



رامي الحلبي (أحمد علي)

رامي الحلبي لـ «الأنباء»: تطبيقات الهواتف الذكية «بزنس جدي».. والإعلانات مع إنستغرام الممتناهير فرصة للتباهي

من الصعب الاسواق ولكن أكد اننا سنكون منافسين في تلك الاسواق.

ما استفادة الشركة من الاعلانات المجانية التي توضع من قبل المستخدم على الفور سيل؟

● قديما كان بإمكان المعلنين وضع 12 او 14 إعلان شهريا ولكن في الوقت الحالي تغير الوضع، إذ جعلنا للمستخدم اعلانين مجانيين فقط شهريا وبعد ذلك بإمكان المستخدم شراء باكيديج.



كيف ترى بيع طلبات دوت كوم بـ 50 مليون دينار؟ وهل هناك من عرض عليك بيع كويت كار؟

● تطبيق طلبات فكرة ذكية، وهناك فرق واضح بالطبع قبل بيع التطبيق وبعده في استراتيجية الشركة التسويقية. وبالطبع خلال العامين الماضيين وحتى منذ فترة وجيزة هناك من عرض علينا شراء الشركة والتطبيق ليس بعيدا عن سعر طلبات.

المنافسة في السوق الكويتي تعتمد على التقليد وليس الابتكار

تطبيق طلبات فكرة ذكية وإستراتيجية الشركة التسويقية اختلفت بعد بيعه

ثلثا الإنفاق العالمي على الإعلانات سينتقلان إلى تطبيقات الهواتف الذكية في 2018

سوق التطبيقات في الكويت ينمو بشكل سريع والشركات تتسارع لتقديم الأفضل للمستخدم

كيف ترى سوق التطبيقات في الكويت؟

● زيادة الطلب على الأجهزة الذكية ادى الى نمو سوق الإعلان الرقمي في الشرق الأوسط، وتشير بعض التقارير الى أن ثلثي الإنفاق العالمي على الاعلانات في عام 2018 سوف ينتقل الى التطبيقات وبرامج الهواتف الذكية. وبالنسبة لسوق التطبيقات في الكويت فانه ينمو بشكل سريع وتتسارع الشركات لعمل افضل التطبيقات بطريقة احترافية سواء في الأفكار او المضمون والتي من شأنها ان تكون في مصلحة المستخدم.

كما دخلت كعنصر اساسي واولي في السوق الاعلاني الكويتي.. علما بان حجم السوق الكويتي صغير لا يتحمل تطبيقات كثيرة ليكونوا مصدر رزق اساسي لاي شركة في عالم الاعمال الالكتروني. وبعد اطلاق عدد من التطبيقات خلال الاعوام الاخيرة، اصبحت التطبيقات اليوم في السوق الكويتي تعتمد على التقليد وليس الابتكار.

حيث لا توجد مقارنة بين التطبيق لان كويت كار يسوق ومتخصص فقط للسيارات ويعتبر جزءا بسيطا من فور سيل الذي يضم كافة الاشياء التي تهتم المستهلك.

وتعتبر طريقة تسويق السيارات على كويت كار أكثر احترافية بالإضافة الى ان التطبيق يجمع السيارات الخبوية ويتم الدفع فيه لوضع اعلان لسيارة معينة وتبدأ الإعلانات من 10 دنانير وتصل حتى 30 ديناراً، وبالطبع العالم يجذب أكثر الى الامور التي تكون مجانية، لذا نلاحظ تحميل تطبيق فور سيل ما يخص بالسيارات أكثر من كويت كار لان تحميل الاعلان مجاني (اعلانان في الشهر). وبالطبع هناك جودة ونوعية بتطبيق كويت كار غير موجودة بتطبيق فور سيل من حيث تحميل وبحث وتسويق السيارات.

