

## «VIVA» تطلق المتجر الإلكتروني للتسوق عبر موقعها تعزيزاً لراحة عملائها

حرصاً على نيل رضاهم وتخطي توقعاتهم، وستسعى VIVA إلى توفير أحدث خدمات القيمة المضافة، في ظل شغفها وحرصها الشديد على تقديم خدمات مميزة لعملائها الكرام ما يجعلها أقرب لهم وأسرع في تلبية متطلباتهم.

سوف يتمكن عملاء الشركة من اختيار ما يناسب متطلباتهم ويلي احتياجاتهم من المنتجات والخدمات والعروض المميزة، ووضعها في سلة التسوق ومن ثم الخروج والانتقال إلى بوابة الدفع الآمنة المتوافقة مع معايير وسياسة الدفع الآمنة. وتتوفر خدمة المتجر الإلكتروني مدار 24 ساعة في اليوم كل أيام الأسبوع، ما يتيح لعملاء VIVA سهولة التصرف ومشاهدة المنتجات والخدمات والمقالات عن عرض الصور والفيديوهات المتعلقة بالخدمات والمنتجات الخاصة. بالإضافة إلى ذلك، يتيح المتجر الإلكتروني لعملاء VIVA تسلم منتجاتهم المفضلة وتحديد موعد ملأهم لتوصيل مشترياتهم إلى المكان أو الزمان الذي يناسبهم. ويأتي إطلاق هذه الخدمة تأكيداً على التزام VIVA بمنح عملائها كل ما هو جديد وفريد في عالم الاتصالات

أعلنت شركة الاتصالات الكويتية VIVA عن إطلاق متجرها الإلكتروني (E-Store) لتعزيز راحة عملاء VIVA بالاستمتاع والاستفادة من تجربة التسوق عبر الإنترنت، وسوف تكون الخدمة الجديدة متاحة لكل عملاء VIVA اعتباراً من 16 ديسمبر الجاري وذلك من خلال موقع الشركة الإلكتروني www.viva.com.kw. وتسعى VIVA دوماً وراء مفاهيم مبتكرة جديدة لتعزيز قنوات التواصل مع عملائها حينما تواجدوا. ومع إطلاق هذه الخدمة الجديدة، تكون VIVA أكثر قرباً من عملائها وتقديم حلول الدفع أكثر سهولة من ذي قبل. ويهدف المتجر الإلكتروني إلى تسهيل تحديثات التجارة الإلكترونية من خلال آراء تجربة فريدة وديناميكية وتوفير منصة تفاعلية لكل عملاء VIVA للاستمتاع بهذه الخدمة المتميزة. ومن خلال خدمة المتجر الإلكتروني عبر موقع VIVA، منافسين.



## «الأهلي»: مريم غازي تفوز بالسحب الأول لخدمة الرسائل النصية

الرسائل النصية خلال فترة العرض، موجهة تهنئته للفائز في السحب الأول للمشاركين في خدمة الرسائل النصية.

ورصيد البطاقة الائتمانية وأسعار صرف العملات التتالي يكون العميل لما بكل معاملاته المصرفية في كل الأوقات وبكل سهولة أو لا بأول. وقال لوكي: «ما يزال العرض مستمراً حتى 31 ديسمبر الجاري».

وأضاف للحصول على فرصة الفوز بجهاز آيفون 6 بس كل ما عليك فعله هو الاشتراك بخدمة

أجرى البنك الأهلي الكويتي السحب الأسبوعي الأول على عرض خدمة الرسائل النصية في المبنى الرئيسي بحضور وإشراف مندوب وزارة التجارة والصناعة، حيث يقدم البنك أجهزة آيفون 6 بلس للفائزين أسبوعياً من مشركي عرض خدمة الرسائل النصية والذي أطلقه البنك مؤخراً ويمتد خلال الفترة من 1 ديسمبر حتى 31 ديسمبر 2014.

وتحت شعار «الابتكار» تناولت جلسات المنتدى اتجاهات في جوانب مثل التقارب الرقمي والهواتف النقالة والسفر والتمكين المالي والبيانات الكبيرة والأمن والمشاركين القادات المصرفية التنفيذية من أكبر البنوك في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا.



