



مقرات مجموعة زين



مبنى شركة الاتصالات المتنقلة سابقا

احتفالا بهذه اللحظة التاريخية.. المكالمات ستكون طوال هذا اليوم بين عائلتها مجانا

# «زين» تحتفل بعيدها السنوي الـ 30 متألقة بهويتها الوطنية

فقد حرصت شركة زين على أن تكون «الوجهة الشاملة» لكل متطلبات عملائها المتعلقة بصناعة الاتصالات، من خدمات الصوت والبيانات، إلى عروض الوسائط المتعددة، عبر جميع التقنيات الحديثة.

وفي إطار تحقيقها هذا الهدف كانت الشركة من أولى الشركات التي أطلقت تكنولوجيا خدمات الجيل الثالث في العام 2004، لتنتقل قاعدة عملاتها إلى تقنية الاتصالات النقال ذات القدرة على دعم عدد أكبر من مستخدمي الصوت والبيانات في وقت واحد وبمعدلات نقل بيانات أسرع.

ولم تترك شركة أو مؤسسة أي فرصة لإثراء عملاتها كما فعلت شركة زين، فقد بدأت الشركة حكايتها مع قصة الاتصالات من الجيل الأول وحتى الجيل الرابع، وفي كل مرة كانت الريادة والأسبقية لها، فهي كانت توفى بوعودها الدائمة لجلب (الأحدث والأفضل والأجود)، ولم تتخل الشركة عن هذه (الثلاثية) خلال مسيرتها على الإطلاق، وقد تجلّى ذلك عندما أمنت الانطلاقة الناجحة لخدمات الجيل الرابع 4G LTE على شبكتها مع الربع الأخير من العام 2012، لتجعل السوق الكويتية من أولى البلدان التي تقدم هذه التقنية المتطورة.

وقد أكسبت هذه الخطوة صناعة الاتصالات في الكويت وتحديدا الإنترنت النقال العريض النطاق (البروباند) رميدا غنيا من التقود والريادة، فقد فتحت شركة زين لنفسها بهذه الانطلاقة آفاقا جديدة أمام هذه النوعية من الخدمات، نظرا لما تقدمه من سرعات غير مسبوقة على شبكة الإنترنت.

لقد نجحت شركة زين في إحداث تأثير جذري في قطاع الاتصالات، وباتت مثلا ونموذجا يحتذى في هذه الصناعة، ولعل هذا ما حدا بكبرى وأرق جامعات العالم ومنها جامعة هارفارد الأمريكية وأوكسفورد البريطانية بأن تعتمد قصة نجاح «زين» ضمن برنامج ماجستير إدارة الأعمال في العام الماضي.

لقد كانت العقود الثلاثة الماضية خير شاهد على حالة الارتباط التي جمعت زين مع المجتمع الكويتي، وانطلاقا من كونها مؤسسة وطنية فقد حرصت الشركة على خلق قيمة اقتصادية واجتماعية، وقسمت على اعتبار أنها من المؤسسات الاقتصادية التي تعرف واجباتها والتزاماتها تجاه الآخرين.

وعلى مدار عملها خلال هذه العقود تمكنت شركة زين من تخصيص نفسها في موقع الشركة التي تعمل في إطار إرضاء «العميل»، وتوفّر المناخ الذي يتحرك فيه بأريحية لإنجاز مهامه العملية والشخصية، هذه من «الواجبات» التي لن تتخلى عنها الشركة، وهي بالتاكيد ما يميزها عن الآخرين، ومن هنا جاء شعار علامتها التجارية «زين عالم جميل».



شعار احتفالات «زين»

