



شعاع القاطي

المديرة التنفيذية للاتصالات بشركة المباني أكدت أن دراسة السوق مهمة لإنجاح المشاريع الشبابية

## شعاع القاطي لـ «الأنباء»: مشاريع الشباب في خطر.. فهي بلا دراسة أو خبرة

تؤمن بأن العلامة التجارية لا تقتصر على المشاريع فقط وإنما تتضمن الأفراد أيضا وأن التدريب «أونلاين» يصل إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين وبطريقة سهلة. وتؤكد أننا في زمن المعلومة وطرق الحصول عليها متعددة، وترى أن المنافسة أمر صحي بشكل عام. لقاءنا اليوم مع المديرة التنفيذية للاتصالات بشركة المباني شعاع القاطي التي أكدت في لقاءها مع «الأنباء» أن دراسة السوق واختيار المنتج الذي يتلاءم مع السوق وتحديد وفهم الميزانية المطلوبة ودراسة كل تفاصيل العلامة التجارية أبرز عوامل نجاح المشاريع الشبابية.

وقد تحدثنا مع القاطي في العديد من الأمور، وإليك تفاصيل الحوار:

■ بعض المشاهير يفقدون الأطر الخاصة بهم وكيف يقدمون أنفسهم

■ موضوع العلامة التجارية لا يقتصر على المشاريع فقط وإنما الأفراد أيضاً

■ التدريب «أونلاين» يصل إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين وبطريقة سهلة

■ فهم العلامة التجارية وتدريب الموظفين.. أمر مهم جداً

المنتج للسوق وفق خطوط العلامة التجارية ومن بعدها مراقبة الأداء وتقييمه وتعديل وحل بعض العناصر التي تحتاج إلى تعديل أو تطوير حسب الأرقام والأرباح وحسب ردود فعل الزبائن. وأرجع وأكد على موضوع المتابعة والتقييم وقياس الرأي.

هل يمكن فعلاً أن نتجح علامات تجارية بدون إعلانات؟ نعم ممكن، خصوصاً أن الزبون الآن أكثر وعياً من قبل، وبالتالي سهل عليه أن يقيم الإعلان ومدى صائق رسالته، كما أن هناك وسائل مرتبطة بالسوشيال ميديا يمكن استثمارها، وأيضاً أحداث تجعل الزبون أقرب للمنتج. الآن المشتري لا ينظر فقط للقيمة المادية أو المنفعة التي يحصل عليها فقط فالمنافسة في الأسواق شديدة والمعرض كثير، وبالتالي هناك قيم أخرى ترتبط بالزبون نفسه لو عرفها صاحب المشروع استطاع أن يكسب هذا الزبون ويجعل وبالتالي منتجته هو الخيار الأفضل والأول. وتوجد علامات تجارية كبيرة ليس لديها ميزانية تسويق أو ميزانية محدودة ومع هذا استطاعت الوصول إلى جمهور كبير من الزبائن.

يقوموا بدراسة مشاريعهم بشكل كافٍ معتمدين في ذلك على وجود تمويل من الدولة وبالتالي حملوا أنفسهم قروضا كبيرة لافتتاح مشاريع يعتقدون أنها ناجحة لكن إدارة المشروع ومنها كما قلنا موضوع العلامة التجارية وكيفية المحافظة على الزبائن وبالتالي كما نلاحظ كثيراً من المشاريع تتشابه وبعضها لا يميزه عن الآخرين أي شيء سوى أنه لاحظ اهتمام الناس وبالتالي دخل في المجال، والسؤال الذي يطرح نفسه السى أي مدى ستنتجج هذه المشاريع وتستمر؟ وماذا عن الالتزامات المالية؟ ومخارباتنا نسعى ناقوس الخطر يدق حول مستقبل هؤلاء الشباب.

