



رمزي حداد ومارتن بوت وبيدو كريم بيطار (إبراهيم كومار)



أزييلان فريد سلوم وأحمد فياض وإيلي فرح وبسام غريب وكريم بيطار وفادي خليفة وبحره ومروان فرح وأمل الخوري وعلي رعد



فريق «VIEWS CARAT»

في احتفالية خاصة بمناسبة شراكتها الجديدة

# «VIEWS CARAT» تعلن نتائج دراسة المستهلكين «CCS» في الكويت

التجارية المتاحة. وتشكل النتائج مستوى أعمق بكثير من الفهم المتصور الذي يسهم في توجيه العميل تجاه وسائل الإعلام الخاصة بكل منطقة، وبالتالي تقود إلى رؤية أوضح حول خطة الاتصالات المتكاملة التي تناسبهم وتدفع القوة الشرائية.

من جهته، قال الرئيس التنفيذي لشركة «VIEWS CARAT» كريم بيطار: «نحن متحمسون للغاية من أجل إطلاق CCS في السوق الكويتي، والتي من شأنها تحسن معرفتنا بالسوق المحلية ودفع قدرتنا على توفير خدمات لا تضاهي العملاء. ومع هذا المستوى من المعلومات يمكن لـ VIEWS CARAT إدخال مزيد من الدقة في مجال التخطيط وتوسيع الاتصالات لخدمات إعلانية أكثر فعالية نقدمها لعملائنا».

من ناحية أخرى، أكد المدير العام لـ «CARAT» قطر والكويتي مارتن بوت: «سيسكون لدينا عرض جديد يتيح لنا مساعدة عملائنا الحاليين والعملاء المحتملين في الحصول على إعلانات فعالة من حيث التكلفة والتأثير، وتمكنهم من تحقيق أكبر عائد على الاستثمار. حيث إن نظام CCS سيستعمل على رؤية شاملة على مستوى وطني لم تكن متوفرة في السوق على نطاق واسع، وسيختص بالعلامات التجارية مدى فعاليته في فهم المستهلك الكويتي». هذا، وقد تم الإعلان عن النتائج في حفل خاص أطلت عليه «VIEWS CARAT» في 13 ديسمبر الجاري في مدينة الكويت.



مدير الشركة مع عدد من ضيوف الحفل وبيدو داود مجامص وانطوان نصار

جمع المستهلكين ولكن بشكل حيوي على طول الطريق نحو شراء. حيث كشفت الدراسة التي أجريت حول «التسويق خارج المنزل» عن أن 63٪ من المستهلكين يلاحظون ما يتم الترويج عنه عبر المصقات الاعلانية التي يرون بها عادة في طريقهم.

على صعيد آخر، تبين أن جاذبية الراديو منخفضة بين المستهلكين، فإذ وسائل الإعلام التقليدية لاتزال تلعب دورا كبيرا على طول الطريق نحو شراء. حيث كشفت الدراسة التي أجريت حول «التسويق خارج المنزل» عن أن 63٪ من المستهلكين يلاحظون ما يتم الترويج عنه عبر المصقات الاعلانية التي يرون بها عادة في طريقهم.

عن مزيد من المعلومات حول العلامة التجارية أو المنتج الذي يرغبونه على شبكة الإنترنت، وقت مضي للعلامات التجارية التلفزيوني، في حين أن 31٪ من المستهلكين يفضلون استخدام «الهاتف» الخاص بما يرونه على شاشة التلفاز.

وقد كشفت الأرقام أيضا عن أن أكثر من 57٪ من المستهلكين في الكويت يرجحون البحث

الاجتماعية المتكاملة. وذلك بهدف خلق قيمة مضافة. وأظهرت الدراسة أن 71٪ من المستهلكين في الكويت يرون أن هويتهم على الانترنت جزء مهم من شخصيتهم، وهو ما يعكس أهمية أن يكون للعلامات التجارية حضور اجتماعي قوي يسمح لهم بالتفاعل مع المعجبين والمتابعين.