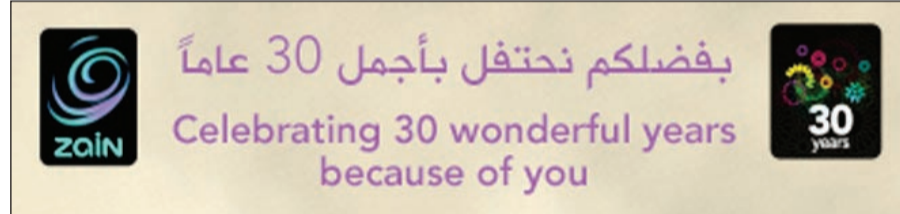


شركة الاتصالات المتنقلة سابقا

**«زين» لم تغفل في قمة نجاحها عن التزاماتها الوطنية والاجتماعية في ترسيخ الهوية الكويتية**

**الألفية الجديدة شهدت ولادة «زين» الثانية مع الفكر المغامر والجري للقطاع الخاص الكويتي**

**«ثلاثية» الأحدث والأفضل والأجود كانت العنوان الدائم مع قاعدة عملائها**



شعار شركة الاتصالات المتنقلة سابقا

تقرير مستقل لتقييم العلامات التجارية، فقد تم تقييم علامة «زين» التجارية بحوالي 1,34 مليار دولار أميركي. وفي صيف العام 2010 كانت شركة زين على موعد آخر مع التاريخ، فبعد أن نالت لقب أكبر مستثمر في القطاع الخاص في القارة الأفريقية، ارتأت الشركة أن الوقت المناسب لحصد استثماراتها الكبيرة في هذه القارة قد حان، وبالفعل نجحت الشركة في إبرام أكبر صفقة في تاريخ قطاع الاتصالات في العالم خلال العقد الماضي، مع شركة بهارتي الهندية لبيع أصولها الإفريقية (باستثناء عملياتها في كل من السودان والمغرب) لتنتج بذلك صفقة بقيمة تبلغ 10,7 مليارات دولار.

ونظرا للقيمة الكبيرة التي أضفها هذه الصفقة لشركة زين أسعد أحمد البنوان قد صرح آنذاك بقوله «هذه الصفقة من الصفقات التاريخية، فهي الأكبر من نوعها في قطاع الاتصالات على مستوى العالم، ولا شك أنها تعكس مدى القيمة الكبيرة التي نجحنا في إضافتها لحقوق مساهمينا خلال الفترة الماضية، والتي أبرزت بدورها مدى المهارة والكفاءة العالية للقيادات الكويتية في «زين».

كما أعرب البنوان عن فخره باتساع صفقة بهذا الحجم بقوله «نحن فخورون بإسهام الكبير الذي قدمته زين في قارة أفريقيا، وبدورها المؤثر في تطوير خدمات الاتصالات وتنمية الحياة الاجتماعية والاقتصادية لهذه الشعوب».

وقد حصلت الشركة بإتمامها هذه الصفقة الثقيلة على جوائز عالمية لأكثر من مرة، حيث منحت مؤسسة «شركة» لصحة الأعمال جائزة «صفقة العام» في قطاع الاتصالات، وذلك عن بعب رؤيتها في أفريقيا. ولأن رؤية الشركة ظلت ومازالت تقضي بأن تصبح المزود الأكثر ثقة لخدمات الاتصالات المتنقلة المتكاملة، والمحفز الدائم الذي يثري حياة عملائها في الكويت،

شركة محلية إلى شركة إقليمية، وفي جدول زمني أقل بكثير من الجدول الزمني لاستراتيجيتها التوسعية، فقد أخذت في العام 2005 بتحضير نفسها لخطوة جبارة أرادت من خلالها أن تقدم نفسها كوحدة من شركات الاتصالات الكبرى في العالم، حيث كانت الأوساط المالية والاقتصادية في مارس من العام 2005 على موعد مع إعلان شركة زين نجاحها في الاستحواذ على أصول 13 شركة في القارة الأفريقية بقيمة 3,4 مليارات دولار، وهي الصفقة التي عبرت من خلالها شركة زين إلى العالمية.

ورغم ثقل هذه الصفقة وضخامتها آنذاك والتي جعلتها تنتشر في 30٪ من مساحة قارة أفريقيا، لم تتوقف زين في توسعاتها حيث أبرمت صفقات استحواذ أخرى دخلت من خلالها إلى أسواق المملكة العربية السعودية أكبر اقتصاديات منطقة دول الخليج، وبنجيريا (أكبر الأسواق الأفريقية) ومدغشقر وغانا، وأصبحت الشركة بعد خمسة أعوام من إعلان استراتيجيتها التوسعية تتواجد في 23 دولة في منطقة الشرق الأوسط وقارة أفريقيا بقاعدة عملاء قاربت حينها الـ 73 مليون عميل.

ومع علمها أنها بحاجة إلى هوية واحدة تتحرك بها وتخطب من خلالها وتتواصل عبرها مع أسواقها وشعوب مجتمعاتها، اتخذت الشركة شعارا وعلامة تجارية جديدة لها، حيث أبصرت العلامة التجارية زين النور في العام 2007 عندما تم جمع كل عمليات الشركة وتوحيدها في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تحت اسم واحد.

