



صالح الباطين يتسلم جائزة التكريم من ناصر وثار الرئيس التنفيذي لنيسان الخليج بحضور مديري الباطين ونيسان الخليج

للتسويق والمبيعات وخدمة ما بعد البيع مجموعة «الباطين» تحصد العلامة الكاملة في معايير «نيسان»

الخدمات الواجب تقديمه من قبل جميع الموزعين قبل أن يتم إطلاق النسخة الخامسة منه في 2013 موضحة الحد الأدنى من المعايير الواجب توافرها في خدمات الموزعين المحليين. وكان تساكو كاتاجيري، نائب الرئيس التنفيذي لنيسان موزون، قد سبق له أن صرح خلال فعاليات إطلاق النسخة الخامسة من N-CAM قائلا: «يسعدني اليوم أن أقدم لكم الإصدار الخامس من برنامج N-CAM الذي يحدد أدنى المعايير المطالب بتقديمها من موزعي نيسان المحليين حول العالم والذين أود أن أنتهج الفرصة لشكرهم على الجهد المبذول الذي بذلوه منذ إطلاق النسخة الأولى للبرنامج قبل 8 سنوات تم خلالها تطبيق معايير البرنامج بالكامل من قبل 77 موزعا محليا حول العالم بمستويات عالية من النجاح». واختتم حديثه مؤكدا أن فريق عمل المبيعات حول العالم في سعيه لتحقيق خطة العمل متوسطة الأمد «نيسان باور 88»، سيجافظ دوما بل سيطور من القيمة التي يمثلها موزعو نيسان المحليين حول العالم والذي سيكون لتعاونهم بالغ الأثر في نجاح تحقيق تلك الأهداف.

في الإنجاز الذي حققته نيسان الباطين، وأكد صالح الباطين على سعي المجموعة الدائم لضمان حصول عملاء نيسان على أرقى مستويات الخدمة الموجودة في السوق قبل وخلال وبعد الشراء. وحول هذا التكريم قال الباطين: «هذه الجائزة تأتي بمنزلة تتويج لجهود نيسان الباطين في التطوير المستمر لمستوى الخدمة التي نقدمها لعملائها في مختلف المراكز ومراكز الخدمة، كما أنها تمثل حافزا لنا لمضاعفة تلك الجهود حتى نستمر في ريادتنا لسوق السيارات بالكويت». وكان برنامج نيسان N-CAM قد تم إطلاقه في نسخته الأولى عام 2005 حيث تم نشره بين موزعي نيسان المحليين حاملا بين طياته ومعايير رؤية نيسان موزون للمستوى العالمي من

100% توافقا مع معايير برنامج خريطة الميزة التنافسية لنيسان

في احتفال خاص أقيم بالمقر الرئيسي لمجموعة الباطين بالكويت، كرمت شركة نيسان موزون شركة عبدالمحسن عبدالعزيز الباطين، الوكيل الحصري لسيارات نيسان في الكويت، نظرا لتحقيقها نسبة 100% في التوافق مع معايير برنامج «خريطة الميزة التنافسية لنيسان» - N-CAM - في مجالات التسويق والمبيعات وخدمات ما بعد البيع. وقد حضر التكريم مجموعة من مديري المجموعة يتقدمهم صالح الباطين، الرئيس التنفيذي لمجموعة الباطين، وناصر الباطين، عضو مجلس الإدارة، ومحمد شليبي، رئيس العمليات بالمجموعة كما كان حاضرا من جانب نيسان الخليج كل من الرئيس التنفيذي للشركة، ناصر وثار، ومدير عام التسويق والمبيعات، كامرون كوين، وسام قباني، مدير أول التسويق والمبيعات بنيسان الخليج. وفي معرض حديثه خلال المناسبة أثنى صالح الباطين على الدعم الذي تحصل عليه الشركة من نيسان وخص بالشكر المكتب الإقليمي للتسويق والمبيعات وخدمات ما بعد البيع لدورهم الحيوي



حافظت على مكانتها كأكثر المركبات شعبية في العالم «كورونا»: 1,22 مليون مركبة مبيعة بـ 2013



