

«فولكس واجن» الشرق الأوسط تدعو السائقين إلى طرح الأسئلة عبر #AskVW



تقدم فولكس واجن الشرق الأوسط لمحبي سياراتها فرصة طرح أي سؤال متعلق بالسيارات على خبائها والحصول على استجابة شخصية عبر خدمة جديدة تطرح على وسائل الإعلام الاجتماعية.

فسواء طلبت معلومات عن أحدث الطرازات أو مواقع أقرب صالات العرض، على محبي فولكس واجن ببساطة طرح السؤال على صفحاتهم الشخصية على فيس بوك أو تويتر (مع التأكد من أنها ليست سرية) أو عن طريق صفحات فولكس واجن الشرق الأوسط على فيس بوك أو تويتر، وإضافة هاشتاغ #AskVW للمتمتع بإمكانية الوصول المباشر إلى فنيين معتمدين من فولكس واجن وذلك حتى نهاية شهر أكتوبر الجاري.

وبعد ذلك يتم إعداد أجوبة شخصية - متاحة باللغتين الإنجليزية والعربية - ومشاركتها عبر صفحة فيس بوك فولكس واجن الشرق الأوسط وربطها بالساتلين.

وسيقوم فريق من خبراء فولكس واجن أيضا بإنتاج فيديوهات تتضمن أكثر الأسئلة تكرارا عبر #AskVW، والتي ستكون متاحة على قناة يوتيوب #AskVW لفولكس واجن الشرق الأوسط.

إلى ذلك قال توماس ميلز، المدير العام لفولكس واجن الشرق الأوسط: «مع استمرار وسائل الإعلام الاجتماعية في اختراق المشهد الاجتماعي والتجاري للأعمال، يتوجه المزيد من الناس إلى شبكة الإنترنت للحصول على أحدث المعلومات، ولتلبية احتياجات عملائنا اليوم، عززنا خدمة الإنترنت مع إطلاق #AskVW لتوجيه خبرتنا إلى الجيل الرقمي من عشاق السيارات في الشرق الأوسط».

وشجع قائلا: «لمعرفة المزيد عن فولكس واجن، نحن نحث الجميع على تجربة #AskVW».

يأتي إطلاق #AskVW كجزء من جهود العلامة التجارية لتوسيع تواجدها الإقليمي والالتزام بالتميز في الخدمة مع إطلاق عدد متزايد من نقاط التواصل الجديدة والمحسنة مع العملاء في كل أنحاء الشرق الأوسط.

«زين» تنظم ورشة تنويرية لمشركي «التحدي العربي لتطبيقات الجوال»



جانب من الورشة

أعلنت شركة زين الكويت عن انطلاق أول أنشطة «التحدي العربي لتطبيقات الجوال» AMAC، البرنامج الأكبر من نوعه في مجال برمجة تطبيقات الأجهزة الخفيفة على مستوى المنطقة العربية، والذي يأتي بشراكة «زين» الاستراتيجية، وذلك بعد تنظيمها للورشة التوعيبية الأولى لمشركي التحدي في مقرها الرئيسي في الشويخ.

وأفادت الشركة في بيان صحافي بأنها قامت بلقاء الشباب المشارك في النسخة الثانية من «التحدي العربي لتطبيقات الجوال» في مقرها الرئيسي، وذلك ليبحث ومناقشة أولى الخطوات اللازمة للمبدء في البرنامج، إلى جانب تزويدهم بالمعلومات الأساسية التي يحتاجونها خلال المراحل الحيوية المقبلة من التحدي، حيث مازال باب التسجيل مفتوحا حتى 15 من أكتوبر الجاري.

وأوضحت زين أن شركائها لفعاليات التحدي الذي يعتبر الأكبر من نوعه في المنطقة تتماشى مع خططها الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، والتي تهدف من خلالها إلى تشجيع الشباب على تطوير مهاراتهم وتزويدهم بالبيئة المناسبة ليطبقوا العنان لإبداعاتهم في شتى المجالات، وخصوصا مجال البرمجة وتكنولوجيا المعلومات الذي بات من القطاعات الحيوية.

وأضافت الشركة أن ورشة العمل التوعيبية هدفت إلى توجيه المشاركين والإجابة عن جميع استفساراتهم المتعلقة بالتحدي، حيث تواجد فريق مكون من موجهين وخبراء من اللجنة المنظمة للتحدي في مقر الشركة وقاموا بتقديم جميع التفاصيل الخاصة بمرحلة التحدي القادمة، هذا بالإضافة لتعيين موجه خاص لكل فريق متابعتهم وتوجيههم أثناء مراحل التحدي المختلفة.

