



## نظمه برنامج إعادة هيكلة القوى العاملة

# KIB يشارك في معرض «لأنك تستاهل»



وزيرة الدولة للشؤون الاقتصادية مريم العجيل تكرم ممثلي KIB

الفرص للمواهب المحلية الشبابية الطموحة التي تتيح لهم تطبيق مهاراتهم المهنية والتقنية، وتعزيز إمكاناتهم، وتطوير قدراتهم بشكل كامل. جدير بالذكر أن «KIB» يشارك في معارض المهنة على مدار العام تحت مظلة برنامجها الرائد للمسؤولية الاجتماعية، وتحديداً جهود الكوادر الوطنية الشبابية، والتي تستهدف الطلاب في المرحلة الثانوية، وبالتالى اجتذاب الكوادر الشبابية المناسبة. ويبقى «KIB» ملتزماً بلعب دور فعال في رعاية المواهب المحلية والاستثمار في الطاقات الشبابية، حيث يسعى البنك دائماً إلى توفير

الشبابية. ونحن نؤمن أنه من مسؤوليتنا المساعدة في توجيه الشباب الطامح من خلال تزويدهم بفرص العمل التي تتناسب مع أهدافهم المهنية. ولهذا السبب، نحن نواصل في دعم المعارض المهنية والفرص الوظيفية المختلفة، والتي نعتقد أنها بمنزلة فرص ممتازة لتعريف الطلاب على «KIB»، وبالتالي اجتذاب الكوادر الشبابية المناسبة. ويبقى «KIB» ملتزماً بلعب دور فعال في رعاية المواهب المحلية والاستثمار في الطاقات الشبابية، حيث يسعى البنك دائماً إلى توفير

المصرفي. وقد قام فريق من إدارة الموارد البشرية بتمثيل «KIB» في جناح خاص بالبنك، والذي قاموا بتعريف الطلبة بطبيعة العمل المصرفي وتوجيههم نحو كيفية الانضمام إلى أسرة «KIB»، إلى جانب تقديم أهم النصائح حول اختيار مهنة المستقبل المناسبة لكل خريج. وبهذه المناسبة، صرح فراس الدارمي، نائب مدير عام إدارة الموارد البشرية في البنك قائلاً: جاءت مشاركتنا في هذه الفعالية في إطار الجهود التي نبذلها لدعم الشركات والمؤسسات، ومنها أبرز مؤسسات القطاع

كجزء من التزامه المستمر بدعم المواهب الوطنية الشبابية، شارك بنك الكويت الدولي (KIB) مؤخراً في رعاية معرض الفرص الوظيفية بعنوان «لأنك تستاهل»، الذي قام بتنظيمه برنامج إعادة هيكلة القوى العاملة والجهاز التنفيذي للدولة في المبنى الرئيسي للبرنامج، وذلك بهدف تعريف الشباب الكويتي على الفرص الوظيفية التي يقدمها القطاع الخاص. وقد شهد المعرض مشاركة عدد كبير من الشركات والمؤسسات، ومنها أبرز مؤسسات القطاع

# «التجاري» يكافئ عملاءه أصحاب البطاقات الائتمانية



حميد سلمان

على جائزة بقيمة 250 دينار، بالإضافة إلى 25 فائزاً يحصلون على جائزة نقدية قيمتها 100 دينار. واختتم سلمان حديثه مهنياً عملاء التجاري بالأعياد الوطنية للكويت، متمنياً لهم وأقر الحظ للفرز في هذا المعرض الترويجي، وداعياً العملاء الذين يعتزمون السفر إلى الخارج خلال عطلة الأعياد الوطنية إلى ضرورة تفعيل بطاقاتهم إما عن طريق تطبيق البنك على الهواتف والألواح الذكية أو بالتواصل مع مركز الاتصال بالبنك.

