الاتحاد للطيران تحتفل بنجاحها المدهش في قنوات التواصل الاجتماعي

■ الحصول على لقب أفضل «شركة طيران واعدة في قنوات التواصل الاجتماعي» ضمن جوائز سيمبلي فلاي

جانب من تكريم شركة الاتحاد للطيران

احتفلت الاتحاد للطيران، الناقل الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، بنجاحها المذهل على قنوات التواصل الاجتماعي، وذلك في أعقاب فوزها بلقب «أفضل شركة طيران واعدة في قنوات التواصل الاجتماعي» ضمن جوائز SimpliFlying لعام 2014 ووصولها إلى رقم المليون معجب على موقع فيس بوك.

تهدف جوائز SimpliFlying إلى الإشادة بأفضل الحملات الترويجية والممارسات على وسائل التواصل الاجتماعي في قطاع النقل الجوي. وجاء الإعلان عن الفائزين خلال حفل مهيب أقيم في قمة توزيع السفر لأمريكا الشمالية بمدينة نيويورك هذا الأسبوع، بحضور أكثر من 400 متخصص ومسؤول في قطاع السفر والضيافة.

يتم اختيار الفائز بناءً على إجراءات تصويت محكمة، ووقع اختيار لجنة التحكيم على الناقل الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة للفوز بالجائزة وذلك تقديرا لتميّز الشركة على صعيد الاستراتيجية المتطورة والمحتوى الذي يسهم في تعزيز المشاركة والحملات الترويجية والتركيز في إدارة مجتمع التواصل على مدار الاثني عشر شهرا الماضية.

أطلقت الاتحاد للطيران على صفحات التواصل الاجتماعي التابعة لها باقة متنوعة من المبادرات تهدف إلى زيادة مشاركة المعجبين والزائرين وتعزيز مستوى التواصل معهم وتوليد العائدات للشركة. تتناول هذه الصفحات أحدث التطورات حول العلامة التجارية وشؤون الرعاية والوجهات الجديدة والمنتجات والخدمات والعروض الخاصة إلى جانب مسابقات تركز على العلامة التجارية للشركة.

وبهذه المناسبة، أفاد بيتر بومغارتنر، رئيس الشؤون التجارية في الاتحاد للطيران، بقوله: «أصبحت قنوات التواصل الاجتماعي جزءاً حيوياً من أنشطة الاتصال الرقمي والتواصل للشركة. وتأتي هذه الجائزة كي تكون مصدر إلهام لنا من أجل أخذ زمام المبادرة والريادة في قطاع السفر انطلاقا من وسائل التواصل الاجتماعي وتسطير قصة الاتحاد للطيران بأسلوب مبدع ومبتكر.»

ومن جانبه، أفاد شاشانكنيجام، الرئيس التنفيذي لجوائز SimpliFlying، قائلا: «تبنت الاتحاد للطيران أسلوب منهجي في التعامل مع التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بما أسهم في تعزيز مستوى المشاركة بصورة كبيرة على مدار العام الماضي، ولا سيما فيما يتعلق بإطلاق منتجاتها الجديدة على متن طائرة بوينغ 787 دريملاينر وآيرباص A380 والمقرر إزاحة الستار عنها خلال شهر ديسمبر. وتمكنت الشركة من مفاجأة الجميع وأخذ زمام المنافسة.»

وكشف موقع لينكد-إن، الذي يعتبر أكبر موقع مهني في العالم على الإنترنت، مؤخرا أن الاتحاد للطيران تمتلك أقوى علامة تجارية مؤثرة في دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك قياسا على مستوى المشاركة بين أعضاء لينكد-إن البالغ عددهم 313 مليون متخصص. وجاء هذا التصنيف في أعقاب الحملات الناجحة التي أطلقتها الشركة على الموقع، الأمر الذي أدى إلى زيادة متابعيها إلى 120 متابع على الموقع.

