

موقع «tview» منحها صدارة التصيف لدعايات شهر رمضان «زين» تحصد المركز الأول في «الإمارات» عن دعايتها التلفزيونية «أعرف أصدقاء»

لمحملاتنا الدعائية، ولهذا السبب فإننا نتوخى أقصى درجات الحرس والعناية فيما يتعلق بأنماط الدعايات التي ننشرها خلال ذلك الشهر الفضيل، وقد جاءت دعاياتنا هذا العام لتعكس قيمنا الأساسية ورؤيتنا لفكرة (عالم جميل) مع كافة شركائنا على مدار العقود الثلاثة التي هي عمر هذه الشركة.

من جانبه، قال كريستوفر أوهرين الذي يشغل منصب المدير العام لموقع www.tview.ae الإلكتروني: «يبدو أن كبار المعلنين قد اختاروا بث دعايات أقل عددا خلال شهر رمضان الماضي، لكنهم نفذوا تلك الدعايات بفاعلية وكفاءة أعلى».

من جهة، ومن جهة أخرى فقد حرصت من خلال بث هذه الدعاية على أن تضع شخصيتها على مقربة من كافة شركائها في عالمها الخاص، والذي وصفته الأنشطة بهذه الكلمات «ما أحبونا لأننا عالم جميل، ولكننا عالم جميل لأنهم أحبونا». وقال الرئيس التنفيذي في مجموعة زين سكوت جينجهايمر في تعليقه على هذا التصنيف المتقدم «لقد قابلنا هذا المركز المتقدم في التصنيف بسعادة غامرة، فإن تنال دعايتنا التلفزيونية هذا التقدير في أرجاء المنطقة العربية، فهو مبعث فخر لنا. وأضاف جينجهايمر بقوله «إن الأمر الأكثر إرضاء بالنسبة لنا هو أن نحظى حملاتنا ورسالتنا بنظام مخصص في قياس نسبة المشاهدة التلفزيونية في دولة الإمارات، وذلك استنادا إلى عدد من العوامل التي شملت عدد اشارات الاستقبال وعدد نقاط التصنيف التي حصلت الدعائية عليها.

وأوضحت زين التي تملك وتدير ثمانى شبكات في المنطقة أن هذا التصنيف المتقدم يحمل معه مزيدا من الأهمية، وذلك كونها لا تملك أو تدير شبكة اتصالات في دولة الإمارات، مشيرة إلى أنها وبالرغم من ذلك فإن الدعائية حظيت بمشاهدة واسعة النطاق وقوبلت بردود أفعال إيجابية. الجدير بالذكر أن مجموعة زين كانت ازاحت الستار عن حملتها الاعلانية في شهر رمضان وهي تعرف انشودة «أعرف أصدقاء»، والتي تحدثت من خلالها مع جمهورها وعملاتها وشركائها في ظل احتفالاتها التاريخية في الكويت بعيدها الـ 30، وقد اهدت هذه الانشودة إلى كل من انتسب إلى عالمها الجميل طوال هذه الرحلة الغنية بالعبء، والتي تبث فيها رسالة تحكي معاني نبيلة لطالما ظلت علاقتها مع جمهورها الذي وصفته كلماتها بـ «الأصدقاء».

واعتبرت زين هذه الدعاية بمنزلة احتفالية خاصة لها مرور ثلاثة عقود على تأسيسها كأول شركة اتصالات متنقلة في المنطقة

حصدت مجموعة زين الشركة الرائدة في خدمات الاتصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا المركز الأول عن دعايتها الأخيرة لشهر رمضان المبارك، والتي جاءت هذا العام تحت عنوان «أعرف أصدقاء».

وتكرت المجموعة في بيان صحافي أن دعايتها الجديدة «أعرف أصدقاء» قد تم تصنيفها باعتبارها الدعاية التلفزيونية الأولى في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال عرضها في شهر رمضان، مبينة أنها نالت هذا المركز وفقا لنظام «tview» وهو نظام مخصص في قياس نسبة المشاهدة التلفزيونية في دولة الإمارات، وذلك استنادا إلى عدد من العوامل التي شملت عدد اشارات الاستقبال وعدد نقاط التصنيف التي حصلت الدعائية عليها.

