

بنك برقان يختتم مشاركته في معرض «صحتي بعلمي»



لجنة جماعية من المعرض

وقد تواجد ممثلو بنك برقان في المعرض لتقديم وعرض منتجات البنك وخدماته لجميع الزوار. وتأتي مشاركة بنك برقان في معرض «صحتي بعلمي» تعزيزاً لالتزامه نحو تحقيق الرفاهية وتعزيز النمط الصحي لدى المجتمع الكويتي. بالإضافة إلى حرصه على رفع التوعية الصحية لدى الطلاب بطريقة تفاعلية وغنية بالمعلومات. والجدير بالذكر أن رعاية بنك برقان لبرنامج العاصفة المدرسي لصحة الفم والأسنان من وزارة الصحة والذي تستمر فعالياته على مدار عام متواصل، تتضمن العديد من الزيارات المدرسية والمحاضرات التفاعلية في العيادات والمستشفيات ومراكز التسوق في جهود منه لإثراء الوعي الصحي للأسنان عند جميع قطاعات المجتمع المختلفة.

قام بنك برقان بالمشاركة في معرض «صحتي بعلمي» والذي أقامته وزارة الصحة ضمن فعاليات برنامج العاصفة المدرسي لصحة الفم والأسنان والذي يرعاه البنك على مدار عام كامل. و أقيم المعرض في مدرسة الإسراء الثانوية للبنات في 23 أبريل 2015 تحت إشراف ورعاية السيدة لطفة العجيل، مديرة الشؤون التعليمية لمنطقة العاصمة التعليمية، وذلك بتنظيم وزارة الصحة ووزارة التربية والتعليم بهدف رفع مستوى الوعي الصحي لدى الطلاب.

كما تم تقديم برنامج «صحتي بعلمي» كمشروع مثالي يحمّذ به مجموعة واسعة من الجهات الحكومية والخاصة لتعزيز خدماتها وتبادل الأفكار من أجل الحفاظ على نمط حياة صحي للأسنان.

مجموعة نكرس: إغراءات نمط الحياة في الإمارات تحتهم وجود تخطيط مالي طويل الأمد



سعيدي بنجاسي

تدقيق كل عام على دولة الإمارات العربية المتحدة آلاف المغتربين للحصول على فرص العمل ذات الأجور المعفاة من الضرائب والاستمتاع بمستوى المعيشة المتطور فيها، إلى أنه غالباً ما يعود معظم الوافدين بعد سنين من العمل بلا عوائد إخبارية مجزية إذا لم يحصلوا على النصائح والاستشارات المالية الملائمة لاتباع خطة إخبارية تساعدهم في تحقيق أهدافهم المالية التي وضعوها نصب أعينهم عند اتخاذ قرار السفر.

ووفقاً لمؤشر «ميريس 2015» لتصنيف جودة المعيشة، تحتل كلاً من دبي وأبو ظبي موقع الريادة في منطقة الشرق الأوسط، الأمر الذي يتيح أمام سكانها خيارات واسعة لتبني نمط الحياة الراقي مما قد يؤدي في نهاية الأمر إلى تكبد مصاريف إضافية غير مخطط لها.

ويصرى سعيدي بنجاسي، المستشار التنفيذي الأول في مجموعة نكرس الرائدة في وسائله التأمين، أن هذا الاتفاق الزائد يترك المغتربين عرضة لتأثير ظروفهم المتغيرة، سواء كانت حالات طارئة أو مريضة أو خطط عائلية، أو تغيير المنزل، دون أن يكونوا مستعدين لمواجهة عواقبها.

وقال بنجاسي «معظم الناس الذين يأتون إلى الإمارات يحصلون على فرصة لرفع مستوى معيشتهم، كما يكون لديهم رغبة قوية في التناحر، ولا عيب في حب الجاني الأفضل في الحياة - فنحن جميعاً نرغب في الأفضل - ولكن من المهم أن نتأكد من الحفاظ هذا النمو وتحسينه إن أمكن، ولذلك فإن النصيحة الصحيحة والتخطيط الجيد سوف يساعد بكل تأكيد».

يضاف بنجاسي: «يجب أن يكون الأشخاص مستعدين لأي

ضد الأمراض الخطرة، ولكنهم سيكونون في غاية الامتنان عندما تحدث الكارثة وهم محميون.»

وكمثال على الحماية التي يقدمها المستشار المالي الجيد، عندما قامت مجموعة نكرس بمساعدة مريضة بسرطان الثدي وأطفالها الثلاث في الحصول على قيمة وثيقة تأمين ضد الأمراض الخطرة، والتي تدفع مبالغ طائلة للأعضاء الذين يتم تشخيصهم بأمراض مزمنة، ويترك للأعضاء اختيار كيفية استخدام هذه الأموال.