وفي إطار الإنجازات التي حققتها الشركة مؤخرا على مواقع التواصل الاجتماعي، نجحت الاتحاد للطيران في الوصول إلى رقم المليون معجب على موقع فيس بوك و100 ألف متابع على حساب تويتر (@EtihadAirways)، كما شهدت الشركة نموا ملحوظا في عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على مدار العام الماضي، ليتضاعف عدد «معجبي» موقع الشركة على فيس بوك وإضافة حوالي 512 ألف معجب جديد على الموقع وزيادة عدد المتابعين على حساب الشركة على تويتر بنحو 75 في المائة.

وفي إطار الاحتفال بهذا الإنجاز الكبير، أطلقت الشركة حملة ترويجية بعنوان «مليون لحظة» على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث حثت المعجبين على نشر صورهم التي تجسد لحظات السفر الخالدة مع الاتحاد للطيران عبر موقع فيس بوك وتويتر وإنستجرام وذلك للحصول على فرصة للفوز بتذكرتي سفر على متن الدرجة السياحية إلى أي وجهة من وجهات الاتحاد للطيران. وتسري الحملة حتى 30 سبتمبر من عام 2014، حيث تتولى لجنة تحكيم اختيار أفضل صورة مشاركة. لمزيد من المعلومات والإطلاع على الأحكام والشروط ذات الصلة بالحملة، يُرجى زيارة صفحة الشركة على موقع فيس بوك.

وفي إطار سعيها نحو تعزيز نطاق وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لها، بادرت الاتحاد للطيران إلى إطلاق حساب جديد لها على موقع بنتريست والذي سيستخدم كأداة مبتكرة لتسويق الوجهات، كما يساعد المعجبين على التواصل مع الشركة بصورة مباشرة عبر تقديم محتوى على صفحات الموقع التي تتناول أشهر الوجهات داخل شبكة الاتحاد للطيران والمنتجات والخدمات الخاصة بالشركة، إلى جانب الأفكار المبتكرة والجديدة في قطاع السفر.

وتابع بيتر: «نحن متحمسون لإطلاق الحساب الجديد على موقع بنتريست الذي يسهم في دعم مكانة الاتحاد للطيران كقناة رئيسية على الإنترنت في قطاع التخطيط للسفر. ويتمتع بنتريست بإمكانيات هائلة تسمح للعلامات التجارية بالوصول إلى الأسواق المستهدفة والارتباط بالعلامة التجارية من خلال محتوى مصور جذاب.»

أصبح موقع بنتريست شائع الرواج ولا سيما بين السيدات حيث بلغ عدد أعضائه أكثر من 70 مليون مستخدم مسجل في جميع أنحاء العالم، من بينهم 40 مليون مستخدم نشط شهريا، ويحتل المرتبة الثانية بعد موقع فيس بوك من حيث عدد الإحالة إلى الموقع الإلكتروني.

وتواصل الاتحاد للطيران تعزيز حضورها وخططها عبر قنوات التواصل الاجتماعي بهدف إنشاء مدونة رسمية وإطلاق حسابات جديدة للعلامة التجارية بلغات متنوعة. وتأتي هذه الجهود والمساعي الحثيثة التي تبذلها الاتحاد للطيران لتعزيز تجربة المعجبين على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للشركة.

7 في المئة نمو صادرات القهوة البرازيلية إلى العالم العربي في سبعة أشهر

■ شحن 820.000 كيس من القهوة بحجم 6 كغ إلى الدول العربية من يناير إلى يوليو 2014

ميشيل حلبي

أظهرت «الغرفة التجارية العربية البرازيلية» ثقة متزايدة حيال النمو المطرد في حجم صادرات القهوة البرازيلية إلى الدول العربية، مستندة في ذلك إلى ما جاء في التقرير الأخير الصادر عن «المجلس البرازيلي لتصدير البن» بأن نحو 820,000 كيس من القهوة بحجم 6 كيلوجرامات تم شحنها من البرازيل إلى العالم العربي خلال الفترة الممتدة بين شهري يناير إلى يوليو من العام الجاري، ما يمثل زيادة بواقع 7 بالمائة بالمقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي.