إن ما المعادلة التي يمكن أن تسهم في نجاح المشاريع الشبابية؟

● دراسة السوق، واختيار المنتج الذي يتلاءم مع السوق وليس بالضرورة المنتج الذي نشعر باننا نحبه، وتحديد وفهم الميزانية المطلوبة ليس في البداية فقط وإنما كل تفاصيلها على المدى البعيد، ودراسة كل تفاصيل العلامة التجارية التي اخترناها وتطبيقها على كل عمليات التشغيل اليومية ومن ثم تقديم

مشروع ومن المهم أن يشعر العميل بذلك، فكم من فريق ساهم في نجاح مشروع وكم من موظف للأسف كان له دور في انتقاد أو خسارة مشروع حتى لو كانت خسارة بسيطه.

● نحن في زمن المعلومة، فالمعلومة تسمى الآن «النفط الجديد»، لأهميتها، فكلما عرفنا زبائننا وتواصلنا معهم كما نرى اليوم وحسب فهمنا لسلوكهم وشخصياتهم كلما حققنا أهدافنا واستطعنا أن نخلق علاقة مباشرة معهم تجعلهم يفضلوننا أو يفضلون منتجنا عن الآخرين. وطرق الحصول على المعلومة متعددة بعضها سهل وبسيط ممكن كل صاحب مشروع يوصل لها وبعضها يحتاج استثمار، لكن في كل الحالات تكلفة الوصول إلى زبون جديد أكثر بكثير من الزبون الموجود وبالتالي من ناحية مادية من المهم أن نحافظ على الزبائن الحاليين ونخلق معهم علاقة ولاء قبل أن نفكر في البحث عن زبائن جدد.

كيف تنظرون إلى موضوع المنافسة بين المشاريع الشبابية؟

● المنافسة أمر صحي بشكل عام، لكن المخيف في الموضوع أن عدداً كبيراً من الشباب لم

ما العناصر المرتبطة بالعلامة التجارية؟

● كل ما يتعلق بالمنتج أو الشخص له علاقة بالعلامة التجارية، التجربة، الشعار، الوعد الذي يقدمه صاحب المشروع، الألوان، الموظفون، الرسائل التي يريد أن يوصلها للجمهور وغيرها، خصوصاً مع أهمية وخطورة السوشيال ميديا. وهي كانت أحد محاور التدريب نظراً لأهميتها وفي النفس الوقت خطورتها، فكل أصحاب المشاريع يعتمدون على السوشيال ميديا كما تعلم وهي استطاعت أن تنتج الكثير من المشاريع، لكن أحياناً التعامل معها يكون بدون رؤية واضحة أو خطة مرسومة سواء خطة ماهي الرسائل التي يمكن أن ترسلها من خلالها ومتى وما هي القنوات الأفضل، أو حتى كيفية التصرف لو تعرضنا لآزمة أو انتقاد من قبل الجمهور وكيف ومتى نتصرف. والأمنلة التي استعرضتها بهذا



شعاع القاطي خلال إحدى الدورات التدريبية

سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية. وأهميتها تنبع من أنها تحدد الاطار لكل ما يتعلق بالتسويق والإنتاج والتوسع المستقبلي حتى نتجنب الأخطاء التي يقع بها البعض وهي كثيرة منها على سبيل المثال الشخصيات المؤثرة في السوشيال ميديا أحياناً يدخلون في مواضيع تسيء لهم أو يعرضون بعض المواضيع بطريقة تجعل الجمهور يهاجمهم أو حتى تؤدي إلى قضايا قانونية لأنهم لم يحددوا الاطار أو الصورة الذي يريدون أن يقدموا أنفسهم من خلاله. والأمر ينطبق على السياسيين وهو أمر معروف في الغرب، لكن عندنا لم يصل الموضوع لكل فيعتقد البعض

أي دورة وبأي وقت وعلى أي جهاز وتمتلك الدورة أيضاً مدى الحياة بسعر بسيط ويمكن الرجوع لأي جزئية بالدورة على حسابك بالموقع. وكما يمكن متابعتها مجاناً أيضاً خلال البث التفاعلي خلال اليومين الخاصين بالتدريب ومن خلال إعادة الفيديو التالي. وبالتالي هذا النوع من التدريب يصل إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين وبطريقة سهلة.