حول ذلك علق بنجاسي: «هذا المبلغ غير حياتها، فهي حتى لم تكن تتخيل ما كان يمكن أن يحدث لها، ولأطفالها الثلاث إذا لم تلم باختيار هذه التغطية.»

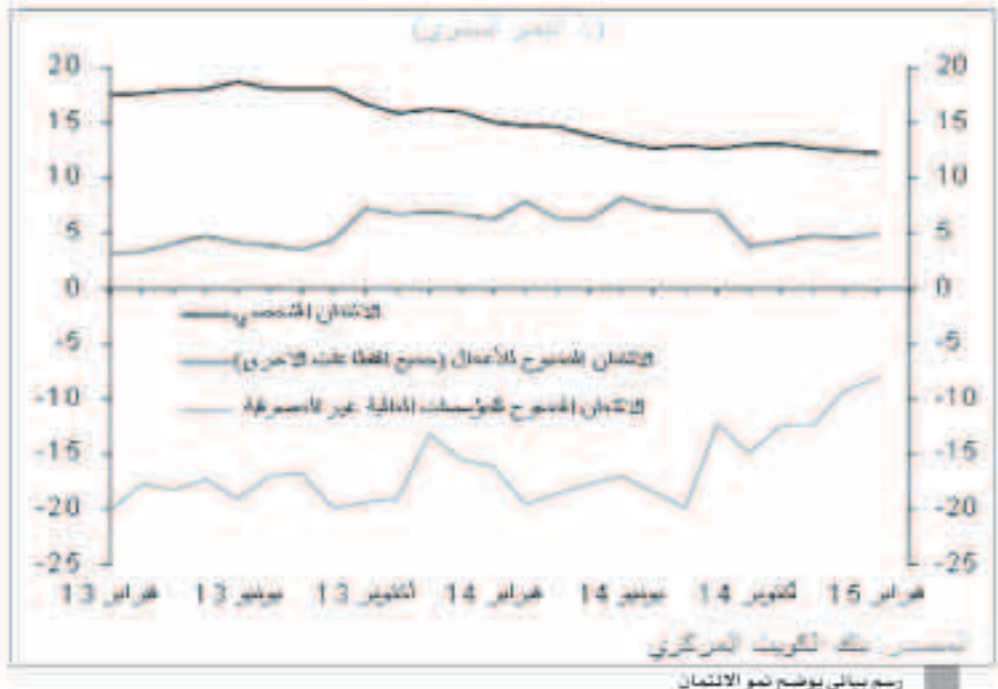
وأضاف بنجاسي أنه يمكن أيضاً للمستشار المالي المستقل تقديم خدمة أفضل من المؤسسات الأخرى مثل البنوك، والتي لا تهتم سوى ببيع منتجات معينة لك، وترتبط بعدد محدود من مقدمي الخدمات.

وتجدر الإشارة أن مجموعة نكرس تمتلك اتفاقيات تجارية مع 15 من مقدمي الخدمة المرخصين، والاستشارات المتخصصة والمهنية الجيدة بالغة ومقدمي المشورة ذات الجودة العالية في الحياة والتوفير والتأمين العام وامتيازات الموظفين للعملاء الراغبين في مراجعة موقفهم المالي لتحقيق أهداف معينة.

وعلق بنجاسي قائلاً: «يمكن للبنك أن يبيع خدمة معينة، ولكن ماذا سيحدث إذا قرر المركز الرئيسي للبنك عدم رغبتك في استمرار تقديم هذه الخدمة؟ نحن نكسر كل قاعدة ننتج بمصلحة العميل وليس المنتج ولذا نلتفتي لعميلك جيداً، ففي بعض الأحيان قد يتردد العميل في اختيار واثق تأمين معينة مثل التأمين

نكرس، الذي تمت خبرته لدى مجموعة نكرس لأكثر من 16 عاماً: «إن العلاقة بالمستشار المالي يجب أن تكون مثالية، كعلاقة طبيب العائلة، فالجميع يحتاج إلى شخص يمكن الوثوق به ليستمر معك في علاقة طويلة الأمد.» وأضاف: «سيفهم المستشار المالي الجيد احتياجاتك، وسيعمل معك لضمان حمايتك جيداً، ففي بعض الأحيان قد يتردد العميل في اختيار واثق تأمين معينة مثل التأمين

الائتمان المصرفي في الكويت ينمو بنسبة 6.4% خلال شهر فبراير



رسم بياني يوضح نمو الائتمان

للمستخدمين هو السلاح الجديد في معركة التنافس لاستقطاب عملاء، جيل الألفية الاحتفاظ بهم، وإن غياب تجربة مميزة وعملية ومناسبة للمستهلكين في تطبيقات الأجهزة المحمولة يؤدي بشكل واضح إلى تراجع فرص أي شركة في الوصول إلى الفئة.