بيعا للعام 2013، مع تسجيل 1,098,524 مليون مركبة على الصعيد العالمي. وتشمل هذه الأرقام مبيعات مركبة كورولا سيدان والطرازات التي تحمل مسميات أخرى من كورولا على غرار كورولا أكسيو وكورولا التيس وكورولا اي اكس سيدان بأربعة أبواب. وتشير هذه المسميات (أكسيو، التيس، اي اكس) إلى مركبة كورولا سيدان بأربعة أبواب مع اختلاف المسميات في بعض الأسواق العالمية بما في ذلك اليابان. كما تشمل أيضا مركبات كورولا «فيلدر» و«رومينو» بخمسة أبواب. ووفقا إلى الدراسات التحليلية التي أجرتها تويوتا، فإن ادعاءات بعض العلامات التجارية المنافسة والتي تستند إلى مبدأ تسجيل المركبات تحت اسم واحد هي غير دقيقة، حيث إنها قد تكون استبعدت أرقام مبيعات المركبات التي تحمل تسميات فرعية من تويوتا كورولا مثل (أكسيو، التيس، اي اكس، فيلدر، رومينو)، والتي يتم تعريفها وتسويقها على أنها مركبات كورولا سيدان وكورولا واغون (Wagon). ومن منظور المبيعات في منطقة الشرق الأوسط، فإن إطالة كورولا الجديدة كليا في نهاية العام الماضي أكسبتها المزيد من الجاذبية والإقبال لتصل مبيعات تويوتا كورولا إلى 106,388 مركبة مسجلة

الأرقام القياسية تؤكد مدى رضا العملاء والولاء للعلامة التجارية في جميع أنحاء العالم

أعلنت تويوتا عن تخطي مبيعاتها العالمية لمركبتها تويوتا كورولا. أكثر المركبات شعبية في العالم، حاجز 1.22 مليون مركبة خلال العام 2013 وفقا للبيانات الداخلية للشركة المستندة على تقارير المبيعات الفردية على تقارير موزعيها. وتؤكد الزيادة السنوية بنسبة 5% على تنامي شعبية تويوتا كورولا في أوساط عملائها الأوفياء في حوالي 150 دولة ومنطقة حول العالم. هذا وقد تجاوزت المبيعات العالمية التراكمية منذ إطلاقها في العام 1966 حاجز 40.72 مليون مركبة في شهر فبراير من العام 2014، لتتربع بذلك على عرش المركبات الأكثر مبيعا في العالم على الإطلاق. وقال نوبويوكي نيجشي، الممثل الرئيسي للمكتب التنقيصي لشركة تويوتا في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: «تمثل مركبة تويوتا كورولا الوجه العالمي للعلامة التجارية وتضع بصمتها على حياة الملايين من الناس في جميع أنحاء العالم بشكل يومي. وكونها أكثر المركبات مبيعا في العالم ذلك يعبر عن درجة الرضا والولاء الذي يكتنه عملائنا لعلامة تويوتا. ومع تويوتا كورولا فإن العملاء يتمتعون بمركبة تمتاز بسمعة أسطورية عالمية في تقديم قيمة ممتازة، وتكلفة تشغيل منخفضة وقيادة جديرة بالثقة تنبع من الهندسة عالية الجودة، فضلا عن الراحة المطلقة التي توفرها أثناء القيادة. وتمثل تويوتا كورولا 2014 امتدادا لهذا التطور وتشكل إضافة حقيقية لقصة نجاح هذه المركبة الاسطورية على مر السنين». ووفقا لتحليلات بيانات مبيعات تويوتا التي تستند على تقرير «Polk» الخاص بتسجيل المركبات المأخوذة من شركة «IHS Automotive» والتي ترصد 96% من عمليات تسجيل المركبات الجديدة على الصعيد العالمي، فإن تويوتا كورولا هي المركبة الأكثر