وما مركز الشركة في السوشيال ميديا؟

● كنا مقصرين بها، ولكن نعمل منذ اشهر على توسيع رقعة الانتشار عبر السوشيال ميديا ولدينا الآن على فيسبوك 4sale حوالي 85000 متابع حقيقي، وهناك العديد من الحسابات على الإنستغرام قاموا بتقليد فكرتنا على الإنستغرام، وبعض اصحاب تلك الحسابات وضوا نفس شعار فور سيل والمضحك في الأمر انهم قاموا بعرض حساباتهم لنا لنتبنيها منهم.

والإعلانات مع إنستغرام المشاهير هي فرصة للتباهي وليست عملا حقيقيا يؤسس للمدى الطويل.

وما اتجاهكم لتفعيل فور سيل في الخليج او في المنطقة؟

● اطلقنا فور سيل في المملكة العربية السعودية منذ 5 شهور وفي مصر منذ 3 شهور ولكن للحقيقة اطلقنا بشكل تجريبي وخفيف، والتجارب من قبل المستخدمين كان جيدا بالنسبة لهذا الإطلاق، وفي العموم استراتيجيتنا في الفترة المقبلة هي التوسع أكثر. ويعتبر السوقان المصري والسعودي

الموجودة في السوق ولا يوجد لنا منافس في السوق لديه نفس طريقة عمل التطبيق، والآن ومنذ ايام قليلة قمنا بعمل تحديث للتطبيق بشكل يساعد المستخدم وقت البحث وعمل تصنيفات تسهل عملية البحث بالإضافة الي عمل شعار جديد، كما ادخلنا خدمة الفيديو للمستخدم وذلك عبر عرض وتسويق منتهج بفيديو قصير مدته 15 ثانية، ومنذ اليوم الاول من تفعيل خدمة الفيديو تم تحميل 65 فيديو، وقمنا ايضا بوضع خاصية الماسنجر وهو الدخول للإعلان الموضوع والتحدث مع واضعي الاعلان بخصوصية وبدون ظهور رقم المستخدم، ونعتقد انه سيحدث طفرة خلال اطلاقه خلال الايام القليلة المقبلة.

كم عدد المستخدمين لتطبيق فور سيل وكويت كار؟ وما نسبة الزيادة في اعداد المستخدمين؟

● لدينا 2 مليون تحميل على تطبيق فور سيل ونصف مليون مستخدم للتطبيق شهريا و5850 اعلانا موبوا يوضع من قبل المستخدمين يوميا اي ما يعادل 175 الف اعلان شهريا وذلك حسب برنامج قمنا بشرائه من الولايات المتحدة الاميركية يقوم بعدد المستخدمين والتحميل والزائرين وذلك ما يبين لنا حجم الزيادة كي نفيس حجم السوق ونكون على وعي بتطوير مخططاتنا، وتعتبر تلك الاعلانات ارقاما فاقت التوقعات بالنسبة لنا، اما بخصوص تطبيق كويت كار فلدينا 385 الف تحميل وبمجرد تحديث التطبيق، فقد حصلنا على زيادة بنسبة 25٪ بعدد التحميل.

وجميع ارقام زادت بمعدل 300٪ لفور سيل منذ تسلمنا اياها من حيث التحميل والزائرين والمستخدمين.

ما وجه المقارنة بين فور سيل وكويت كار، حيث ان التطبيقين يوقمان بعرض السيارات؟

● تحدث الكثير في الفترة الاخيرة عن الغاء تطبيق كويت كار والعمل فقط على فور سيل، وبالتأكيد هذا الكلام خاطي،



اشترينا «فور سيل» بـ 2 مليون دولار قبل عامين.. وكنا أول من اشترى تطبيق في السوق المحلي

لدينا 2 مليون تحميل.. و6 آلاف إعلان مبوب توضع يوميا

«كويت كار» خاص بعرض السيارات عامة والخبوية والتمينة خاصة

نمتلك منتدى «فتكات» النسائي الأول في مصر والعالم العربي

حدثنا عن كويت كار منذ تأسيسه؟

● كويت كار موقع السيارات تأسس عام 2000 منذ 15 عاما، وفي عام 2004 تم شراؤه وتطويره وكان الانترنت في ذلك الوقت لم يأخذ حيزا كبيرا من اهتمام المستخدمين به، وتعمد فكرة الموقع على الاشخاص، حيث يقوم الفرد في عرض سيارته الشخصية مقابل مبلغ من المال (يدفع العميل عبر الكي نت او يتصل بأحد مندوبينا المنتشرين في كافة مناطق الكويت لتصوير سيارته، وقد قمنا بتطويره واطلاق التطبيق الذكي).