وأوضحت زين التي تملك وتدير ثمانى شبكات في المنطقة أن هذا التصنيف المتقدم يحمل معه مزيدا من الأهمية، وذلك كونها لا تملك أو تدير شبكة اتصالات في دولة الإمارات، مشيرة إلى أنها وبالرغم من ذلك فإن الدعائية حظيت بمشاهدة واسعة النطاق وقوبلت بردود أفعال إيجابية. الجدير بالذكر أن مجموعة زين كانت ازاحت الستار عن حملتها الاعلانية في شهر رمضان وهي تعرف انشودة «أعرف أصدقاء»، والتي تحدثت من خلالها مع جمهورها وعملاتها وشركائها في ظل احتفالاتها التاريخية في الكويت بعيدها الـ 30، وقد اهدت هذه الانشودة إلى كل من انتسب إلى عالمها الجميل طوال هذه الرحلة الغنية بالعبء، والتي تبث فيها رسالة تحكي معاني نبيلة لطالما ظلت علاقتها مع جمهورها الذي وصفته كلماتها بـ «الأصدقاء».

واعتبرت زين هذه الدعاية بمنزلة احتفالية خاصة لها مرور ثلاثة عقود على تأسيسها كأول شركة اتصالات متنقلة في المنطقة



السويدي استقبلت الفائز وسلّمته 100 غرام ذهب «الدولي» يعلن الفائز في حملته «بطاقات فيزا الدولي» بوابتك لربح الذهب

قلوبهم ونفوسهم، وذلك بحضور وإشراف ممثلين عن كل من وزارة التجارة والصناعة، ووزارة الداخلية كجهات إشرافية ورقابية.

وأعربت السويدي في ختام تصريحها الصحافي عن سعادتها لتفاعل العملاء مع تلك الحملة التي قوبلت باستحسان كبير عكس كثافة المشاركة فيها، وبعث بقية عملاء البنك الذين ليس لديهم أي من بطاقات «فيزا» بأنواعها الثلاثة «البلاستيكية» والذهبية والكلاسيكية» إلى مراجعة إما مقر البنك الرئيسي

عقب فوزه بالمرتبة الثالثة في السحب الثاني الذي أجراه بنك الكويت الدولي على حملته الترويجية تحت شعار «بطاقات فيزا الدولي» بوابتك لربح الذهب، التي طرحها لعملائه على مرحلتين على امتداد أربعة أشهر، استقبلت مدير عام الإدارة المصرفية للأفراد في البنك إنتصار السويدي عميل البنك، وصاحب الحظ السعيد، علي فريد علي محمد سلطان، وسلمته جائزته الذهبية وهي عبارة عن 100 غرام من الذهب الخالص، كواحدة من بين 13 جائزة ذهبية أخرى بلغت قيمتها الإجمالية 2 كيلو ذهب، وأشارت السويدي إلى أن بنك الكويت الدولي كان قد أطلق حملته التسويقية الكبرى «بطاقات فيزا الدولي» بوابتك لربح الذهب» كحافاة منه لعملائه من حملة بطاقات «فيزا» بنوعها الذهبية والبلاستيكية، وذلك في تاريخ 12 من شهر مارس الماضي وحتى تاريخ 8 يوليو من هذا العام على مرحلتين، أجرى خلالها سحبين أسعد بجوائزهما البالغة 2 كيلو من الذهب الخالص صاحب وصاحبة حظ سعيد، واندخل البهجة والفرحة إلى

عقب فوزه بالمرتبة الثالثة في السحب الثاني الذي أجراه بنك الكويت الدولي على حملته الترويجية تحت شعار «بطاقات فيزا الدولي» بوابتك لربح الذهب، التي طرحها لعملائه على مرحلتين على امتداد أربعة أشهر، استقبلت مدير عام الإدارة المصرفية للأفراد في البنك إنتصار السويدي عميل البنك، وصاحب الحظ السعيد، علي فريد علي محمد سلطان، وسلمته جائزته الذهبية وهي عبارة عن 100 غرام من الذهب الخالص، كواحدة من بين 13 جائزة ذهبية أخرى بلغت قيمتها الإجمالية 2 كيلو ذهب، وأشارت السويدي إلى أن بنك الكويت الدولي كان قد أطلق حملته التسويقية الكبرى «بطاقات فيزا الدولي» بوابتك لربح الذهب» كحافاة منه لعملائه من حملة بطاقات «فيزا» بنوعها الذهبية والبلاستيكية، وذلك في تاريخ 12 من شهر مارس الماضي وحتى تاريخ 8 يوليو من هذا العام على مرحلتين، أجرى خلالها سحبين أسعد بجوائزهما البالغة 2 كيلو من الذهب الخالص صاحب وصاحبة حظ سعيد، واندخل البهجة والفرحة إلى



انتصار السويدي خلال تسليمها الجائزة للفائز

«برقان» يعلن الفائز في سحب حاملي بطاقات فيزا

2013، ويتمشى عرض بنك برقان مع التزامه المستمر بتقديم مزايها متعددة لكافة عملائه تناسب أسلوب حياتهم.



اعلن بنك برقان اسم الفائز في حملة بنك برقان لحاملي بطاقات فيزا، وهو جمال علي محمد سعد، والذي فاز ب مبلغ 2000 دينار.

