

«ماستركارد» تفتتح مركزاً لمعالجة عمليات الدفع في الإمارات

«الاتحاد للطيران» تفوز بجائزة مرموقة عن التميز العالمي في الأداء التسويقي

سيتم إطلاقها باللغة العربية وغيرها من اللغات الأخرى.

وأطلقت الإيرادات الإجمالية للحملة بنسبة 100 بالمئة خلال العام 2013 مقارنة مع العام الذي سبقه، نتيجة للتوسع العالمي الذي شهدته. وشمل ذلك نموًا مذهلاً بنسبة 107 بالمئة في نمو إيرادات الشركاء للباحثين و66 بالمئة في إيرادات الشركات التابعة.

وفي هذا الخصوص، تحدث بيتر يونغارتس، رئيس الشؤون التجارية في الاتحاد للطيران، قائلاً: «يمثل الأداء التسويقي بكونه محركاً رئيساً لإيرادات الاتحاد للطيران عبر شبكة الإنترنت، ويأتي فوزه بجائزة التميز العالمي في الأداء التسويقي، خاصة مع وصول عدد من الشركات ذات الثقل في السوق إلى القائمة القصيرة. خير دليل على نجاح التوسع الكبير الذي شهده العام الفائت في تلك المناطق».

وأضاف: «يُبقى التحدي الأبرز أمامنا في دراسة ووضع أولويات للاسواق الدولية الرئيسية، وتطوير شركات مستدامة طويلة الأمد في تلك الأسواق لدعم واستدامة زيادة الإيرادات التي ما زالت تقع في نطاق أهداف تكلفة المبيعات، لدينا خطط طموحة للبناء على النجاح الذي حققته تلك الحملة من خلال عدد من التطورات الجديدة الهامة خلال العام 2014».

ويأتي الفوز في جائزة التميز العالمي في الأداء التسويقي في العام 2014، في أعقاب فوز آخر حققته الشركة مؤخراً في مجال أنشطة التسويق عبر الإنترنت. فقد تمكنت الاتحاد للطيران من حصد جائزة أفضل حملة رقمية متكاملة عن أداة «تحديد وربط الاتصال على الخريطة» والتي قامت بتطويرها بالتعاون مع موقع لينكران، لتوفر للمسافرين في مهام عمل إمكانية البحث والتواصل مع شبكة اتصالاتهم العالمية أثناء سفرهم.

حازت الاتحاد للطيران، الناقل الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، على جائزة التميز العالمي في الأداء التسويقي لعام 2014. وتحقق الجائزة المرموقة بالتميز في مجال الإعلان على شبكة الإنترنت، واستقطبت هذا العام ثلثاً من المشاركين على امتداد 25 فئة. وتم الإعلان عن الفائزين خلال حفل عشاء فاخر أقيم في فندق جروسفينور هاوس بلندن. حضره ما يزيد على 900 من خبراء التسويق العالميين.

وتجدر الإشارة إلى أن جائزة التميز العالمي عن فئة الأداء التسويقي، والتي تستهدف الشركات التي قامت بإدارة وتوسع أنشطتها التسويقية عبر الإنترنت لتشمل أكثر من إقليم واحد حول العالم، ضمت في نهائياتها شركات كبرى مثل نوكيا وسوني أوروبا ومايكروسوفت شوب.

وتم اختيار الاتحاد للطيران بصفتها شركة فائزة، في أعقاب التوسع العالمي الناجح لحملتها التسويقية عبر الإنترنت لعام 2013 والتي انطلقت من المملكة المتحدة. وأصبحت لجنة التحكيم «بالتنفيذ الذكي، والتوسع والنجاح الشامل». لهذا التوسع الذي أجرت، الشركة بالتعاون مع وكالة التسويق الرقمي Digitas.Li.

وركزت الحملة الاعلانية على نمو برنامج مبيعات الشركات التابعة عبر الإنترنت، وتوسعه ليشمل عدداً من الأسواق الرئيسية على مستوى أوروبا، مثل إيطاليا وفرنسا وإلمانيا، فضلاً عن تعيين شركاء جدد للمبيعات المباشرة في الأسواق الناشئة مثل البرازيل والصين والهند، في حين تم تعزيز الشراكات مع المواقع المتخصصة بمقارنته أفضل عروض السفر. كما قامت الشركة أيضاً بإدراج أول حملة لإعادة توجيه البريد الإلكتروني، والتي ستكون مبدئياً باللغة الإنجليزية ومن ثم التالي من حلول الدفعات «».

