

«كانون» تنظم مؤتمرها السنوي للشركاء في منطقتي الشرق الأوسط ووسط وشمال إفريقيا



لمحة جماعية من المؤتمر

تخلّف «كانون»، الشركة الرائدة عالمياً بمجال حلول التصوير، مؤتمرها السنوي للشركاء في منطقتي الشرق الأوسط ووسط وشمال إفريقيا، وأعلنت الشركة خلال المؤتمر عن إطلاق وحدة أعمال «كانون ووسط وشمال إفريقيا» العلامة في القارة الأفريقية. وأقيم مؤتمر شركاء «كانون» على مدار ثلاثة أيام في فندق «ريتر كارلن» بدمبي، وجمع بحث مظهره ما يزيد على 150 شريكاً من 56 سوقاً تغطي الشرق الأوسط ومنطقة وسط وشمال إفريقيا الجديدة. وتم خلال المؤتمر توقيع ثم وأداء الشركة خلال عام 2015 قبل مناقشة استراتيجيتها الجديدة لعام 2016.

ويهدف المؤتمر، قال انوراع اغسراوال، المدير التنفيذي في «كانون الشرق الأوسط»، «سجلت «كانون الشرق الأوسط» نجاحاً لافتاً خلال عام 2015، حيث توسعت إلى أسواق جديدة، وعززت عروضها لمواكبة المتطلبات المتنامية للعملاء».

وأضاف اغسراوال: «يشكل مؤتمر الشركاء السنوي فرصة استراتيجية بالنسبة لنا للتفاعل مع الشركاء وتوطيد علاقتنا معهم. وباعتبارهم نقطة الاتصال الأولى للوقوف على انطباعات السوق، لذا فهم يزودوننا برؤى قيمة حول العملاء. ومن خلال الإصغاء إليهم والتعاون معهم، سنواصل توسيع نطاق حضورنا وإضافة القيمة لجميع مساهمينا خلال عام 2016 في ضوء فرص النمو القوية التي نرى بها المنطقة».

ومن التجهيزات الرئيسية التي حققها «كانون» خلال عام 2015 بدء عملياتها المباشرة في دولة قطر وتعزيز إمكاناتها في أبو ظبي، واستناداً إلى عنوان المؤتمر «شركة واحدة»، ركز الحدث كذلك

على «مبادرات الإصغاء» التي تحفز مشاركة الآراء والأفكار مع الشركاء من خلال علاقات الاتصال المفتوحة معهم. كما أعلنت «كانون» مواصلة «مبادراتها التنفيذية» التي تمكنها وشركاءها من العمل بشكل جماعي وبصورة أكثر كفاءة للارتقاء بإمكانات الشركة نحو اتفاق جديد.

مع إطلاق وحدة أعمال «كانون ووسط وشمال إفريقيا»، فإن جميع الشركاء الذين كانوا يزاولون نشاطهم تحت لواء شركتي «كانون الشرق الأوسط»، و«كانون جنوب إفريقيا» سيتحولون للعمل ضمن إطار الشركة الجديدة بحلول يناير 2016. وستكون «كانون ووسط وشمال إفريقيا» بعدما مسؤولة عن جميع جوانب العمل في القارة الأفريقية.

وستلبي «كانون ووسط وشمال إفريقيا» متطلبات العملاء في السوق الأفريقية المتنامية والحافلة بالتحديات؛ وستستند الشركة الجديدة في ذلك إلى زيادة الدعم الميداني من «كانون»، والتركيز على تطوير السوق عبر جميع قطاعات المنتجات المتخصصة للشركات والعلاء الأفراد.

ويهدف المناسبة، قال رومان ترويدناندل، العضو المنتدب الجديد لشركة «كانون ووسط وشمال إفريقيا»، «لا شك أن تأسيس الشركة الجديدة سيحفز

عملياتنا عبر أنحاء أفريقيا في الوقت الذي نعمل فيه على إطلاق استراتيجيتنا لتوسيع نطاق حضورنا وزيادة التفاعل مع عملائنا. ونحن إذ نرحب بشركائنا في هذه الوحدة الجديدة، فإننا نأمل أن نواصل ترسيخ شراكتنا خلال المرحلة المقبلة بما يخدم مصالحنا المشتركة. وإن استراتيجيتنا الواضحة وأهدافنا القابلة ستتمكن من تحقيق النمو في الأسواق المستهدفة ومواكبة طموحات عملائنا».

وتخلّف «كانون» خلال مؤتمر الشركاء منتدى خاص ناقش فيه المشاركون توجهات القطاع واستراتيجيات تسويق منتجات

التصوير المتخصصة للشركات والأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي. كما استضافت الشركة أيضاً مائدة عشاء في قاعة الحفلات الموسيقية بفندق «جيرا زعيم سراي»، وتم خلالها تكريم 18 من شركاء «كانون». وقدمت الشركة «جائزة الرئيس» إلى شريكها «جسرال الكريك أند تريبج» (جيتكو) من سلطنة عمان.