ويأتي إعلان الفائز ضمن العرض الذي اطلقته بنك برقان مؤخرا لحاملي بطاقات فيزا، مقابل كل 20 ديناراً ينقها العملاء باستخدام بطاقات فيزا الائتمانية داخل أو خارج الكويت يحصل العملاء على فرصة واحدة لدخول السحب الأسبوعي، كما سيحصل العملاء أيضا على فرصة واحدة لدخول السحب عند استخدام بطاقات السحب الآلي الخاصة ببنك برقان خارج الكويت فقط وبيدأ السحب الأسبوعي في 14 يوليو وينتهي في 30 سبتمبر

محركات أقوى واستهلاك أقل للوقود وأنظمة مساعدة جديدة تحديثات كبيرة على حاملة راية علامة أودي



أودي الأقرى والأكثر اقتصادية

الدائم، توفر أودي أيضا نظام تقاضل مركزي رياضي بشكل اختياري للمزيد من النأدية الرياضية عبر المحاور الخلفية. أما المقصورة الداخلية فهي محاطة باللمسات الفنية الفارسة وبالتقنيات التي من شأنها توفير الراحة للسائق والركاب. يمكن اختيار التجهيزات الأولى في مقصورة A8 التي تشمل على مقعد الأسترخاء الخلفي مع مسند الأقدام التي تعمل كهربائيا عدا توافر لأحة طويلة من التجهيزات الاختيارية تمتد من الأبواب ذات السحب التلقائي حتى صندوق التبريد في الجهة الخلفية من المقصورة. تجدر الإشارة إلى استخدام أجود أنواع المواد التي تم اختيارها بعناية من قبل فريق التصميم فني متخصص وضع خبرته وشغفه للوصول إلى أعلى مستويات الدقة في تصميم وتنفيذ المقصورة الداخلية. هذا، وتتوافر مجموعة جديدة من المواد والتطعيمات في أودي A8 الجديدة مما يوفر بعدا جديدا لعمليات التصميم الحصري حسب متطلبات كل عميل من عملاء أودي.

كما جرت عليها العادة في أودي A8 فإن الطراز الجديد يحمل معه باقة من التقنيات المساعدة التي تعزز من مستويات التحكم والسلامة على غرار تقنية أودي النشطة المساعدة للانتقال بين المسارات Audi active lane assist وشاشة الركن المساعدة 360 درجة التي تأتي ضمن تقنية المساعدة على ركن السيارة، شاشة عرض المعلومات على الزجاج الأمامي، نظام الرؤية الليلية التي أصبحت قادرة على توفير رؤية أفضل من أي وقت مضى، وغيرها الكثير.

اللون الأسود العالي للمعان، هذا عدا الألوان الخمسة الجديدة التي تمت إضافتها الى لأحة السوان أودي A8 الجديدة. ستتوافر أودي A8 L الجديدة في أسواق الشرق الأوسط بخيارين من المحركات، الأول طراز 3.0 TFSI بقوة 310 حصنة معزز بشاحن هواء سوبر تشارجر، والثاني طراز 4.0 TFSI من ثمانى أسطوانات معزز بشاحني هواء (توربو مزدوج) بقوة 435 حصانا يسمح للسيارة النخبوية الكبيرة ذات قاعدة العجلات الطويلة بالتسارع من حالة الثبات إلى 100 كلم/س في 4,6 ثوان، وخلال 5,9 ثوان في طراز W12 ستتوافر A8 L بطراز W12 quattro بقوة 500 حصان وبالتأكيد طراز S8 بقوة 520 حصانا الذي يتسارع من 0-100 كلم/س في 4,2 ثوان. أما معادلة القوة العالية مع تدني مستويات استهلاك الوقود فقد تحققت بفضل تقنية أودي «الاسطوانة عند الطلب» cylinder on demand التي تعمل على إبطاء عمل 4 اسطوانات من أصل 8 في محرك الثمانى أسطوانات و 6 من أصل 12 في محرك الـ W12 وذلك عند القيادة داخل المدن أو عند القيادة العادية، الأمر الذي يساهم في خفض مستويات استهلاك الوقود بنسبة 10٪ في حين يعمل نظام عزل الضوضاء النشط Active Noise Cancellation على توفير المزيد من مستويات القيادة الفارحة المقصورة.