وعن آلية دخول السحب والفرز بالجوائز، أوضح سلمان أن كل 10 دنائير يتم إنفاقها باستخدام البطاقات الائتمانية أو مسيقة الدفع تمنح العميل فرصة واحدة لدخول السحب وأن كل 10 دنائير يتم إنفاقها في الخارج تمنح العميل 3 فرص لدخول السحب، مشيراً إلى أنه سيتم الإعلان عن أسماء الفائزين الـ 28 بتاريخ 10 مارس وسيحصل الفائز الأول على جائزة نقدية بقيمة 1000 دينار والفائز الثاني على جائزة نقدية بقيمة 500 دينار والفائز الثالث

احتفالاً بالأعياد الوطنية، أعلن البنك التجاري الكويتي عن إطلاق عرض ترويجي لمكافأة عملائه من أصحاب البطاقات الائتمانية والمسابقة الدفع الصادرة عن البنك التجاري. وعن العرض الترويجي المصمم خصيصاً للاحتفال بالأعياد الوطنية مع عملاء التجاري أصحاب البطاقات، قال حميد سلمان المدير العام لقطاع الخدمات المصرفية للأفراد، يسعى البنك دوماً إلى مكافأة عملائه على مدار العام وفي العديد من المناسبات تقديراً لهم لاختيارهم البنك التجاري الكويتي مصدراً لخدماتهم المصرفية، ومن هذا المنطلق جاء هذا العرض الترويجي لمكافأة العملاء من أصحاب البطاقات في أعياد الكويت الوطنية. وتابع سلمان مبيئاً أن عملاء التجاري من أصحاب البطاقات الائتمانية ومسابقة الدفع يمكنهم الاستفادة من هذا العرض الترويجي والدخول في السحب والفرز بجوائز وهدايا نقدية قيمة عند استخدامهم بطاقاتهم خلال شهر فبراير وبالتحديد في الفترة من 20 فبراير 2019 إلى 2 مارس 2019، حيث سيتم إجراء سحب لاختيار 28 فائزاً يحصلون على جوائز وهدايا نقدية قيمة.

## في إطار التعاون بين «هارفارد لإدارة الأعمال» و«الدراسات المصرفية»

# «الخليج» يشارك في برنامج «قيادة تنفيذ الاستراتيجية في مجال الخدمات المالية»



الحجاج مع المشاركين في البرنامج



سلمى الحجاج

مهارات الكوادر والقيادات التنفيذية لدينا في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وذلك في إطار جهودنا المتواصلة لبناء ثقافة مبتكرة عالية الأداء، نتوجه بالتهنئة لكل من تامر الشوا ومحمد البلوشي على اجتيازهم البرنامج بنجاح، متمنين لهما كل التوفيق في رحلتهم الوظيفية في القطاع المصرفي.

أحدث الاتجاهات في الساحة الرقمية، وتطوير القيادات التنفيذية، والاستراتيجيات المتقدمة إلى جانب خطط الأعمال المؤثرة. وتعليقاً على المشاركة، صرحت سلمى الحجاج مدير عام إدارة الموارد البشرية لدى بنك الخليج قائلة: يأتي التسجيل في برنامج هارفارد لإدارة الأعمال تماشياً مع جهود البنك في تطوير

التعاون بين كلية هارفارد لإدارة الأعمال ومعهد الدراسات المصرفية للسنة العاشرة على التوالي، ويهدف نحو تطوير الكوادر والقيادات التنفيذية في القطاع المصرفي والمؤسسات المالية في دول مجلس التعاون الخليجي. ويقدم برنامج «قيادة تنفيذ الاستراتيجية في مجال الخدمات المالية» للمشاركين

أعلن بنك الخليج عن مشاركته في برنامج «قيادة تنفيذ الاستراتيجية في مجال الخدمات المالية» التابع لكلية هارفارد لإدارة الأعمال، والذي أقيم خلال الفترة من 26 إلى 31 يناير 2019، في فندق جميرا شاطئ المسيلة، حيث شارك في البرنامج مديراً بنك الخليج تامر الشوا ومحمد البلوشي. ويقام البرنامج في إطار