حول الدفع مثل «ماستر باس»، وفي نهاية المطاف، سيساهم المركز في دمج حزمة متكاملة من الخدمات ذات القيمة المضافة حول المتصات متعددة القنوات بما في ذلك قنوات التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت والهاتف المحمول.

وإلى جانب السماح للعملاء بسلاسة، سيوفر المركز رؤى غنية حول الانسجام من خلال معلومات شاملة حول حاملي البطاقات، الأمر الذي سيجلب للبنوك تطوير العروض بناءً على أنماط إنفاق المستهلكين.

ومن خلال الربط مع اتصال قروي سهل الاستخدام متصل ببنية تحتية شاملة وعالية، سيلقي مركز «ماستركارد» والمتجات المتقدمة. وسيكون مركز المعالجة بمثابة حل متكامل مزود بأحدث البرمجيات ولذلك لن يواجه القيد الذي تعوق النظم التقليدية، وسيضمن ذلك انتقالاً سلساً إلى الجيل التالي من حلول الدفعات «».

وعملياتها. وقال رانغو مالهوترا، رئيس قسم منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في «ماستركارد»: «في ضوء توجه العملاء المتنامي نحو تبني المدفوعات الإلكترونية، سيضمن مركز «ماستركارد» للمعالجة أن يتيح للشركاء الاستجابة للمتطلبات المتغيرة وتزويد العملاء بأحدث الخدمات والمنتجات المتقدمة. وسيكون مركز المعالجة بمثابة حل متكامل مزود بأحدث البرمجيات ولذلك لن يواجه القيد الذي تعوق النظم التقليدية، وسيضمن ذلك انتقالاً سلساً إلى الجيل التالي من حلول الدفعات «».



كاشي مافول و رانغو مالهوترا

تحتياً بارزاً بالنسبة لقرارات وإمن النظم القائمة». وضم مركز «ماستركارد» للمعالجة ليكون محطة متكاملة للمؤسسات المالية والجهات الحكومية وشركات الاتصالات بما يساهم في تلبية احتياجات معالجة مدفوعاتها، وسيضم المركز أفضل متصات المعالجة في فئتها بالنسبة لمعالجة بطاقات الخصم والإنتمان والبطاقات مسبقة الدفع إلى جانب الخدمات ذات القيمة المضافة التي تلبي متطلبات مكافحة الاحتيال وخدمات التحليلات وزيادة الولاء بفضل

تحتياً بارزاً بالنسبة لقرارات وإمن النظم القائمة». وضم مركز «ماستركارد» للمعالجة ليكون محطة متكاملة للمؤسسات المالية والجهات الحكومية وشركات الاتصالات بما يساهم في تلبية احتياجات معالجة مدفوعاتها، وسيضم المركز أفضل متصات المعالجة في فئتها بالنسبة لمعالجة بطاقات الخصم والإنتمان والبطاقات مسبقة الدفع إلى جانب الخدمات ذات القيمة المضافة التي تلبي متطلبات مكافحة الاحتيال وخدمات التحليلات وزيادة الولاء بفضل

تصنيف «أكسيوم» كواحدة من أبرز العلامات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي في الإمارات

العملاء، ولتعزيز تفتحهم وتجربتهم الشاملة مع الشركة.

وللتوقف على الدور الهام الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، سندج بآن إجمالي معدل المستخدمين لوقع «فيسبوك» في العالم العربي قد ارتفع من 45.2 مليون مستخدم في العام 2012، ليصل إلى 54.6 مليون مستخدم في العام 2013، مع تصنيف الإمارات في المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين لوقع «فيسبوك» على مستوى المنطقة. وذلك وفقاً للتقرير الإعلام الاجتماعي العربي الخامس الصادر عن «كلمة محمد بن راشد لسلالة لحكومية». ويذكر أن شركات «أكسيوم» عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت ما بين مواقع «فيسبوك» و«تويتر» و«يوتيوب» و«إنستغرام»، وتنضج نشر المسابقات واستعراض آراء الخبراء وتحليل مقاطع الفيديو التوضيحية. وبالإضافة إلى ما سبق، بلغ معدل التفاعل مع منشورات أكسيوم على موقع فيسبوك في شهر مارس 2014، نسبة 1.34 بالمئة، وهي نسبة تفوق بنسبة أضعاف المثل الوسطي للتفاعل مع المنشورات في دولة الإمارات على الموقع ذاته والتي تبلغ 0.23 بالمئة. وذلك وفقاً لتتائج دراسة شركة «سوشال بيكرس» التي نوه إلى أن الشركات تضمن الإعجاب «Like» ومشاركة هذه المنشورات والتعليقات