عبر دراسة «CCS» يمكن



جانب من الحضور

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

الاجتماعية المتكاملة. وذلك بهدف خلق قيمة مضافة. وأظهرت الدراسة أن 71٪ من المستهلكين في الكويت يرون أن هويتهم على الانترنت جزء مهم من شخصيتهم، وهو ما يعكس أهمية أن يكون للعلامات التجارية حضور اجتماعي قوي يسمح لهم بالتفاعل مع المعجبين والمتابعين.

وقد كشفت الأرقام أيضا عن أن أكثر من 57٪ من المستهلكين في الكويت يرجحون البحث

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

الاجتماعية المتكاملة. وذلك بهدف خلق قيمة مضافة. وأظهرت الدراسة أن 71٪ من المستهلكين في الكويت يرون أن هويتهم على الانترنت جزء مهم من شخصيتهم، وهو ما يعكس أهمية أن يكون للعلامات التجارية حضور اجتماعي قوي يسمح لهم بالتفاعل مع المعجبين والمتابعين.

وقد كشفت الأرقام أيضا عن أن أكثر من 57٪ من المستهلكين في الكويت يرجحون البحث

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

التلفزيون له الدور الرئيس في تناقل ونشر الرسائل التسويقية وبالنتكامل مع وسائل الاتصالات الرقمية

أول دراسة بحثية في الكويت تستند إلى مقابلات مباشرة أجريت مع 2500 شخص

أعلنت شركة «VIEWS CARAT» نتائج الدراسة البحثية التي أجريت لأول مرة في الكويت، باستخدام نظام القياس المتعارف عليه دوليا للاتصال بالمستهلك (CCS) والذي يعد التقنية الرائدة عالميا في مجال البحث، والاستطلاع والتخطيط، للكشف عن مواقف المستهلكين تجاه وسائل الإعلام والأهم والأكثر تفضيلا، وطبيعة مشاركتهم في وسائل الإعلام المختلفة، والمساعدة في تحديد أيها أكثر تأثيرا على السلوك الشرائي.

وفي سبيل القيام بهذا، قامت «VIEWS CARAT» التي أعلنت عن شراكتها الجديدة في أغسطس الماضي، للتحقق واكتساب مستوى عال من المعرفة حول مفهوم الاستهلاك الإعلامي، وذلك من خلال اتباع نظام القياس CCS، الذي يطبق لأول مرة في الكويت، للتعرف على كيفية تفاعل المستهلكين مع المشهد الإعلامي كاملا في دراسة متكاملة، وفهم مؤثرات قنوات الاتصال هذه في عملية صنع القرار.

وأمرت هذه الدراسة استكشاف الكثير من الأشكال التقليدية والجديدة لنقاط الاتصال TOUCH POINTS، التي من شأنها أن تساعد العلامات التجارية في بناء خطط إعلامية فعالة ومدروسة.

ومن غير المتخبر للدهشة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد إحدى المنصات المهمة، إلا أن نظام القياس CSS كشف عن أهمية تسيرها وفقا لمعايير إستراتيجية للمشاركة

## جمعية القيروان تدعم «الكويت عاصمة الثقافة الإسلامية» يعقوب: ناقشنا التعاون مع مدارس القيروان وجابر الأحمد لتقديم أفضل الخدمات للطلبة



لقطة تذكارية

هذه الفعالية من خلال (الخط الإسلامي - أنشيد وتواشع إسلامية).

وأوضح أن مجلس الإدارة يعمل على إبراز الوجه الثقافي والحضاري لبلدنا الكويت وتسليط الضوء على جانبها الثقافي لذا نسعى من خلالها استقطاب طاقات الشباب الإبداعية من خلال إشراك أكبر قدر من أبنائنا بهذه الفعاليات الوطنية، مؤكدا أن مجلس الإدارة يحرض كل الحرص على تقديم أفضل الخدمات لمدارس المنطقة مع تسهيل كل إجراءات الصيانة التي تتطلبها كل مدرسة والسعي للوصول معا إلى توفير كل ما تحتاجه المدارس حتى يشعر أبنائنا الطلبة بالراحة ويجدون ما يتمنونه أمامهم.

