«كواليتي نت»: عرض خاص احتفالاً بـ «كأس العالم»

أعلنت كواليتي نت إطلاق حملتها الخاصة بفعاليات كأس العالم 2014 في ريو دي جانيرو، البرازيل، التي تقدم من خلالها لعملائها الكرام فرصة الاستمتاع بمشاهدة مباريات كأس العالم مجانا، وذلك خلال فترة العرض والذي يستمر حتى تاريخ 19 يونيو 2014.

عيسى الكوهجي

وبهذا الصدد قال مدير عام قطاع المبيعات في كواليتي نت عيسى الكوهجي، إن مع اقتراب موعد الحدث الكروي الأهم عالميا كأس العالم والذي سيقام بالبرازيل بالفترة ما بين 12 يونيو ويستمر لغاية 13 يوليو 2014، والذي يعتبر حدثا رياضيا فريدا من نوعه ينتظره الملايين من سكان العالم وتحديدا عشاق كرة القدم وذلك كل أربعة أعوام متتالية، لذلك تتطلع كواليتي نت إلى الاحتفال بهذا الحدث العالمي المرتقب مع زبائنها وتسعى دائما لإرضاء وتلبية طموحات واحتياجات عملائها بأفضل الطرق ومواكبة جميع الأحداث العالمية، حيث ستتيح الفرصة لعملائها الحصول على اشتراكات كأس العالم بي إن سبورت عند الاشتراك أو التجديد بخدمات الإنترنت المنزلي أوالبرودباند السنوي.

وأضاف الكوهجي، أن العميل سيحصل مجانا على الباقة الرياضية الكاملة «beIN Sports» لمدة سنة والتي تشمل كل القنوات الرياضية بما فيها قنوات عالية الجودة HD المخصصة لنقل فعاليات كأس العالم إضافة إلى جهاز الاستقبال الرقمي العالمي عالي الجودة «HD Digital Satellite Reserve»، حيث سيتوافر العرض عن طريق الفرع الرئيسي وكل أفرعنا.

«البريطانية»: الخدمة الذاتية.. الخيار المستقبلي للمسافرين من الكويت

أجهزة الخدمة الجديدة من «البريطانية»

لقد ولى الزمن الذي يضطر فيه المسافر إلى زيارة وكيل سفريات للحجز على متن إحدى الرحلات، فالمسافرون من الكويت باتوا يعتمدون بشكل متزايد على إجراءات السفر الإلكترونية لحجز وتدقيق مواعيد وجدول الرحلات.

وتشير دراسة أجرتها الخطوط الجوية البريطانية مؤخرا إلى أن 75٪ من المقيمين في الكويت يقومون بحجز رحلاتهم إلكترونيا، حيث يفضل أغلبيتهم الحجز مباشرة من خلال مواقع شركات الطيران مثل ba.com. في الحقيقة، فإن المنافع التي تتيحها التقنية الحديثة لا تقتصر على حجز الرحلات فقط، حيث يستخدم أكثر من 50٪ من المسافرين من الكويت الخدمات الإلكترونية التي توفر عليهم الكثير من الوقت والجهد مثل إكمال إجراءات السفر واختيار مقاعدهم مسبقا.

وتشير النتائج التي خلصت إليها دراسة الخطوط الجوية البريطانية إلى توجه آخذ بالنمو في قطاع السفر ويتمثل باستخدام تكنولوجيا الهواتف المحمولة لتوفير الكثير من الوقت والجهد. وفضلا عن ذلك، تلقي الدراسة الضوء على الزيادة المطردة في أعداد المسافرين من منطقة الشرق الأوسط الذين يفضلون استخدام بطاقات صعود الطائرة التي تعمل في الهواتف المتحركة عند القيام بإحدى الرحلات. وعلى صعيد المنطقة فإن واحدا من بين ستة مسافرين قد اعتمد بطاقة صعود الطائرة الرقمية التي تزيح عنهم المخاوف المتمثلة بفقدان تذاكر السفر أو نسيانها في المنزل أو في أماكن أخرى.

ويقول باولو دي رينزيس، المدير التجاري للخطوط الجوية البريطانية لمنطقة الشرق الأوسط ووسط آسيا، «تحرص الخطوط الجوية البريطانية على الدوام على متابعة واعتماد أحدث الابتكارات بهدف تلبية احتياجات العملاء المتوقعة مستقبلا انطلاقا من اهتمام الشركة على منح المسافرين خدمات عالية الجودة وسلسة ومتميزة».

