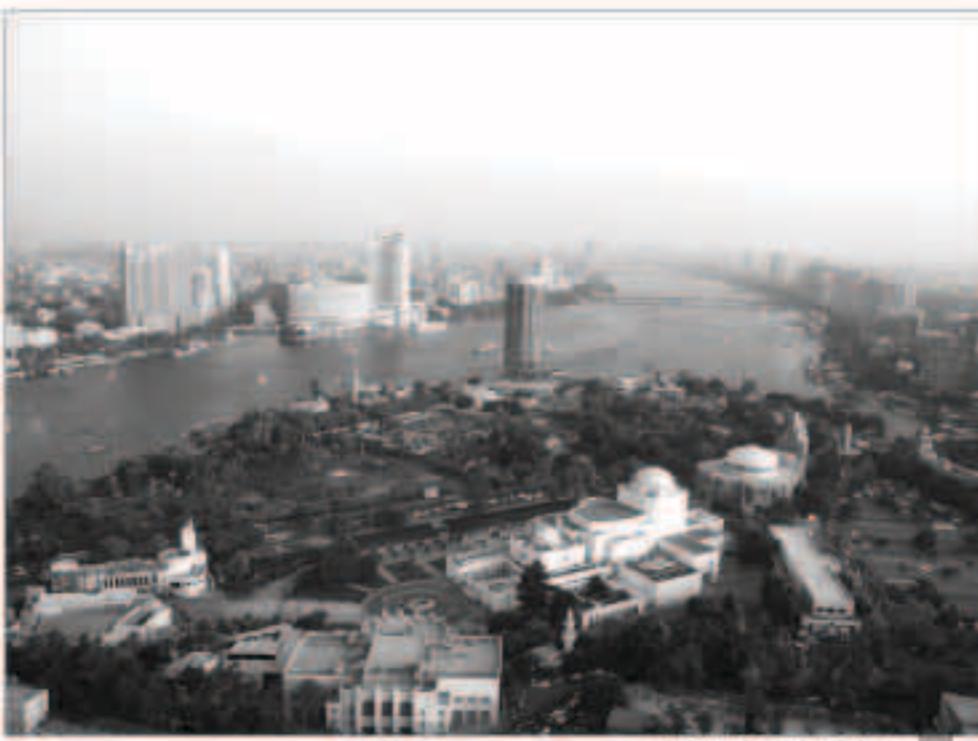


**أعداد السائحين العرب في مصر تشهد
نمواً بنسبة 21.4%**

انعكست جهود وزارة السياحة المصرية والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي لإنعاش السياحة في الفترة الأخيرة على عدد السائحين منذ بداية العام بشكل إيجابي، حيث تشير إحصائيات شهر مايو إلى استمرار النمو في عدد السائحين القادمين إلى مصر بشكل ملحوظ مقارنة بـمايو 2014، حيث ارتفع عدد السائحين الذين زاروا مختلف المقاصد السياحية في أرض الكثافة بنسبة 16.5%، كما ارتفع عدد السائحين العرب الذين زاروا مصر خلال شهر مايو من العام الحالي بنسبة 23.1% مقارنة بـمايو 2014.

وتأكد هذه الإحصائيات على دور الحالات التي تم إطلاقها في الآونة الأخيرة بهدف مواصلة تشجيع القطاع السياحي، حيث ساهمت هذه الحالات بانتعاش أعداد السائحين القادمين من جميع أنحاء العالم، وخاصة العرب والبلجicians منهم. وتأتي هذه الإحصائيات الإيجابية الأخيرة بالتزامن مع إطلاق وزارة السياحة لحملة «مصر قريبة» التي تستهدف السائح العربي وقرب إطلاق الحملة الإعلانية الدولية، التي ستعد تسليط الضوء على السياحة الثقافية، وتهدف الحملة الجديدة إلى إبراز أهمية ومكانة المقاصد السياحية الثقافية لا سيما بين فئتي العائلات والشباب، حيث تسعى الحملة إلى الدمج بين المقاصد السياحية الشاملة والمقاصد السياحية الثقافية عن طريق برامج سياحية متخصصة تعود بالنفع المباشر



مصر تشهد زيارة السالحين العرب

■ سجل عدد السائحين
الكويتيين خلال الأشهر
الخمسة الأولى من
هذا العام نمواً بنسبة
48.6% مقارنة مع
نفس الفترة في 2014

قضوها في مصر خلال شهر مايو 2015. بالإضافة إلى ذلك، ارتفع عدد السائحين من السعوديين الذين أقاموا في فنادق مصر في شهر مايو من هذا العام بالمقارنة مع نفس الفترة من العام الماضي، بنسبة قدرها 53.7%.