22% نموًا بمبيعات «كاديلاك ATS» في المنطقة

جعلها السيارة الأخف لدى كاديلاك. وقد شكلت حلبة نوربرغرينغ الألمانية الشهيرة إحدى أبرز أفضيات التجارب للسيارة، إضافة إلى طرقات أخرى وحلبات سباق ومختبرات حول العالم، حيث قام مهندسو ATS بموازنة الأداء العالي مع سمات كاديلاك المعروفة برقيتها. وتستكمل مقصورة ATS الداخلية التي تركز حول السائق، العناصر الخارجية للسيارة وتدعم تجربة قيادتها. فهي تحتوي على تقنيات مدمجة ومواد حرفية مميزة، حيث صمم كل شيء من أجل توفير قيادة عالية الأداء مباشرة ولا تتطلب جهدا، بدءا من وضعية الدواسات وصولا إلى وضعية مقبض ناقل الحركة.



تتمتع بجميع مزايا السيارة المذهلة، وتجربة قيادة لا تنسى. ويوزنها الذي يعتبر من ضمن الأخف في فئتها - حوالي 1,497 كيلو غرام - تتجذر ديناميكيات القيادة في السيارة عبر الفعالية الشاملة، التي تساعد في

منذ إطلاقها للمرة الأولى في أرجاء الشرق الأوسط بالعام 2013، حققت كاديلاك ATS سمعة لا يمكن مقارنتها - لتبرز كأحد الطرازات الفاخرة والرائدة في المنطقة. وفي الواقع، بعد وجودها في الأسواق لحوالي 12 شهرا، يستمر هذا الطراز المتميز في تسجيل أرقام إيجابية في المبيعات، وحصد اهتمام قوي خاصة لدى السائقين من الشباب الذين يبحثون عن سيارة خاصة تقدم مزايا القوة في الأداء، والتصميم الفريد، والتطورات التكنولوجية الفنية. وفي حقيقة الأمر دفعت ATS 2014 نتائج النمو في مبيعات العلامة بمنطقة الشرق الأوسط خلال العام الماضي، حيث حققت 22% من النتائج الإجمالية لمبيعات العلامة. ويقول نديم غريب، المدير الإقليمي لعلامة كاديلاك في الشرق الأوسط: «لا يعتبر نجاح مبيعات كاديلاك ATS 2014 - في الفئة الشبانية من السوق - أمرا مفاجئا، ففي الواقع، تقدم سيارة السيدان الرياضية الفاخرة والمدمجة توازنا رائعا من الأداء والتحسينات، في ترجمة متطورة للفن والعلم التي تتبناها كاديلاك. إنها



المجلة الاقتصادية

فروع المصارف الأجنبية
من اسواق المنطقة
أرض البنية التحتية ذات
الرسالة الطيبة

كلمة السر في البورصات
لا تضع كل البيض بسلة واحدة

المصارف العربية جميع على
التزام المعايير المتقدمة
الموضحة من قبل الرأى

خارطة AON للأخطار
السياسية في العالم
السياسة 2013

حكم نقابي اجلس الشورى
ببطل غرامة وزارة تعسفية

المرافق العشرون الأولى
في العالم

الخفيايات خاصة بالنيسان الاقتصادية

معرض لتكنولوجيا المياه والفلتر والبيئة WETEX | المنتدى السنوي لإدارة المخاطر | مؤتمر التكافل العالمي - دبي | أسبوع لبنان في جدة | المؤتمر المصرفي العربي - عمان

Labanon Head Office: Beirut - Badaro Area, Sams El Solh Boulevard, Rahal Building - 6th Floor, P.O.Box: 11-1510, Riad El Solh 11072080, Phone: +961 1 396805, Fax: +961 1 396417

Algeria: +213 7 95127003, Bahrain: +973 3 8635320, Egypt: +20 1 44677881

France: +33 7 85438433, +33 6 45683951, Jordan: +962 79835295, Kuwait: +965 97767487

Oman: +968 98538839, Qatar: +974 55 062495, Saudi Arabia: +966 55 8846200, +963 96 8499784

Sudan: +249 99 9126203, Syria: +963 11 6667102, +963 11 6620670, +963 96 8499784

Tunisia: +216 23 039777, United Arab Emirates: +971 50 7594858, +971 50 9637944, Yemen: +967 73 7452220

www.albayanmagazine.com | info@albayanmagazine.com