خلال ندوة جائزة الإبداع الإعلاني

الخميس: العصر الحديث شهد تطوراتٍ تكنولوجية ساهمت بظهور العديد من طُرق التسويق الحديثة

ماضي الخميس متحدثا

جانب من الندوة

أقام الملتقى الإعلامي العربي صباح أمس ضمن فعالياته جائزة الإبداع الإعلاني في الدورة الخامسة، بقاعة الراية، واستهل اليوم بجلسة بعنوان « الأساليب الحديثة للإعلان والتسويق والعلاقات العامة» ، بمشاركة عدد من الشخصيات المؤثرة في مجالات العلاقات العامة والتسويق والساحة الإعلانية على المستويين المحلي و العربي، بتنظيم من هيئة الملتقى الإعلامي العربي، وتحت رعاية وزارة الإعلام، وجامعة الدول العربية، و الجمعية الدولية للإعلان فرع الكويت، والجمعية الكويتية للإعلام و الاتصال ، والخطوط الجوية الكويتية.

وقال ماضي الخميس الأمين العام للمتلقي الإعلامي العربي خلال افتتاح الجلسة «لقد شهدَ العصر الحديث تطورات تكنولوجَية ساهمت بظهور العديدً من طُرق التسويق الحديثة التي طبقتها الشركات النّاجحة بهدف تسويق منتجاتها وضمان استمرار بيعها في السوق، والمُحافظة على رضا العملاء، مضيفا إن الجلسة اليوم و التي أقيمت على هامش توزيع جوائز الأبداع الإعلاني في العام الخامس تناقش تأثيرات استخدام الأساليب الحديثة في إدارات العلاقات العامة و التسويق بالجهات العام و الخاصة.

ومن جانبه قال وليد كنفاني رئيس الجمعية الدولية للإعلان فرع الكويت « لقد حققت الجمعية عدد من الإنجازات خلال العام الحالي أهمها تجميع اكبر عدد من طلاب العلاقات العامة و الإعلان في الجامعات الكويتية الخاصة والحكومية على طاولة واحدة للقاء رؤساء أقسام العلاقات العامة و التسويق بالشركات الكويتية الرائدة في هذا المجال لإبراز دور الجمعية في الارتقاء بمستقبل مهنة العلاقات العامة والتسويق.

وأوضح كنفاني أن الكويت أصبحت الأن على خريطة الإعلانات العالمية، ووقع الاختيار عليها من ضمن 59 دولة لتضع استراتيجيات الإعلانات لعام2020.

وفي سياق متصل قال وليد الخشتي المدير التنفيذي للعلاقات والاتصالات في شركة الاتصالات المتنقلة زين «إن الأساليب الحديثة للتسويق اليوم تجمع بين قطاعات الإعلان والتسويق و العلاقات العامة في أن واحد».

وأضاف الخشتي أن المعرفة الكاملة بأهمية العلاقات العامة والإعلام، تمثل ركيزة قوية لتنفيذ السِّياسات العامة للإدارة العليا، بما يضمن تحقيق الأهداف الاستراتيجية، مشيرا إلى أن الجهة المنوط بها تنفيذ آليات العلاقات العامة تقع على عاتقها مسؤولية كبيرة وتتمثل في مسؤولية تحديد الأعمال والسِّياسات التي قد تؤثّر سلبا أو إيجابا على مصلحة المؤسسة.

ومن جانبه قال الدكتور صفوت العالم أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة « أن العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر فئات المجتمع للإدارة العليا، وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسات».

وشدد العالم على إيمانه بأن استخدام تكنولوجيا الاتصال، يعزز دور الجهات في التسويق ويمنحها فرصة أكبر لتفعيل التغيير الإيجابي و التأثير في المجتمع المستهدف. وفي سياق أخر قال أسامة منير المذيع ومقدم البرامج بجمهورية مصر العربية « إن المؤسسات الكبرى باتت تعطي جانبا كبيرا من الأهمية لمجالات العلاقات العامة والإعلان ، وهي الوسائل التي تعتمد عليها في طرق اتصالها مع البيئة الخارجية المرتبطة بها، بهدف تحقيق السياسات المرسومة لاستراتيجيتها العامة» وأضاف منير لابد أن تدرك الإدارات المسؤولة عن تنفيذ آليات الإعلانات و التسويق بالجهات المسؤولية الكبيرة التي تقع على عاتقها ، وتتمثل في مسؤولية تحديد مهام الأعمال وآليات التنفيذ، وهي مطالبة بأن تتبنى سلسلة من الأنشطة والمشاريع للقيام بهذا الدور بالشكل الأفضل.