## بعد دخولها سباقات الفورمولا 1 من الباب العريض

# «علي الغانم وأولاده للسيارات»

# تتوقع نمواً كبيراً للعلامة LIQUI MOLY



شعرت بزيادة ضغط الدعاية التجارية في السنوات الماضية. ولكي يستشعر الناس وجودنا يجب علينا أن نزيد من قوة دعائنا الإعلامية، وأن نستثمر المزيد من الأموال في زيادة شهرة علامتنا التجارية. وسيجري قريباً من جديد حملة إعلانية تقدر بالملايين، تنشر LIQUI MOLY إعلاناتها في جميع مجلات السيارات ذات الصلة على صفحات مزدوجة. وكان الدافع وراء ذلك اقتراح القراءة في الجريدة الألمانية «أوتو تسابتونغ»، حيث جرى دعوتهم بأن يذكروا أفضل علامة تجارية للزيوت، وكانت النتيجة: LIQUI MOLY. ومنذ عام 2010 يتوج لقب «الماركة الأفضل» بين منتجات الزيوت. بالإضافة إلى ذلك حصلت LIQUI MOLY على المركز الثاني في فئة العناية بالسيارات. وصرح إيرنست بروسنت: لا نريد بهذه الحملة فقط الدعاية إلى منتجاتنا، بل أيضاً أن نشكر كل الناس الذين منحونا ثقتهم. ومن المرتقب تحقيق 600 مليون يورو في هذا العام مقابل 545 مليون يورو في العام الماضي، أي ما يعادل زيادة بقيمة 10٪. وقد وصلت LIQUI MOLY في سوقها الأصلي في ألمانيا بالفعل إلى مكانة قوية، بحيث أصبح من الصعب تحقيق المزيد من النمو. ولذلك نوجه أنظارنا نحو التصدير العالمي، حيث يزداد الوقت على استراتيجياتنا الجديدة في تحقيق المبيعات.

على رياضة السيارات فحسب. فقد كان وما زال الشعار المميز باللون الأزرق والأحمر والأبيض يزين في هذا الشتاء كأس العالم لكرة اليد التي حطمت جميع الأرقام القياسية، وكأس العالم لهوكي الجليد، ومسابقة التلال الأربعة للقفز التزلجي، وكأس العالم للتزلج على الجليد، ومع فريق شيكاغو بولز في الدوري الأمريكي لكرة السلة. وأوضح بيتر باومان مدير التسويق: «تفتح هذه المدير لنا آفاقاً جديدة من شرائح العملاء، وتسد ثغرة العطللة الشتوية لرياضة السيارات. في هذا الصدد يدور الأمر دوماً حول ثلاثة عوامل: عدد الحاضرين، وحضور وسائل الإعلام، وإمكانية ترويج الصورة العلامة التجارية». وأكد إيرنست بروسنت: فورمولا 1، وموتو جي بي، وكأس العالم لكرة اليد، وكأس العالم لهوكي الجليد، فهي تظهر المستوى الذي وصلنا له. فلا يكاد يكون هناك ما هو أفضل من ذلك. نحن نشترى فقط حقوق رعاية الفعاليات الرياضية الممتازة التي تحظى بنطاق مشاهدة تلفزيونية واسعة، وبصفة خاصة الأحداث ذات الأصداء العالمية. وإلى جانب الرعاية العالمية تمارس LIQUI MOLY عملها التجاري بطريقة الإعلانات الكلاسيكية. أطلقت الشركة في خريف 2018 حملتها الرقمية العالمية الأولى التي وصلت فيها إلى 1,6 مليار عميل. واستطرد إيرنست بروسنت قائلاً:

وبعد سباق الجائزة الكبرى في البحرين، سيظهر شعار LIQUI MOLY في نصف السباقات. وفي سبيل ذلك ستدفع الشركة مبلغاً يقدر بالملايين، واستطرد إيرنست بروسنت قائلاً: إذا أردنا الوصول إلى الكثيرين حول العالم، فيجب ألا نبخل، بل أن نفكر تفكيراً عالمياً، ونستثمر بسخاء، ولا تعد هذه المشاركة في فورمولا 1 بالأمر المستجد على هذه الماركة، فقد شاركت LIQUI MOLY في العقد الماضي بالفعل في فريق جوردن وتابح: إن هدف الدعاية الإعلانية في فورمولا 1 هو زيادة شهرة علامتنا التجارية. فالزيوت والمواد المضافة تؤدي عملها في الحذاء بعمق المحرك. وليست من المتجات التي يراها السائق كل يوم ويسعد بها. وهو ما يكسب ظهور الماركة المزيد من الأهمية بالنسبة لـ LIQUI MOLY. فلا تكفي الجودة الفائقة وحدها على العلامة لـ LIQUI MOLY إلى فورمولا 1 تشارك في فعاليات عالمية أخرى، وهي بطولة الدرجات البخارية موتو جي بي وبطولة السيارات السياحية تي سي آر. ولها علاقة على ذلك عدد لا يعد ولا يحصى من المشاركات على المستوى الوطني والإقليمي وحتى المحلي. وقد صرح غوتتر هيرماير، مدير قسم المبيعات والمدير التنفيذي الثاني لشركة LIQUI MOLY قائلاً: نصل إلى العملاء أينما كانوا، وهذا هو الوطن. ولا تقتصر LIQUI MOLY

تستعمل LIQUI MOLY، علامة الزيوت والمواد المضافة الألمانية الرائدة في العالم. عام 2019 بدخول سباقات الفورمولا 1 كأحد أبرز الرعاة والمعلنين، حيث ستعلق إعلاناتها في ضمير أحد عشر سباقاً - وهي بذلك واحدة من الماركات المحدودة التي أتاحت لها تلك الفرصة. وصرح المدير التنفيذي إيرنست بروسنت: هناك أكثر من مليار متابع لهذه السباقات حول العالم، ووجود علامتنا على شاشات التلفزيون يساهم في رفع مستوى الوعي حول العلامة لدى المشاهدين وتحريك الغانم وأولاده للسيارات: بصفتنا الموزع الوحيد لعلامة LIQUI MOLY في الكويت، نحن سعداء جداً بالدخول القوي للعلامة إلى سباقات الفورمولا 1. وتشتهر علامة LIQUI MOLY عالمياً بجودة منتجاتها خصوصاً على الفورمولا 1 تشارك في فعاليات عالمية أخرى، وهي بطولة الدرجات البخارية موتو جي بي وبطولة السيارات السياحية تي سي آر. ولها علاقة على ذلك عدد لا يحصى من المشاركات على المستوى الوطني والإقليمي وحتى المحلي. وقد صرح غوتتر هيرماير، مدير قسم المبيعات والمدير التنفيذي الثاني لشركة LIQUI MOLY قائلاً: نصل إلى العملاء أينما كانوا، وهذا هو الوطن. ولا تقتصر LIQUI MOLY

# هيونداي سانتافي الجديدة كلياً.. عناية فائقة بالركاب

لوحة شحن لاسلكية تعمل بتقنية الشحن الحثي وبعيار Qi لضمان إدامة الشحن في هواتف الركاب المتوافقة مع هذه التقنية. وتشمل الإصدارات الخاصة بأسواق الشرق الأوسط من سيارة سانتافي الجديدة كلياً 3 خيارات من المحركات، الأولى منها محرك رباعي الأسطوانات GDI بسعة 2,4 ليتر العامل بالبنزين والذي يولد قوة تصل إلى 188 حصاناً، أما المحرك الثاني فهو سداسي الأسطوانات بسعة 3,5 ليترات عامل بالبنزين أيضاً يولد قوة 280 حصاناً، أما المحرك الثالث فهو محرك الديزل رباعي الأسطوانات بسعة 2,2 ليتر يشاحن توربو، ويولد قوة 200 حصان، وترتبط هذه المحركات بناقل حركة أوتوماتيكي سداسي السرعات أو ثماني السرعات. وتتميز تقنية الدفع الرباعي HTRAC من الجيل الثاني بتعزيز أداء عزم الدوران المتحكم في توزيعه على العجلات الأربع، إضافة إلى توزيع قوة الكبح على العجلات الأمامية والخلفية توزيعاً متفاناً. ويولد النظام قوة دفع مثالية في مجموعة من الأوضاع القيادة، تشمل الطرق الوعرة والأسطح غير المستوية، وظروف القيادة على الطرق العادية، مع تعزيز الاستقرار عند المنعطفات. وتأتي سانتافي الجديدة كلياً بمجهزة بباقة «سماران سينس» الجديدة من هيونداي والمشملة على أحدث مزايا السلامة النشطة وأنظمة المساعدة في القيادة التي تعزز الأمان والسلامة أثناء القيادة.



