المجموعة حصلت على إشادة كبيرة ضمن فئة أفضل بائع تجزئة في الشرق الأوسط للعام

«الشايع» تتألق في حفل RLI العالمية 2022

ممثلو مجموعة الشايع خلال تسلم الجوائز

حصدت «أفضل شركة بمجال تجارة التجزئة لهذا العام» و«أفضل مشغل بمجال التسلية والترفيه للعام»

حصدت مجموعة الشايع، إحدى الشركات المتخصصة في إدارة وتشغيل العلامات التجارية العالمية، عدة جوائز في حفل توزيع جوائز البيع بالتجزئة والترفيه العالمية 2022 (RLI)، ويعد الحفل من أكثر الفعاليات المرموقة في هذا المجال، والذي استضافته مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، بحضور مجموعة من أشهر تجار التجزئة ومطوري ومشغلي مراكز الترفيه والتسوق العالمين.

وحازت مجموعة الشايع جائزة أفضل شركة عالمية بمجال تجارة التجزئة لهذا العام، وأفضل مشغل بمجال التسلية والترفيه للعام، كما حصلت على إشادة كبيرة ضمن فئة أفضل بائع تجزئة في الشرق الأوسط للعام. وسلطت جائزة «أفضل تاجر تجزئة عالمي» الضوء على أداء المجموعة باعتبارها شركة عالمية في مختلف جوانب الأعمال، حيث تقدم المجموعة لزبائنها تجارب تسوق استثنائية في تجارة البيع بالتجزئة، ونموا وتطورا على الصعيد التقني يتماشى مع متطلبات الصناعة وتطورها.

تعليقا على الفوز، قال جون هادن، الرئيس التنفيذي لمجموعة الشايع: إنه لشرف كبير أن يتم تكريم مجموعة الشايع مجددا في حفل توزيع جوائز RLI. الجوائز التي حصلنا عليها هي شهادة رائعة لا تعكس فقط نجاح ونمو الشركة، وإنما أيضا الجهود الكبيرة التي تبذلها فرق العمل لدينا لتعزيز تجارب التسوق لزبائننا من خلال تقديم خدمة زبائن استثنائية لا مثيل لها في جميع الدول التي نمارس فيها نشاطا اقتصاديا.

وتم اختيار شركة الشايع من مجموعة تضم أربعة متأهلين للتصفيات النهائية، منها شركات رائدة تعمل في مجال تجارة التجزئة في المنطقة. تم إنشاء جوائز «RLI» من قبل «ريتيل آند ليجر إنترناشونال» في لندن، المجلة العالمية الوحيدة التي تغطي قطاعي التجزئة والترفيه وتمنح جوائزها ضمن 18 فئة.

واليوم، تعد هذه الفعالية إحدى أكثر الفعاليات شهرة التي يترقبها العاملون في مجال تجارة التجزئة والترفيه حول العالم.

من منتدى العلامة التجارية العالمية

«الخليج للتأمين» تحصد «العلامة التجارية التأمينية»

خالد السنعوسي خلال تسلمه جائزة العلامة التجارية التأمينية

حصلت مجموعة الخليج للتأمين إحدى الشركات الرائدة في مجال تقديم خدمات التأمين في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، على (جائزة العلامة التجارية التأمينية) لسنة 2022ـ2023 مرة أخرى من المنتدى العالمي للعلامة التجارية، وهي منظمة عالمية غير ربحية مقرها لندن.

وبهذه المناسبة، قال المدير التنفيذي للمجموعة خالد السنعوسي: يسرنا الفوز بهذه الجائزة الدولية تقديرا لجهودنا المتواصلة لضمان التميز لعملائنا وشركائنا ومساهمينا على حد سواء، من خلال رفع قيمة علامتنا التجارية، نسعى إلى تحقيق هدفنا المتمثل في أن نكون الخيار الأول لعملائنا في جميع الأسواق التي نعمل فيها، وقد شهد العام العديد من المنعطفات الإيجابية للمجموعة، لاسيما إدخال هوية العلامة التجارية المتطورة، مما يؤكد الجهود الدؤوبة التي تبذلها المجموعة والشركات التابعة لها لتعكس جودة وتميز خدماتنا من خلال الابتكار المستمر والمركز. ويهدف المنتدى العالمي للعلامات التجارية إلى تعزيز معايير ومهارات وتعليم مجتمع العلامات التجارية لصالح الصناعة والمستهلكين، ويتم الحكم على الفائزين بهذه الجائزة بناء على ثلاثة معايير: تقييم العلامة التجارية، وأبحاث السوق الاستهلاكية، والتصويت العام عبر الإنترنت، حيث تفوقت المجموعة في جميع المعايير وتم اختيارها كأفضل علامة تجارية في فئة المستوى الوطني. يذكر أن المنتدى العالمي للعلامة التجارية يسعى إلى النهوض بمعايير العلامات التجارية لما فيه مصلحة الصناعة والمستهلكين. وتستند لجنة التحكيم للجائزة إلى ثلاثة معايير، هي تقييم العلامة التجارية، دراسات سوق المستهلك، والتصويت على شبكة الإنترنت. وبصفتها الشركة الرائدة في مجال صناعة التأمين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فقد تفوقت مجموعة الخليج للتأمين في جميع المعايير وتم اختيارها كأفضل علامة تجارية.