وفي نفس السياق اكد الدكتور عبدالله الدوسري أستاذ التسويق بجامعة الكويت على ضرورة فهم واضح لمفهوم التسويق الحديث من خلال القدرة على تحليل البيئة وتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لكل سوق على حدى، مشيرا إلى أهمية استيعاب نظريات قيادة السوق وتأثيرها على الخطط الحالية و المستقبلية لسياسات التسويق بالشركات.

ومن جانبها قال الدكتورة عروب الرفاعي الحاصلة على شهادة الدكتوراه في التسويق « ظهرت خلال السنوات الأخيرة موضة جديدة بين الشركات في المنطقة العربية هي برامج المسؤولية المجتمعية، إذ باتت الشركات الكبرى والصغرى على حد سواء تتسابق لرعاية هنا، أو دعم هناك، إلى درجة بات معها الرأي العام يعتقد لوهلة أن هذه الشركات تقوم مقام الوزارات المعنية بالمهام والمسؤوليات الاجتماعية، مشيرة لابد من حوكمة عمل هذه الشركات للوقوف على السبل التي تتبعها الشركات للقيام بتأدية واجبها المفترض على أكمل وجه، خصوصا أن هذه البرامج التسويقية يشتبه بأنها باتت وسائل دعائية ومبادرات مرافقة لسياسات التسويق في الشركات.

وفي سياق أخر قال خالد الزنكي خبير التسويق الإلكتروني « إن قيادة السوق وتحديد الموقف الاستراتيجي يتطلب معرفة صحيحة للنظريات المهيمنة في قيادة السوق وتحليل أسواق المستهلكين وذلك لتحقيق عمليات الاستهداف للأسواق المحددة ، مشيرا إلى أهمية تصميم المزيج التسويقي الفعال واتخاذ قرارات تسويقية ترسم قنوات التوزيع المدروسة للإعلانات.

وفي نفس السياق قال بلال مراد المدير الإقليمي لشركة ايبسوس كونكت « إن شركات الاتصالات الكويتية قوية لدرجة تسمح لثلاثة ملايين شخص باستعمال برامج التواصل الاجتماعي بشكل فعال وبسرعات عالية يوميا، مضيفا أن هناك ما يزيد عن 60% من المستخدمين لشبكات الاتصالات تحمل ساعات ذكية تسهل لها الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل اكثر كفاءة وسرعة.

ومن جانبه قال محمد سويدان خبير التسويق الإلكتروني في شركة omedia « إن العرض والطلب على المنتجات التي تروج لها الشركات على منصات التواصل الاجتماعي اختلف منذ العام 2009 إلى الأن مع الإبقاء على الرابط الوحيد بينهم وهو العنصر، مشيرا إلى أن 2015 كانت البداية الحقيقية لتوغل الشركة في استخدام منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلانية، مضيفا 70% من إعلانات انتخابات مجلس الأمة السابق كانت من خلال منصة تويتر.

وفي سياق متصل قال عادل مبارز أحد أشهر المصورين المصريين «أن التسويق بالمفاهيم الحديثة يهدف وتصب مجمل أهدافه الفرعية في هدف رئيسي واحد وهو تطوير معرفة ومهارات القائم بالاتصال في ترسيخ توجهات داعمة ومحفزة تضمن ثقافة تنظيمية تتمحور حول العميل ، وتنطلق منه لأفاق التسويق الحديث وأسراره».

ومن ناحيته قال عادل المشاغبة الإعلامي «ان إدارة العلاقات العامة هي همزة الوصل بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية، وبالتالي تتضح مسؤولياتها إلى أبعد من التواصل ما بينها وبين جماهيرها»، مشيرا الى ضرورة إلى التركيز على الصورة الذهنية للمنظمة وسمعتها لدى الجماهير ورسم الخطط الكفيلة لتكوين هذه الصورة على المستويين الداخلي والخارجي لإنجاح أهدافها.