كما يبين التقرير أيضاً أن جيل الألفية يشعر بالاستياء فيما يخص قنوات التواصل غير المرغوب بها، وعلى رأسها تقنية الإشعارات التي غالباً ما تكون غير ذات صلة باحتياجاتهم الشخصية، دون أن يعني هذا أنهم غير راغبين بالتواصل مع الشركات بشكل مطلق، فهم يرحبون بالتواصل الذي يضيف قيمة واضحة لهم من قبل الشركات.

وقال 73 % منهم بأنهم «محبون» إمكانية شراء منتجات وخدمات الشركة باستخدام تطبيقات الأجهزة المحمولة، وعلى نحو مماثل، فإن 71% من المشاركين بالدراسة عبروا عن تفضيلهم لإمكانية دفع فواتير الخدمات عبر التطبيقات، في حين أنشأ 65% إلى تفضيلهم إمكانية تقديم الشكاوى أو الإشارة إلى مسائل معينة من خلال التطبيقات.

ويستهدف «بيتك» من خلال هذه الخصومات التي تعبر عن سياسة متواصلة تضع العميل دائماً في مقدمة الاهتمامات، التأكيد على أن العميل هو صاحب الأولوية، وله حق التميز في مستوى السوق، كما أن تنوع الخصومات وتناسيها مع مواسم معينها، تعبر عن حرص «بيتك» على أن تصل مزاياه إلى مختلف نواحي اهتمامات وتطلعات العملاء على تعدد لمفاتيحهم واحتياجاتهم في الوقت المناسب وبأفضل وسيلة ممكنة.

كشفت دراسة جديدة أجرتها شركة «أوراكل» عن ارتباط وثيق لدى جيل الألفية الجديدة بين الثقة بخدمات الشركات وعلامتها التجارية من جهة، وجودة التجربة التي تقدمها تطبيقاتها على الهواتف المتحركة من جهة أخرى. حيث أشار 55% من المشاركين في الدراسة إلى أن مجرد وجود ضعف في تطبيقات الهاتف المحمول كفيل يجعلهم يتبعون عن استخدام منتجات وخدمات الشركة المنتجة.

ووفقاً للدراسة التي أجرتها الشركة تحت عنوان «جيل الألفية الجديدة وعالم الهاتف المحمول: خصائص جيل التطبيقات» فإن 39% من جيل الألفية لن يتصفح منتجات الشركة أو خدماتها لأخرين بعد اختبار تطبيق سيء، وقال 27% منهم بأنهم سيستخدمون الآخرين نظراً سلبية تماماً تجاه منتجات تلك الشركة وخدماتها عند حدوث ذلك.

وتوضّح هذه النتائج أن الشركات التي تفضل في توفير تجربة غنية في تطبيقات الأجهزة المحمولة لعملائها الحاليين والمحتلمين تعبر بشكل دقيق عن قيمة علامتها التجارية تخاطر بفقدان ثقة جيل الألفية، والخروج من المنافسة أمام الشركات الأخرى التي تقدم تجربة أكثر إقناعاً في تطبيقاتها.

وقال سوهاس أولييار، نائب الرئيس لشؤون إستراتيجية الأجهزة المحمولة وإدارة المنتجات في «أوراكل»: «لقد أصبح تقديم تجربة جذابة وذات طابع شخصي

على أساس سنوي، إلا أن وتيرة نمو قد تراجعت عن الأربع الثلثة الأولى من العام 2014. وارتفع عرض النقد بمفهومه الواسع (2) ليصل إلى 3.4% على أساس سنوي نتيجة ارتفاع نمو ودائع القطاع المصرفي بشكل كبير خلال شهر فبراير بواقع 506 ملايين دينار. وسجلت الودائع تحت الطلب لوحدها نمواً بواقع 206 ملايين دينار، بينما جاءت بقية الزيادة في الودائع لأجل بالدينار الكويتي التي ارتفعت بواقع 102 مليون دينار والودائع بالعملية الأجنبية التي ارتفعت بواقع 164 مليون دينار. وتراجع نمو عرض النقد بمفهومه الضيق (1) ليصل إلى 4.1% على أساس سنوي.