أكد رئيس مجلس إدارة جمعية القيروان وليد يعقوب في تصريح صحفي أنه تم عقد اجتماعات مع مديري ومدرّبات المدارس في منطقتي القيروان وجابر الأحمد لما يصب في صالح الأبناء والسعي الجاد فيما بيننا لاختيار ما هو أنسب من أنشطة وفعاليات التي يستفيد منها أبنائنا الطلبة والطالبات بالدرجة الأولى، لافتا إلى أنه تمت مناقشة الفعالية الثقافية الوطنية التي ستنفذها الجمعية بالتعاون مع مدارس المنطقة بمناسبة اختيار الكويت عاصمة الثقافة الإسلامية لعام 2016 من خلال مشاركة الأبناء

وأنشأ غرضنا في إن المساهمين كانوا سعداء للغاية بما تم تقديمه سابقا إلى جانب توفير الشاليهات بأسعار مدعومة، والألعاب الشعبية وسيارات السباق للأطفال خلال الأعياد والعطل، مع دعم معاهد التدريب الثقافية والرياضية خلال الصيف، وتوفير تذاكر مخفضة للمراكز الرياضية الترفيهية وخصومات خاصة بالتعاون مع منتج سليل الجهراء.

وأضاف: أننا قمنا كذلك بإقامة مخيم ربيعي خلال فترة العيد الوطني، وتوفير خصومات للمساهمين بالتعاون مع شركة المتحدة للتحريات، ونظمنا معرضا تطوعيا للاحتياجات الخاصة في المركز التجاري تحت شعار «من أجلكم تطوعنا» بالتعاون مع i can التطوعية.

التطوير الإداري

وخلال المؤتمر تم طرح سؤال حول التطوير الإداري وتحسين ظروف العمل، فقال غرضنا: «لقد قمنا بفتح مركز خدمات فندقية مميزة بأسعار رمزية، كما حرصنا على تزويد مساجد

## افتتاح السوق المركزي ق7 بعد انتظار 4 أعوام ونجديد الممشى ومهرجانات تسويقية بخصومات تصل إلى 70٪ غضنفرى: 21,141 مليون دينار مبيعات جمعية الجابرية

المنطقة بالاحتياجات الخاصة للمصليين في شهر رمضان المبارك وإقامة مسابقة لحفظ القرآن الكريم، أما بخصوص الخدمات التعليمية فقد تم تقديم بعض المساهمات لمدارس التربية الخاصة ونوي الاحتياجات الخاصة، وقمنا بتكريم الطلبة والطالبات المتفوقين وقدمنا الهدايا وشهادات التقدير لهم ولجميع المراحل الدراسية.

وتابع: أننا حرصنا أيضا على تنظيم أنشطة رياضية كإقامة الدورة الرمضانية السنوية والتي تحمل اسم شهداء الكويت بمشاركة 32 ألف متطوع، وماراثون الجابرية تحت شعار «قائد الإنسانية» بمشاركة عدة فئات من الأعمار بالإضافة إلى ذوي الاحتياجات الخاصة.

وأشار غرضنا في إن المساهمين كانوا سعداء للغاية بما تم تقديمه سابقا إلى جانب توفير الشاليهات بأسعار مدعومة، والألعاب الشعبية وسيارات السباق للأطفال خلال الأعياد والعطل، مع دعم معاهد التدريب الثقافية والرياضية خلال الصيف، وتوفير تذاكر مخفضة للمراكز الرياضية الترفيهية وخصومات خاصة بالتعاون مع منتج سليل الجهراء.

وأضاف: أننا قمنا كذلك بإقامة مخيم ربيعي خلال فترة العيد الوطني، وتوفير خصومات للمساهمين بالتعاون مع شركة المتحدة للتحريات، ونظمنا معرض