الفئة A الجديدة عبر تصويتها أكثر السيارات الألمانية جاذبية.

وقامت مجلة أوتو بيلد بتتويج مرسيدس -بنز كأكثر السيارات الألمانية جاذبية للمرة الرابعة على التوالي استناداً إلى الرأي الشخصي للقراء فقط، فبعد أن سبق أن نالت كل من الفئة E وسيارة الـ SLS AMG كوبيه وسيارة الـ SLK الفئة A الجديدة لتفوز بهذا اللقب المرموق «أكثر السيارات الألمانية جاذبية»، يأتي تصميم الفئة A الجديدة لتفوز بهذا اللقب للعام 2012.

كما خاضت مرسيدس -بنز المنافسة على فئة جديدة حيث