وأشارت زين إلى أن «التحدي العربي لتطبيقات الجوال» سيقدّم منصة إبداعية للشباب الراغبين في تطوير قدراتهم وتوفير الأدوات والفرص اللازمة لهم لتقديم أفكارهم وتحسين تطبيقاتهم بالشكل الذي يطور من هذه الصناعة في منطقة الشرق الأوسط، مبيحة أن «التحدي» يركز على تزويد المشاركين بالمعلومات التي تطلّهم على كيفية اقتناص الفرص المناسبة في بيئة العمل، بالإضافة لوسائل إطلاق المنتجات من خلال التطبيقات الجوالية وكيفية إجراء الدراسات والأبحاث المناسبة قبل إطلاق منتجاتهم وخدماتهم في السوق الافتراضي.

وبيّنت الشركة أن المتسابقين سيقومون بخوض تجربة مفعمة بالحماص على مدار شهر أكتوبر الجاري، وذلك خلال مرحلة التدريب الأولى، وسيكونون على موعد مع مجموعة من الجلسات التدريبية التي ستقام في الكويت أبرزها ورشة العمل التوعيبية التي أقيمت في مقر زين الرئيسي، وعن بقية المحطات التي سيمر عليها المشاركون في البرنامج كشفت زين أن مرحلة التدريب ستتبعها محطات محوريتان وفي غاية الأهمية، حيث تتمثل المرحلة الأولى في فعاليات حفل عمان في المملكة الأردنية الهاشمية، والذي سيشهد حضور المتأهلين من جميع الدول المشاركة في التحدي إلى المرحلة المتقدمة لصفقات مهاراتهم بشكل نهائي من خلال العمل الجماعي وجلسة التحكيم لاختيار الفائزين، حيث ستقوم زين بتحمل تكاليف الرحلة لمضويين من أفضل فريقي يتأهلان من الكويت، وأضاف زين أن المرحلة الأخيرة من التحدي ستقام على مستوى عالمي، حيث سيتمكن الفائزون من تحقيق أحلامهم لحضور فعاليات المنتدى العالمي للاتصالات الذي سيقام في برشلونة مطلع العام القادم، والمشاركة في التحدي العالمي لتطبيقات الجوال، والذي يعتبر أكبر التحديات الخاصة في مجال برمجة التطبيقات على مستوى العالم.



لقطة جماعية لمديري شركة اليوسفي وشركة سامسونغ

بالاشتراك مع «سامسونغ»

«عيسى حسين اليوسفي وأولاده» تطرح أحدث تقنيات الإضاءة LED



وائل ديب مدير عام ادارة المبيعات

وقال: «بصفتها حلا فعالا وشركة سامسونغ في وضع ممتاز ومناسب لتقديم حلول LED للبيوت الذكية والمباني الذكية في المستقبل. وبين أن منتجات اضاءة سامسونغ LED تصمم لكل من قطاعات السوق المتعلقة بالشركات إلى العملاء والشركات».

كما تحدث نائب المدير العام لقسم الحلول الذكية وأنظمة الإضاءة في شركة عيسى حسين اليوسفي باسل حجازي عن أنشطة الشركة وأهمية أنظمة اضاءة LED في سوق الكويت، كما تحدث عن المشاريع الحالية والمستقبلية بالتعاون من شركة سامسونغ الخليج للإلكترونيات.

الربط بين نمط حياة عملائنا وشركة سامسونغ في وضع ممتاز ومناسب لتقديم حلول LED للبيوت الذكية والمباني الذكية في المستقبل. وبين أن منتجات اضاءة سامسونغ LED تصمم لكل من قطاعات السوق المتعلقة بالشركات إلى العملاء والشركات».

كما صرح مدير مجموعة الأعمال التجارية في شركة سامسونغ الخليج للإلكترونيات خالد كامل قائلا: «استنادا إلى تجربتنا وخبرتنا الواسعة في مجال تكنولوجيا اضاءة LED والموصلات الكهربائية وكذلك معرفتنا بصناعة الأجهزة الكهربائية تتمتع بوضع فريد لتقديم الحلول الذكية الرائعة لصناعة اضاءة LED. ان هدفنا الرئيسي يتمثل في



عارف اليوسفي نائب رئيس مجلس الادارة

إدارة شركة سامسونغ المحترمين وكل ضيوف المدعو شركة اليوسفي بالإضافة إلى رجال الصحافة ووسائل الإعلام الذين غطوا هذه الاحتفالية، متمنيا لهم تجربة رائعة في هذه الأسمبة.

وقال ان أحدث منتجات اضاءة LED من سامسونغ تسمح للشركات بتحديث اضاءتها بسهولة وبتكاليف معقولة من الإضاءة التقليدية إلى لمبات LED باستخدام نفس التركيبات مع تحقيق توفير كبير في استهلاك الكهرباء والتكاليف. لمبات اضاءة LED التي تدوم أكثر سطوعا من الملمبات

أعلنت شركة عيسى حسين اليوسفي وأولاده وبالاشتراك مع شركة سامسونغ للإلكترونيات المحدودة عن طرح أحدث منتجات الإضاءة LED في الكويت. فقد تم طرح أحدث مجموعة من منتجات لمبات اضاءة LED في السوق خلال احتفالية كبيرة أقيمت في فندق الجيميرة شاطئ المسيلة حضرها ضيوف الشركة الذين بلغ عددهم تقريبا 200 موزع وشركة بالإضافة إلى مديري إدارة شركة عيسى حسين اليوسفي وسامسونغ.

