قوة لا تضاهى

بزيادة بلغت 13 في المئة

«BMW» تحقّق مبيعات قياسية خلال النصف الأول من 2012

أعلنت مجموعة «BMW» الشرق الأوسط أنها حققت نتائج قياسية خلال النصف الأوّل من 2012 بزيادة في مبيعاتها بنسبة 13 في المئة، مقارنة بالفترة نفسها من 2011.

وباع المصنّع الألماني الراقي الأكثر نجاحاً عالمياً 10.352 سيارة من «BMW»و«MINI» لعملائه في 14 سوقاً بالشرق الأوسط، ويستعدّ بذلك لتحقيق سنة أخرى مكلّلة بالنجاح في المنطقة، ولا شكّ في أنّ هذه النتائج تؤكّد بوضوح النمو المتواصل الذي يحقّقه قطاع السيارات إقليمياً، كما تشير النتائج التي حققتها الشركة في النصف الأوّل من السنة إلى طلب العملاء الدائم على سيارات راقية من الطراز الأوّل.

وحافظت دولة الإمارات العربية المتّحدة على موقعها، كأكبر سوق مع استحواذها على 51 في المئة من مبيعات مجموعة «BMW» و«MINI» خلال النصف الأوّل من السنة، تليها المملكة العربية السعودية والكويت. وتشمل الأسواق الأخرى التي حققت زيادة فردية في المبيعات عُمان مع 38 في المئة، والكويت مع 25 في المئة، وقطر مع 21 في المئة، والأردن مع 10 في المئة، ولبنان مع 8 في المئة، والمملكة العربية السعودية مع 4 في المئة.

وقال مدير قطاع المبيعات والتسويق، مجموعة «BMW» الشرق الأوسط أليكساندر إفتيموف «نظراً إلى عدد السيارات المُباعة في النصف الأوّل من السنة تكون الشركة قد أنهت النصف الأوّل الأفضل على الإطلاق، وهي تستعدّ لتحقيق سنة قياسية جديدة. وبالتعاون الوثيق مع وكلائنا الحصريين وموزّعينا المعتمدين، نحافظ على التزامنا بقيادة العلامات التجارية التابعة لمجموعة «BMW» نحو مزيد من النجاح في منطقة الشرق الأوسط، وذلك مع إطلاق طرازات جديدة ومزيد من الاستثمارات في خدماتنا».

طرازات «BMW» الفاخرة

عزّزت مبيعات السيارات الفاخرة أداء مجموعة «BMW» الشرق الأوسط خلال النصف الأوّل من السنة، بحيث كانت الفئة الخامسة الطراز الأكثر شعبية يليها (BMW X5 Sports Activity Vehicle وBMW) الفئة السابعة، طراز القمّة لدى الشركة.

وقال إفتيموف «لطالما تصدّرت الفئة السابعة الطليعة بين سيارات (السيدان) الفاخرة في المنطقة واحتلّت مكانة راسخة بين طرازاتنا الأفضل مبيعاً في مختلف دول مجلس التعاون الخليجي، وهي تحافظ على رونقها في قطاع السيارات الفاخرة إذ تجسّد قمّة الفخامة والأناقة والإبداع وهي خصائص يقدّرها ويطلبها عملاؤنا المميّزون هنا في الشرق الأوسط.

ومع انطلاق أحدث جيل من هذه السيارة للبيع في الأسواق إقليمياً في شهر سبتمبر، إنّنا على ثقة تامّة بأنّ الفئة السابعة ستواصل مسيرتها الناجحة وستحافظ على موقعها كقوّة دافعة خلف تحقيق مزيد من الإنجازات المستقبلية في المبيعات».

ومن الطرازات الأخرى التي أثبتت شعبيّتها كان طراز (BMW X6 Sports Activity Coupé و BMW) الفئة الثالثة مع مبيع 1.229 و753 سيارة على التوالي. فقد أطلقت مجموعة «BMW» الشرق الأوسط خلال النصف الأوّل من عام 2012 الجيل الأخير من الطرازين بحيث وصل الطراز الجديد من «BMW» الفئة الثالثة في شهر فبراير، وهو يتسّم بحجمه الأكبر والمزيد من الخصائص الرياضية والديناميكية مع خيارات القيادة الثلاثة (Modern، Sport and Luxury)، بينما وصل طراز (X6 Sports Activity Vehicle) المحسّن إلى الشرق الأوسط في شهر يونيو».

«MINI»

شهدت «MINI» نمواً قياسياً في مبيعاتها خلال الأشهر الستة الأولى من السنة محقّقة نمواً بنسبة 48 في المئة في تسعة من أسواق الشرق الأوسط، أي مع مبيع 695 سيارة. تصدّر المبيعات طراز (MINI Countryman)، أوّل سيارة من «MINI» رباعية الدفع ومزوّدة بأربعة أبواب والتي استحوذت على 41 في المئة من المبيعات الإقليمية للعلامة التجارية، بينما ساهمت (MINI Hatch) و(MINI Cabrio) و(MINI Coupé) بشكل بارز في النجاح الذي حققته العلامة التجارية خلال النصف الأوّل من عام 2012.

وحققت «MINI» تقدّماً بارزاً أيضاً مع توسيع مجموعة طرازاتها خلال الأشهر الستة الأولى من السنة، بحيث شهد شهر مارس إطلاق (MINI Roadster) وهو الطراز السادس الذي ينضمّ إلى طرازات «MINI»، إنّه الطراز الأوّل المكشوف من «MINI»، والذي يضمّ مقعدين فقط وهو مثال رائع على تطوّر العلامة التجارية سنة بعد سنة لتكتسب شرائح جديدة من المعجبين والهواة.