وفي هذا上下文， قال سامي محمود، رئيس الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي: «تعكس هذه النتائج الإيجابية نتائج مصر من جميع أنحاء العالم وخاصة إخواننا العرب وأيمانهم بيان مصر مستمرة في احتضان زائريها غير إثناعة الفرحة أسامتهم للاستثمار في زيارة أجمل المقاصد السياحية، وهذا تواصل حملة 'مصر قوية' دورها المحوري في المساعدة في استقطاب السائحين والترحيب بهم في وطنهم الثاني».

نحو قدرها 43.5%. وسجل عدد السائحيين القادمين من السعودية لارتفاعاً خلال الخمسة أشهر الأولى من هذا العام مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي، بنسبة قدرها 67.2%. وفي شهر مايو 2015، ارتفع عدد السائحيين السعوديين القادمين إلى مصر مقارنة بعام 2014، بنسبة نحو قدرها 58.2%. بالإضافة إلى ذلك، فقد احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة الرابعة من حيث عدد السائحيين والليالي التي تدعي المرتبة التاسعة من عدد الليالي التي قضوها في خلال شهر مايو 2015.

من جهتها، حققت دولية إمارات العربية المتحدة زيادة كبيرة في أعداد السائحيين خلال شهر الأولي من هذا العام، حيث سجلت زيادة بنسبة 48.3% مقارنة مع نفس فترة من العام الماضي. كما أن إمارات زادت زيادة في شهر مايو 2015 أيضاً مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي، بنسبة

على السائحين ما يوفر لهم فرصة الاستمتاع بجازات عبيرة سواء مع العائلة أو الأصدقاء، وكشفت النتائج الإحصائية عن ارتفاع عدد السائحين الكويتيين إلى مصر ارتفاعاً خلال الخمسة أشهر الأولى من هذا العام، بنسبة قدرها 48.6% مقارنة مع نفس الفترة من العام الماضي كما حققت نمواً في شهر مايو 2015 أيضاً مقارنة ب نفس الفترة من العام الماضي، بنسبة نمو قدرها 74.4%. بالإضافة إلى ذلك، الأخيرة بالتزامن مع إطلاق وزارة السياحة لحملة «مصر فريدة» التي تستهدف السائح العربي وقرب إطلاق الحملة الإعلانية الدولية، التي ستعيد تسلیط الضوء على السياحة الثقافية، وتهدف الحملة الجديدة إلى إبراز أهمية ومكانة المقاصد السياحية الثقافية لا سيما بين فئتي العائلات والشباب، حيث تسعى الحملة إلى الدمج بين المقاصد السياحية الشاملة والمقاصد السياحية الثقافية عن طريق برامج سياحية متخصصة تعود بالفائدة المباشرة

**شركاء «الاتحاد للطيران» يختارون «ستاركوم»
لتكون شركتهم الإعلامية العالمية الجديدة**

أعلن شركاء الاتحاد للطيران (EAP) ، البطلالي وطيران برلين وحيث إبرواين والاتحاد للطيران عن اختيارهم لشركة ستاركوم، وهي جزء من مجموعة ستاركوم ميديا فيست، تكون الشركة الإعلامية العالمية الخاصة بهم، في أعقاب العطاء الشريك الذي تم إرساله لعدد من الوكالات الإعلامية المرانة . واختيرت ستاركوم من قبل شركاء الاتحاد للطيران بهدف تعزيز المنافع غير مواعيده القرارات الشراطية الإعلامية على مستوى الأسواق الرئيسية، ولتوسيع قاعدة مصانة ومركزية المشورة الاستراتيجية والتخطيط لتنمية المنتجات التجارية الفردية لشركات الطيران مجتمعة .

وفي هذا الشأن، تحدث شين أوهير، نائب أول الرئيس المسؤول التسويق في الاتحاد للطيران، قائلاً: «اقتربت ستاركوم فهمها العميق للمشهد الإعلامي الناشئ الذي تشكل وسائل الإعلام الرقمية جوهره. فضلاً عن أن انتداب نفوذ فريق عملها ذو الخبرة العالمية ومصادرها ووسائل التخطيط لديها على كافة الأسواق الرئيسية الخاصة يبشر كاء الاتحاد للطيران سادع على بروزها بشكل أكبر من بين العطاءات المقدمة».