ويضيف، «وحرصا منا على تبني أحدث الابتكارات المستقبلية بقطاع الطيران، نتابع حاليا المفهوم الجديد الذي سيشكل نقلة نوعية في قطاع السفر، والمتمثل بالترقيم الإلكتروني للحقائب وتوفير خدمة تنزيل الحقائب الذاتية ومحطات الترقيم الذاتية في مطار هيثرو لتقليل الوقت المطلوب أثناء الوقوف في الطوابير والتكفل بمنح المسافرين تجربة مريحة للغاية أثناء وصولهم إلى المطار».

«الدولي» يدعم «تعاونية سعد العبدالله»

مدير التسويق في «الدولي» جاسر النجدي يسلم شيك الدعم

قدم البنك مساهمة مادية لجمعية سعد العبدالله التعاونية، لدعم أنشطة الجمعية الاجتماعية، حيث يعتبر بنك الكويت الدولي دعمه للقطاع التعاوني بصورة عامة هو دعم مستحق، لقطاع استطاع من خلال منظومة تضم قرابة 50 جمعية تعاونية أو سوقا مركزيا، موزعين في كل أنحاء البلاد، أن يضطلع بدور حيوي وفاعل في ترسيخ وإقرار إستراتيجية الأمن الغذائي والتمويني والاستهلاكي لكل سكان الكويت من مواطنين ومقيمين دون استثناء، وتأمين احتياجاتهم اليومية والاستهلاكية.

«VIVA»: شارك السرعة بشريحتين وجهازين واشتراك واحد

أعلنت شركة الاتصالات الكويتية VIVA عن طرح عرض جديد لعملاء الإنترنت يتيح لهم مشاركة الإنترنت الفائقة السرعة من خلال باقة صممت خصوصا بما يتفق مع احتياجات العملاء ويستجيب لها.

ومع هذا العرض الجديد لخدمة الإنترنت المشاركة، سيتمكن عملاء VIVA المشتركين في باقات الدفع الآجل الاشتراك في باقة الـ18 دينارا مع الالتزام بعقد لمدة 24 شهرا والحصول على شريحة ثانية مجانا، وجهاز iPad Mini Retina بسعة 16 غيغابايت مجانا والمزود بالـ 4G، بالإضافة إلى ميني راوتر يعمل على شبكة 4G LTE وذلك للاستمتاع بخدمة إنترنت بمنتهى السرعة والمشاركة بـ 300 غيغابايت من البيانات شهريا.

وسيتمكن عملاء VIVA من وضع شريحة في جهاز الـ iPad 4G والشريحة الثانية في جهاز الميني رواتر وتصفح الإنترنت وقنوات التواصل الاجتماعي بكل حرية لقاء 18 دينارا فقط في الشهر.

وتسعى شركة VIVA دوما إلى توفير كل ما هو جديد ومبتكر لعملائها المشتركين في باقات الدفع المسبق والآجل وتقديم باقات مثيرة تجمع بين التميز في جودة الخدمة والقيمة المالية المضافة. وبصفتها إحدى أبرز شركات الاتصالات في السوق، تلتزم VIVA بتقديم خدمات متميزة تمنح عملاءها تجربة فريدة لا تضاهى.

«الأهلي»: صناديق «أمانات» مجاناً لعملاء بطاقات «بريستيج»

في ظل سعي البنك الأهلي الكويتي لتقديم أفضل الخدمات، يقدم البنك خدمة صناديق الأمانات مجانا للسنة الأولى للعملاء حاملي بطاقة حساب بريستيج، وتأتي هذه الخدمة لتضاف إلى مجموعة كبيرة من المزايا والخدمات الحصرية للعملاء.

وعن الخدمة قال مدير عام إدارة الخدمات المصرفية للأفراد ستيوارت لوكي: «إننا في البنك الأهلي الكويتي نسعى لتقديم المزيد من الأمان والخصوصية لعملاءنا، حيث يمكنهم الآن الاستفادة من خدمة صناديق الأمانات مجانا للسنة الأولى، والمتوافرة في الفروع التالية (الفرع الرئيسي، الأحمدي، الفحيحيل، السالمية، شرق، الفروانية، هدية، الشويخ، القرين، الجهراء، الجابرية، الأندلس، جليب الشيوخ، وفرع مستشفى الصباح).

«أوتوماك» تنظم فحصاً مجانياً لعملاء «هايجر»

في إطار سعيها الدائم لإرضاء عملائها وتقديم أفضل الخدمات والمنتجات لهم، نظمت شركة «أوتوماك»، يوم الأحد الموافق (2014/04/27)، يوما للفحص المجاني في مركز «أوتوماك اكسبرس» في المقر الرئيسي في الشويخ.