اعتمدت على التدريب «أونلاين»، فما السبب؟

● التدريب أونلاين تم بالتعاون مع منصة «تدرب» التي تعتبر منصة للتدريب والتعلم عن بعد (أونلاين) والتي تقدم العديد من الدورات التدريبية في مختلف المواضيع والأقسام، يقدمها مجموعة من أشهر المدربين في الوطن العربي. من خلال الموقع يمكن أن تتابع

من هم الشريحة التي يمكن أن تستفيد من هذا التدريب؟

● أعتقد أن موضوع العلامة التجارية لا يقتصر على المشاريع فقط وإنما الأفراد أيضاً وبالأخص من لديهم أهداف يودون تحقيقها سواء

التي تتمتع بللمسة فنية ومجهزة بأحدث معدات التكنولوجيا وأعضاء هيئة التدريس والطالبات المفعمين بالحوية عرفت سبب افتخاركن أن تكونوا من طالبات كلية بوكسهل الكويت».

وقد نظمت هذه المحاضرة من ضمن سلسلة من المحاضرات التي تنظم لطالبات هذا القسم وبالأخص مادة العلاقات الدولية حيث استضافت الكلية شخصيات بارزة أخرى مثل المستشار التجاري في السفارة الكندية في الكويت والسفير الأسترالي والسفير الألماني والمستشار التجاري في السفارة البريطانية وغيرها من الشخصيات الذين لديهم خبرات واسعة في مجال التجارة والاقتصاد العالمي.

## السفير النمساوي حاضر في «بوكسهل»:

## الكويت لاعب أساسي على الساحتين الإقليمية والدولية

## «التطبيقي»: 1995 طالباً من البدون يدرسون في الهيئة العام الدراسي الحالي

منهم بلغ 1667 طالباً وطالبة مقابل 328 طالباً وطالبة معيدين في المعاهد التابعة للهيئة.

وذكرت أن عدد الطلبة المقبولين خلال العام الدراسي 2018-2019 بلغ 488 طالباً وطالبة منهم 355 في الكليات و133 في المعاهد في حين تم تخريج 246 طالباً وطالبة خلال العام الماضي 2018.

قالت الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب إن عدد الطلبة المقيمين بصورة غير قانونية الذين يدرسون في كليات ومعاهد الهيئة بلغ 1995 طالباً وطالبة خلال العام الدراسي الحالي 2018-2019. وأوضحت عميدة القبول والتسجيل في الهيئة، درباح النجادة في تصريح لـ «كونا» أمس السبت أن عدد طلبة الكليات

تعليمات عاجلة من الوزير العازمي لتزكيب كاميرات مراقبة

## تخوف من تكرار كارثة «رحية» في صباحان!!



يوسف النجار في موقع الحريق بعد إطفائه

الحريق الذي اندلع في مخازن التوربينات التابعة لوزارة التربية بمنطقة صباحان لم يكن الأول فقد سبق أن تعرضت المخازن نفسها للحريق خمس مرات خلال السنوات الخمس الماضية.

وفي هذا السياق كشفت مصادر تربية مطلة لـ «الأنباء» أن تكس الأثاث التالف وتركة في الخلاء معرض في أي لحظة للحريق داعية وزارة التربية إلى ضرورة سرعة التخلص منه قبل ألا تحدث كارثة مشابهة لحريق «الإطارات» في منطقة رحية.

وأشارت المصادر إلى ضرورة أن تستعجل التربية في الإجراءات مع الجهات المختصة حفاظاً على الأثاث، خاصة أن أغلبه صالح للاستعمال ويحتاج إلى صيانة فقط بدلا من إتلافه.

من جانبه أكد وكيل القطاع المالي بوزارة التربية يوسف النجار لـ «الأنباء» أن تعليمات عاجلة صدرت من وزير التربية ووزير التعليم العالي د.حامد العازمي بتزكيب كاميرات مراقبة في جميع مخازن التربية، مشيراً إلى أن الخطوات جارئة لتنفيذ عملية التزكيب.