وأضاف، يتيح لنا عمق العلاقات بين شركاء الاتحاد للطيران الذي أكثر في عملية المواءمة بالاستراتيجية الإعلامية للشركة، كما ستنتج لشركة ستاركوم إمكانية زيادة العائد على الاستثمار الشريك إلى الحد الأقصى وضمان تحقيق كل من تلك العلامات التجارية المتقدمة القليل على النطاق

توقعات بنمو التحويلات من الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بـ 7.5 % لتصل إلى 57 مليار دولار في «الإمارات للاصراف» يعزز خدماته للعملاء بالتعاون مع مجموعة SAP لحلول المتكرة

أكثر سهولة لرسال الأموال إلى الآخرين والمؤسسات التجارية في جميع أنحاء وأصحاب تأييفون «استخدام الجيل من SAP»، ومركز الإمارات للصرفية سهل على توفير المزيد من الوقت للعمالء والأموال أكثر أهمية وجاذبية».

ويشتهر مركز الإمارات للصرفية للتوسيع شركته على الصعيد العالمي C4C SAP يمكن للعمالء توفير الأموال من خلال تحويل أموالهم في نفس اليوم للخدمات تحسنت بنسبة 360 درجة بين قنوات التحويل والاستلام.

تكمّن قيمة اختبار SAP في قدراته التنفيذية أثناء تعدين أفضل الممارسات عالمياً من الخبرة في مجال تكنولوجيا وسجل حافل من أفضل التصنيفات إدارية البيانات، والتحليلات في نفس الخدمات المصرفية الإلكترونية، من «الاستراتيجي مع SAP». ومركز الإمارات خلال الالتزام بالمعايير العالمية التي تتعهّد مع سهولة الوصول للعمالء بفعالية.

وباستخدام الجيل المُقبل من الحلول المدعومة من SAP HANA، والإمارات العاملاء من كسب المزيد من الوقت في الجذاب مع العمالء.

والإمكانات المبكرة للسوق، بهذه الإمكانيات ستمكن للوصول إلى أقصى حد لخدمة العملاء. لدينا برامج توعوية لعملائنا في قطاعات متخصصة ومختلفة، وستتمكن من استغلال قدراتها في تقديم خدمة متقدمة للعميل، أنت حقاً تتطلع إلى بناء علاقة قوية وتجربة أكثر رفاهية لعملائنا».

يتعامل «مركز الإمارات للصرفية» مع أكثر من 7.5 مليون عميل عبر خلال شبكة عالمية من المكاتب والتي تصل إلى أكثر من 750. برنامج C4C سيساعد العلامة التجارية «مركز الإمارات للصرفية» في الوصول إلى العملاء وأن تصبح الشرك الأكثر تفضيلاً محطة واحدة يستطيع العميل من خلالها إنهاء كل معاملاته من تحويل الأموال وصرف العملات الأجنبية.

ومن جانبة قال توبوكو تأييفون، العضو المنتدب لـ SAP في دولة الإمارات العربية المتحدة، «تماشياً مع أهداف مركز الإمارات للصرفية لاعتماد على احدث التقنيات، في ورحتهم إلى التغيير باعتماد حلول جديدة، ضمن خدمات الواسط المتقدمة ووسائل التواصل الاجتماعي التي يرغب بها العمالء تجنّب تساعدنا شركة في ورحتهم إلى التغيير من خلال تقديم خدمات جديدة ومتقدمة».

و مع النمو السريع الذي يشهده سوق التحويلات في منطقة الشرق الأوسط، قام مركز الإمارات للصرفية بإطلاق منصة HANA لخدمة العملاء لتقدم أفضل الممارسات في مجال استخدام التكنولوجيا لجعل الأمر

في إطار محفل مركز الإمارات للصرفية العلامة التجارية الرائدة في مجال تحويل الأموال والعملات الأجنبية عن خطوات جديدة لتقديمها لعملائنا، وقع اختياره اليوم على شريك جيد يمكّن الاستفادة منه تقديم المزيد من الخدمات الحديثة للعمالء وهي مظلة SAP لخدمة العملاء (C4C) لتضييف المزيد من الخدمات لتعزيز قدراته على التنافس إلى المزيد من الأسواق، وبعزم مركز الإمارات للصرفية العلامة التجارية الرائدة في مجال تحويل الأموال والعملات الأجنبية الاستفادة من منصة مقدمة متكاملة وحلول متقدمة مما يؤدي إلى تحسين زيادة التحويلات والتسوقي والخدمات.