وباعتبارها قوة تأمين إقليمية، تهدف العلامة التجارية إلى خلق رغبة أكبر في صناعة التأمين، مع التركيز بشكل أساسي على بناء علاقات طويلة الأمد وعالية الجودة ومجزية وقائمة على الاحترام المتبادل. تجدر الإشارة إلى أن GIG لاتزال تتمتع بتصنيفات ثلاثية من المستوى «A» من S & P (A) وA.M.BEST (A)) وMoody›s (A3).

ومن خلال رؤية عالية المستوى تتمثل في «تشكيل نظام بيئي قيم للتأمين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا»، تقدم GIG التزاما ثابتا واستثنائيا بالابتكار والجودة ونضج العلامة التجارية وخدمة العملاء والتحول الرقمي والهيمنة على السوق والنمو المستدام في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ضمن حملة «لنكن على دراية»

«بيتك» مستمر في التوعية بحقوق العملاء

يواصل بيت التمويل الكويتي «بيتك» جهوده لنشر الثقافة المالية ضمن إطار حملة «لنكن على دراية» التي أطلقها بنك الكويت المركزي بالتعاون مع اتحاد مصارف الكويت والبنوك الكويتية.

وتركز الحملة على التوعية بحقوق العملاء، وأصول وقواعد التعامل مع البنوك، وأمن وحماية المعلومات من الاختراق، ومكافحة عمليات الاحتيال المالي وغيرها من النظم والتحذيرات، ضمن التزامه بتوعية العملاء حول حقوقهم وواجباتهم نحو التعاملات المصرفية والمالية والأمن السيبراني.

وتتطرق الحملة إلى التوعية بعمليات التمويل وأنواعه، والبطاقات المصرفية، والتوعية بحقوق العملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة، كما تتناول النصائح المتعلقة بالأمن السيبراني وحماية الحسابات المصرفية، وتوضيح آليات تقديم الشكوى وحماية حقوق العملاء، مع التعريف بمهام القطاع المصرفي ودوره في تعزيز الاقتصاد الوطني وتنميته.

ويساهم «بيتك» من خلال رسائل متعددة تحمل مضامين مختلفة تتعلق بالعناصر الرئيسية للحملة، يوجهها إلى شرائح عملائه على تنوع مستوياتهم واهتماماتهم وبما يتناسب مع ثقافة وطبيعة كل شريحة منهم، كما تتوجه بصفة دائمة مجموعة من

الرسائل إلى الموظفين باعتبارهم الضلع الثاني في مثلث التوعية المكون من العملاء والموظفين والجمهور، باعتبارهم إما عملاء مستقبلين أو مستهدفين وبما يخدم في النهاية تحقيق أهداف الحملة، وأهمها التوعية والتعريف والتحذير من مخاطر محتملة لعدم اتباع تعليمات الأمان والسلامة عند الاستخدام لوسائل التقنية الحديثة، ومنها عدم تقديم أي معلومات عن الحسابات والمعاملات الشخصية لجهات مجهولة أو ردا على رسائل غير معلومة المصدر، بما يخالف سرية البيانات وإجراءات الحماية المصرفية.