أطلقت شركة شمال الخليج التجارية، الوكيل الحصري لهيوندائي في الكويت مؤخراً سيارة سانتافي 2019 التي تمتاز باعتبارها الجيل الرابع الجديد ضمن مركبات هيونداي الرياضية الشهيرة متعددة الاستخدامات. ترسي المركبة الجديدة التي تأتي بمزايا غير مسبوقة، معياراً جديداً رفيعاً في سوق المركبات الرياضية متعددة الاستخدامات SUV. إذ تقدم للعملاء تصميمًا متميزًا وبقاوة متقدمة من التقنيات المتكثرة، بجانب أحدث مزايا الأمان والسلامة. التصميم الخارجي لسيارة الجيل الرابع من سانتافي، حيث يتضح بجلاء ارتباطه بتصميم عائلة هيونداي الجديدة من المركبات الرياضية متعددة الاستخدامات، إذ تأتي بمظهر حديث وراق يكتمل بالأنوار الأمامية المركبة الالفة للنظر، بتصميمها المشتمل على مصابيح LED النهارية النحيلة المثبتة أعلى مصابيح الإنارة الأمامية LED، إضافة إلى الشبكة الأمامية متقالي الانحدار الذي ياتت تتميز به علامة الصانعة الكورية. وتساهم خطوط السقف الانسيابية الأنيقة في تحسين المظهر الحيوي للسيارة، ما يخلق انطباعاً بالاستقرار، فيما يساهم الخط المميز لشخصية السيارة، والممتد على طولها الكامل على الجانبين من المصابيح الأمامية إلى المصابيح الخلفية، في إكمال الصورة الانسيابية الديناميكية للسيارة ويضفي إلى الانطباع بالثبات والأناقة

الذي تتركه لدى الناظر. أما المخصصة فتمتاز بهندسة داخلية أنيقة ومتكاملة، تم فيها دمج مكونات التقنية العالية في تصميم يشبه تقريبا التصميم المزدوج لمقصورة القيادة. وقد ثبتت الشاشة العاملة باللمس في وضعية عالية لتحسين الرؤية، فيما تتاح المعلومات الأساسية التي تهم السائق بإسقاطها ضوئياً على الزجاج الأمامي، ما يمكنه من الاطلاع لحظة بلحظة على معلومات السرعة وتعليمات الملاحة ومستوى الوقود فضلاً عن تنبيهات السلامة النشطة ومزايا المساعدة على القيادة. وتقدم سانتافي للعملاء مزايا اتصال متقدمة تعزز الاندماج بالسلس لهواتفهم الذكية بالسيارة عبر ثلاثة خيارات من أنظمة الاتصال،

أولها نظام معلومات ترفيهي اختياري بشاشة مقاسها 8 بوصات تأتي بمزايا الملاحة والوسائط الاتصال مع دعم لنظام CarPlay من «آبل» و Auto من «أندرويد»، في حين يسمح جهاز العرض الصوتي، وهو الخيار الثاني، للركاب بتحويل محتوى هواتفهم الذكية إلى شاشة بمقاس 7 بوصات عبر النظامين Auto و CarPlay. أما الخيار الثالث فيتتمثل بنظام صوت قياسي ذي شاشة TFT أحادية اللون مقاسها 7 بوصات تشتمل على راديو واتصال بلوتوث ومنفذ USB ومقيس AUX، وإضافة إلى ذلك، توجد شاشة معلومات مركزية مثبتة وسط لوحة أجهزة القياس، عبارة عن شاشة TFT ملونة مقاسها 7 بوصات. وتقدم سانتافي أيضاً