تتصل بمحركات A8 بشكل قياسي علبه تروس سلسة مكونة من 8 نسب أمامية tiptronic تنقل عزم المحرك بكفاءة ودقة إلى المحاور الأمامية والخلفية من خلال تقنية quattro للدفع الرباعي

خطوط ديناميكية حادة. بالإضافة إلى توافر مصابيح LED، فإن أودي A8 الجديدة مصابيح Matrix LED التي تتضمن مصابيح إنارة عالية تشتمل على 25 مصباحا ثنائي الانبعاثات يمكن إنارتها بشكل مستقل حسب حالات القيادة والطريق، ومن ضمن التقنيات الحديثة في منظومة المصابيح الأمامية، مصابيح الانعطف الذكية، الإطالة الجديدة لمصابيح الإنارة أثناء النهار وإشارات الانعطف عن المصابيح الأمامية، فإن أودي A8 تعتمد أيضا على نظام الملاحة الذي يتحكم في مدى ومستويات الإنارة خلال القيادة بشكل مسبق اعتمادا على قراءة نظام الملاحة لحالات الطرقات.

بالانتقال إلى الجهة الخلفية، يمكن رؤية مصابيح LED الخلفية وقد أصبحت تتمتع بتصميم مسطح مع مصد خلفي جديد تخرج منه اسطوانات العادم، وقد تمت إضافة المزيد من اللمسات الدقيقة على جسم السيارة الخارجي على غرار خطوط الكروم وإطارات النوافذ ذات

أودي A8 الجديدة تستصل إلى أسواق الشرق الأوسط في منتصف عام 2014



مقصورة داخلية فخمة

MINI تحتفل بعيدها الرابع والخمسين



فخامة وانسيابية لسيارات MINI

شعبيتها بسرعة حول العالم، يعود ركوب الأمواج على ألواح خشبية في هاواي إلى القرن الثامن عشر، إلا أن ديبوك كاهاناموكو وهو من سكان العاصمة هونولولو ساعد على نشر شعبية هذه الرياضة عالميا. كان ديبوك كاهاناموكو قد فاز بثلاث ميداليات ذهبية للسباحة في الألعاب الأولمبية عامي 1912 و1924، وبالرغم من انتصاراته الأولمبية، اشتهر أكثر في عمله على إعادة إحياء رياضة الركعة، ويعتبر كاهاناموكو أحد مؤسسي «الوايكيكي بوبز» أي صبيان واكيكي الذين يعلمون الزوار الركعة في أشهر شطآن الأرخيل حتى يومنا هذا، تزامن تعيين هاواي الولاية الخمسين من الولايات الأميركية وإطلاق سيارة MINI الكلاسيكية مع ازدهار رياضة

الطراز الكلاسيكي من سيارة MINI الرائد في مجال التصميم وقد ترك أثره على أجيال من السيارات الصغيرة مع محرك عرضي، ودفع أمامي وعجلات في الزوايا الأربع ما زالت جزءا من تصميم MINI حتى يومنا هذا.

وسرعان ما أتت مزايها الرياضية إلى تحقيق النجاح على حلبات السباق وفي الراليات حول العالم وقد تكلمت مسيرتها في عالم السباقات بثلاثة انتصارات في رالي مونتني كارلو. وحازت الانتصارات استحسانا واسع النطاق إذ حققت ذلك بوسائل بسيطة وبسيارة متواضعة مقارنة بمناقسيها. في غضون ذلك، انطلقت من هاواي رياضة الركعة التي بالرغم من بساطتها، تتطلب مهارات مميزة وازدادت

في أغسطس 1959، بدأت حقيقة جديدة في تاريخ الولايات المتحدة كما في تاريخ صناعة السيارات الأوروبية فقد أصبح أرخيل هاواي الولاية الأميركية الخمسين وقد صممت MINI طرازها الكلاسيكي كأول سيارة صغيرة.

سريعة طرازات من السيارة هنا وست جزر هناك، محركات مغالية ذات انبعاثات منخفضة من جهة وبراكين تنفث الغازات باستمرار من جهة أخرى. للوهلة الأولى، لا نجد أي قاسم مشترك بين علامة السيارات البريطانية MINI وارخيل هاواي في المحيط الهادئ لكن كليهما يتسمان بالروح وبجانبية فريدة. وتمثل MINI لحبيها حول العالم ما تمثله هاواي للولايات المتحدة وهو تعبير عن فرح الحياة. وكلاهما يحتفل بعيد في الوقت عينه تقريبا، ففي 21 أغسطس 1959 أصبحت هاواي الولاية الأميركية الخمسين وبعدها بخمسة أيام أطلقت MINI رسميا للمرة الأولى في 26 أغسطس 1959.

يشهد إطلاق سيارة ميني الكلاسيكية منذ 54 عاما على بداية واحدة من أبرز قصص النجاح في مجال صناعة السيارات. فقد أنهلت السيارة التي صممها المهندس الأسطوري الكيس إيسيفونس، الجيب باستخدامها البدع للمساحة بحيث توفر مجالاً واسعاً للركاب والأمتعة من دون التضحية بمقاييس السيارة المدمجة، ما جعل