كما أشار التقرير إلى إرتفاع قيمة الصادرات البرازيلية من القهوة على المستوى العالمي إلى ما يزيد على 3.45 مليار دولار أمريكي خلال الأشهر السبعة الأولى من العام الحالي، بما يعادل 11 بالمائة زيادة عن العام الفائت. كما زاد عدد أكياس القهوة التي تم شحنها من البرازيل بنسبة 18.5 بالمائة لتصل إلى 20.56 مليون كيس خلال الفترة نفسها. وفي شهر يوليو الذي بدأت خلاله مرحلة الحصاد لموسم 2015/2014، بلغت قيمة الصادرات البرازيلية من القهوة مستوى عال عند 557 مليون دولار، ما يُشكّل زيادة لافتة بنسبة 59 بالمائة بالمقارنة مع نتائج الشهر الأوّل من مرحلة الحصاد الأخيرة. كما تم شحن ما يقارب 3 ملايين كيس من القهوة خلال الشهر نفسه، بزيادة قدرها 33.5 بالمائة. وأرجع الخبراء هذا النمو اللافت في الصادرات خلال الفترة بين شهري يناير ويوليو المنصرمين إلى الأداء القوي في المبيعات العالمية حيث تستأثر البرازيل بنسبة 32 بالمائة من السوق العالمية للقهوة.

وعلق الدكتور ميشيل حلبي، المدير التنفيذي والأمين العام لـ «الغرفة التجارية العربية البرازيلية»: «نحافظ البرازيل على أداء إيجابي قوي على مستوى تصدير القهوة إلى الدول العربية وسائر أرجاء العالم، وذلك مرده بالدرجة الأولى إلى المخزون الكبير من البن الذي تحويه البرازيل، ولا شك أن إستمرار هذا النمو في الصادرات يرتبط بشكل أساسي بمرحلة الحصاد الجارية حاليا.» وتعد الولايات المتحدة وألمانيا وإيطاليا وبلجيكا واليابان على رأس قائمة الدول المستوردة للقهوة البرازيلية في العالم.

المركزي السويسري يقرر إبقاء الفائدة قرب الصفر

أصدر أمس الخميس 18 سبتمبر البنك المركزي السويسري قراره بشأن أسعار الفائدة مقررا ابقاءها كما هي قرب مستويات الصفر.

و سجلت النتيجة الفعلية 0% كما سجلت المعدلات السابقة 0%.

ويعتبر البنك الوطني السويسري هو بنك مركزي مستقل يدير السياسة النقدية في البلاد ،وهو ملزم بموجب الدستور والنظام الأساسي للعمل وفقا لمصلحة البلاد ككل. وهدفه الرئيسي هو ضمان استقرار الأسعار ، مع الأخذ في الاعتبار التطورات الاقتصادية وبذلك ، فإنها تخلق بيئة مناسبة للنمو الاقتصادي .

لتعزيز عروضهما العالمية في قطاعات البنوك والخدمات المالية والتأمين

«زنسار تكنولوجيز» و«أجايل» للتقنيات المالية توقعان اتفاقية شراكة

لقطة تذكارية بعد توقيع الاتفاقية

أعلنت شركة زنسار تكنولوجيز، الاسم العالمي الرائد في توفير حلول وخدمات البرمجيات، عن توقيع شراكة استراتيجية مع شركة أجايل للتقنيات المالية، الشركة المرموقة في مجال حلول برمجيات البنوك والخدمات المالية والتأمين، وذلك بهدف تعزيز مكانتها في القطاع. وستساهم الشراكة في تحسين كفاءة كل من زنسار وأجايل وقدرتهما على تلبية الاحتياجات المتغيرة للقطاع، مع مواصلة التركيز الدائم على رغبات العملاء وتزويدهم بأحدث الحلول المتطورة، المدعومة بخبرة عميقة.