الجدير بالذكر أنه هناك حالة من زيادةطلب على التحويلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التي شهدت المنطقة الأسرع نمواً في العالم في مجال التحويلات المالية في عام 2014، ومن المتوقع أن تنمو نسبة التحويلات إلى 7.5 % من 53 مليار دولار في عام 2015 إلى 57 مليار دولار في عام 2017، وفقاً للتقارير للمكتب الدولي، وخاصة من دولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وهما المقصد الرئيسي للأفراد من ضمن الخمس دول الأولى في العالم.

وفي حديقة بهذه المقاسة، قال برومود مانقات، الرئيس التنفيذي، لمركز الإمارات للصرفية، «نحن سعداء جداً للتعاون مع SAP لتقدم الأفضل لعملائنا، وتتفق SAP بالإدارة الواقعية ولديها الحلول المتقدمة

الإمارات لصرافات ATM يعزز خدماته لعملاء التعاون مع مجموعة SAP للحلول المتقدمة

أكثر سهولة لإرسال الأموال إلى الأصدقاء والأسرة، والمؤسسات التجارية في جميع أنحاء العالم. وأصحاب ثغافون «يستخدمون الجيل الجديد من الحلول من SAP، ومركز الإمارات للصرافة سوف تكون قادرین على توفير المزيد من الوقت للعملاء وجعل عملية تحويل الأموال أكثر أهمية وجاذبية».

ويشتهر مركز الإمارات للصرافة بسعيه الدائم للتوسيع شبكته على الصعيد العالمي، فمن خلال جناب C4C SAP يمكن للعملاء توفير الاستفادة من أوقاتهم من خلال تحويل أموالهم في نفس الوقت، روية العملاء للخدمات تحسنت بنسبة 360 درجة من خلال التكامل بين قنوات التحويل والاستلام.

تحمن قيمة اختيار SAP في قدرتها على المساعدة في التنفيذ أثناء تعين أفضل الممارسات؛ وتتمثل SAP40 عاماً من الخبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات وسجل حافل من أفضل التصنيفات العالمية من حيث إدارـة البيانات، والتحولات في نفس الوقت واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. من خلال هذا التحالف الاستراتيجي مع SAP، ومركز الإمارات للصرافة من خلال الالتزام بالمعايير العالمية التي تقدم أرقى الخدمات مع سهولة الوصول للعملاء بسهولة.

وباستخدام الجيل المُقلَّل من الحلول مثل SAP C4C المدعوم من SAP HANA، والإمارات للصرافة ستمكن العملاء من كسب المزيد من الوقت إضافة إلى التعامل الجذاب مع العملاء.

أكثر سهولة لإرسال الأموال إلى الأصدقاء والأسرة، وللؤسسات التجارية في جميع أنحاء العالم، وأصحاب تأييفون «استخدام الجيل الجديد من الحلول من SAP، ومركز الإمارات للصرافة سوف تكون قادرین على توفير المزيد من الوقت للعملاء وجعل عملية تحويل الأموال أكثر أهمية وجاذبية».

و يشير مركز الإمارات للصرافة يسعى الدائم لتوسيع شبكة على الصعيد العالمي، فمن خلال جناب C4C SAP يمكن للعملاء توفير الاستفادة من أوقاتهم من خلال تحويل أموالهم في نفس الوقت، روية العملاء للخدمات تحسنت بنسبة 360 درجة من خلال التكامل بين قنوات التحويل والاستلام.

تكمن قيمة اختصار SAP في قدرتها على المساعدة في التنفيذ أثناء تعين أفضل الممارسات؛ وتتمثل SAP40 عاماً من الخبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات وسجل حافل من أفضل التصنيفات العالمية من حيث إداريات البيانات، والتحليلات في نفس الوقت واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. من خلال هذا التحالف الاستراتيجي مع SAP، ومركز الإمارات للصرافة من خلال الالتزام بالمعايير العالمية التي تقدم أرقى الخدمات مع سهولة الوصول للعملاء بفاءة.

وباستخدام الجيل المقلل من الحلول مثل SAP HANA المدعوم من SAP، والإمارات للصرافة ستمكن العملاء من كسب المزيد من الوقت إضافة إلى التعامل الجذاب مع العملاء.