واشترت الشركة بعد ذلك منتدى مزاد الكويت في عام 2011 والذي كان يحتوي على جميع التصنيفات من عقار وسيارات وغيره من المنتجات وتم تطوير المنتدى بشكل كبير والذي لاقى نجاحا باهرا من قبل المستخدمين. وفي هذا الوقت، قمنا بعمل تطبيق لكويت كار، وكنا من أوائل الأشخاص بالكويت بعمل تطبيق على الهواتف الذكية، ولاحظنا ان اتجاه المستخدمين بدأ يذهب الى التطبيقات على الهواتف الذكية، وبعد ذلك تطور أداء الشركة، ولدينا 17 مندوبا موزعين على جميع المحافظات.

وفي عام 2013 توسعت الشركة اعمالها خليجيا واقليميا وقد اشترينا منتدى فتكات الخاص باحتياجات النساء في مصر بـ 8 ملايين دولار، وقمنا أيضا بشراء تطبيق فور سيل الشهير والخاص ببيع وشراء جميع المنتجات والمستلزمات بـ 2 مليون دولار وكان وقتها اكبر مبلغ دفع في عالم الاون لاين محليا.

وبالطبع كان من الصعب جدا اقناع المستثمرين بالاستثمار بعالم الأونلاين لأنه بحاجة الى وقت وجهد وتطوير، وكان لدينا رؤية وهي دمج فور سيل بمزاد الكويت واصبح تطبيق فور سيل هو الرئيسي في النهاية والغاء مزاد الكويت، وفي العام الاول قمنا بعمل 18 تحديثا للتطبيق وذلك وفقا لطلب المستخدمين، اليوم فور سيل له مكانة كبيرة جدا بوسط التطبيقات الأخرى

«ياهو» تشطب 4,4 مليارات دولار وتخفف الوظائف 15٪

استضافتها دبي وسط مشاركة واسعة انطلاق أعمال المؤتمر الـ 15 لتمييز خدمة العملاء للحكومة والمدن الذكية بالخليج

أحدث الاستراتيجيات الذكية في مجال التواصل المؤسسي والاتصال الإعلامي، بناء أهم الاحتياجات التكنولوجية المستقبلية لمؤسسات الإعلام والاتصالات، تحقيق التكامل بين حلول الاتصال المؤسسي، والبقاء في مقدمة الركب في ظل مختلف التغيرات المعاصرة. وفي الجلسة الختامية، تناول على الكعالي الجهود التي تبذلها المؤسسات الحكومية في تطوير النظام الإلكتروني لتطوير وادارة الاتصال المؤسسي الحكومي. واختتمت أنشطة المؤتمر بتكريم المؤسسات الفائزة بجائزة الشرق الأوسط العاشرة لتمييز خدمة المتعاملين للمعرفة، إدارة المعرفة، إستراتيجيات إدارة حول كليات الشراكة بين الحكومة ومؤسسات الأعمال، والعلاقات العامة ووكالات الإعلان ومؤسسات الإعلام، حيث شارك في الحلقة المدمجة العام لشركة أرامكس بالإمارات حسين وهبي، ورئيس مؤسسة ليفين بيرت د. أحمد تهك، والرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة دوك الدولية للاستشارات د. عثمان ظفر. كما تحدث ستيفن كيشور مدير خدمة المتعاملين - مركز دبي للسلع المتعددة - عن التحول من الإستراتيجيات التقليدية إلى التقنيات الذكية في مجال التواصل المؤسسي والاتصال الإعلامي، بالإضافة إلى مواضيع أخرى جاءت تحت عناوين مختلفة، منها: تنمية