في تعليقه على الأمر قال غانيش ناتاراجان، الرئيس التنفيذي ونائب رئيس مجلس إدارة شركة زنسار تكنولوجيز: "تتواجد زنسار بشكل مباشر في دبي وتخطط للعمل من خلال عدة مراكز في المنطقة، وهنا تتجلى أهمية تلك الشراكة التي تمثل خطوة تجاه تأكيد الأهمية الكبيرة لأسواق الشرق الأوسط ضمن استراتيجية النمو لعلامتنا."

يذكر أن منطقة الشرق الأوسط تعتبر واحدة من أهم الأسواق الناشئة لشركة زنسار، والتي تتمتع فيها بمكانة رائدة في مجال التطبيقات المؤسسية لكل من حلول أوراكل وSAP، حيث تركت بصمة واضحة على مدى سبع سنوات من العمل الدؤوب من نخبة من العملاء في قطاعات التصنيع والتجارة والعقارات والرعاية الصحية. تلعب شركة زنسار تكنولوجيز دوراً محورياً هاماً في توفير خبرتها العميقة وتمكين المؤسسات من تحقيق مستويات أفضل من رعاية العملاء وتوسعة نطاق القنوات وتوفير الخدمات، وبالتالي اكتساب مزيد من التنافسية.

«رأس الخيمة العقارية» تستعرض مشروع «فيلات بيرمودا» خلال «سيتي سكيب غلوبال 2014»

تعتزم شركة «رأس الخيمة العقارية» (RAK Properties)، أكبر شركة متخصصة في التطوير العقاري في إمارة رأس الخيمة والمدرجة في سوق أبوظبي للأوراق المالية، تسليط الضوء على مشروع «فيلات بيرمودا» (Bermuda Villas)، وذلك خلال مشاركتها ضمن فعاليات معرض «سيتي سكيب غلوبال 2014»، الحدث الأبرز في مجال التطوير والإستثمار العقاري الذي ينعقد في الفترة بين 21 إلى 23 سبتمبر/أيلول الجاري في مركز دبي التجاري العالمي.

وتندرج «فيلات بيرمودا» ضمن مشروع التطوير الرائد «ميناء العرب» الذي يحتضن مجمعاً متكاملاً على الواجهة المائية في إمارة رأس الخيمة ويضم مجموعة واسعة من الوحدات السكنية والفنادق والمرافق عالية المستوى ضمن بيئة طبيعية خلابة تجمع بين الشواطئ الرملية والمسطحات الخضراء الشاسعة لتمنح الزوّار تجربة عيش غنيّة ومتميّزة. ويتألف مشروع «فيلات بيرمودا» من 157 وحدة سكنيّة من الفيلات الفاخرة والتاونهاوس، التي تتراوح أحجامها 6-2 غرف نوم. كما يوفر المشروع مجموعة متنوّعة من المرافق الحيوية التي تكفل أعلى درجات الرفاهية والإسترخاء للمالكين على ساحل مشروع ميناء العرب في رأس الخيمة، بما فيها حمّامات السباحة المنفصلة للكبار والصغار ومناطق اللعب المجهّزة بأحدث المعدّات الترفيهية الحديثة، بالإضافة إلى ملعب رياضي متعدّد الإستخدامات ومساحات خضراء فسيحة.

محمد سلطان القاضي

وعلاوةً على ذلك، ستقوم «رأس الخيمة العقارية» خلال مشاركتها في المعرض بعرض مجموعة من مشاريعها الاخرى وذلك ضمن محفظة مرنة توفر للعملاء الكرام فرص مميزة للايجار والاستثمار في الوحدات الجاهزة في مشاريع الشركة.

وقال محمد سلطان القاضي، العضو المنتدب والرئيس التنفيذي لشركة «رأس الخيمة العقارية»: «نتطلّع قدماً للمشاركة في معرض «سيتي سكيب جلوبال» لإستعراض مشروع «فيلات بيرمودا» الذي يعد أحدث مشاريع التطوير لدينا والذي نهدف من خلاله إلى تعزيز مكانة رأس الخيمة كوجهة سكنيّة رائدة من الطراز الأوّل في دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة. وقد تم تطوير هذا المشروع على نحو يتوافق مع أعلى معايير العيش الرغيد الذي يستند إليه مشروع التطوير الرائد «ميناء العرب»، بما يعكس إلتزام الشركة الوثيق تحت شعار «العيش في قلب الطبيعة». ونحن نتطلع إلى التواصل مع زوار هذا الحدث الكبير وإطلاعهم على أهم المزايا والمواصفات العالمية التي ينفرد بها مشروع «فيلات بيرمودا».»