حيث قامت «أوتوماك» بدعوة جميع عملائها من مستخدمين سيارات «هايجر»، لفحص سياراتهم من قبل نخبة رفيعة من مهندسي «هايجر» المتخصصين الذين تم استقدامهم مباشرة من الشركة المصنعة لـ «هايجر» في الصين.

وأشرف مدير عام الخدمة لدى «أوتوماك» محمد أبو العون وفريقه على مقابلة العملاء واستمعوا بشكل دقيق إلى ملاحظاتهم وانطبعاتهم عن أداء سياراتهم، وجرى نقل آرائهم إلى المهندسين والتقنيين المتخصصين الذين عملوا بجد للمحافظة على الأداء الرفيع لسيارات «هايجر» وإيصال هذا الأداء إلى مستويات عالية.

واظهر العملاء مستوى عال من الرضا حيال سياراتهم ونوعية الخدمات التي جرى تقديمهما خلال هذا الحدث المميز. وتوفر شركة «أوتوماك» رقابة دقيقة على جودة خدماتها ومنتجاتها، وذلك في إطار التزاماتها العامة لإرضاء العملاء بالدرجة الأولى والعمل الدؤوب والدائم لتعزيز ثقتهم بالشركة ومنتجاتها وخدماتها.

وكانت «أوتوماك» وقعت اتفاقا مع شركة «هايجر» الصينية المختصة في مجال تصنيع الحافلات والشاحنات مثل كابينة المزدوجة (قمارتين)، ودواسات للأبواب، وعجلات من الألمنيوم (رينجات المنيوم)، وعوازل للحماية، وكل ذلك بأسعار تنافسية للغاية.

وتمكنت شركة «هايجر» بوقت قياسي منذ تأسيسها في العام 1998 من أن تصبح واحدة من أفضل ثلاث شركات صينية في مجال تصنيع الحافلات والشاحنات الصغيرة (بيك آب) وشاحنات النقل الخفيف. واكتسبت الشركة سمعة قوية في الصين، أما حول العالم فقد اشتهرت الشركة بمنتجاتها المتنوعة والعملية والفعالة جدا مقابل كلفتها.

ولاقت «هايجر» نجاحا قويا في السوق الكويتي لأن منتجاتها تتمتع أولا، بالجودة العالية والاعتمادية الطويلة، وثانيا، بالتصميم العصري والأنيق، وثالثا بالعملية حيث انها تلبي احتياجات متنوعة تناسب الشركات الكبيرة والمتوسطة، وأيضا العائلات والأفراد.

وتقوم «هايجر» بتصنيع نحو 22 ألف مركبة في العام الواحد موزعة على أكثر من 50 نوعا تتوزع بين حافلات النقل العام والشاحنات الصغيرة وشاحنات النقل الخفيف. وتلتزم الشركة بأرفع المعايير الدولية للسلامة وقد حازت في هذا السياق على جائزة «BIIV» لأمن وسيلة النقل وذلك لخمس سنوات متتالية. و«هايجر» هي شريك مع المصنع السويدي الشهير «سكانيا»، وقد حازت على جوائز محلية وعالمية رفيعة الى جانب قصة نجاحها الاقتصادي المبهر.

الصغيرة وشاحنات النقل الخفيف (بيك آب)، أصبحت من خلاله الوكيل الحصري لهذه العلامة التجارية المميزة في الكويت ومصر، في إطار استراتيجيتها لتوسيع محفظتها من الوكالات وتقديم خيارات وخدمات متنوعة لعملائها.

وتقدم «أوتوماك» لعملائها مجموعة واسعة من أرفع مركبات «هايجر» من الميكروباص وشاحنات النقل الخفيف (بيك آب)، بالإضافة إلى جميع قطع الغيار التي قد يحتاجها العملاء. وجميع مركبات هايجر تأتي مجهزة تجهيزا كاملا لمواجهة أي تحد، وتأتي مجهزة بخيارات عدة،

«نيسان» تطور أول نموذج لسيارة بتقنية «التنظيف الذاتي»

غسيل السيارة أمر ثقيل الظل بالنسبة للكثيرين وقد يكلف مبلغا ليس بالصغير.

ولهذين السببين، بدأت نيسان تجاربها لاستخدام تقنية الطلاء الإبداعية التي تتخلص من الطين ومياه الأمطار والأوساخ العادية، ما يعني عدم حاجة السائقين على الإطلاق لغسل سياراتهم بعد الآن.

وتم استخدام الطلاء الذي تمت هندسته خصيصا للتخلص من المياه والزيوت على سيارة نيسان نوت (Nissan Note) الجديدة كليا لتظهر أول سيارة في العالم تعتمد تقنية التنظيف الذاتي.