وأضاف النجار: أننا نستطلب من وزارة

ألقى المحاضرة الضوء على قوة ومناخ العلاقات النمساوية - الكويتية والتي وصفها بالتاريخية والمتطورة على مختلف الأصعدة، مشيراً إلى أن الكويت أحد اللاعبين الأساسيين على الساحتين الإقليمية والدولية. ولقت السفير إلى أن الشركات النمساوية تعمل في الكويت منذ ستينيات القرن الماضي، موضحاً أن ستاد جابر الأحمد ومدينة صباح السالم الجامعية وغيرها هي من أبرز المشاريع التي شاركت الشركات النمساوية في تنفيذها. وقد وجه كلمة للطالبات معبراً عن إعجابهم بالكلية ومرافقها قائلاً: «بينما أنا أتجول في حرم كليتنا الرائعة رأيت حالة المرافق والفصول الدراسية

السفير النمساوي د.زيغورد باخر خلال المحاضرة



السفير النمساوي د.زيغورد باخر خلال المحاضرة

## بوحمرًا: تطوير المناهج لتحقيق المدن المستدامة

البلدي ود. سالم الحجرف نائب مدير مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، ود. عبد المطلب البلام رئيس قسم العمارة في جامعة الكويت، وادارة الجلسة الحوارية د.حسام كمال عضو المجلس البلدي.

وقال دكتور وليد بوحمرًا في كلمته: يبقى السؤال بماذا نبدأ بالتخطيط الحضري أم التخطيط الاقتصادي أم التخطيط التعليمي أيهما أول وأيها يعتمد على الآخر وسأترك السؤال مطروحا وسوف نتضح الإجابة من المناقشات، مؤكداً على أهمية التعليم في تحديث المجتمعات الحضرية عبر توفير البنية التحتية اللازمة لتطوير الاقتصاد وتطبيق برامج المحتوى الإلكتروني وتمكين التكنولوجيا الرقمية الحديثة وتقديم خدمات الكترونية مبتكرة لإدارة موارد وخدمات المدن، مبيناً أن أبرز التحديات التي يواجهها التعليم لتحقيق المدن المستدامة هو عدم تطوير المناهج وعدم الاهتمام الكافي بالأبحاث العلمية، مشدداً على أن يكون هناك اقتصاد منافس وبيئة مستدامة، مع توفير الرؤية الإنسانية والتنمية والقدرة على التكيف مع التغيير والتحسن المستمر، وتحويل الخطط إلى واقع، والاعتماد على منهج الابتكار والإبداع المنظم.

شارك أ. د. وليد بوحمرًا رئيس جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا في المؤتمر الأول للمجلس البلدي والذي أقيم برعاية وحضور سمو الشيخ جابر المبارك تحت عنوان «البلدي... عراقا المسيرة» والتي فيه محاضرة في الجلسة الحوارية الثانية والتي جاءت بعنوان «التخطيط الحضري للضواحي والمدن المستدامة»، والتي شارك فيها كل من الشيخ عبدالله الأحمد مدير عام الهيئة العامة للبيئة، ومها البلغي عضو المجلس



د. وليد بوحمرًا متحدثاً خلال المؤتمر

المالية الإسراع في الدورة المستندية لبيع السكراب وعدم الانتظار فترة طويلة، لافتاً إلى أننا سنعمل على بيع السكراب كل شهر أو شهرين. وذكر: أننا سنحاول أن نقسم المخزن إلى 4 أقسام بحيث يتم بيع كل قسم بمفرده ولا ننظر أن تمتلئ كل الأقسام لبيعها، خاصة أن هناك مواد وأجهزة معرضة للاشتعال بسبب أشعة الشمس. وبين النجار أن الحريق الذي اندلع أمس الأول كان لسكراب تم بيعه، وشب في جزء بسيط منه وهو عبارة عن مواد نالفة ومستهلكة، مشيراً إلى أنه تمت السيطرة عليه من قبل رجال الإطفاء ولا توجد أي خسائر بشرية.