مريم غازي تتسلم الجائزة

## «شركات لاجين» تشارك في معرض التكايف الكويتي للشركات والصناعات الوطنية

التي تجمع تحت سقف واحد نخبة من المتخصصين في مجال الصناعات الوطنية والحرفية، وذلك في ظل التوجهات لإبراز تاريخ الكويت الصناعي العريق والمتنوع. إن مشاركة شركات لاجين في معرض التكايف الوطني مشروع الذي من شأنه دعم المنتج الوطني وحث الشباب الكويتي للمنهوض في مجال الصناعة الوطنية لما هو أفضل دائماً. ويعتبر معرض التكايف الكويتي للشركات والصناعات الوطنية هو الأول من نوعه في الكويت، حيث إن له أهدافاً وطنية واجتماعية تعمل على تأمين أهمية الصناعة في الكويت وأهمية دور المواطن والمنتج المحلي، وكذلك تعزيز مفهوم التكايف الكويتي الصناعي وما له من دور بالغ الأهمية في إنقاذ التنمية المستدامة والمستقبل الزاهر، بالإضافة إلى دعم الدور الصناعي محلياً ودولياً وإظهار أهميته في رفع الاقتصاد المحلي وتنشيط القطاع الصناعي متمثلاً في الشركات المحلية باستقطاب العمالة الوطنية وترغيبها في السعي نحو الصناعة والقضاء على البطالة.

والاستغلال الأمثل للطاقات الوطنية الشبابية الكويتية وحثها على التميز والتقدم في مجال الصناعة. وعن آفاق الشركة المستقبلية، أكد الأمير أن الشركات تهدف إلى توسيع حصتها السوقية بتنفيذ مشاريع في الدول العربية الشقيقة المجاورة بوقت قياسي كما تميزت الشركة خلال الأعوام الأخيرة بإرقام قياسية غير مسبوقة بعدد عملائها والانتشار في الأسواق الدولية.

ولم تقتصر إدارة الشركة على الوطن العربي فقط، بل وصلت لإبرام اتفاقيات تجارية دولية مع شركات أوروبية كبيرة، حيث إن رؤية شركات لاجين منذ التأسيس النهوض بالمنتج الوطني الكويتي وجعله منتجاً عالمياً عالي الجودة وطرحه في الأسواق العربية والعالمية لينافس المنتجات العربية والعالمية ولتحل أعلى مراتب التميز والإبداع في الأسواق العربية والعالمية وتوافره، وذلك أيدي عملاء الشركة باختلاف مواقعهم واستخداماتهم.

وفي معرض تعليقه على هذه المشاركة، أفاد يوسف الأمير بأن مشاركة الشركة في معرض متخصص بالصناعات الوطنية بهذا الحجم، إنما يؤكد حرص الشركة على التواجد في الفعاليات والمعارض المهمة على الصعيدين المحلي والدولي. وأضاف أن ذلك يأتي ضمن إستراتيجية الشركة الرامية إلى دعم مثل تلك المعارض والمؤتمرات

أعلنت شركات لاجين والتي تضم كلا من شركة لاجين المتخصصة للتجارة العامة والمخاولات، مصنع لاجين للمعادن. لاجين انترناشونال لأعمال التجارة والديكور، لاجين انترسال ديزاين، مشاركتها في معرض التكايف الكويتي للشركات والصناعات الوطنية والذي سيقام بمعرض الكويت الدولي الكائن بمنطقة مشرف قاعة (8) من 9 - 14 فبراير 2015 تحت رعاية محمد فهد العمري مدير عام الهيئة العامة للصناعة. وقد صرح مدير عام شركات لاجين يوسف الأمير بأن شركات لاجين قد تأسست سنة 1995 واستطاعت في وقت قياسي أن تحتل مكانة مرموقة بين أكبر الشركات التي ساهمت في تطوير وبناء وتنمية الكويت في المجال الصناعي الوطني، وأكد حرص الشركة على تبني سياسة الجودة في الأداء عن طريق تقديم خدمات مميزة للعملاء، وذلك بحصولها المتجدد على شهادات الجودة العالمية.