ومن أجل تقييم فعالية «الطلاء السوبر» المقاوم للمياه والزيوت في الظروف الحقيقية لتطبيقات ما بعد البيع المحتملة، سيقوم مهندسو مركز نيسان التقني في أوروبا باختبار سيارة نيسان نوت بتقنية التنظيف الذاتي خلال الأشهر المقبلة تحت عدد من الظروف المختلفة.

اضغط على الرابط الإلكتروني التالي لمشاهدة الفيديو:
http://www.newsroom.nissan-europe.com/EU/en-gb/Media/Media.aspx?mediaid=117949 وقد أصبحت نيسان شركة صناعة السيارات الأولى في العالم تطبق هذه التكنولوجيا، والتي تسمى (Ultra-Ever Dry®) على هيكل السيارة. ومن خلال تشكيل طبقة واقية من الهواء بين الطلاء والبيئة الخارجية، تعمل تلك الطبقة بشكل فعال على منع المياه ورذاذ الطريق من تشكيل الأوساخ على سطح السيارة. وهذه ليست المرة الأولى التي تستخدم فيها تقنية «التنظيف الذاتي» على سيارة نيسان نوت، حيث تضم السيارة وظيفة «الغسل والتجفيف» على كاميرا الرؤية الخلفية. وتستخدم تلك التقنية الماء والهواء المضغوط للتخلص من الأوساخ تلقائيا من على عدسة الكاميرا وضمان تشغيل حساسات السلامة في سيارة نيسان نوت الملاحظات تحت كل الظروف. وقال جيرالدين إنجهام، المدير التنفيذي لتسويق نيسان نوت: «تمت هندسة نيسان نوت بعناية شديدة لجعل القيادة أمرا خاليا من الضغوطات على السائق، ويعمل مهندسو نيسان دائما على إيجاد أساليب جديدة لتسهيل حياة العائلات». وأضاف: «نحن ملتزمون بالتعامل مع مشاكل الحياة اليومية التي يواجهها عملاؤنا، وسنعمل بشكل مستمر على تجريب تقنيات مثيرة ومتقدمة مثل تقنية الطلاء المدهشة».

«التجاري» يوثّق «يا زين تُراثنا» الثالثة

اختتم البنك التجاري فعاليات حملة «يا زين تراثنا» الثالثة، هذه الحملة المتميزة والفريدة من نوعها والتي كان البنك قد أطلقها بتاريخ 23 مارس 2014. وقد جاءت هذه الحملة في عامها الثالث لتعكس حرص البنك على إحياء الموروث الشعبي القديم ضمن برامج المسؤولية المجتمعية المبتكرة من ناحية، وإدراكه التام أن التراث الكويتي غني بالعديد من المعاني والعبر التي يجب أن تبقى محفورة في الأذهان.

وفي سياق حديثها عن الحملة التراثية وأهدافها وأنشطتها والنجاح الذي حققته، قالت أماني الورع - مساعد المدير العام - إدارة الإعلان والعلاقات العامة في البنك التجاري الكويتي «لقد قام البنك بإطلاق هذه الحملة في إطار نشاطاته المتأصلة الرامية إلى إحياء التراث الكويتي القديم، ويمكن القول الآن إن الحملة قد حققت الأهداف المرجوة منها، والتي تركزت أساسا على إحياء التراث الكويتي القديم وتعريف جيل الشباب بالعادات والتقاليد الكويتية القديمة، وإطلاعهم على أنماط الحياة التي عاشها الآباء والأجداد ومآثرهم في بناء دولتنا الحبيبة الكويت».

وتابعت أماني الورع قائلة «إن هذه الحملة قد اشتملت على العديد من الأنشطة، كان أبرزها الاحتفالية الكبيرة التي أقامها البنك في متحف الفن الحديث عند إطلاق الحملة والتي حضرها رئيس مجلس الإدارة وأعضاء الإدارة التنفيذية والشخصيات البارزة والعديد من الرسامين الذين ساهموا في إخراج رزنامات التجاري خلال الفترة الماضية وكذلك مدونو مواقع التواصل الاجتماعي».

وتابعت الورع قائلة: إن البنك قد قام أيضا وضمن أنشطة الحملة بافتتاح معرض «فريج التجاري» المصغر في مول 360، لتعريف رواد المول والجمهور الكريم بمعلومات مهمة وشيقة عن التراث الكويتي من خلال أجنحة الفريج الذي تضمن عرضا حيا لبعض الألعاب الشعبية وديوانية التجاري، بالإضافة إلى وجود فرقة شعبية قامت بأداء بعض الأغاني الشعبية القديمة، مشيرة إلى أن فريج التجاري انتقل من مول 360 واستمر على مدى ثلاثة أيام في كل برج الحمراء، ومجمع الكوت.