فيصل البناي

بالمنتجات والخدمات». وأضاف قائلاً: «جاءت نتائج شركة «سوشال بيكرس» لتبرهن على مدى نجاح إستراتيجيتنا المتكاملة الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، وإننا في مقدمة الشركات التي تؤكد على أهمية الاستفادة من هذه المنصة المتميزة لدفع عجلة الحوار والتفاعل بشكل أكبر مع

وتوزيع الهواتف المحمولة في الشرق الأوسط: «تعتبر الإمارات العربية المتحدة من أكثر دول العالم استخداماً وتفاعلاً مع مواقع التواصل الاجتماعي في العالم، وذلك مع ميل عملائنا بشكل متزايد لاستخدام صفحاتنا على موقع «فيسبوك». لاستفسار والتزيرة والحصول على المعلومات المتعلقة

إجمالي عدد متابعيها أكثر من 15,000 متابع، وذلك بالتزامن مع ارتفاع شعبية حسابها على موقع «إنستغرام» حيث بلغ عدد المتابعين أكثر من 3,000 متابع، والعدد يتضاعف باستمرار. بهذه المناسبة قال فيصل البناي، الرئيس التنفيذي لشركة «أكسيوم» صاحبة أكبر سلسلة متاجر لبيع

الشركة تحقّق المرتبة الثانية في عدد المشتركين بصفتها على موقع «يوتيوب» والمرتبة الخامسة من حيث نسبة التفاعل عبر صفحاتها على موقع «فيسبوك». تم الإعلان مؤخراً عن تصنيف شركة «أكسيوم» كواحدة من أبرز العلامات التجارية لتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الإمارات. وذلك وفقاً لأحدث التقارير الصادرة عن إحدى أبرز الشركات البحثية في العالم، واستناداً للدراسة التي قامت بها «سوشال بيكرس» الشركة الرائدة في مجال الدراسات الحديثة حول مواقع التواصل الاجتماعي، فقد احتلت «أكسيوم» المرتبة الثانية في عدد المشتركين بصفتها على موقع «يوتيوب» على مستوى الإمارات، متفوقة بذلك على كافة مناجر بيع الهواتف المحمولة، وذلك بما تملكها لأكثر من 23,000 مشترك. حققوا 3.7 مليون مشاهد.

أما بالنسبة لوقع «فيسبوك»، فقد احتلت الشركة المرتبة الخامسة من حيث عدد مشاركات صفحاتها، حيث تمكنت من إضافة أكثر من 110,000 معجب خلال العام الماضي، لتقرب بوفرة سريعة من الوصول إلى عتبة الـ 200,000 معجب. كما صُنّفت «أكسيوم» كأحد أسرع الشركات نمواً على موقع «تويتر»، حيث استطاعت إضافة 10,000 متابع خلال العام الماضي، بمن فيهم الشهيدين الماضيين فقط، ليتجاوز

المجموعة العربية للسيارات ترتقي بمستويات الخدمة التفاعلية لعملاء فور



الافتتاح مركز لخدمات العملاء

العملاء تجربة أكثر كفاءة وشفافية في تسليم سياراتهم. كما تحوي خدمة الاستقبال الجديدة ردة فاعرة مخصصة للعملاء، تتيح لهم خيار الانتظار فيما تخصّص سياراتهم لخدمات الصيانة والتوصيل. وبهذه المناسبة قال مارتن اميرني، المدير العام لخدمات ما بعد البيع لدى للمجموعة العربية للسيارات، يعتبر رضا العملاء أولوية قصوى لدى المجموعة العربية للسيارات. ويسرنا أن نعزيز الإحساس بالراحة لعملائنا بما يخصّ خدمات ما بعد البيع، والان يمكن للعملاء البقاء في المركز الجديد أثناء عملية تقديم الخدمة بأقلها مذب البداية وحتى إستلامهم لسيارتهم، وسيتمكنون من تسليم وإستلام السيارة في نفس النقطة بفضل هذا البرنامج المتطور.

