«لاند روڤر» تطلق تشكيلة منتجات جديدة تحمل شعار العلامة التجارية

أطلقت علامة لاند روڤر تشكيلتها العصرية من الملابس والسلع التي تحمل شعار علامتها التجارية لعام 2017، بما في ذلك تشكيلة «هيريتيج» الجديدة كليا، والتي تستوحي تصاميمها من سيارات تاريخية شهيرة للعلامة. وقد جرى تصميم التشكيلة بعناية بالغة، وبنفس الاهتمام الدقيق بالتفاصيل الذي يتم فيه تطوير وتصنيع سيارات لاند روڤر. وسيكون جوهر وروح العلامة التجارية حاضرا بقوة في التشكيلة، تماما كما هو الحال في سياراتها، إذ يتم إنتاجهم تحت إشراف مديري التصميم جيري ماكغوفرن وإيان كالوم.

وتضم تشكيلة لاند روڤر 2017 مجموعة واسعة من المنتجات الجديدة، تشمل سترات مقاومة للماء، وتصاميم جديدة من قمصان T-Shirt للرجال والنساء والأطفال، وأغطية هواتف محمولة وأجهزة لوحية مصنوعة من الجلد عالي الجودة، ومجموعة جديدة من حقائب الأمتعة، وساعة يد كرونوغراف جديدة، ومجموعة واسعة من منتجات الأطفال، تتضمن قمصانا رياضية وسترات هودي وقبعات وكتبا وألعابا وحقائب ظهر وعلب أقلام وعلب غداء، بالإضافة إلى دمية دب المغامرات الرائعة، مما يوفر مجموعة واسعة من الخيارات للهدايا الخاصة بشهر رمضان المبارك وعيد الفطر السعيد. كما تتوافر مجموعة واسعة من نماذج السيارات المطابقة لسيارات لاند روڤر.

تشكيلة «هيريتيج» تستوحي تصاميمها من طواقم مستكشفي رينج روڤر

وفي هذا الشأن قالت هناء ناجي، مديرة العلامة التجارية لدى جاكوار لاند روڤر الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: تجمع تشكيلتا جاكوار ولاند روڤر الجديدتان بين التصميم الفريد والأصالة والجودة العالية. وإلى جانب مجموعة مذهلة من المنتجات المستوحاة من تراث العلامتين التجاريتين، قمنا بابتكار تشكيلتين عصريتين جديدتين تعكسان أحدث صيحات الموضة وتناسبان جميع أفراد العائلة. وتجسد تشكيلة «هيريتيج» من لاند روڤر روح المغامرة المتوثبة التي تتمتع بها العلامة التجارية، وقد استلهم المصممون هذه التشكيلة الجديدة من طاقمي استكشاف رينج روڤر قاما برحلة استكشافية عبر القارتين الأميركيتين في عام 1971، تضمنت استكشاف صدع دارين غاب المشؤوم والخطير. وتضم تشكيلة «هيريتيج» هذه مجموعة متميزة من الملابس والهدايا والإكسسوارات المستوحاة من روح المثابرة المتوثبة. ويبرز اللون الذهبي والأزرق البحري الذين تميزت بها سيارات رينج روڤر الاستكشافية تلك بقوة في هذه التشكيلة، فيما تعود رحلة دارين غاب الاستكشافية إلى الحياة من جديد من خلال الرسومات وتصاميم خرائط الطريق وقصص هذه الرحلة البريطانية الأسطورية عبر الأميركيتين.

«جينيسيس شمال الخليج» راع ذهبي لحملة بيت الخير الإنسانية

جينيسيس G80 سبورت توربو

معرض بيت الخير

في خطوة جددت من خلالها العلامة التجارية جينيسيس التزامها العميق بالمسؤولية الاجتماعية، شاركت «شمال الخليج»، الوكيل الحصري لسيارات هيونداي وجينيسيس العالمية في الكويت، في مبادرة بيت الخير الإنسانية التي تنظمها مجموعة من الشركات بالتعاون مع الهلال الأحمر الكويتي والتي تهدف إلى خلق فرص للنساء السوريات لكسب الدخل، وتقديم المساعدة للأسر السورية التي تعاني من الأزمة.

