



حملات الترفيه عبر التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا



أحمد البدر

ابتسام العومي

دانا غريب

شركة Circuit+

Let's Talk Business



طارق الصالح

نائب مدير عام وحدة البحوث الاقتصادية

طلال النفيسي

المدير المؤسس والمدير العام  
Diversified Integrated Sports Clinic (DISC)

عبدالله العيسى

المدير التنفيذي  
شركة قلة

عبدالعزیز باسم اللوغاني

مؤسس ورئيس تنفيذي - فوري

أحمد البدر

شيف

سخر جميع الوسائل المتاحة للتواصل وإرسال الرسائل الإيجابية خلال أصعب أوقات العام

# «الخليج» يتألق على وسائل التواصل الاجتماعي في 2020

■ أحمد الأمير: نحرص على خلق الفائدة والاستفادة من جميع الوسائل المتاحة لدينا للتواصل مع العملاء

■ أطلق عدة مبادرات في المجالات الصحية والاقتصادية إضافة إلى مبادرات المسؤولية الاجتماعية

## المسؤولية الاجتماعية في وسائل التواصل الاجتماعي

الاستجابة لتحديات فيروس كورونا المستجد: في بداية انتشار الوباء، سارع بنك الخليج بالمساهمة في صندوق العشرة ملايين دينار الذي صممه بنك الكويت المركزي للسماح للبنوك المحلية بدعم الجهود الوطنية في مكافحة انتشار فيروس كورونا الجديد. وتقديراً لجهود وزارة الصحة المستمرة على مدار العام، قدم فريق الاستدامة في بنك الخليج المساعدة للعاملين في مركز الفحص السريع لفيروس كورونا في صباحان، حيث وزع الموظفون المواد الوقائية على المراجعين الراغبين بأخذ الفحص، وذلك التزاماً من البنك بمسؤوليته تجاه المجتمع، ولزيادة الوعي حول الفيروس وطرق الوقاية منه.

### الترفيه من المنزل

كما استجاب بنك الخليج لحاجة المتابعين للترفيه، خصوصاً في ظل حظر التجول واضطرار الناس للبقاء في منازلهم لمدة طويلة. فقد تعاون البنك مع عدة جهات لتقديم محتوى ترفيهي مفيد عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ومن هذه الجهات نادي Circuit+ الذي قدم فقرات رياضية تساعد رواد النوادي على مواصلة ممارسة رياضاتهم المفضلة في المنزل، حفاظاً على صحتهم والتزاماً بأسلوب حياة صحي يقلل التوتر ويعزز من مناعة الجسم للأمراض والفيروسات. كما تعاون مع أخصائية التغذية دانة غريب التي قدمت نصائح غذائية ونصائح عامة لأسلوب حياة أفضل، خصوصاً في فترات التوتر العالي وعدم الاستقرار وكيفية المحافظة على مناعة الجسم عن طريق الغذاء الصحي. وركز البنك على تقديم محتوى مناسب لظروف المتابعين، حيث شاركت السيدة ابتسام العومي متابعي بنك الخليج بعدة نصائح خاصة بترتيب المنزل الذي باتت الأسرة تقضي فيه يومها كاملاً، بينما قدم الشيف أحمد البدر وصفات سهلة يمكن تنفيذها سريعاً في المنزل بينما كانت المطاعم تشهد إغلاقاً كاملاً.

### حملات أسبوعية

وأطلق بنك الخليج هذا العام أيضاً العديد من الحملات الأسبوعية على وسائل التواصل الاجتماعي، منها الأحد البيئي الذي ركز خلاله البنك على مواضيع مثل إعادة التدوير وتقليل استخدام البلاستيك لحماية البيئة، والأثنين المهم الذي شارك فيه عبارات شهيرة ملهمة، والثلاثاء التكنولوجي الذي يعرض خلاله البنك نصيحة تكنولوجية أسبوعية، إضافة إلى الأربعاء الصحي الذي قدم خلاله البنك نصائح للصحة الجسدية والنفسية وكيفية المحافظة عليها. وسرعان ما أصبحت هذه الفقرات الأسبوعية من أكثر الفقرات الرقمية متابعة وانتظاراً. وتهدف هذه الحملات إلى تقديم نصائح سريعة ومفيدة للمتابعين في محاولة لتعزيز الوعي البيئي ونمط الحياة الصحي ونشر الثقافة المالية.

### سلسلة مقابلات 'Let's Talk Business'

وأطلق بنك الخليج أيضاً سلسلة مقابلات «Let's Talk Business» على يوتيوب، استضاف خلالها رواد أعمال كويتيين بهدف تحفيز ثقافة ريادة الأعمال في الكويت ومناقشة سبل إدارة الأعمال بشكل فعال خلال الأزمات مثل أزمة كورونا التي أثرت سلباً على أغلب قطاعات الاقتصاد. وأجرى المقابلات طارق الصالح، نائب المدير العام لوحدة البحوث الاقتصادية في بنك الخليج، حيث ناقش العديد من الموضوعات المتعلقة بالأعمال مع ضيوف من بينهم الشيف أحمد البدر، وعبدالعزیز اللوغاني، وطلال النفيسي، وعبدالله العيسى. وناقش قادة الأعمال مفاتيح النجاح للشركات الصغيرة، وكيفية إدارة الأعمال في أوقات الأزمات، وكيفية تنويع وتوسيع الأعمال بنجاح، والمزيد.

ومن الجدير بالذكر أن بنك الخليج يولي اهتماماً كبيراً لوجوده الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن متابعة مبادراته على الإنستجرام: @Gulf\_Bank، وعلى تويتر: @Gulf\_Bank، وعلى فيسبوك: Gulf Bank، وعلى قناته على يوتيوب: GulfBankChannel.