وقالت الفنانة زين عوض خلال الجلسة « ان مهارات المشتغلين بالعلاقات العامة تظهر في كيفية صناعة الهوية وبناء الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة لدى كل من الجمهور الخارجي، وإدارتها العليا، وجمهورها الداخلي، ومنتجاتها الخدمية والسلعية».

وقال هاني المنيعي أحد المؤسسين والرئيس التنفيذي لشركة التدريب التخصصي للاستشارات الإدارية « ان الهوية المؤسسية او الصورة الذهنية للمؤسسة هي الهوية شخصية المنظمة في الأسواق والبيئة التي تعمل فيها، وسواء كانت المنظمة قديمة أو جديدة، فإنها تهدف إلى الريادة والتميز في مجالها عن غيرها من المنافسين، وبحيث تتشكل هويتها البارزة والمنافسة سعيا إلى تحمل المنظمة مسؤوليتها مما يضعها في مركز الصدارة».

وفي سياق متصل قال جمال النصر الله رئيس جمعية العلاقات العامة الكويتية « تهدف العلاقات العامة الحديثة إلى ترسيخ سمعة المعلومات من خلال تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة»، مؤكد لقد تعاظم الاهتمام بموضوع بناء الهوية والصورة الذهنية للمنظمات المعاصرة نظرا لما تقوم به تلك الصورة من دور في تكوين الآراء، واتخاذ القرارات، وتشكيل الانطباعات والسلوك لدى جماهير المنظمة.

أجر وعافية
قسم الأمراض الباطنية (عيادة أمراض الكلى)
د عمرو العطار
استشاري الأمراض الباطنية وأمراض الكلى
• بكالوريوس الطب والجراحة - جامعة القاهرة
• زمالة الكلية الملكية البريطانية
• ماجستير الأمراض الباطنية والكلى - جامعة القاهرة
• دكتوراه الأمراض الباطنية والكلى - جامعة القاهرة
زمالة / عضوية
• الكلية الملكية البريطانية
• عضو الجمعية العربية لأمراض وزراعة الكلى
• عضو الجمعية الاوروبية لأمراض وزراعة الكلى
• عضو الجمعية المصرية لأمراض وزراعة الكلى
علاج ومتابعة الحالات التالية
• تشخيص وعلاج جميع حالات الفشل الكلوي الحاد
• اجراء جميع أنواع الغسيل الدموي المزمن للكلى
• تشخيص وعلاج جميع حالات القصور الكلوي المزمن
• اجراء جلسات الغسيل الدموي البطىء المستمر لمرضى الحالات الحرجة
• تشخيص وعلاج الالتهابات المناعية بالكليتين مثل الذئبة الحمراء وإلتهاب كبيبات الكلى النفروزي
• متابعة مرضى الغسيل الكلوي المزمن (دموي - بريتوني)
• تشخيص وعلاج القصور الكلوي الناتج عن إرتفاع ضغط الدم ومرض السكري
• إجراء فحوصات ما قبل زراعة الكلى لمرضى الفشل الكلوي المزمن
• متابعة مرضى زراعة الكلى وعلاج مضاعفات ما بعد الزراعة

@newmowasathospital
new mowasat hospital
new mowasat hospital
@nmowasat
مستشفى المواساة الجديد
NEW MOWASAT HOSPITAL
نرعى الأجيال
CARING FOR GENERATIONS
(965) 1 82 6666
(965) 5082 6666
www.newmowasat.com
newmowasat
مستشفى الفروانية 24888000
مستشفى الصباح ولادة 24843100
مستشفى الحساسية 24849252
مستشفى الرازي 24846000
مستشفى الاميري اطفال 22451442
مستشفى مبارك الكبير 25312700/9
الاتصال على بنك الدم المركزي
تبرع بالدم
تبرع بالدم
25339511
CAN CALL
للإستفسارات الطبية والعامة
إتصل على
225 0 226
www.cancampaign.com
كان
CAN
بالإمكان.. علاج السرطان