واستقرت أسعار الفائدة على الودائع لأجل بالدينار خلال فبراير، وارتفعت أسعار فائدة الإئتمانية. فقد ارتفعت أسعار الفائدة على الودائع لأجل ثلاثة أشهر وستة أشهر والتي عشر شهراً بواقع نقطة أساس لتصل إلى 0.77% و0.96% و1.19% على التوالي. أما أسعار الفائدة على الودائع لأجل شهر واحد فقد بقيت ثابتة عند 0.58%. وارتفعت أسعار فائدة الإئتمانية خلال فبراير بواقع خمس نقاط أساس عن الشهر السابق لتصل إلى 0.84% عقب خمسة أشهر متتالية من التراجع.

وارتفع الائتمان في بقية القطاعات بواقع 68 مليون دينار، وتسارع معدل نمو الائتمان للمنوح لقطاع الخدمات الأخرى بواقع 21 مليون دينار. بينما شهد الائتمان للمنوح لقطاع العقار تراجعاً ملحوظاً بواقع 15 مليون دينار. وشهد الائتمان للمنوح لقطاع الأعمال، باستثناء المنوح لشراء الأوراق المالية، ثباتاً في النمو عند 5.8%.

وتراجع الائتمان في هذا القطاع، إذ تراجع الائتمان لهذا القطاع إلى 8.1% على أساس سنوي، وشهدت المؤسسات المالية غير المصرفية تراجعاً مستمراً في نمو الائتمان منذ الأزمة المالية لتتخلف حصتها من إجمالي الائتمان المصرفي إلى 4.5% حالياً من 12.6% خلال العام 2008.

وتراجع الائتمان في هذا القطاع، إذ تراجع الائتمان لهذا القطاع إلى 8.1% على أساس سنوي، وشهدت المؤسسات المالية غير المصرفية تراجعاً مستمراً في نمو الائتمان منذ الأزمة المالية لتتخلف حصتها من إجمالي الائتمان المصرفي إلى 4.5% حالياً من 12.6% خلال العام 2008.

في إطار اهتمامه بالعملاء

«بيتك»: خصومات وخدمات لموسم السفر والإجازات

يوفر عليهم الوقت والجهد، ويتيح لهم فرصة المفاخرة بين أسعار ومواقع ومزايا كل فندق في المدينة الواحدة أو في مختلف أرجاء الدولة التي يعتزمون زيارتها لعمل أو لقضاء عطلة.

ويستهدف «بيتك» من خلال هذه الخصومات التي تعبر عن سياسة متواصلة تضع العميل دائماً في مقدمة الاهتمامات، التأكيد على أن العميل هو صاحب الأولوية، وله حق التميز في مستوى السوق، كما أن تنوع الخصومات وتناسيها مع مواسم معينها، تعبر عن حرص «بيتك» على أن تصل مزاياه إلى مختلف نواحي اهتمامات وتطلعات العملاء على تعدد لمفاتيحهم واحتياجاتهم في الوقت المناسب وبأفضل وسيلة ممكنة.

فيه الكثير من العملاء للحصول على أفضل الأسعار، وهم يخطون لإجازاتهم السنوية ورحلاتهم الصيفية، ويدققون في اختيار أفضل شركات الطيران ومكاتب السياحة لإجراء الحجوزات اللازمة.

كما يواصل «بيتك» تقديم خصوماته الحصرية والمتميزة لعملائه على أرقى وأفضل الفنادق حول العالم من خلال موقع Hotel Club.com/kdh، حيث يحصل العملاء على خصم يصل إلى 17% من خلال الحجز والدفع على الموقع باستخدام بطاقات فيزا «بيتك»، وفي إجراء سريع وآمن يستطيع العملاء الدخول إلى الموقع، وإجراء الحجوزات اللازمة والحصول على الخصومات الموفرة، يعد تسديد قيمة المشتريات عن طريق بطاقات فيزا، مما

يقدم بيت التمويل الكويتي «بيتك» خصماً يصل إلى 15% لشرائح محددة من عملائه وهي الأولوية والتميز والريان والسندس، عند الحجز للسفر على متن طيران الاندكاز عن طريق وكالة البت للسياحة، باستخدام بطاقات «بيتك»، وذلك استمراراً لسياسته في تقديم أفضل المزايا لعملائه.

وتظهر نافذة ترويجية على موقع «بيتك» الإلكتروني على الإنترنت KFH.com، الخصم الحصري المقدم لعملاء الأولوية والتميز والريان والسندس ويصل إلى 15% على «طيران الاندكاز» عند الحجز عبر وكالة بيتك هولنديين للسفرات، والدفع باستخدام بطاقات «بيتك» حيث تأتي مناسبة لموسم السفر والإجازات، الذي يسعى