## إحصاءات من وسائل التواصل الاجتماعي في 2020



نسبة التفاعل  
500,000



نسبة المشاهدة  
7,000,000



نسبة زيادة المتابعين  
23%



أحمد الأمير

■ البنك تمكن من زيادة عدد متابعيه خلال العام بما يقارب 23%

■ قنوات «الخليج» حصدت ما يقارب 7 ملايين مشاهدة

■ تواصل مع العملاء بالإجابة السريعة عن أكثر من 25000 رسالة

كان عام 2020 فريداً من نوعه على جميع الأصعدة، وشهد خلاله الجميع تحديات غير مسبوقة، تفوق فيها بنك الخليج في تواصله مع الجمهور وتوجيه رسائله الإعلامية والتوعوية للجمهور. فبينما كان البنك يسعى جاهداً للحفاظ على سلامة العملاء والموظفين، وأصل التزامه بمبادئ المسؤولية الاجتماعية وحرصه على بث الأمل وخلق الإيجابية في نفوس متابعيه على وسائل التواصل الاجتماعي.

استخدم بنك الخليج حساباته على وسائل التواصل الاجتماعي لبث رسائله الاجتماعية والتوعوية للمتابعين، في عدة مجالات منها الصحية والاقتصادية والرياضية والنفسية والتكنولوجية، على هيئة فيديوهات قصيرة وبسيطة وسهلة المشاركة مع الآخرين.

وتمكن بنك الخليج من زيادة عدد متابعيه خلال العام بما يقارب 23%، ويتفاعل أكثر من 500 ألف مرة ما بين التعليقات وإعادة المشاركات والردود. كما حصدت قنوات البنك ما يقارب من 7 ملايين مشاهدة، وتواصل مركز الاتصال في البنك مع العملاء بالإجابة السريعة عن أكثر من 25000 رسالة تم استقبالها خلال العام، ضمن التزام بنك الخليج من تحقيق أفضل مستوى لخدمة العملاء.

وفي عام 2020 ركزت حملات بنك الخليج في موقع التواصل الاجتماعي على التفاعل مع الجمهور، والمسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى التوعية الصحية بإجراءات وزارة الصحة وقرارات مجلس الوزراء، وأخبار البنك واستجابته للمستجدات الصحية والقانونية في البلاد. وتضمنت حملات التفاعل مع الجمهور تقديم الأخبار والأنشطة التي تهم المتابعين، مثل تناول الأخبار المتداولة وحالة الإغلاق وحظر التجول في البلاد، وتقديم برامج رياضية وبرامج حول ترتيب المنزل، ومقابلات مع رواد أعمال. إلى جانب عرض جهود الفروع المختلفة في خدمة العملاء خلال جميع الأوقات تعزيزاً لمبدأ الشفافية.

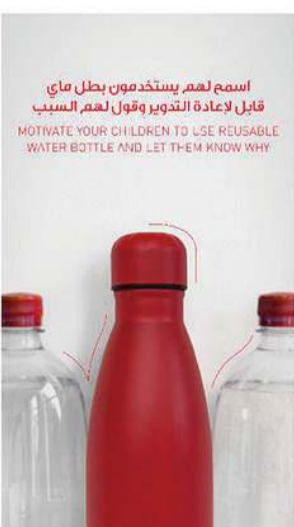
وحول هذه المبادرات، قال مساعد المدير العام للاتصالات المؤسسية في بنك الخليج، أحمد الأمير: كان

العام وفي مختلف مراحل الاستجابة الوطنية لظروف الوباء. نأمل أن تكون أحداث عام 2020 ذكرى تنتهي بانتهاء العام، وأن نبدأ العام المقبل بخير وصحة لتعاود العمل على تقديم ما اعتاد عليه متابعونا من محتوى مبتكر ومفيد.

البلاد. نحرص في بنك الخليج على خلق الفائدة، والاستفادة من جميع الوسائل المتاحة لدينا للتواصل مع العملاء، والتزامنا الدائم بذلك جعلنا في طليعة البنوك التي حرصت على تقديم محتوى إيجابي للمتابعين واستمرار التواصل معهم طوال

عام 2020 عاماً فريداً من نوعه، وقدم للعالم أجمع تحديات جديدة تماماً! اليوم، وبينما نستذكر أحداث وإنجازات العام نفخر كثيراً بما تمكنا من إنجازه في بنك الخليج، وتواصلنا مع الجمهور، خصوصاً في الظروف الصعبة التي كانت تعيشها

## الحملات البيئية عبر التواصل الاجتماعي



كل شهر يتم التخلص من 129 بليون كام 65 بليون قماش في المحيطات والطبيعة وهذا يشكل خطراً كبيراً على البيئة

اسمح لهم يستخدمون بطل ماي قابل لإعادة التدوير وقول لهم السبب MOTIVATE YOUR CHILDREN TO USE REUSABLE WATER BOTTLE AND LET THEM KNOW WHY

من خلال تعاون الفرق التطوعية يمكننا التخلي عن القماش والقفازات الملوثة في أعقابنا

حماية البيئة تبنى من متطوعين أيماناً بأهمية دورنا وتأثيرنا كشخص على البيئة

EACH MONTH 129 BILLION MASKS AND 65 BILLION GLOVES ARE BEING THROWN INTO OCEAN, HARMING OUR ENVIRONMENT

THROUGH THE HELP OF VOLUNTEER GROUPS, WE CAN OVERCOME AND ELIMINATE: SEA WASTE OYSTERS WA BR

PROTECTIVE OUR PLANETS STARTS FROM THE ACT OF REUSING IT BY EACH HUMAN BEING ON THE PLANET