



لموقعي خدمة تويوتا الري ومبنى الخدمة السريعة لكزس

مجموعة «الساير القابضة» تحقق إنجازاً مهماً في الحصول على شهادة معيار إدارة الصحة والسلامة المهنية



مبارك ناصر الساير وبيّنغث شولتز وإبراهيم الفوزان خلال تسلم شهادة ISO الدولية الخاصة بمركز خدمة تويوتا الري من الإدارة العليا لمجموعة Bureau Veritas



مبارك ناصر الساير متسلماً شهادة ISO الدولية الخاصة بمبنى الخدمة السريعة لكزس بحضور بيّنغث شولتز ومحمود أبو ظهر



- مبارك ناصر الساير: مجموعة الساير تحرص دائماً على صحة وسلامة موظفيها وعملائها وجميع أصحاب المصلحة
- نهدف إلى توفير بيئة عمل آمنة مع توازن صحي في الحياة العملية وسنعمل على تطبيق المزيد في المواقع الأخرى

أن صحة وسلامة موظفينا وعملائنا وجميع أصحاب المصلحة لمجموعة الساير مهمة جداً بالنسبة لنا، وقد أظهرنا هذا خلال جائحة COVID-19 عن طريق إدخال رقمنة العديد من العمليات وتقليل نقاط اتصال الموظفين والعملاء.

وتحرص مجموعة الساير، على تحقيق المزيد من معايير ISO الدولية برحلتها في تقديم

بان مجموعة الساير تحرص دائماً على صحة وسلامة موظفيها وعملائها وجميع أصحاب المصلحة، ونهدف دائماً إلى توفير بيئة عمل آمنة وصحية مع توازن صحي في الحياة العملية، سنعمل على تطبيق المزيد في المواقع الأخرى.

مبارك ناصر الساير، ورئيس العمليات بيّنغث شولتز، ومدير أعمال أول مجموعة خدمة تويوتا إبراهيم الفوزان، ومدير أعمال أول مبيعات وخدمة لكزس محمود أبو ظهر، ومدير مجموعة التميز المؤسسي نهاد الحاج علي، وحضر الحفل الإدارة العليا لمجموعة Bureau Veritas لتسليم الشهادات.

حققت مجموعة الساير القابضة إنجازاً مهماً بحصولها على شهادة معيار إدارة الصحة والسلامة المهنية ISO بتاريخ 23 مارس الماضي لموقعي خدمة السيارات، وذلك تتويجاً لجهودها المستمرة في تحسين السلامة والصحة المهنية في منشأتها. وأقيم الحفل في المقر الرئيسي لمجموعة الساير القابضة بالمنطقة الحرة وحضره الرئيس التنفيذي

حقق نجاحاً فريداً من نوعه من حيث عدد المشاركين ونسبة المشاهدات العالية سواء على التلفاز أو عبر منصاته الرقمية

«برقان» يسجل أكثر من 14 مليون تفاعل ومشاهدة لإعلانه الرمضاني



في السحوبات على الجوائز النقدية المميزة. وأضاف: سوف نواصل المبادرة بمثل هذه الحملات المؤثرة والمسلية على مواقع البنك عبر كافة وسائل التواصل الاجتماعي، إذ أكدت بعض استبيانات الرأي قضاء الأفراد وقتاً أطول في مشاهدة محتويات الفيديو، خلال المناسبات المجتمعية المختلفة، أكثر من أي وقت آخر خلال العام. وأشارت الفيلمي إلى أن مباريات بنك برقان التي تندرج ضمن برنامجها للمسؤولية الاجتماعية تعكس الحرص الكبير على تقديم تجربة نوعية ترتقي بمفهوم التواصل مع العملاء وأفراد المجتمع ككل، وذلك من خلال مواكبة تطوراتهم وتجاوز توقعاتهم. وهذا يتماشى، بكل تأكيد، مع شعار البنك «أنت دافعنا» وقيمه الحقيقية المتمثلة بالثقة، الالتزام، التميز والإقدام.

هذا، وقد تعاون بنك برقان مع مجموعة «سنيار» للتسويق والإنتاج الفني لإعداد وإنتاج الحلقات.

حقق إعلان بنك برقان الرمضاني نجاحاً فريداً من نوعه من حيث عدد المشاركين ونسبة المشاهدات العالية، سواء على التلفاز أو عبر منصاته الرقمية، حيث تفاعل عدد كبير من عملاء البنك ورواد مواقع التواصل الاجتماعي مع سلسلة الفيديوهات المشوقة والتي اعتادت على حل الألغاز، طوال الشهر الفضيل، إضافة إلى السحوبات المميزة على جوائز نقدية قيمة، وتم تسجيل ما يفوق 14 مليون تفاعل ومشاهدة لسلسلة الفيديوهات المكونة من حلقتين، لتقديم صورة متكاملة تجسد جوهر وقيم الشهر الفضيل بأسلوب فني متميز.

وخلال الحملة الإعلانية، شارك أكثر من 20000 بإجاباتهم عن منصات التواصل الاجتماعي التابعة للبنك، عن أسئلة المسابقات بنهاية كل حلقة، والمتعلقة بالقيم والمبادئ التي يتناولها كل مقطع فيديو، وحصل أصحاب الإجابات الصحيحة على فرصة للمشاركة والفوز في السحب على