وأفاد بأن شركات لاجين قامت بتوفير أكبر تشكيلة من المنتجات والموديلات الحديثة التي تضم مجموعة واسعة من مختلف الأشكال والألوان والموديلات من مداخل الأبواب الرئيسية والأسوار الخارجية والرابزينات والحمايات المعدنية والديكورات والأبواب الخشبية بالإضافة إلى توفير جميع الخدمات الخاصة بمجال المعادن للقلل الحكومية بما يناسب جميع الأنواع والمستويات وبأسعار تنافسية وبايد كويتية وطنية مع محافظتها بشتى إداراتها على أسس التطوير والتجديد وفتح أسواق جديدة بشكل دوري، لذا جعلت إدارة الشركات من عامل التطور أساساً في رؤية الشركة وجزءاً لا يتجزأ من رسالتها الشركات العاملة على هيكلها التنظيمي والإداري للمنهوض بالمنتج الوطني والتطوير



يوسف الأمير خلال توقيع العقد

## 15 سنة فترة ائتمان و12 شهراً لاستحقاق القسط الأول

# «بيتك» يطلق حملة جديدة لتمويل أعمال التشطيبات

مشيراً إلى ان الحملة تلبى احتياجات اصحاب القسائم بالمناطق الجديدة واصحاب قسائم السكن الاستثماري والخاص والقسائم الصناعية والراغبين في البناء والترميم والصيانة، وذلك في ظل النهضة العمرانية التي تشهدها الكويت وزيادة الطلب على مواد البناء والاعمال الإنشائية وازدياد عدد القسائم الجديدة والتمدد العمراني.

ولفت الخالد إلى ان سوق المواد والأعمال الإنشائية في الكويت يشهد انتعاشاً بفضل ارتفاع عدد القسائم الجديدة المطروحة وانشاء المدن السكنية، مؤكداً أهمية دور «بيتك» في السوق كداعم مهم لمختلف مجالات سوق التجزئة على المستوى المحلي حيث يقوم «بيتك» بدعم وتنشيط حركة التجارة وذلك من خلال تنوع الأنشطة التمويلية التي يقدمها «بيتك» من

الهادفة إلى إبراز دور «بيتك» في خدمة العميل بجميع السبل المتاحة، والمحافظة على قاعدة العملاء الواسعة لدى «بيتك» وكذلك استقطاب عملاء جدد، هذا فضلاً عن تحقيق الأهداف البيعية للتمويل المقسط، وزيادة حصة «بيتك» السوقية والمساهمة في دفع عجلة الاقتصاد من خلال مكانته وشراكاته مع الموردين. وأضاف الخالد ان حملة «بنائتي.. من الهيكل الأسود إلى التسليم» تمتد حتى 20 يناير 2015، وتلبي جميع احتياجات العملاء في التمويل المقسط على جميع أنواع التشطيبات دون استثناء من التكيف والإلتبوم والمصاعد والرخام والكسوة الخارجية وخشب المنجور وغيرها من المستلزمات بالتعاون مع كبرى شركات المواد والاعمال الإنشائية في الكويت،

الهادفة إلى إبراز دور «بيتك» في خدمة العميل بجميع السبل المتاحة، والمحافظة على قاعدة العملاء الواسعة لدى «بيتك» وكذلك استقطاب عملاء جدد، هذا فضلاً عن تحقيق الأهداف البيعية للتمويل المقسط، وزيادة حصة «بيتك» السوقية والمساهمة في دفع عجلة الاقتصاد من خلال مكانته وشراكاته مع الموردين. وأضاف الخالد ان حملة «بنائتي.. من الهيكل الأسود إلى التسليم» تمتد حتى 20 يناير 2015، وتلبي جميع احتياجات العملاء في التمويل المقسط على جميع أنواع التشطيبات دون استثناء من التكيف والإلتبوم والمصاعد والرخام والكسوة الخارجية وخشب المنجور وغيرها من المستلزمات بالتعاون مع كبرى شركات المواد والاعمال الإنشائية في الكويت،



أحمد الخالد

أطلق بيتك التمويل الكويتي (بيتك) حملة ترويجية جديدة بعنوان «بنائتي.. من الهيكل الأسود إلى التسليم»، يقوم «بيتك» من خلالها بتقديم التمويل للعملاء للقيام بجميع أعمال التشطيبات والصيانة والترميم بميزات تحقق طموحاتهم وتلبي احتياجاتهم في التمويل المقسط، وكذلك تساهم في تنمية الحركة العمرانية في البلاد ودعم السوق المحلي وتنشيط أعمال الموردين.