وفي لغة رمزية إلى تأسيس «كانون ووسط وشمال إفريقيا» وإدارتها عمليات الشركة في أفريقيا، تم تقديم درع تذكارية إلى مديرها رومان ترويدناندل.

هيئة تنشيط السياحة المصرية تطلق حملة ترويجية واسعة في المنطقة

في إطار جهودها لدعم قطاع السياحة، أعلنت هيئة تنشيط السياحة المصرية عن إطلاق حملة ترويجية جديدة بعنوان «هي دي مصر» («هي دي مصر» thisegypt) ضمن حملة إقليمية كبرى تهدف لدفع عجلة النمو في قطاع السياحة والترويج لمصر كوجهة سياحية متميزة. وتختلف حملة (thisegypt) عن حملات الهيئة السابقة، حيث تركز على الترويج لمصر بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي وسيتضمن شبكة الإنترنت ومحتوى الإعلام الرقمي، فيما ستشكل وسائل الإعلان التقليدية مستوى ترويجياً ثانوياً.

وتستهدف حملة (thisegypt) تستهدف المسافرين العرب من دول منطقة الشرق الأوسط، وسوف تستفيد من قوة الإعلام الرقمي في منطقة يبلغ معدل انتشار استخدام الإنترنت فيها 48.1 في المئة، أي أعلى من المتوسط العالمي بنحو 5.8 في المئة، وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» دوراً مهماً في الحياة اليومية لحوالي 88 في المئة» من مستخدمي الإنترنت.

وأعرب معالي هشام زعزوع وزير السياحة المصري عن سعادته بإطلاق الحملة الجديدة (thisegypt)، مشيراً إلى أنها تمثل نقلة قوية من شأنها أن تحدث انتشاراً واسعاً وصدي كبيراً في أرجاء المنطقة نظراً لأن أول من ابتكرها هم أبناء الشعب المصري أنفسهم، مضيفا أن الوزارة وهدية تنشيط السياحة يمثلان نقطة محورية مهمة من حيث تنمية قطاع السياحة المصرية.

تتمتع قطاع السياحة في البلاد، لافتاً إلى أن الحملة والشعار الجديد يعكسان الالتزام الجاد للوزارة والهيئة باجذاب السياح من الدول العربية الشقيقة ليستكشفوا بانفسهم مواطني السحر والجمال التي تتمتع بها مصر.

وتركز الحملة على إضفاء الطابع الشخصي على التجربة المصرية بتشجيع القطاع العريض من السياح العرب على التفكير في مجموعة العطلات المتنوعة التي يمكنهم الاستمتاع بقضاياها في مصر بدءاً من عطلة نابضة بالحياة في مدينة القاهرة أو الإسكندرية إلى الراحة والاستجمام في أحد المنتجعات الشاطئية الفاخرة في الغردقة أو شرم الشيخ.

وسوف تسلط الحملة الضوء على الأنشطة التي يستمتع السائح والزائر العربي بقضاء أوقاته فيها خلال العطلات من تسوق وتناول الطعام والإقامة الفاخرة فضلاً عن السهر ليل.

وسوف تسلط الحملة الضوء على الوجهات السياحية في مصر من خلال تقسيمها جغرافياً إلى أربع مناطق رئيسية تتضمن وادي النيل، وشواطئ (ريفيرا) البحر الأحمر، والبحر الأبيض المتوسط، والصحراء الغربية. وسيدعم الترويج للوجهات الأربع لصالح مختلف الفئات وعلى مدار مواسم السنة المختلفة، اعتماداً على نقاط الجذب الفريدة التي تقدمها كل منها لصالح الأسواق المستهدفة.

وكان هاشم الحاج (thisegypt) قد بدأ في الأساس كتيار عام من ابتكار المصريين لكن هيئة تنشيط السياحة المصرية سوف تتيح الآن وتشغلي عليه بعض التعديلات لتعزيز السياحة عن طريق رسم صورة تجريبية وصديقة عن مصر للعالم.

وسوف تركز الحملة التي تستمر ثلاث سنوات على جذب وإشراك مختلف الفئات العمرية من مواليد مطلع عام 2000 الذين يدفعهم حب المغامرة والتجربة الشخصية والحاسب. وأظهرت الدراسات مؤخراً أن هذه الفئات تقوم بعدد أكبر من الرحلات مقارنة بفئات عمرية أخرى مدفوعين بالعوامل السابقة، كما تحظى هذه الفئات بأعلى مستوى من التأثير في مجتمعاتها المحلية، والتي تؤثر بدورها بطريقة غير مباشرة في قرارات سفر أقرانهم الذين تعتمد عليهم هذه الحملة بكثافة.