وبعد مرور فترة قصيرة على إطلاق العلامة التجارية للشركة، أصبحت واحدة من أقوى العلامات التجارية الأكثر تقدرا وانتشارا في صناعة خدمات الاتصالات، وذلك بفضل الرّخم الهائل من الحملات الترويجية وبرامج الرعاية في كل الأسواق الرئيسية التي تعمل فيها.

وفقا لتقرير Brand Finance Global 500 للعام 2012، وهو آخر لتقديم خدمات الاتصالات المتنقلة، لتبدأ رحلة جديدة أخذتها إلى مناطق وحدود جغرافية بعيدة، وفي هذا العام تمت كتابة شهادة ميلاد ثانية لشركة زين شهادة كتبها الفكر المغامر والجري للقطاع الخاص الكويتي. فلم يمر عام واحد إلا وقد ادركت الشركة أن البقاء في الريادة يتطلب الكثير والكثير في هذه الصناعة المتحولة، ففي العام 2002 أطلقت زين استراتيجيتها التوسعية بجميع بطوحها الجري بإعلانها عن هذه الاستراتيجية، فقد كانت الشركة حينها تعمل داخل الحدود الجغرافية الكويتية بقاعدة عملاء تقارب الـ 600 ألف عميل، وهي تتحدث في استراتيجيتها هذه عن التحول إلى شركة عالمية خلال 9 سنوات، وذلك على فترات زمنية متساوية تبدأها بشركة إقليمية ثم دولية وصولا إلى العالمية.

لم تكن بداية تشغيل الخدمات التجارية في الشركة بالأمر الهين في منتصف الثمانينيات فالتحديات المرتبطة بهذه الصناعة الجديدة العهد كانت كبيرة، ولكن الكوادر الوطنية التي أخذت مهام المسؤولية التي عاتقها والمطعمه بعقول شابة ألهبها شغف الحماس والمغامرة، استطاعت أن تنجز المهمة على أكمل وجه.

فقد نجحت الشركة في أول محطة تشغيلية لها بإطلاق نظام الاتصالات المطور إيتاكس وكانت هذه الخطوة هي الأولى من نوعها في منطقة الشرق الأوسط، وكان ذلك في العام 1986، ولم يمر عام على تشغيل هذا النظام المطور في ذلك العصر، إلا وقامت الشركة بإطلاق نظام خدمة المباداة.

وواجهت الشركة كغيرها من المؤسسات الكويتية محنة الغزو في العام 1990، حيث عاشت الكويت في ذاك الوقت واحدة من الفترات العصيبة، وبعد فترة التحرير انطلقت الشركة في استثمار مسيرتها الوطنية بنشر خدمات الاتصالات، ليكون العام 1994 واحدا من أهم المحطات التي كونت تاريخ زين، حيث قامت الشركة في هذه الفترة بإدخال الكويت إلى عصر عالم بتقديمها خدمات الـ GSM، علما أن أول شبكة كانت تعمل وفق معايير الـ GSM في أوروبا كانت في العام 1991.

ولم يكن بناء شبكة الـ GSM محطة في غاية الأهمية لشركة زين فحسب، حيث فتحت هذه الشبكة آفاقا جديدة لعملائها، فبات بمقدورهم لأول مرة إرسال الرسائل النصية القصيرة (SMS) والاتصال بشبكة الإنترنت والتمتع بخدمات التجوال الدولي، وخدمات الطوارئ، وإرسال واستقبال الفاكسات ومنع المكالمات.

وبعد انفرادها في تقديم خدمات الاتصالات المتنقلة كشركة وحيدة في الكويت على مدار 16 عاما، كان التحدي الأبرز لشركة زين في العام 1999، وذلك مع دخول منافس



أسعد البنوان

لم تكن بداية تشغيل الخدمات التجارية في الشركة بالأمر الهين في منتصف الثمانينيات فالتحديات المرتبطة بهذه الصناعة الجديدة العهد كانت كبيرة، ولكن الكوادر الوطنية التي أخذت مهام المسؤولية التي عاتقها والمطعمه بعقول شابة ألهبها شغف الحماس والمغامرة، استطاعت أن تنجز المهمة على أكمل وجه.

فقد نجحت الشركة في أول محطة تشغيلية لها بإطلاق نظام الاتصالات المطور إيتاكس وكانت هذه الخطوة هي الأولى من نوعها في منطقة الشرق الأوسط، وكان ذلك في العام 1986، ولم يمر عام على تشغيل هذا النظام المطور في ذلك العصر، إلا وقامت الشركة بإطلاق نظام خدمة المباداة.