وقال نائب المدير العام للخدمات التجارية في «بيتك» أحمد محمد الخالد في تصريح صحفي، ان الحملة تتمتع بميزات فريدة تصل فيها نسبة التمويل إلى 70 ألف دينار، وفترة ائتمان تصل إلى 15 سنة، و12 شهراً لاستحقاق القسط الأول وهامش ربح تنافسي، مشيراً إلى انها تأتي في اطار الخطوات

## في منتدى ماستر كارد للإبداع

# «بوبيان» يستعرض تجربته في سوق بطاقات الائتمان

اتخاذها لزيادة الاستفادة من هذه الفرصة على الصعيدين المحلي والعالمي. يذكر أن منتدى الإبداع لماستر كارد يعتبر من أكبر المنديات والمؤتمرات التي تتناول التطورات في عالم بطاقات الائتمان، حيث يشارك فيه دوماً خبراء من الشركات الرائدة في هذا القطاع. وخلال المنتدى الأخير وتحت شعار «الابتكار» تناولت جلسات المنتدى اتجاهات في جوانب مثل التقارب الرقمي والهواتف النقالة والسفر والتمكين المالي والبيانات الكبيرة والأمن والمشاركين القادات المصرفية التنفيذية من أكبر البنوك في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا.

كما تناولت محاضرة التويجيري أيضاً توضيحاً لمختلف الأنواع التي يتكون منها السوق في الدول العربية والإسلامية ومراكز الصرف والقطاعات الأكثر انفاقاً مثل الأغذية والمشروبات والسفر والملابس والموضة والأدوية ومستحضرات التجميل والإعلام والترفيه والخدمات اللوجستية.

وتسرق الحديث كذلك إلى حجم سوق نمط الحياة الإسلامي الذي تصل قيمته إلى 1,6 تريليون دولار أميركي حيث اجاب التويجيري عن الكثير من الأسئلة والاستفسارات حول التمويل الإسلامي، وكيفية استغلال البنوك لسوق أسلوب الحياة الإسلامي، والخطوات الأخرى التي يمكن



عبدالله التويجيري خلال المنتدى

ناجحا لتميز العملاء وخدمتهم بشكل عملي منطوق. كما استعرض التويجيري آخر الاتجاهات في المصرفية الإسلامية والتطورات التي شهدها سوق المعاملات المصرفية الإسلامية في السنوات الاخيرة وعلاقة ذلك باستخدام البطاقات

في إطار مشاركاته الدولية شارك بنك بوبيان في منتدى الإبداع الخاص ببطاقات الدفع العالمية الذي نظمته مؤخراً في سنغافورة شركة ماستر كارد بمشاركة أكثر من 350 من الشركات المصدرة والمستحوذة على البطاقات بالإضافة إلى شركاء ماستر كارد لتبادل آخر الابتكارات في قطاع بطاقات الدفع.

ومثل بنك بوبيان في المنتدى نائب الرئيس التنفيذي عبدالله النجران التويجيري الذي قام باستعراض أبرز الإنجازات التي حققها بنك بوبيان في هذا المجال لاسيما حملته المميزة «استرجع حتى 5% نقدا عند استخدام بطاقات الائتمانية» والتي تعتبر من انجح الحملات على مستوى الكويت والمنطقة ونموذجاً

## تعيد افتتاح فرعها في مصر قريبا

# «غلوبال فرانشايز» تجدد عقود التدريب مع وزارة النفط

الشركة المهنية تقدمها وفق أفضل المعايير والممارسات العالمية وتشمل إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية في الكويت سواء فيما يتعلق ذلك بتأسيس شركة جديدة أو إضافة نشاط جديد أو توسعة نشاط لشركة قائمة، كما تقدم برامج تهدف إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة لإعداد المتدربين لمواجهة التغييرات في السوق والتكنولوجيا، علاوة على ذلك تقوم في نهاية البرامج منح الطلاب شهادات المهنية، مشيرة إلى

الشركة المهنية تقدمها وفق أفضل المعايير والممارسات العالمية وتشمل إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية في الكويت سواء فيما يتعلق ذلك بتأسيس شركة جديدة أو إضافة نشاط جديد أو توسعة نشاط لشركة قائمة، كما تقدم برامج تهدف إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة لإعداد المتدربين لمواجهة التغييرات في السوق والتكنولوجيا، علاوة على ذلك تقوم في نهاية البرامج منح الطلاب شهادات المهنية، مشيرة إلى



سارة المنصور

قالت الرئيس التنفيذي في شركة مجموعة غلوبال فرانشايز للتدريب والاستشارات الإدارية سارة المنصور أن الشركة استطاعت تجديد عقودها السنوية مع وزارة النفط لواصلت تقديم خدماتها في مجال التدريب والاستشارات، مشيرة إلى أن غلوبال فرانشايز تعتمد على تحقيق في آلية عملها وتهدف إلى تحقيق النمو المستدام لأعمال عملائها.

