

أول مرة في الكويت.. بنظام الربط للإعلانات التجارية «Zenith» و«Ooredoo» تطلقان حملة التزام الإعلاني بين التلفزيون والأجهزة الرقمية



كانت الأولى من نوعها في السوق الكويتي 222 ألف مشاهدة خلال 28 ساعة فقط بمعدل مشاهدة 60.7. بينما حقق التزام الأني بين التلفزيون والأجهزة الرقمية نسبة مشاهدة كاملة للإعلان بلغت 28.5٪. وزادت نسبة المشاهدين الذين قاموا بالنقر على رابط الإعلان 213٪ مقارنة بإجمالي عدد المشاهدين لحملات الفيديو على منصات وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

ويقول المدير التسويقي في شركة Ooredoo لطلال الفصام: «نحاول دوماً جاهدين أن نجد فرصة لنصل رسالتنا الإعلانية بفعالية، وقد بحثنا أثناء مدة الانتخابات حين كانت كل العلامات التجارية تستثمر في البث الإعلاني التلفزيوني- عن حلول مبتكرة لتنميط عن باقي المعلنين، لقد ساعدتنا تقنية التزام الإعلان التلفزيوني الرقمي على الوصول إلى الجمهور المستهدف على نطاق واسع عبر منصات رقمية متعددة».

عندما كانت نسب مشاهدة البث التلفزيوني في أوجها أثناء انتخابات مجلس الأمة الماضي، عملت Ooredoo مع وكالة Zenith العالمية للاستشارات الإعلانية لاستخدام حملتها التزامية للمشاهدة الأني للإعلان التلفزيوني على أجهزة الاتصال الرقمية وذلك بنظام الربط للإعلانات التجارية.

ويشكر التزام الأني بين البث الإعلانات التجارية على التلفزيون وعرضها على أجهزة الهاتف المتحركة وأجهزة الاتصال الرقمية الأخرى في تمكين مسؤولي التسويق من بث حملاتهم الإعلانية بشكل فعال.

فعمدما ظهر إعلان Ooredoo على شاشات التلفزيون، انطلق معه نفس المحتوى الإعلاني على شاشات الكمبيوتر اللوحي والشخصي وأجهزة الهاتف الذكية مما زاد قاعدة مشاهدي الإعلان وأوصل الإعلان إلى أكبر عدد من المستهلكين وحققت الحملة التي

مع شامل،
إخذ جهازين خلال
نفس فترة العقد



رضا: نحلل السلوك المتوقع للجمهور لتحديد الوسيلة الإعلامية الملائمة له

الفصام: نعمل جاهدين لإيصال رسالتنا الإعلانية بفعالية لعملائنا



بنا وبخدماتنا. وقد قررنا منح دراجة هارلي ديفيدسون كهدية لأننا ندرک من هذه الدراجة لها محببون كثر في الأردن كما أن الجالية الأردنية تضم أفراداً من ذوي الدخل العالي، كما أن الكويت تشهد العديد من النشاطات لقواد درجات هارلي

بمشاركة 950 متدرباً.. وفي إطار رعايته لنشاطات المؤسسة «الوطني» و«لويك» يختتمان برنامج بريدج التدريبي



جانب من فعاليات البرنامج

البنك الوطني لتنشيطات لويك تأتي انطلاقاً من رسالته الاجتماعية الهادفة إلى دعم جميع شرائح المجتمع ومؤسساته وخاصة المؤسسات التي تعنى بالشباب، لاسيما أنهم يحتاجون لكل المحفزات ليكونوا شركاء فاعلين في تنمية وخدمة المجتمع. كما أننا كمؤسسة ولويك نلتقي في اهدافنا المشتركة الساعية لدعم الشباب والارتقاء بهم في جميع مجالات الحياة. بدورها، أمنت عضو مجلس إدارة لويك فتوح الدلاي على هذا التعاون، شاكرة بنك الكويت الوطني على دعمه المستمر لبرنامج لويك التي تسعى دائماً لتمكين الشباب من خلال توفير فرص فريدة من نوعها لتشكيل مستقبلهم واعدادهم لبرنامج «بريدج» الذي يشمل ورش عمل تدريبية. وأشارت الدلاي إلى أهمية