وشاركت جينيسيس كراع ذهبي لهذه الحملة إلى جانبً الهلال الأحمر الكويتي في دعم الحملة وجمع التبرعات في سياق حرصها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية ودورها الإنساني الفعال. وتهدف الحملة إلى توفير 65٪ من العائدات لجمعيات سورية غير ربحية (من خلال الهلال الأحمر الكويتي) لدعم المرأة السورية وخلق فرص عمل لها ومساعدة من هن بحاجة إلى إيجاد عمل والاحتفاظ به، في ظل غياب الرجال خلال الصراع السوري ومعظمهم من الآباء والأزواج والأخوة، ما جعل الكثير من النساء والفتيات الشابات يعانين في سوريا من الوحدة والضعف.

تتضمن المبادرة مرحلتين معرض بيت الخير وحملة للتبرع التي تهدف إلى فتح مئات المنازل مع دخل مستدام لتوفير السعادة ومعيشة أفضل للكثيرين ضمن أنشطتها الجارية طيلة شهر رمضان. وخلال المعرض، قامت جينيسيس باستعراض سيارتيها G90 وG80 في مركز الراية. بدأ المعرض يوم 22 مايو الساعة 5:30 مساء، واستمر لمدة 3 أيام، بحضور ممثلين عن الهلال الأحمر الكويتي وعدد كبير من المشاركين والجهات الراعية للحدث، الشخصيات الهامة والوسائل الإعلامية. تم خلال المعرض جمع التبرعات ضمن أكشاك والتي كانت بمنزلة نقاط للراغبين بتقديم التبرعات وستستمر حتى اليوم العشرين من رمضان تحت مظلة الهلال الأحمر في الكويت. عن هذه الحملة، قال الرئيس التنفيذي لشركة شمال الخليج التجارية رائد ترجمان: إن قيام جينيسيس بهذه المساهمة الإنسانية ضمن حملة بيت الخير الكويتي يعتبر فخرا كبيرا لنا، ونأمل أن تؤدي التبرعات دورها المطلوب في تغطية البعض من أهداف هذه المبادرة وتفعيل دورها الإنساني، مؤكدا التزام شمال الخليج وإصرارها الدائم على أداء مسؤوليتها الاجتماعية بشكل فعال كلما دعت الحاجة.

الخطوة تهدف لجمع التبرعات وخلق فرص عمل للنساء المتضررات بسبب الحرب

وإلى جانب تأديتها مسؤوليتها الاجتماعية من خلال مبادراتها الإنسانية، تطرح جينيسيس «شمال الخليج» بشكل دوري باقة متجددة من العروض التجارية بهدف إرضاء العملاء ومنحهم فرصة لامتلاك جينيسيس بأسعار مميزة وسهلة، وأيضا بهدف المساهمة في تعزيز صورة وسمعة «جينيسيس» كسيارة ناجحة وكعلامة تجارية استطاعت بوقت قصير منافسة أقدم شركات السيارات وأكثرها عراقة، ووفاء لفلسفة شمال الخليج التي تضع حاجات العملاء على رأس قائمة أولوياتها سواء قبل البيع أو بعده.

إصدار محدود يقتصر على 300 سيارة فقط حول العالم

قسم العمليات الخاصة في جاكوار لاند روڤر يكشف عن جاكوار 8 XE SV PROJECT

أعلن قسم العمليات الخاصة لدى جاكوار لاند روڤر عن أقوى سيارة أداء من جاكوار وأكثرها رشاقة 8 XE SV Project، وهي نسخة نموذج من سيارات جاكوار الصالون الرياضية بقوة 600 حصان تقدم أداء سيارات السوبر كار، وسيجري اختبارها لأول مرة على حلبة نوربورغرينغ نوردشلايفه الشهيرة. وتم تمويه هذه السيارة بشكل خاص من قبل وحدة التصميم في قسم العمليات الخاصة.