ويحرص «بيتك» على نشر الثقافة المالية وثقافة الادخار والاستثمار، وتوعية العملاء بخدمات ومنتجات البنوك وكيفية الاستفادة منها، كما يقدر «بيتك» جهود بنك الكويت المركزي واتحاد المصارف في تنظيم حملة «لنكن على دراية» لتوعية المجتمع بالمعاملات المالية والمصرفية، التي تأتي في وقت مهم، يتزايد فيه التوجه نحو المعاملات البنكية والخدمات المالية بالاعتماد على التكنولوجيا، بما يحمل ذلك من فرص واسعة مع تحديات ومخاطر عديدة في ظل اكتشاف محاولات كثيرة باء معظمها بالفشل لاختراق حسابات العملاء أو الإضرار بالأنظمة ما يتطلب توعية شاملة مع تعزيز نظم الأمن السيبراني والحماية ومقاومة غسيل الأموال والأنشطة الأخرى المجرمة قانونيا والمشبوهة.

وتبرز رسائل «بيتك» السياسات الواضحة والمحددة التي وضعها بنك الكويت المركزي لتوجيه عمليات الاقتراض والتمويل في البنوك، ومنها تزويد العملاء بتفاصيل القرض، وقيمة وعدد الأقساط، ومواعيد السداد، ونسبة القسط إلى صافي الراتب وتبعات عدم السداد، ويحق للعميل الحصول على مهلة يومين على الأقل، لمراجعة العقد بشكل شامل قبل التوقيع عليه، والحصول على مسودة العقد التي تتضمن تفاصيل مثل نوع القرض، ومدة السداد، مقدار القسط والعائد بعد توقيعه، حيث تنقسم القروض المتاحة للعملاء إلى نوعين، القرض الاستهلاكي والقرض السكني.

كأول مبنى في السعودية ودول الخليج يحصل على شهادة «EDGE Advanced»

مستودع مجمع «أجيليتي» في الرياض ينال شهادة المباني الخضراء

مجمع أجيليتي اللوجستي بالرياض

أعلنت أجيليتي، الشركة المتخصصة في خدمات سلسلة الإمداد والبنية التحتية والابتكار، أن أحد مستودعاتها في مجمع أجيليتي اللوجستي بالرياض هو المبنى الأول في المملكة العربية السعودية ومنطقة دول مجلس التعاون الخليجي الذي ينال شهادة EDGE Advanced «للمباني الخضراء».

EDGE، اختصارا بالحروف الأولى «للتميز في التصميم من أجل كفاءة أكبر»، وهو نظام شهادات اعتراف بتطبيق المعيار العالمي للمباني الموفرة للطاقة، وتشرف على منحه مؤسسة التمويل الدولية التي تعتبر ذراعا للبنك الدولي. ويتطلب استحقاق الشهادة الأساسية أن تطبق المباني الحد الأدنى من الخفض وبنسبة لا تقل عن 20٪ في استخدام الطاقة والمياه و«الطاقة المتجسدة» في مواد البناء، وذلك مقارنة بمقدار الطاقة التي يستخدمها مبنى محلي قياسي.

حصلت أجيليتي على شهادة EDGE Advanced للمباني الخضراء لأحد مستودعاتها في مجمع الرياض اللوجستي الذي تبلغ مساحته 870,000 متر مربع. وتتميز المباني المتطورة الحائزة شهادة «جهوزية الخلو من الكربون» من EDGE بتوفير الطاقة بنسبة 40٪ على الأقل مقارنة بنظيراتها من المباني الأخرى.

بهذه المناسبة، قال ميشيل صعب الرئيس التنفيذي لـ«أجيليتي» للمجمعات اللوجستية ـ العمليات العالمية: إن أجيليتي عازمة على أن تبقى الرائدة في تطوير البنية التحتية اللوجستية الحديثة الموفرة للطاقة. ونحن في أجيليتي نرغب حقا بالمساعدة على دفع عجلة النمو الاقتصادي السعودي، وخلق فرص عمل، والحفاظ على الموارد، وأن نكون مثالا يحتذى للآخرين في مجال الاستدامة.

ومجمعات أجيليتي اللوجستية هي منشآت ومرافق تخزين من الفئة المعيارية الدولية A مصممة وفقا لمميزات ومعايير هندسية متقدمة تطبق ممارسات الاستدامة الشاملة، وهي تمتاز بأنها آمنة ومتصلة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، وبالإضافة إلى مجمع الرياض، تدير أجيليتي للمجمعات اللوجستية منشأة تبلغ مساحتها 200 ألف متر مربع في الدمام، وأعلنت مؤخرا عن خطط لاستثمار 611 مليار ريال سعودي (163 مليون دولار أميركي) لبناء مجمع لوجستي بمساحة 576 ألف متر مربع بالقرب من جدة.