وتأتي هذه الحملة في الوقت الذي تستمر فيه الجهود المصرية على مدار الساعة لتعزيز إجراءات الأمن لضمان سلامة جميع السائحين، وأيضاً في الوقت الذي تخطط فيه مصر لتفعيل المنظمة الدولية للطيران المدني (إيكاو) مؤخراً بنجاح. والسؤال ضم مفتشين ممثلين لشركات طيران من روسيا، وفود من الملكة المتحدة والمانيا وروسيا لتطبيق أقوى الأنظمة والمعايير الأمنية. ومع إطلاق حملة (thisegypt)، تسعى مصر بديل أقصى الجهود الممكنة لتوفير تجربة ممتعة وأمنة لجميع السائحين سواء من الداخل أو الخارج.

أفضل برنامج تواصل داخلي بين الموظفين في الشرق الأوسط

Ooredoo تحصد جائزتين من جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة



فجر المتروك وإسار محمد بـ حفل جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة

أعلنت Ooredoo إحدى شركات مجموعة Ooredoo العالمية، عن حصولها على جائزة من جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة، التي أقيم في دبي الأسبوع الماضي. وحصلت الشركة على جائزة أفضل برنامج تواصل داخلي بين الموظفين في الشرق الأوسط، بالإضافة إلى فوز أحد أعضاء إدارة الاتصال المؤسسي بجائزة «أفضل موظف في مجال التواصل تحت سن الثلاثين».

وتعليقاً على تكريم الشركة، يقول مدير إدارة الاتصال المؤسسي لدى شركة Ooredoo الكويت، مجيل الأيوب قائلاً: «نحن سعداء بحصولنا على تلك الجوائز وبالتكريم من قبل جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة، اللذان يعكسان الأداء المتميز للفريق عملنا بعد مرحلة إطلاق العلامة التجارية الجديدة لـ Ooredoo الكويت. تستمر في العمل الجاد في سبيل تحقيق رؤية المدير العام والرئيس التنفيذي للشركة، وأهداف ومجموعة Ooredoo العالمية للاتصالات التي ننتمي لها، فهما الدافع لنا كأحد العمل الجاد». وحصدت Ooredoo الكويت جائزة «أفضل برنامج تواصل داخلي بين الموظفين» - الفئة البرونزية والتي قام باستلامها على المتروك. وقامت الشركة في وقت سابق بإعادة إطلاق موقع شبكة التواصل الداخلية (intranet) بالإضافة إلى إطلاق حساب إنستغرام للموظفين، وذلك حرصاً منها على التواصل مع موظفيها بشكل مستمر.

كما حصل سنلول التواصل

بمتجاوز المشجعين توقعاتها، وما يفهمه بفتح أفق كبيرة وجديدة أمام مستقبل هذا القطاع ويعودون انفسهم ليكونوا ملا يحتذى به للأجيال القادمة».

يتم تنظيم حفل توزيع جوائز العلاقات العامة في الشرق الأوسط من قبل جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة (MEPRA)، ويعد حفل هذا العام هو الخامس. وتم تكريم من قبل لجنة من الخبراء من بينهم ممثلي شركة رولز رويس، وشركة فالكون وشركاء، بالإضافة إلى ممثلي سلسلة فنادق ريتز كارلتون ودار موتيفيت للفن.

وقالت كارين دوفيناو، المدير العام لجمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة، «إن حفل توزيع جوائز العلاقات العامة في الشرق الأوسط الحدث الأهم لهذا بالنسبة للعاملين في هذا القطاع. حفل هذا العام هو الأكبر من نوعه والأنيح لما شهد من الأعداد المشاركة مقارنة بالاحتفالات السابقة. نود أن نهنئ جميع الفائزين والذين تم ترشيحهم، فهم يساهمون بمهنتهم في رفعهم مستوى المعايير العالية لهذا القطاع العام».

هذا وقد حصلت Ooredoo الكويت مؤخراً جوائز عديدة مثل جائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات في حفل توزيع جوائز Telecom Review، بالإضافة إلى جائزة الشيخ سالم العلي للمعلوماتية.

وقالت ايف ستايس، منسقة برنامج مدرسة جامعة ميدلسكس دبي للإعلام والفنون المسرحية، «فخورون برعاية حفل جوائز العلاقات العامة في الشرق الأوسط وخاصة فئة «أفضل شاب مهني للعام»، في كل عام

الإجتماعي في إدارة الاتصال المؤسسي ياسر محمد، على لقب «أفضل موظف في مجال التواصل تحت سن الثلاثين» وكرم من قبل دافيد تولى، استاذ أول في جامعة ميدلسكس في دبي الذي كان راعياً لهذه الفئة.