ومع النسخة الأكثر ضبطا من محرك السوبر تشارجد V8 بسعة 5 ليترات من جاكوار لاند روڤر، ستصبح 8 Project ثاني سيارة ينتجها قسم العمليات الخاصة ضمن إصدار جامعي السيارات، وذلك بعد الإطلاق الناجح لسيارة جاكوار F-TYPE Project 7 في عام 2014. ولن يتم إنتاج أكثر من 300 سيارة من هذا الطراز الذي يقوم المركز الفني في قسم العمليات الخاصة في كوفنتري بتجميعه يدويا، لتوزيعه في جميع أنحاء العالم.

وفي هذا السياق، قال جون إدواردز، العضو المنتدب لقسم العمليات الخاصة في جاكوار لاند روڤر: «إنه الوقت المناسب لقسم العمليات الخاصة لإنتاج سيارة الأداء الأكثر تطورا في تاريخ جاكوار. ويتمتع فريقنا بالشغف والحماس اللازم لذلك، وهو ملتزم بخلق تجربة القيادة الأكثر إثارة على الإطلاق».

وتابع بالقول: لقد أبدى عملاؤنا في جميع أنحاء العالم حماسة كبيرة تجاه سيارة F-TYPE Project 7، وسوف ترتقي سيارة XE 8 SV Project بهندسة الأداء والديناميكيات الهوائية إلى مستوى آخر، يجذب عشاق وجامعي السيارات الشغوفين، وسيعكس سعر سيارة الأداء الرياضية هذه، والمتوافرة بأعداد محدودة، جوهرها وتفردها.

خلال «مهرجان الإعلام للشرق الأوسط وشمال أفريقيا»

«نيسان» تحصد «الفضية» عن حملتها الترويجية لـ «نافارا» في السعودية

فريق عمل نيسان مع الجائزة الفضية

حصدت الحملة الترويجية المبتكرة لسيارة «نيسان نافارا بيك أب» في السعودية، الجائزة الفضية ضمن فئة الرؤى لـ «أفضل حملة ترويجية محلية» خلال «مهرجان الإعلام للشرق الأوسط وشمال أفريقيا» الذي احتضنته دبي مؤخرا.

وركزت هذه الحملة التي نظمها مكتب شركة «أو إم دي» في دولة الإمارات العربية المتحدة، على الوصول إلى الشخصيات المؤثرة بين أوساط المقيمين في الصحراء السعودية، بهدف تغيير بعض الآراء الراسخة لدى هؤلاء حول قدرة السيارات العصرية على العمل في الظروف الصحراوية القاسية. فمنذ القدم، اعتاد سكان تلك المناطق من أصحاب الشركات الصغيرة والمزارعين على استخدام شاحنات «نيسان» الصغيرة لإنجاز أعمالهم اليومية، وذلك عندما كانت تلك السيارات تندرج تحت علامة «داتسون». وتبلورت فكرة عند الأجيال الأكبر سنا مفادها أن السيارات القديمة والأقل تعقيدا والتي تعود إلى ستينات وسبعينات القرن الماضي، كانت أكثر قوة وملاءمة للبيئة الصحراوية من نظيراتها العصرية. ويعزى هذا الاعتقاد إلى المكانة الكبيرة لشاحنات «داتسون» بيك أب الصغيرة عند الأجيال الأكبر سنا، حيث أطلقوا عليها لقب «أم عزيز».