الافتحت المجموعة العربية للسيارات، الوكيل المعتمد لسيارات فور ولبنتون في الكويت، أحد أكبر وأحدث مركز تفاعلي لخدمة العملاء في منطقة الشرق الأوسط، وذلك في صالة العرض الرئيسية: الأمر الذي يساهم في الارتقاء بمستوى جودة خدمة عملاء فور وليكونوا إلى أفاق جديدة، ويعزّز من فعالية الوقت الذي يقضيه زوار مركز الخدمة فيه. وإن خدمة الاستقبال الجديدة، التي تقع في منطقة الشويخ، هي أول منشأة في الشرق الأوسط تتبنى التوجه العالي والمخاض الخاصة بأسلوب فور، فمن خلال هذه الخدمة، يقوم مستشارو فور باستكمال ملف اختبار متعدد النقاط بالتعاون مع العملاء، لتحديد حالة السيارة ومكوناتها. وتوفر هذه الخدمة التفاعلية

ل دعم إستراتيجية توسع أعمالها في المنطقة

«هواوي» تنجز مشروع ترقية البنية الأساسية الشبكية

تحديات الطلبات المتزايدة لخدمة العملاء، وكان من الواضح أن مواجهة هذه التحديات تتطلب شبكة جديدة تمكن الشركة من التعامل مع الضغوط النضخة المحملة على شبكته، بما يتيح مرونة أكبر في المساعدة على تلبية المتطلبات المتزايدة لأعمالها.

وتعليقا على إنجاز هذا المشروع، قال «إيهليك أجاى شاه»، مدير العمليات وتطوير الأعمال في شركة «RSA»، «شهدت شركة RSA نمواً هائلاً على مدى عام ونصف مضت، ومن الطبيعي أن يتوافق ذلك مع تحديات عديدة. فاصبح تركيزنا يتمحور حول كيفية الحفاظ على التزامنا بتزويد عملائنا بخدمات اتصالات سريعة تلبّي تطلعاتهم ومتطلباتهم على اختلافها. ولا شك أن ترقية البنية الأساسية للشبكة كان من أهم أولوياتنا في هذا الصدد. وقد منحنا هذه الشبكة الجديدة المرونة التي نحتاجها لضمان قيامنا بتقديم مستويات أعلى من الكفاءة والسرعة في خدمة العملاء».

ومن خلال التعاون الوثيق مع «هواوي» أدركت شركة «RSA» حاجتها إلى مركز بيانات محوري يُستخدم في إدارة جميع

أعلنت شركة «هواوي» الرائدة عالمياً في توفير حلول تقنية المعلومات والاتصالات، عن إنجازها لمشروع ترقية البنية الأساسية الشبكية ونشر مجموعة من أحدث تقنياتها وحلولها وهواتفها المتوافقة مع بروتوكول الإنترنت لصالح شركة «RSA Logistics».

وكانت شركة «RSA»، المتخصصة في توفير خدمات الدعم اللوجستي المتكاملة والتي تعمل كشركة مستقلة وتحقق توسعاً متسارعاً في المنطقة، قد طلبت ترقية البنية الأساسية للشبكة لديها استيفاء للتحديات التي وضعتها لتحقيق نمو بنسبة 60 بالمئة في عام 2014 في إطار سعي الشركة لتوسيع أعمالها في مختلف أنحاء المنطقة. وبتنظراً لمستوى الكفاءة العادي الذي تتمتع به ببنيتها الشبكية السابقة كونها كانت تعتمد نظاماً أساسية، لم تتمكن شركة «RSA» من تحديد مشاكل شبكتها بشكل واضح والتعامل مع

التزايد من خلال مزيد من الوضوح والشفافية التي تؤدي إلى تحسين خدمة العملاء. وهذا الأمر على درجة من الأهمية لا سيما في منطقة الخليج، حيث ينمو الطلب على خدمات الدعم اللوجستي بمقدار كبير، مدفوعاً بمستوى عال من استثمارات رأس المال في مشروعات البنية الأساسية، فضلاً عن تزايد إنفاق المستهلكين، وسرعة النمو الاقتصادي».