روسيا وإيران يتداولان شؤون التجارة والصناعة في طهران

الوجه والتنمية المستدامة في منطقة الشرق الأوسط، ومناطق القوقاز وآسيا الوسطى وبحر قزوين. ويعتبر المعرض الصناعي الذي يقام تحت عنوان «الحوار التجاري والصناعي» روسيا وإيران، واحد من الأحداث الزراعية ووسائل النقل. والتعدين والصناعات البتروكيمياوية وغيرها.

بين الشركات الصناعية في كلا البلدين. وقد صرح وزير التجارة والصناعة الروسي ديمتري مانتوروف قائلاً عن هذه الزيارة: «من الصعب أن نفل من تقدير الأهمية الاستراتيجية لإيران في السياق السياسي والاقتصادي والجغرافي للتعاون متعدد

يتعلق حوار تجاري وصناعي بين روسيا وإيران في طهران في الفترة من 21 إلى 23 ديسمبر 2015. ويترأس الوفد الروسي وزير الصناعة والتجارة في الاتحاد الروسي ديمتري مانتوروف. وتهدف بعثة وزارة الصناعة والتجارة إلى تعزيز التعاون في مجال الأعمال

يقولها: «حيث نواظب على إبرام الشراكات مع مؤسسات تؤمن بمبادئنا ورؤيتنا في مساعدتنا على تجسيد لمخات التواصل التي تشكل الدعامة الأساسية التي تركز عليها أعمالنا».

وعلى المستوى الإقليمي، قدمت شركة ستاريكس دعماً مختلف للمبادرات والأنشطة في كل من الأسواق الإقليمية. ومن أبرزها برنامج الترويج العالمي للتطوير الذي شهد انضمام شركائنا (موظفينا) وزبائننا الذين تطوعوا بوقتهم بما تجاوز مجموع 20 ألف ساعة عمل للمشاركة في العمليات التي جرى تنظيمها في المجتمعات المحلية الثلاث الأخيرة. وأثناء تطلع قادتنا إلى تنظيم المزيد من المبادرات المماثلة لكي نمنح من خلالها شباب المنطقة فرصاً وتلقية أفضل.

بالإضافة إلى هذا، عمل شركائنا وزبائننا خلال شهر يناير وأكتوبر في إطار برنامجنا الخاص بالتواصل الاجتماعي بهدف المساهمة في تحسين المجتمعات والتطرق إلى مسائل تتعلق بالتعليم وتنشيع مشاركة الشباب في خدمة المجتمع، والحفاظ على البيئة من خلال مبادرات هادفة.

وفي الكويت على سبيل المثال، تهدف ستاريكس وشركاؤها إلى المشاركة في بناء المجتمع والمساهمة في العمل الاجتماعي من خلال المساهمة في إنشاء مدارس أفضل للأطفال. وقد بدأت منذ أكتوبر الماضي بترميم الفصول الدراسية والمرافق في ثلاث مدارس، وتبني الاستمرار بالعمل في المدارس حتى نهاية عام 2016.

المجتمعات والإسهام في تمكينها من مواجهة تحدياتها. وأخيراً وليس آخراً، تركز ستاريكس على الالتزام بالقيم الأخلاقية في شراء وأنشاج العقود، حيث تنتمي الشركة نهجاً متكاملًا لاستيراد أجود أنواع حبوب القهوة المزروعة وفقاً لأعلى المعايير الأخلاقية. ويشمل هذا على مسؤولية الخاص مؤكدة مواصلة مسيرته الطلاء في المجتمعات التي تخدمها. حيث اعتمدت ستاريكس استراتيجية شاملة تتطلع إلى تحسين العالم وجعله مكاناً أفضل، وركزت جهودها الاجتماعية ضمن ثلاث محاور رئيسية في الحفاظ على البيئة وخدمة المجتمعات التي تعمل فيها والالتزام بالقيم الأخلاقية لشراء القهوة.

وعلى صعيد الحفاظ على البيئة، نجحت ستاريكس في إطلاق العديد من المبادرات الهادفة التي تركز على إحياء يساراً على قطاع صناعة المأكولات بأكمله. وتضمنت هذه المبادرات حلول المياهي الخضراء، وإعادة التدوير، والحفاظ على الماء والطاقة المتجددة بفضل الشراكات الفاعلة التي عقدتها مع المنظمات والمجتمعات المحلية. وتحرص ستاريكس من خلال برنامجها المختلف على تمكن الشباب وإعدادهم للمشاركة في تنمية مجتمعاتهم. وقد ساهم شركاؤها (موظفوها)، وروادها، والقادة المدنيون، والمنظمات الخيرية في تنفيذ برامج عديدة مثل الشهر العالمي للتطوع وبرنامج بادر والمبادرات الاجتماعية الخاصة لزبائننا في الأحياء لتعزيز ثقافة هذه