يتمتع أبناء هذه المجتمعات بصلات قرابة متينة، ولشيوخ العشائر فيها تأثير قوي على أبناء العشيرة. ومن هنا فإن التواصل مع هؤلاء ينطوي على أهمية بالغة للاستفادة من دورهم في إقناع بقية أبناء الأسرة، والذين يكنون لهم كل الاحترام ويعتمدون آراءهم.

حملة «أبوعزيز» ارتقت بعلامة «نيسان» بين أوساط المقيمين في الصحراء السعودية

ونظرا لطبيعة الحملة والشريحة السكانية التي تستهدفها، توجب على نيسان اتباع نهج تسويقي خاص، واستعمال طرق مبتكرة للوصول الى هذه الشريحة السكانية عوضا عن الطرق التقليدية.

ونجحت الحملة في تخطي عقبة الوصول إلى تلك الشريحة من الجمهور من خلال ابتكار حل جريء، حيث تم تقديم سيارات «نيسان نافارا» إلى الأجيال الأكبر سنا لاستخدامها وفق رغبتهم في إنجاز أعمالهم اليومية. وقد وظفت الحملة لقب «أبو عزيز»، إحياء للعلاقة الوثيقة مع شاحنات البيك أب القديمة من «نيسان» و«داتسون».

وبهذه المناسبة، قال فادي غصن، الرئيس التنفيذي للتسويق في «نيسان الشرق الأوسط»: شعرنا بضرورة تسليط الضوء على العلاقة مع الطرازات السابقة لشاحنات البيك أب من داتسون ونيسان، والتي ساعدت العديد من شيوخ قبائل اليوم على تأسيس شركاتهم وترسيخ مكانتهم في المجتمع. ولطالما كانت شاحنة «داتسون بيك أب» القديمة شريكا قادرا وموثوقا للعديد من هؤلاء وهم يشقون طريقهم عندما كانوا في مرحلة الشباب. واليوم أدرك الجمهور الأكبر سنا مباشرة المعنى الكامن وراء لقب «أبوعزيز» وباتوا أكثر فضولا لاختبار أداء «نافارا» ومقارنتها مع سياراتهم القديمة «أم عزيز» التي لا تزال تحظى بمكانة كبيرة لديهم.

ولم تستغرق «نيسان نافارا» وقتا طويلا حتى استأثرت بإعجاب سكان الصحراء، لاسيما من حيث أدائها اللافت وقدراتها الشاملة على نقل البضائع والركاب في البيئة الصحراوية القاسية. ونتيجة لذلك، ذاع صيت السيارة ومدى ملاءمتها للحياة القبلية القاسية بين مختلف أبناء القبائل في المملكة.

«أولى» تعيد افتتاح محطة القصر بوقت قياسي

أعلنت الشركة الأولى للتسويق المحلي للوقود عن إعادة إطلاق خدمة التزود بالوقود في محطة القصر بعد تطويرها بالكامل خلال 75 يوما فقط من بدء أعمال التطوير فيها.

وحول إعادة افتتاح المحطة صرح م.عادل العوضي الرئيس التنفيذي للشركة قائلا: إننا حريصون على تقديم أفضل خدمة لعملائنا عبر محطات تشمل العديد من الخدمات، حيث تمت إعادة افتتاح محطة القصر تزامنا مع بداية شهر رمضان المبارك لتكون جاهزة لخدمة عملائنا الكرام، حيث تم استكمال المرحلة الأولى منها وهي بناء وتشغيل منطقة التزود بالوقود وسيتم في وقت قريب افتتاح محطة غسيل السيارات ومركز خدمة السيارات والسوق المركزي.

وأضاف: الأولى للوقود ماضية قدما في تنفيذ بنود استراتيجيها الرائدة لتحويل كل محطاتها إلى نموذجية لتقدم عددا من الخدمات ذات القيمة المضافة إلى عملائها وفق ما يتمنونه لتعزز تجربتهم مع محطات الوقود وتغنيها عبر تقديمها مفهوم جديد وريادي للخدمة في المحطات.

محطة القصر