وسط مشاركة واسعة من المؤسسات الحكومية والخاصة، انطلقت صباح امس بندق دوسنت ثاني ببي أعمال المؤتمر الـ 15 لتمييز خدمة المتعاملين في الحكومة والمدن الذكية بدول مجلس التعاون الخليجي، حيث ناقش المؤتمر أحدث إستراتيجيات تميز العناية بخدمة المتعاملين وسبل الارتقاء بمنظومة الأداء المؤسسي الذكي والمتطور وإدارة علاقات المتعاملين ومناقشة أفضل الخبرات والممارسات العالمية في مجال تميز العناية بخدمة المتعاملين وتطوير المزايا التنافسية والاقتصادية للمنطقة.

وفي بداية أعمال الجلسة الافتتاحية للمؤتمر أشار مدير داتاماتكس للاستشارات ورئيس اللجنة المنظمة علي الكعالي إلى دور الابتكار في مجالات العناية بخدمة المتعاملين وتحديات المستقبل، وذلك للاستفادة من أفضل الممارسات وأهم الخبرات العالمية والنهوض بالمستوى التقني والقياسي الإداري والتنفيذي لخدمة المتعاملين بالحكومة والمدن الذكية بدول التعاون.

بخدمة المتعاملين، احداثيات الابتكار وتلبية احتياجات المتعاملين، حوكمة خدمة المتعاملين، أهم الابتكارات من خلال استراتيجية إدارة المعرفة، خدمات المتعاملين الذكية، إستراتيجيات الابتكار وإدارة المعرفة، ثم دارت حلقة نقاش مفتوح حول كليات الشراكة بين الحكومة ومؤسسات الأعمال، والعلاقات العامة ووكالات الإعلان ومؤسسات الإعلام، حيث شارك في الحلقة المدمجة العام لشركة أرامكس بالإمارات حسين وهبي، ورئيس مؤسسة ليفين بيرت د. أحمد تهك، والرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة دوك الدولية للاستشارات د. عثمان ظفر. كما تحدث ستيفن كيشور مدير خدمة المتعاملين - مركز دبي للسلع المتعددة - عن التحول من الإستراتيجيات التقليدية إلى التقنيات الذكية في مجال التواصل المؤسسي والاتصال الإعلامي، بالإضافة إلى مواضيع أخرى جاءت تحت عناوين مختلفة، منها: تنمية

بخدمة المتعاملين، احداثيات الابتكار وتلبية احتياجات المتعاملين، حوكمة خدمة المتعاملين، أهم الابتكارات من خلال استراتيجية إدارة المعرفة، خدمات المتعاملين الذكية، إستراتيجيات الابتكار وإدارة المعرفة، ثم دارت حلقة نقاش مفتوح حول كليات الشراكة بين الحكومة ومؤسسات الأعمال، والعلاقات العامة ووكالات الإعلان ومؤسسات الإعلام، حيث شارك في الحلقة المدمجة العام لشركة أرامكس بالإمارات حسين وهبي، ورئيس مؤسسة ليفين بيرت د. أحمد تهك، والرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة دوك الدولية للاستشارات د. عثمان ظفر. كما تحدث ستيفن كيشور مدير خدمة المتعاملين - مركز دبي للسلع المتعددة - عن التحول من الإستراتيجيات التقليدية إلى التقنيات الذكية في مجال التواصل المؤسسي والاتصال الإعلامي، بالإضافة إلى مواضيع أخرى جاءت تحت عناوين مختلفة، منها: تنمية