وفي إطار أنشطة الحملة وبهدف توثيق التراث الكويتي القديم، قام البنك بإنتاج فيلم تعليمي لتثقيف الجمهور والطلبة والطالبات بماضي الكويت الجميل، وقد ألقى الفيلم المذكور الضوء على الأخلاق الطيبة والعادات والتقاليد النبيلة التي تحلى بها الآباء والأجداد، واشتمل الفيلم على شرح بعض مفردات ومرادفات اللهجة الكويتية من خلال شخصية صقر، بالإضافة إلى إطلاع الحضور على أكبر قدر من المعلومات التراثية التي كانت تتداول في الماضي، وقد حقق الفيلم التعليمي نجاحا لافتا من قبل مشاهديه، حيث يمكن للجمهور مشاهدة الفيلم التعليمي على موقع التواصل: http://94o4L5u9JaA=v?www.youtube.com/watch

وبينت أن أنشطة الحملة تضمنت أيضا زيارة عدد من المدارس التابعة لوزارة التربية لاطلاع الطلبة والطالبات على فعاليات الحملة التراثية «يا زين تراثنا» وعرض الفيلم التعليمي الذي قام البنك بإنتاجه خصيصا لهذه المناسبة، وقد جاءت هذه الزيارة لتعزيز سبل التواصل مع الطلبة والطالبات وإثراء معلوماتهم التراثية عن العادات الكويتية وأنماط الحياة التي عاشها الآباء والأجداد في الماضي.

معرض الغذاء الرمضاني برعاية «المخابز الكويتية»

أكد مدير قطاع (وافر) بشركة المخابز الكويتية الوطنية محمد إبراهيم حرص الشركة على رعاية معرض الغذاء الرمضاني الذي تقيمه وتنظمه شركة معرض الكويت الدولي على ارض المعارض الدولية بمشرف في صالة رقم 4 خلال الفترة من 16 إلى 28 يونيو 2014.

محمد إبراهيم

وقال إبراهيم ان مشاركتنا السنوية ورعايتنا لهذا المعرض تأتي من إيماننا بأهمية هذا القطاع، حيث يعد معرض الغذاء الرمضاني من أهم المعارض الموجودة في الكويت خاصة انه من القطاعات الاقتصادية الحيوية التي تخدم الأمن الغذائي بالإضافة إلى كونه يتزامن مع شهر رمضان المبارك، حيث يعتبر فرصة تجمع بين المستهلك والشركات المنتجة، خاصة ان المعرض يستقطب شرائح عديدة من الزوار الأمر الذي يسمح للشركات المشاركة بتوسيع دائرة التعريف بأنشطتها والاطلاع على آخر منتجاتها وزيادة وتنويع طرق وخطط التسويق لديها ونحن نهدف من هذه المشاركة إلى تعريف المستهلك بمنتجاتنا وتقديم العروض الخاصة والأسعار المخفضة احتفالا بقدوم الشهر الكريم.

وذكر ان قطاع (وافر) يمثل أحد قطاعات المواد الغذائية التي تمثل شركة الاتزان المتحدة للتجارة العامة والمقاولات والتي بلغ عمرها في السوق الكويتي 18 عاما وتفخر بعدد موظفيها الذي فاق عددهم الـ 1000 موظف، وتمتلك الشركة العديد من القطاعات الغذائية إضافة إلى (وافر) منها المخابز الكويتية الوطنية (الخبز والصمون والكعك وغيره)، وهناك قطاع الحلويات مثل بي كيك (10 فروع) والتي تشمل جميع الحلويات الشرقية والغربية وحلو القهوة وجميع أنواع الكيك، إضافة الى قطاع العصائر الذي يضم سلسلة أورانج كافيه (4 فروع) والتي من المؤمل استكمال 12 فرعا له بنهاية 2014، وأخيرا هناك قطاع المطاعم كسلسلة مطاعم المعلم (4 فروع) وفطاير ع الطاير (6 فروع)، ومطاعم بيت ديكسون.

وحول استعدادات الشركة لتنشيط المبيعات في رمضان، أكد محمد ابراهيم على حرص الشركة على نيل رضا جميع المستهلكين وتلبية تطلعات أكبر شريحة ممكنة من الجمهور المستهدف، مشيرا الى ان قسم التسويق والمبيعات بالشركة قام ومنذ اشهر بتحضير قائمة واسعة من العروض والتخفيضات المميزة للمستهلك الكويتي على مجمل الأصناف الرمضانية.