هذا، ويشكل عملاء مجمعات أجيليتي اللوجستية باقة متنوعة من الشركات الدولية والمحلية مختلفة الأنشطة، ومنها قطاعات البيع بالتجزئة والسلع الاستهلاكية والتكنولوجيا والسيارات والطاقة والتجارة الإلكترونية.

وفي أكتوبر، أعلنت المملكة العربية السعودية عن تفاصيل استراتيجية شاملة تهدف إلى تحويل البلاد إلى مركز لوجستي عالمي، من خلال المبادرة الوطنية السعودية لسلاسل الإمداد العالمية التي تهدف إلى استقطاب 11 مليار دولار أميركي من الاستثمارات الجديدة في أول عامين لها، بغرض تحويل المملكة إلى مركز وحلقة وصل رئيسية في سلاسل التوريد العالمية من خلال تطوير البنية التحتية اللوجستية والصناعية، والمدن الاقتصادية والطاقة الخضراء، والابتكار والتصنيع.

وختم صعب: نحن نؤمن بأن لـ«أجيليتي» دورا قياديا في مساعدة المملكة لتحقيق طموحها لتكون حلقة وصل رئيسية في سلاسل الإمداد العالمية وفي مساعيها لتحقيق أهدافها ورؤيتها الأشمل 2030.

«نيسان البابطين» تلقي الضوء على مسيرة تطور سيارة Z الرياضية العريقة على مدى 7 أجيال

بعد الإطلاق العالمي لسيارة نيسان Z الجديدة كليا واستعدادا لوصولها المرتقب إلى منطقة الشرق الأوسط في وقت لاحق من هذا العام، تفخر شركة عبدالمحسن عبدالعزيز البابطين، الوكيل المعتمد الوحيد لسيارات نيسان في الكويت، بأن تلقي بعض الضوء على مسيرة هذا الطراز العريق وتاريخه الغني الممتد على مدى أكثر من 7 أجيال ونصف قرن من الزمن. فقد رسخت نيسان Z مكانتها منذ طرحها عام 1969 كسيارة منافسة قوية على حلبات السباق وخارجها، حيث بيعت منها أكثر من 1,8 مليون وحدة إلى الآن وحظيت بإعجاب هواة السيارات حول العالم.

وفيما يلي تسترجع نيسان البابطين تراث نيسان Z الغني الممتد على 5 عقود و7 أجيال:

الجيل الأول: أطلقت نيسان (240Z) كما كانت تعرف سابقا عام 1969، وشكلت الجيل الأول من سيارات نيسان Z التي طبعت تاريخ السيارات الرياضية، فبعد 3 سنوات من البحث والتصميم، أصبحت نيسان 240Z سيارة كوبيه عصرية بمقعدين ومزودة بمحرك من 6 اسطوانات وبيعت منها أكثر من 520 ألف وحدة على مستوى العالم، مسجلة رقما قياسيا في مبيعات السيارات الرياضية. وساهم أداؤها القوي في مشاركة الجيل الأول من نيسان Z في رالي سفاري شرق أفريقيا التاسع عشر عام 1971 والفوز به.

الجيل الأول نيسان 240Z

نيسان Z الجديدة كليا

الجيل الثاني: تميز الجيل الثاني من نيسان Z (280ZX) الذي تم إطلاقه عام 1978 بتصميم متجدد طال المقصورة الداخلية والهيكل الخارجي وبمستويات أعلى من الفخامة كان الهدف منها تلبية الاحتياجات المتزايدة لعملاء السيارات الرياضية، فقد زودت 280ZX بفرامل قرصية على العجلات الأربع، وتوافرت بنموذج مقاعد 2 + 2، وبطراز توربو، وكانت أول طراز من نيسان مزود بسقف T_top.

الجيل الثالث: تطورت نيسان Fairlady Z بعد بضع سنوات لتصبح عام 1983 سيارة الجيل الثالث (300ZX)، وبات يتوافر فيها مكيف ومقاعد جلدية كميزة قياسية بالتزامن مع محافظتها على أساسيات الطرازات السابقة التي أحبها العملاء.

الجيل الرابع: تم إطلاق الجيل الرابع عام 1989، وتميز عن الطرازات السابقة بتصميمه الجريء والفريد الذي بدا واضحا عند الواجهة الأمامية ذات المصابيح المائلة بزاوية أكثر من 60 درجة، ومن خلال المقصورة الانسيابية والمسافة القصيرة بين العجلات ومقدمة السيارة وواجهتها الخلفية والتي عززت أداءها وقدرتها على المناورة. ويعد الجيل الرابع أول سيارة نيسان Z تزود بمحرك بشاحن توربيني مزدوج.