وواجهت الشركة كغيرها من المؤسسات الكويتية محنة الغزو في العام 1990، حيث عاشت الكويت في ذاك الوقت واحدة من الفترات العصيبة، وبعد فترة التحرير انطلقت الشركة في استثمار مسيرتها الوطنية بنشر خدمات الاتصالات، ليكون العام 1994 واحدا من أهم المحطات التي كونت تاريخ زين، حيث قامت الشركة في هذه الفترة بإدخال الكويت إلى عصر عالم بتقديمها خدمات الـ GSM، علما أن أول شبكة كانت تعمل وفق معايير الـ GSM في أوروبا كانت في العام 1991.

ولم يكن بناء شبكة الـ GSM محطة في غاية الأهمية لشركة زين فحسب، حيث فتحت هذه الشبكة آفاقا جديدة لعملائها، فبات بمقدورهم لأول مرة إرسال الرسائل النصية القصيرة (SMS) والاتصال بشبكة الإنترنت والتمتع بخدمات التجوال الدولي، وخدمات الطوارئ، وإرسال واستقبال الفاكسات ومنع المكالمات.

وبعد انفرادها في تقديم خدمات الاتصالات المتنقلة كشركة وحيدة في الكويت على مدار 16 عاما، كان التحدي الأبرز لشركة زين في العام 1999، وذلك مع دخول منافس

**الشركة الكويتية التي حكمت قصة الاتصالات من الجيل الأول إلى الجيل الرابع**

**هوية الكويت في الاتصالات المتنقلة جاءت مع انطلاقة «زين» التاريخية**

**لم يتخيل المؤسسون للشركة أن «زين» ستتحول إلى عملاق الاتصالات العربي**

**احتفالا بهذه اللحظة التاريخية فإنا الشركة ستشارك عملاءها بشكل جديد ومميز رغبة منها في بث رسالة حب وتقدير حقيقية على ثقة عملائها على مدار ثلاثة عقود، وذلك بإعلانها أن هذا اليوم سيكون مجانا لكل الاتصالات الصوتية التي ستجرى على شبكتها بين أفراد عائلة زين حضريا - مبيئة أن كل المكالمات الصوتية ستكون مقدمة مجانا**

احتفالا بهذه اللحظة الرائعة في مسيرتها. ومنذ اللحظة الأولى التي أسست فيها الشركة بموجب مرسوم أميري بتاريخ 22 يونيو من العام 1983 برأس مال قدره 25 مليون دينار كشرية مساهمة كويتية، سعت زين إلى أن تقدم أفضل خدمات الاتصالات وفقا لوسائل التكنولوجيا التي زامت هذا العصر، حيث قدمت خدمات النقال والفاكس، فقد كان الهدف الرئيسي من تأسيس وإطلاق هذه الشركة في ذلك الوقت، هو أن تزود الكويت بآخر خدمات الاتصالات ومنتجاتها الصناعية.

وانطلقت الشركة كرافد جديد داعم للاقتصاد الكويتي، عندما أعلنت رسميا عن تدشين خدماتها التجارية في العام 1986، لتبدأ ولادة عصر خدمات الاتصالات النقال، وتدخل الكويت حقبة جديدة نقلتها إلى زمن الاتصال المتحرك. ومن منطلق أن قطاع الاتصالات من أهم القطاعات التي تشكل محورا مهما في تسريع النمو الاقتصادي باعتباره من أبرز مصادر الدخل القومي، ولدوره الرئيسي في دعم عمليات التبادل التجاري وتطوير مجالات عديدة في الدولة، فإن شركة زين قدمت نفسها كإحدى أساسيات على مر العقود الثلاثة الماضية كشريك رئيسي في المجتمع الكويتي.

وهي في هذا الاتجاه بدأت مسيرتها كشركة تتحرك بروح وطنية، وقد نجحت في أن تسجل هوية الكويت في قطاع الاتصالات المتنقلة باسمها ببراعة، وذلك عن طريق بصمتها الكبيرة والمؤثرة في هذا المجال، فالإرث الحافل الذي تحمله زين يكشف قفزات وتطورات هائلة لطبيعة عملياتها كشركة كانت تبحث دائما عن التفوق والريادة، فلم يعرف أصحاب فكرة تأسيس هذه الشركة والقائمين على تنفيذها أن هذا الكيان سيتحول إلى عملاق الاتصالات في الشرق الأوسط وقارة أفريقيا، بل ويفرض قواعد جديدة في هذا القطاع الحيوي على المنطقة.