والإمكانات المبكرة للتسويق، بهذه الإمكانيات ستمكن للحصول إلى أقصى حد لخدمة العملاء، لدينا برامج نوعية لعملائنا في قطاعات متخصصة ومختلفة، وستتمكن من استغلال قدراتها في تقديم خدمة متقدمة للعميل، أتنا حقاً متطلع إلى بناء علاقة أقوى وتجربة أكثر رفاهية لعملائنا».

يعامل «مركز الإمارات للصرافة» مع أكثر من 7.5 مليون عميل عبر خلال شبكة عالمية من المكاتب والتي تصل إلى أكثر من 750. برنامج C4C سيساعد العلامة التجارية «مركز الإمارات للصرافة» في الوصول إلى العملاء وأن تصبح الشريك الأكثر تفضلاً كمحطة واحدة يستطيع العميل من خلالها إنهاء كل معاملاته من تحويل الأموال وصرف العملات الأجنبية.

ومن جانبة قال توبوكوك تأييفون، العضو المنتدب لـ SAP في دولة الإمارات العربية المتحدة، «نماشياً مع أهداف مركز الإمارات للصرافة لاعتماد على احدث تقنيات، في رحلتهم إلى التغيير بابتكار حلول جديدة، ضمن خدمات الوسائط المتعددة ووسائل التواصل الاجتماعي التي يرغب بها العملاء نحن سعداء لشركة في رحلتهم إلى التغيير من خلال تقديم خدمات جديدة ومبكرة».

و مع النمو السريع الذي يشهده سوق التحويلات في منطقة الشرق الأوسط، قام مركز الإمارات للصرافة باطلاق مبنية HANA لخدمة العملاء لتقديم أفضل الممارسات في مجال استخدام التكنولوجيا لجعل الأمر

في إطار بحث مركز الإمارات للصرافة العلامة التجارية الرائدة في مجال تحويل الأموال والعملات الأجنبية عن خطوات جديدة لتقديمها لعملائه، وقع اختياره اليوم على شركة C4C يمكن الاستفادة منه تقديم المزيد من الخدمات الجديدة للعملاء وهي مطلة لخدمة العملاء (C4C) لتضييف المزيد من الخدمات.

تعزز قدرته على التفad إلى المزيد من الأسواق، ويغتنم مركز الإمارات للصرافة العلامة التجارية الرائدة في مجال تحويل الأموال والعملات الأجنبية الاستفادة من منصة مقدمة متكاملة وحلول متقدمة مما يؤدي إلى تحسين زيادة التحويلات والتسويق والخدمات.

الجدير بالذكر أنه هناك حالة من زيادة الطلب على التحويلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا التي شهدت المنطقة الأسرع نمواً في العالم في مجال التحويلات المالية في عام 2014. ومن المتوقع أن تنمو نسبة التحويلات إلى 7.5 % من 53 مليار دولار في عام 2015 إلى 57 مليار دولار في عام 2017. وفقاً لتقديرات البنك الدولي، وخاصة من دولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وهو المقصد الرئيسي للأفراد ضمن الخمس دول الأولى في العالم.

وفي حديثة بهذه المناسبة، قال برومود مانقات، الرئيس التنفيذي، لمركز الإمارات للصرافة، «نحن سعداء جداً للتعاون مع SAP لتقديم الأفضل لعملائنا، تتفق SAP بإدارة الوعية ولديها الحلول المتقدمة

«بيتك» يشارك في اللقاء التويري لطلبة بريطانيا



رئيس واعضاء الالتحاد في جناح بيتك

وقد اشار معللو اتحاد طلبة الكويت في بريطانيا بدعم «بيتك» المتواصل والمستمر الذي يعبر عن حرمه البالغ على النجاح اعمال الاتحاد وخدمة منتسبيه من الطلبة والطالبات ودعم الانشطة التي يتم تنظيمها، مؤكدين ان «بيتك» يقدم مثالاً ونموذجاً في المساعدة برعاية انشطة الطلبة والدارسين داخل الكويت وخارجها.

ويحرص «بيتك» الشريك الاستراتيجي لاتحاد الطلبة على الاستمرار في مباراته التي تدعم الشباب وتساهم في تحقيق اهدافهم التي تساهم في اضفاء طابع المساواة وزيادة الوعي وتعزيز العلاقات بين فئات المجتمع وابعاد سبل نفتح الافق نحو مزيد من النجاح والابداع والتطور العلمي، وتحفيز الطلبة على التخطيط المستقبلي الناجح لحياتهم العلمية والعملية.