الجيل الخامس: استأنفت نيسان عام 2002 إنتاج طراز نيسان Z بعد توقف لمدة 6 سنوات وطرحت 350Z التي احتفت بالطرازات السابقة من خلال عدد من عناصر التصميم المستوحاة من 240Z الشهيرة.

الجيل السادس: طرحت نيسان 370Z عام 2009 كطراز كوبيه وروادستر وقد تميزت بتصميم أنيق وديناميكي وزودت بمحرك V6 من 6 اسطوانات مصنوعة من الألمنيوم وتبلغ سعته 3,7 ليترات ويولد 332 حصانا، وأطلقت نسخة نيسمو معززة التصميم لاحقا والتي رفعت طاقة السيارة لتصل إلى 350 حصانا.

الجيل السابع: تتميز نيسان Z الجديدة كليا بعناصر تصميمية مستوحاة من الطرازات السابقة وتحتفي بالتراث الغني للسيارة الرياضية الممتد على 50 عاما. ويعد الطراز الجديد كليا من نيسان Z الأقوى حتى تاريخه والأول الذي يثري تجارب القيادة من خلال نظام التحكم في الانطلاق الذي زود به.

solutions by stc تطرح باقات مخصصة للحلول السحابية لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة

طرحت solutions by stc، الذراع التقنية لشركة الاتصالات الكويتية stc المتخصصة في توفير خدمات أحدث الحلول الرقمية وتكنولوجيا المعلومات، باقات مخصصة للتطبيقات الإنتاجية السحابية المصممة خصيصا لتلبية احتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الكويت، وذلك ضمن باقات فعالة من حيث التكلفة وتوفير اتصال سلس وتعزيز مستويات الإنتاجية.

وتهدف المجموعة الواسعة من الحلول السحابية، إلى مساعدة عملاء الشركة من قطاع الأعمال على الانتقال إلى العالم الرقمي من خلال تمكين استراتيجيات التحول الرقمي الخاصة بهم. وبصفتها مزود حلول شاملة، تستند solutions by stc الى محفظتها التقنية المتنوعة من الخدمات وإمكانات فريق من الخبراء من أجل دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في الارتقاء بنماذج أعمالها الحالية وكذلك لدعم الشركات الناشئة في إطلاق مشاريعها مع مجموعة الحلول المناسبة لدعم عملياتها واحتياجاتها التجارية.

ومن خلال عروضها المتجددة، تقدم solutions by stc ثلاث باقات تشمل تطبيقات مايكروسوفت Microsoft 365، بالإضافة إلى حلول السحابية توفرها Google workspace لتلبية احتياجات القطاعات المختلفة، حيث تضم الباقات أيضا توفير نطاقات للشركات Domains وأجهزة المكاتب الذكية وخدمة البيانات الهاتفية DaaS وأنظمة البدالات الهاتفية PBX لربط الأفرع وحلول الاتصال وغيرها من الحلول الأخرى.

وفي بيان لها، أشارت solutions by stc إلى أن حلول Microsoft 365 Cloud ستتوفر عبر باقتين، Microsoft 365 Business وMicrosoft 365 Office Enterprise. وذكرت: «تعد Business 365 Microsoft حلا قائما على الخدمات السحابية بالكامل، وتوفر الوصول إلى البريد الإلكتروني والملفات وبرامج Office بما في ذلك Word وPowerPoint وExcel وتطبيقات Microsoft الأخرى. وتقدم Enterprise 365 Office مجموعة من التطبيقات بما في ذلك Office 365 وEnterprise Mobility and Security و Windows Enterprise. كما يمكن الوصول إلى تطبيقات وميزات كلتا الباقتين عبر الإنترنت من أي مكان وبراحة تامة للمستخدم، كذلك توفر الباقات سعة تخزينية تبلغ 1 تيرابايت مع خيارات لتعزيز سعة التخزين وتوفير الدعم الفني المجاني.

من ناحية أخرى، تقدم حلول Google Cloud مجموعة من الخدمات التي تستهدف قطاعات مختلفة مثل الشركات الصغيرة والمتوسطة والتعليم والخدمات المالية والقطاعات الأخرى.