نمو قياسي للسيارات المستعملة

يحقق جانب آخر من الأعمال نمواً مستمرّاً ضمن مجموعة «BMW» الشرق الأوسط، وهو (BMW Premium Selection) الخاص بالسيارات المستعملة والمعتمدة من «BMW»، والذي يمنح العملاء راحة بال لا تقلّ مستوًى عن راحة البال التي يوفّرها اقتناء سيارة جديدة كلياً من «BMW»، وبلغت زيادة المبيعات ضمن هذا البرنامج 13 في المئة بثمانية أسواق خلال النصف الأوّل من 2012.

وأضاف إفتيموف «مع ارتقاء سوق المنتجات الفاخرة من مستوًى إلى آخر، تزداد المنافسة، غير اننا متأكّدون من أننا سنحافظ على مكانتنا كالمصنّع العالمي الأكثر نجاحاً للسيارات الراقية، وذلك بفضل حرصنا الدائم على إطلاق طرازات جديدة، والاستثمار في برامج تدريبية منتظمة حرصاً على أن تبقى فرق مبيعاتنا على اطّلاع بأحدث المعلومات وإبداعات التكنولوجيا وخصائص السيارات، وتقديم عروض مميّزة على الأسعار ورزم التمويل المرن إلى جانب تطبيق حملات تسويقية عالمية المستوى».

العناية بأدق التفاصيل

العلامة الألمانية العريقة

«رولز- رويس» تطلق برنامج «بروفينانس» للسيارات المستعملة

أعلنت «رولز- رويس موتور كارز» عن أحدث تفاصيل برنامجها للسيارات المستعملة والمعتمدة، «بروفينانس» في الكويت، الذي يعد أحد أرقى البرامج عن فئته في قطاع السيارات، نظراً لتقديمه خدمات صيانة شاملة تضمن راحة البال لمشتري سيارات «رولز- رويس» المستعملة.

ووفقاً للبرنامج الفريد، تحرص «رولز- رويس» على مطابقة كل سيارة لمجموعة من المعايير المحددة، كما يعمد فنيون متخصصون إلى إجراء فحص شامل ودقيق، يتضمن اختبارها على الطريق للتأكد من مطابقة كل سيارة «بروفينانس» لأعلى المعايير الموضوعة قبل تسليمها، ولا يتم اعتماد إلا السيارات الخاضعة لمعايير خدمات صيانة الشركة الصارمة، وتكون هذه السيارات متاحة فقط عبر شبكة وكلائها المعتمدين حول العالم.

ويعد برنامج «بروفينانس» الضمانة الأفضل لمشتري سيارات «رولز-رويس» المستعملة، والطريقة الأمثل لحماية أموالهم، فبالإضافة إلى كونها تخضع لسلسلة من الفحوصات الصارمة والتجهيزات الدقيقة قبل التسليم، تحرص «رولز- رويس موتور كارز» على التحقق من سجل كافة السيارات التابعة للبرنامج بما يتعلق بالصيانة والكيلومترات، فضلاً عن توفير باقة من الميزات الفريدة والتي تتضمن كفالة لمدة سنتين كحد أدنى، بالإضافة إلى خدمة صيانة مجانية باستخدام قطع غيار «رولز-رويس» الأصلية، وخدمة المساعدة على الطرقات على مدار الساعة وفي جميع أنحاء العالم.

وأشار المدير العام في شركة «علي الغانم وأولاده» للسيارات يوسف القطامي، إلى أن عملاء الشركة ينتظرون تقديم مجموعة من أفضل السيارات في العالم، لافتاً إلى أنه بفضل برنامج «رولز- رويس بروفينانس» أصبح بالإمكان توفير نفس الدعم والطمأنينة عند شرائهم السيارات المستعملة المعتمدة تماماً مثلما شرائهم إحدى سياراتنا الجديدة.

وبين أنه وتتوافر لدى الشركة حالياً ست سيارات «رولز- رويس» ضمن إطار برنامج «بروفينانس»، وهي «رولز- رويس فانتوم كوبيه» 2009، و«رولز-رويس فانتوم» 2007 و 2010، و «رولز-رويس جوست» 2010 و 2011 و 2012.

«رولز- رويس» : عنوان القيادة الفاخرة

«أسيكو» تقيم حملة تبرع بالدم لموظفيها

نظمت شركة أسيكو للصناعات حملتها للتبرع بالدم لموظفيها بالتعاون مع بنك الدم الكويتي في مقرها الرئيسي، مشيرة إلى أن هذه الحملة شهدت إقبالاً كبيراً من المديرين والعاملين في الشركة بمختلف إداراتهم وقطاعاتهم المختلفة، مما يدل على روح المسؤولية العالية التي يتمتع بها الموظفون تجاه المجتمع.

وأشادت مديرة مديري العمليات في الشركة غصون الخالد بهذه الخطوة المهمة والتي تعبر عن مدى التزام الشركة بدورها تجاه المجتمع، مشددة على أن «أسيكو» تسعى لتعزيز دورها في المجتمع من خلال هذه الخطوة، ومن خلال القيام بعدة خطوات مقبلة تهدف لدعم دورها الإنساني بجانب الدور الأساسي الذي تلعبه في العملية التنموية بشكل عام.

وأشارت إلى أن هذه الحملة تمت على مستوى عال من العناية الطبية من خلال الفريق الطبي المتميز من بنك الدم الكويتي الذي قدم مستوى عالياً من الرعاية للمتبرعين.

جانب من الحملة