ويذكر أن «هواوي» قامت في السنوات الأخيرة بتنفيذ كثير من مشروعات نشر الشبكات في الشرق الأوسط. ففي وقت مبكر من هذا العام، قامت حلول «هواوي» الشبكية بتوفير إمكانية الوصول إلى شبكة «واي فاي» لبطولة «أوميجا دبي بيرزت كلاسيك» الدولية للجولف، كما كان للشركة السبق في تنفيذ إحدى «شبابك المشاتل الذكية» للبنية التحتية لإصدار الإحصاءات للسارس من بروتوكول الإنترنت (IPv6) لصالح «مجمع نوازل» الصناعي» في عام 2013. وكذلك تنفيذ شبكة نقل البيانات الخاصة بشركة «دو» لصحات مترو دبي وما وفر وصولاً سلساً إلى خدمات الاتصالات المتفصلة عبر 18 محطة مترو على الخط الأخضر.

تطبيقات الشبكة في الشركة من موقع واحد، وهو ما يتيح لنا رؤية أوضح بكثير لكيفية تنفيذ عملياتنا، وعذاً اكتمال ترقية البنية الأساسية الشبكية في وقت سابق من العام الجاري، سجلت شركة «RSA» سرعة أعلى من استجابة أسطول ثاقلاتها، محققة مستوى أعلى من رضا العملاء بفضل تمكّنها من تقديم أحدث المستجبات المتعلقة بأوضاع وسير إجراءات شحناتها. وباستخدام تطبيق يقدم تقريراً مفصلاً وشاملاً، أصبح لدى شركة «RSA» أيضاً شفافية ووضوح أكبر بشأن مستوى عرض النطاق الترددي المستخدم وفي أي أوقات بالتحديد، مما يتيح للشركة قدرة سريعة على تغيير كيفية تحسين عملياتها، وخفض التكاليف، والنواحي التي تحتاج فيها إلى استثمار مزيد من الموارد لتحسين الأداء. من جانبه قال سفيان دويك، نائب رئيس مجموعة أعمال «هواوي إنتربرايز» لقطاع المشاريع في دولة الإمارات: «يمكن للحلول الشبكية المتكاملة أن تقدم لشركات الدعم اللوجستي الوسائل اللازمة لتوسيع عملياتها على نحو موفّر للتكلفة من أجل تلبية الطلب

بنك الإثمار يعود لتحقيق الربحية خلال الربع الأول من 2014



الأمير محمد الفيصل

الجمعية العامة العادية السنوي المنعقدة في 30 مارس 2014، بتغيير عملة العرض للبنك من الدينار البحريني إلى الدولار

أعلن بنك الإثمار، بنك التجرة الإسلامي الذي يتخذ من البحرين مقراً له، (الموافق 05/05/2014) عن تحقيق صافي أرباح بلغت 2.11 مليون دولار أمريكي للربع الأول من عام 2014، أي بزيادة نسبتها 50 بالمئة بالمقارنة مع صافي أرباح الفترة نفسها من العام الماضي والتي بلغت 1.43 مليون دولار أمريكي.

صرح بذلك الأمير عمرو الفيصل في أعقاب مراجعة وموافقة مجلس الإدارة على النتائج المالية الموحدة للبنك للفترة الثلاثة أشهر المنتهية في 31 مارس 2014. وقد تم الإعلان عن النتائج المالية لبنك الإثمار بالدولار الأمريكي بعد أن وافق المساهمون خلال اجتماع

الأميركي، وصرح «بالإضافة عن نفسي ونائبه عن مجلس إدارة بنك الإثمار، يسرني أن أعلن أن بنك الإثمار يواصل مسيرته في تحقيق النمو في عمليات التجرة المصرفية الأساسية، في الوقت الذي يتم فيه تنفيذ مبادرات مجلس الإدارة الإستراتيجية والتي تهدف إلى زيادة النمو في الأعمال المصرفية الأساسية خلال عام 2014، وأضاف سموه: «نحن نحرص على تحسين الأداء واضح من خلال نمو الإيرادات في معظم مصادر الدخل، حيث بلغ إجمالي الدخل 111.15 مليون دولار أمريكي للربع الأول من عام 2014، مع زيادة نسبتها 5 بالمئة بالمقارنة مع 105.92 مليون دولار أمريكي في الفترة نفسها من عام 2013».