وستتواجد شركة «رأس الخيمة العقارية» ضمن معرض «سيتي سكيب جلوبال 2014» في منصة رقم 5C20 ضمن مركز دبي التجاري العالمي.

لمتابعي صفحته على انستاغرام

البنك الوطني يقدم فرصاً للفوز بجوائز نقدية قيمة

أطلق بنك الكويت الوطني حملة جديدة على صفحته الرسمية على موقع انستاغرام @NBKPage تتضمن مجموعة من المسابقات المتنوعة لمكافأة الفائزين بجوائز نقدية قيمة.

ويقدم البنك الوطني بموجب هذه الحملة مسابقة خاصة بمناسبة افتتاح فرعه الجديد في غراند افنيو تتضمن التقاط صور للفرع الجديد وارسالها الى صفحة البنك الوطني على انستاغرام "@NBKPage" مرفقة بهاشتاغ "#NBKAvenue". وسيقوم البنك الوطني بالإعلان عن افضل ثلاث صور مشاركة للفوز بجوائز نقدية.

كما يخصص البنك الوطني لمتابعي الدوريات الأوروبية وبطولة دوري الأبطال Champions League فرصا للفوز بجوائز نقدية من خلال توقع نتيجة مباريات هذه البطولات على صفحة البنك الوطني على انستاغرام، ويمكن للراغبين في المشاركة في هذه المسابقات متابعة صفحته على انستاغرام والحصول على فرص فوز عديدة.

وقالت مسؤولة العلاقات العامة في بنك الكويت الوطني زينة الحميضي إن حملة المسابقات على صفحة الوطني على انستاغرام تأتي ضمن سلسلة النشاطات المتنوعة والمسابقات التفاعلية التي يطلقها البنك الوطني على صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تعزيز التواصل مع العملاء. وتلاقي هذه الحملة منذ انطلاقها تفاعلاً كبيراً من متابعي صفحة @NBKPage خاصة وأنها تتيح لجميع المتابعين فرصا عديدة للمشاركة والفوز . وأضافت الحميضي أن البنك الوطني يحرص دوما على مواكبة تطلعات الشباب والتفاعل معهم من خلال العروض والخدمات التي يوفرها الى جانب التواصل المباشر معهم عبر القنوات البديلة ومواقع التواصل الاجتماعي. وفي هذا الإطار وتنفرا للشعبية الكبيرة التي تتمتع بها كرة القدم الأوروبية في الكويت أطلق البنك الوطني مسابقة خاصة على انستاغرام عن مختلف الدوريات الأوروبية لإتاحة المجال أمام جميع محبي كرة القدم المشاركة وتشجيع فرقهم المفضلة.

وينفرد البنك الوطني بتواجده على مختلف القنوات الاجتماعية فيسبوك وتويتر وانستاغرام ويوتيوب ولينكدن وغوغل بلس وفورسكوير. وتقدم مواقع التواصل الاجتماعي للبنك الوطني مساحة تفاعل واسعة مع العملاء تشمل اطلاعهم على آخر العروض والخصومات الحصرية بالإضافة الى الرد على استفساراتهم وتلبية احتياجاتهم وتزويدهم بآخر الاخبار والمستجدات المتعلقة بالبنك ونشاطاته المحلية أولا بأول. لمزيد من المعلومات قم بزيارة الصفحات الرسمية للبنك الوطني على فيسبوك NBK Official Page وتويتر وانستاغرام @NBKPage ويوتيوب NBKMedia ولينكدن National Bank of Kuwait وغوغل بلس NBKMedia وفورسكوير NBK.

زينة الحميضي