شارك بيت التمويل الكويتي «بيتك» في اللقاء التنويري لاتحاد طلبة الكويت في بريطانيا الذي عقد في الكويت مؤخراً برعاية «بيتك» وخصص لتعريف الطلبة المستجدين باخر التطورات في العملية التعليمية في بريطانيا وذلك ضمن اهتمام «بيتك» بدعم شريحة الطلبة ومتضمني الاتحاد ورعايتهما واحتضانهم وفعالياتهم.

ويحضر الملحق الصهي في بريطانيا دعياً للتعاون ورئيس الاتحاد وممثل «بيتك» لتجدد اللقاء في تقديم صورة واضحة وحقيقة عن اهم الجامعات البريطانية ونظم التعليم والتخصصات المتعددة وغيرها من الامور المتعلقة بالعملية التعليمية مثل قلوف الاقامة وكذلك السمة المميزة لكل جامعة من الجامعات واهتمام المسؤوليات الالزامية للاتساق بها.

تشمل هواطف ذكية ابتداءً من 8 دنانير شهرياً

تطلق مهرجان Ooredoo الصيف للموبايل

حيث يحصل العميل على 100 نقطة مكافآت محلية إضافة إلى 2 جيجابايت إنترنت. وأضاف الآيوب "فقط بتصسيم هذه البالقة لتناسب مع احتياجات العملاء الذين يعيشون عن بيانات تغطى الأساسيات فقط كالمكالمات المحلية والإنترن特، مما يتنااسب بشكل أفضل مع احتياجاتهم". وأضاف الآيوب أن الاجهزة المشمولة في العرض هي Samsung E5، Samsung A3، Samsung E7، Samsung A5، Huawei P7، Mate 7، Samsung S5

اطلقت الكويت، إحدى شركات مجموعة Ooredoo العالمية عرضاً الخاص بـ "أجهزة الهواتف الذكية الجديد" والذي يشمل جهاز "بالقة مكافآت محلية وإنترنت ابتداء من 8 د.ك." تمهيرياً، وتشمل هذه البالقة الحصرية والتي يتم طرحها لأول مرة في الكويت 5 آجهزة هواتف ذكي تتخلص العميل اختبار أي منها تعلقاً على ذلك، قال مدير إدارة الاتصال بالمؤسس مجمل الآيوب أن هذا العرض هو الأول من نوعه والذين يتوفر للعملاء المرونة في الاستخدام

**بنك الكويت الوطني يخدم المصلين
في العشر الاواخر من الشهر الفضيل**



1

نطوع عشرات الموظفين من بنك الكويت الوطني لاستقبال وخدمة الصائمين والمصلين وضمان توفير احتياجاتهم من الطعام والمرطبات وسط هذه الأجواء الرمضانية.

وتحذر الاشارة إلى أن بنك الكويت الوطني دأب على تقديم برنامج «افعل الخير في شهر الخير» منذ أكثر من عشرين عاماً، حيث يتضمن البرنامج العديد من الفعاليات والمساهمات وأعمال الرعاية الاجتماعية والأنشطة التطوعية مثل حملة موائد الكويت لاقتطار الصائمين، و يأتي البرنامج في إطار التواصل الدائم مع مختلف المؤسسات الاجتماعية وفئات المجتمع كافة، للحفاظ على الموقع الريادي بين مؤسسات القطاع الخاص المحلي التي كرست مبادئ المسؤولية الاجتماعية وتجمعها من خلال برامج ومبادرات تأخذ بعداً اجتماعياً ملماً موسماً

يواصل بنك الكويت الوطني خدمته للمصلين في العشر الأواخر من شهر رمضان الكريم ضمن حملة «افعل الخير في شهر الخير»، وبتوزيع عشرات المحتلوعين من موظفي بنك الكويت الوطني مقابل المسجد الكبير، وحيات رمضانية ومرطبات للتخفيف من عداء المصلين بعد ادائهم صلاة القيام وأحياء ليلة الفجر المباركة.

ويذكر أن نوادج متطلوعي بنك الكويت الوطني طبلة العشر الأواخر من شهر رمضان المبارك، حملة توزيع وجبات الإفطار على الصائمين من رواد خيمة بنك الكويت الوطني الرمضانية طوال أيام الشهر الفضيل.

وقد اتخذ بنك الكويت الوطني كافة الإجراءات الالزمة لتقديم الخدمات الكافية للمصلين خلال الرابع الأخير من شهر رمضان المبارك، حيث