بخدمة المتعاملين، احداثيات الابتكار وتلبية احتياجات المتعاملين، حوكمة خدمة المتعاملين، أهم الابتكارات من خلال استراتيجية إدارة المعرفة، خدمات المتعاملين الذكية، إستراتيجيات الابتكار وإدارة المعرفة، ثم دارت حلقة نقاش مفتوح حول كليات الشراكة بين الحكومة ومؤسسات الأعمال، والعلاقات العامة ووكالات الإعلان ومؤسسات الإعلام، حيث شارك في الحلقة المدمجة العام لشركة أرامكس بالإمارات حسين وهبي، ورئيس مؤسسة ليفين بيرت د. أحمد تهك، والرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة دوك الدولية للاستشارات د. عثمان ظفر. كما تحدث ستيفن كيشور مدير خدمة المتعاملين - مركز دبي للسلع المتعددة - عن التحول من الإستراتيجيات التقليدية إلى التقنيات الذكية في مجال التواصل المؤسسي والاتصال الإعلامي، بالإضافة إلى مواضيع أخرى جاءت تحت عناوين مختلفة، منها: تنمية



تنتقل ياهو إلى تحسين عائداتها بغية استعادة نموها المتوقف منذ سنوات

وكالات: أعلنت شركة «ياهو» عن اتخاذ إجراءات جزئية، تتضمن تخفيض 15٪ من قوتها العاملة، وبيع أصول «غير استراتيجية»، بعد أن جنبت مخصصات ضخمة بلغت 4,4 مليارات دولار. وقالت الشركة في بيان صحافي، إنها ستغلق مكاتبها في 5 مدن، مما سيؤدي إلى الاستغناء عن نحو 1700 وظيفة، وخفض تكاليف التشغيل بمقدار 400 مليون دولار سنويا، وهذا يؤكد ما تداولته تقارير صحافية قبل يومين. وجاءت الخسائر

«ميسان» تقدم المشورة الفنية لإصلاح الرواتب الحكومية

قال الشريك الأول المكتب ميسان للاستشارات القانونية بدر الجيعان ان المكتب انجز في 2015 العديد من الصفقات المهمة التي ساهمت في انعاش الوضع الاقتصادي وفي مقدمتها تقديم المشورة إلى وزارة المالية في الكويت بشأن اصلاح نظام رواتب القطاع العام لديها، وتقديم المشورة إلى المساهمين في صفقة شراء شركة الموقع الالكتروني Talabat.com من قبل مجموعة روكيت انترنت إي جي الألمانية بقيمة 170 مليون دولار، وتقديم المشورة إلى المساهمين الرئيسيين لآليات ميغاستور فيما يتعلق بالبيع الثانوي لحصص الأقلية بقيمة 35

تراجع أرباح «أرامكس» الفصلية 36٪

صافي أرباحها بلغ 57,6 مليون درهم (15,7 مليون دولار) في 3 شهور حتى 31 ديسمبر. ويمثل هذا انخفاضا عن صافي أرباحها في الفترة نفسها من عام 2014 التي بلغت 89,4 مليون درهم.

وتوقع بنك سيكو البحرين ان تحقق أرامكس صافي أرباح فصلية قدرها 97,6 مليون درهم. وحققت الشركة صافي أرباح في 2015 بلغ 311 مليون درهم انخفاضا من 318 مليون

درهم في 2014. وكانت أرامكس قالت في أكتوبر إنها تستهدف عدة عمليات استحواد وإنها تتوقع إتمام صفقات في حدود 150 مليون دولار خلال الربعين القادمين.

صافي أرباحها بلغ 57,6 مليون درهم (15,7 مليون دولار) في 3 شهور حتى 31 ديسمبر. ويمثل هذا انخفاضا عن صافي أرباحها في الفترة نفسها من عام 2014 التي بلغت 89,4 مليون درهم.

صافي أرباحها بلغ 57,6 مليون درهم (15,7 مليون دولار) في 3 شهور حتى 31 ديسمبر. ويمثل هذا انخفاضا عن صافي أرباحها في الفترة نفسها من عام 2014 التي بلغت 89,4 مليون درهم.