البرامج التدريبية لهيئة الشباب لسوق العمل من خلال توفير الخبرات الفعلية الميدانية لهم، وأكدت أهمية دعم الشركات لهذا النوع من البرامج، متطلعة إلى الشراكة المستمرة بين بنك الكويت الوطني ومؤسسة لويك. ويواصل بنك الكويت الوطني سنوياً مبادراته الإنسانية ودعمه لبرامج الرعاية الاجتماعية انسجاماً مع سياساته الراسخة للنفوس بمسؤولياته الاجتماعية وإيماناً بالأثر الفعال لهذه البرامج الهادفة الى خدمة المجتمع وأبنائه، كما أنها تعكس الدور القيادي الذي يلعبه البنك الوطني في هذا المجال منذ عقود طويلة. والجدير بالذكر أن البنك الوطني وفر ضمن هذه الرعاية دعماً كاملاً لتدريبي لويك من خلال طاقم ذوي الخبرة والكفاءة

المطر: «الوطني» قدم خبراته للشباب المشاركين لتمكينهم من دخول سوق العمل

الدلاي: الشراكة مع البنك الوطني توفر فرصاً فريدة للشباب

اختتم بنك الكويت الوطني ومؤسسة لويك التطوعية برنامج «بريدج» التدريبي بعد أن قدم البرنامج دورات تدريبية مكثفة بمشاركة 950 متدرباً تم تقسيمهم على ثلاث دورات بدأت منذ مايو الماضي. وذلك في إطار دعم البنك لنشاطات المؤسسة وانطلاقاً من دوره الاجتماعي الريادي والسباق دوماً في دعم المؤسسات المجتمعية والإنسانية الفاعلة. وبمناسبة اختتام البرنامج، قالت مساعد مدير عام إدارة العلاقات العامة في بنك الكويت الوطني منال المطر: «أنه في ختام هذا البرنامج التدريبي يسرنا أن نكون قد ساهمنا بالتعاون مع لويك في دعم الطاقات الشبابية ومساعدتها على تعزيز خبراتها في سوق العمل». وأضافت المطر أن رعاية

المعرض يقام خلال الفترة من 5 إلى 8 مارس في «الريجنسي» «القصور الحديثة» تشارك بـ «العقارات الكويتية والدولية»

هولندا أو دبي، منها شركة يورو باركس التي تعتبر من الشركات الكبيرة لتسويق مشروع يوترام فنان أمستردام، وكذلك شركة سيتا رومانا بمشروع رائع في مدينة روتردام وأيضاً شركة تو باركن التي تعاقدت معها الشركة من خلال مشروع فالكينبيرغ، وشركة دروم بارك التي قامت الشركة بتجديد مقدها معهم باتفاقية تسويقية على مدار العام الماضي لتسويق مشروع دروم بارك سبارنفودا. وأكد فتحى أن المجموعة تعمل على أن يتمتع عملاؤها بنسبة أمان كبيرة من خلال وثيقة ملكية صادرة من مكتب العدل في هولندا، بالإضافة إلى فتح مكتب تابع للمجموعة في روتردام بهدف إدارة جميع الأمور العقارية التي تخص العملاء.

وتابع: «تهدف الشركة من خلال التسويق المتميز لمشروعها لاستقطاب عملاء جدد عبر العملاء الحاليين في الشركة وذلك يأتي من خلال التعاقدات مع شركات عملاء وتسليم مشاريع في الوقت المحدد وكذلك الإجراءات المسليمة في تحويل ملكية العقار إلى العميل عبر مكتب العدل في البلد التي تعمل بها».