وفي البداية، رحب المدير العام لشركة عيسى حسين اليوسفي وائل ديب بفرق

«إنفينيتي» تشعل قطاع السيارات الفاخرة في العالم بانطلاقة جديدة

ملاحها التي تحنني بروعة. كما تفتح الأبواب بأسلوب البوابة لتطل عليك المقصورة الداخلية ذات اللمسات الفنية الرائعة والتي تحاكي الحواس، وتمنح أربعة مقاعد جلدية فريدة أهمية متساوية للسائق والركاب، بينما يعطي السقف الزجاجي بيئة مفعمة بالنور ومهواة بشكل جيد.

وتعرض Q80 أنيسيريشن ابتكارات بارعة، ومنها تكنولوجيا القيادة ذاتية التحكم لتعزيز تجربة القيادة. كما تقدم لحة عالية عن المحرك الهجين الكهربائي والفعال وعالي الأداء الذي من المتوقع أن يولد قوة 550 حصانا ويستهلك 5,5 لترات من الوقود لكل 100 كم.

بالإضافة إلى ذلك، ظهرت إنفينيتي Q70 الجديدة طراز

ملاحها التي تحنني بروعة. كما تفتح الأبواب بأسلوب البوابة لتطل عليك المقصورة الداخلية ذات اللمسات الفنية الرائعة والتي تحاكي الحواس، وتمنح أربعة مقاعد جلدية فريدة أهمية متساوية للسائق والركاب، بينما يعطي السقف الزجاجي بيئة مفعمة بالنور ومهواة بشكل جيد.

وتعرض Q80 أنيسيريشن ابتكارات بارعة، ومنها تكنولوجيا القيادة ذاتية التحكم لتعزيز تجربة القيادة. كما تقدم لحة عالية عن المحرك الهجين الكهربائي والفعال وعالي الأداء الذي من المتوقع أن يولد قوة 550 حصانا ويستهلك 5,5 لترات من الوقود لكل 100 كم.

بالإضافة إلى ذلك، ظهرت إنفينيتي Q70 الجديدة طراز



قيمة العلامة التجارية لـ «كيا» موتورز تقفز 480% منذ 2007

البرازيل وبطولة استراليا المفتوحة لكرة المضرب، وحملة تسويقية مستمرة تشمل تدشين اثني عشر طرازا من طرازات الجيل القادم أو الطرازات المطورة على نحو ملحوظ في عام 2013 و2014، وارتفاع بنسبة 4% في متوسط سعر بيع السيارات المصدرة خلال النصف الأول من 2014 مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي.

دراسة العام الحالي ان الارتفاع في قيمة العلامة التجارية يمثل أكثر من ضعف متوسط نمو قيمة العلامة التجارية لأكثر 100 شركة والبالغ 7.7% ويعود الارتفاع الكبير في قيمة علامة كيا التجارية خلال العام الماضي إلى عوامل عديدة تشمل استمرار تنفيذ الفعاليات التسويقية لصناعة السيارات من الصعود بتسعة مراكز إلى المرتبة 74. وتقول

التي بلغت 4,1 مليارات دولار، وارتفعت بأربعة مراكز إلى المركز 83 في دراسة عام 2013 بزيادة بنسبة 15% في قيمة العلامة التجارية بلغت 4,7 مليارات دولار. وخلال العام الماضي، ارتفعت قيمة علامة كيا التجارية بنسبة 15% أخرى لتبلغ 5,4 مليارات دولار، ما مكن الشركة الكورية لصناعة السيارات من الصعود بتسعة مراكز إلى المرتبة 74. وتقول

2014، والتي تم الإعلان عنها اليوم، ويفوق هذا الارتفاع في قيمة العلامة التجارية بهامش كبير معدل النمو خلال نفس الفترة لجميع صانعي السيارات الأحد عشر الآخرين على قائمة العام الحالي. كما أدرجت كيا للمرة الأولى في قائمة انتربراند لأفضل 100 علامة تجارية عالمية عام 2012، وجاءت في المرتبة 87 من ناحية قيمة العلامة التجارية



دبي: منذ إعلان إدارة التصميم في شركة كيا موتورز «الدافع الجوهرى» لنمو الشركة المستقبلية وتعيين بيتر شراير بمنصب الرئيس التنفيذي للتصميم عام 2007، قفزت قيمة العلامة التجارية للشركة بنسبة 480% من 929 مليون دولار إلى 5,4 مليارات دولار، حسب قائمة انتربراند الحصيرة التي تشمل «أفضل 100 علامة تجارية عالمية لسنة