وأضافت المنصور في بيان صحفي أمس ان خدمات

## استمرت 3 سنوات لدعم المنتج الوطني

# هيئة الصناعة تختتم حملة «منا وفينا»

لترويج المنتج الوطني وبالفعل استجابت بعض الجمعيات ولم تستجب تعاونايات أخرى. وأضافت حسين ان الوعي ارتفع بأهمية المنتج الوطني وتأثيره الإيجابي على الاقتصاد لذلك سعياً إلى خلال الحملات الترويجية التي توجبه المستهلك إلى شراء المنتج الوطني وان هذا المنتج حاصل على كل الشهادات والأطر الرقابية التي يمر عليها قبل ان يباع لتؤكد انه اعلى جودة وخضع لكل الاختبارات قبل طرحه في الأسواق.

من جهته، أثنى رئيس اتحاد الصناعات الكويتية حسين الخرافي على اهتمام هيئة الصناعة بدعم المنتج الوطني وثمن جهودهم في هذا المجال، مشدداً على انه لا بد ان تتواصل حملات الدعم بشكل مستمر ويكون هناك تركيز على المدارس بشكل مستمر حتى يتم تعريف الطلبة والطالبات بأهمية المنتج الوطني وضرورة دعمه منذ الصغر، بالإضافة إلى توضيح أهمية القطاع الصناعي للكويت، وانهم سيكونون جزءاً منه.



خالد الفهد وحسين الخرافي خلال تكريم مجموع من المشاركات في الحملة (قاسم باشا)

للتعاون بين الشركات لرفع قدرتها التنافسية ولتحقيق هدف تنمية وترويج المنتج الوطني في مواجهة المنتجات المستوردة، والذي قد يكون تمهيداً لتعاون أكبر في المستقبل، ما سيؤدي إلى إيجاد التكامل بين المنشآت الصناعية، موضعاً ان الحملة ستمثل كل المنتجات الصناعية الكويتية سواء كانت سلعة استهلاكية أو معمرة، شريطة ان يكون المنتج من منشأة صناعية أو حرفة صناعية كويتية. من جانبها، أكدت مدير ادارة الترويج والفرص

للتعاون بين الشركات لرفع قدرتها التنافسية ولتحقيق هدف تنمية وترويج المنتج الوطني في مواجهة المنتجات المستوردة، والذي قد يكون تمهيداً لتعاون أكبر في المستقبل، ما سيؤدي إلى إيجاد التكامل بين المنشآت الصناعية، موضعاً ان الحملة ستمثل كل المنتجات الصناعية الكويتية سواء كانت سلعة استهلاكية أو معمرة، شريطة ان يكون المنتج من منشأة صناعية أو حرفة صناعية كويتية. من جانبها، أكدت مدير ادارة الترويج والفرص

للتعمية والترخيص الصناعية بالهيئة العامة للصناعة م. خالد الفهد، ان الهيئة تولى الحملة الوطنية لدعم وترويج المنتج الوطني «منا وفينا» أهمية كبيرة لما لها من تأثير مباشر في تشجيع الصناعات الكويتية ومنتجاتها الوطنية التي تشكل أحد الروافد المهمة للدخل الوطني، أملا ان ترتفع نسبة مساهمتها بشكل متزايد مع زيادة رقعة القطاع الصناعي وتنميته وتطويره باعتبار ذلك من الأهداف الإستراتيجية للهيئة.

وقال الفهد في الكلمة التي ألقاها نيابة عن مدير عام الهيئة العامة للصناعة بالتكليف محمد فهد الجمي في الحفل الختامي للحملة الإعلامية لدعم وترويج المنتج الوطني: ان الحملة استمرت 3 أعوام قدمت خلالها جهوداً صادقة ومميزة خلال مراحلها المختلفة لتأخذ الهيئة مكانتها المتميزة لخدمة وتطوير القطاع الصناعي في البلاد، لافتاً إلى انه تم تنفيذ الحملة إلى 15 فبراير المقبل. وأشار الفهد إلى ان الحملة الإعلامية لدعم المنتج الوطني تطمح إلى إيجاد نواة