محمد فتحى

فتحى: الشركة تسوق أبرز وأهم المشاريع في هولندا ودبي

أعلنت شركة «القصور الحديثة» لإدارة وتطوير الأراضي والعقارات عن مشاركتها في معرض العقارات الكويتية والدولية الحدث العقاري الأكبر والأبرز في الكويت على الإطلاق والذي ينطلق من 5 إلى 8 مارس المقبل في الريجنسي من تنظيم شركة إكسبوس سبتي لتنظيم المعارض والمؤتمرات. وانطلاقاً نحو تحقيق رقم قياسي جديد في حجم المبيعات لها تسعى «القصور» إلى الدخول في أسواق جديدة ومميزة لطرح أبرز وأهم المشاريع العقارية في أسواق فريدة ومطلوبة في السوق الكويتي من قبل أهم وأكبر الشركات المطورة. وقال رئيس مجلس الإدارة في الشركة محمد فتحى إن «القصور الحديثة» تطمح من خلال مشاريعها في هولندا ودبي بالانتقال من شركة تسويقية للمشاريع العقارية إلى شركة تقوم على تطوير العقارات في بلدان عدة، لافتاً إلى أن الشركة تعاقدت مؤخراً على تسويق مشاريع عقارية كثيرة، ووجدت بعض اتفاقيات مع بداية العام. ولفت فتحى إلى أن «القصور الحديثة» استطاعت أن تصل إلى مرحلة الريادة والمكانة المرموقة في أسواق عدة منها السوق الهولندي على وجه الخصوص. وبين أن الشركة وقعت مؤخراً 4 اتفاقيات تسويقية إقليمية حضرية في هولندا من خلال أربع مدن في المملكة هي أرنهيم وروتردام وماسترخت وأمستردام وقامت بالتنوع من الفكر التسويقي للمجموعة من خلال طرح بيوت وشقق وشاليهات.

وأشار فتحى إلى أن الشركة تعاقدت مع أكبر أسماء من الشركات المطورة في عالم العقار سواء في

ختاماً لعرضها الخاص بالجالية الأردنية في الكويت «الملا للصيرفة» تعلن الراجح بدراجة هارلي ديفيدسون



لقطة جماعية للفائزة مع مسؤولي «الملا للصيرفة»

اختتمت شركة الملا عرضها الترويجي الذي اطلقته لمدة 3 أشهر بدءاً من أكتوبر الماضي حصرياً للجالية الأردنية في الكويت. وأعلنت الشركة اسم الفائزة المحظوظة بدراجة هارلي ديفيدسون وهي رحاب فارس أحمد الخطيب وذلك في السحب الذي جرى لاختيار اسم واحد من بين الأسماء المشاركة في العرض. وقام مدير عام شركة الملا للصيرفة راكيش جوشي وسفير الأردن في الكويت محمد الكايد والمسؤول الإعلامي للجالية الأردنية وصفي العدوان وأعضاء الجالية الأردنية بالكويت بتسليم الجائزة للفائزة بمقر السفارة الأردنية بالكويت. وعبرت الفائزة عن فرحها الشديد بالجائزة، وتقدمت بالشكر لشركة الملا للصيرفة على «هذا العرض الرائع الذي يعبر عن مدى اهتمام الشركة برد الجميل للعملاء». وتعليقاً على العرض، قال راكيش جوشي «إن هذه الاتفاقية تجاه عملائنا من الجالية الأردنية تدرج ضمن برنامج مكافآت شامل يستهدف أيضاً الجالياتين الفلبينية والهندية في عرض أخرى مختلفة».

وصرح بيان «الجالية الأردنية في الكويت تلعب دوراً مهماً في المجتمع الكويتي ونحن في هذا العرض نغبر عن امتناننا لدعمهم وفتحتهم بنا وبخدماتنا. وقد قررنا منح دراجة هارلي ديفيدسون كهدية لأننا ندرک من هذه الدراجة لها محببون كثر في الأردن كما أن الجالية الأردنية تضم أفراداً من ذوي الدخل العالي، كما أن الكويت تشهد العديد من النشاطات لقواد درجات هارلي



الفائزة تتسلم جائزتها

الشركة تقدم خدمة الإيداع بالحساب لأي من بنوك الأردن وخدمة التحويل الفوري لأي صرافة بالأردن في نفس الوقت وبأفضل الأسعار وأقل العمولات. ولفت جوشي إلى أن الشركة تنظر إلى توسعها ونموها كأنه نتاج ثقة عملائها ودعمهم لها».

ديفيدسون، لذا فإن السحب أتى في الوقت المناسب مع اقتراب موسم الربيع وتحويل الأجواء من باردة إلى معتدلة ولطيفة. وأضاف جوشي أننا نركز دائماً على تقديم أفضل الخدمات والمنتجات لعملائنا لأنهم «ببساطة عامل نجاحنا الأول والأساسي. ونذكر أن

جوشي: نركز دائماً على تقديم أفضل الخدمات لعملائنا