

مصاريف

جوائز «المليون ميل»... من «بيبلوس»

أعلن بنك بيبيلوس اسمي الفائزين في «حملة المليون ميل» التي نظمها بالشراكة مع ماستركارد، وذلك خلال حفل أقيم في مقره، بحضور السيدة نجلاء حبيش، مديرة اليانصيب الوطني اللبناني، وكذلك عدد من مديري المصرف وموظفيه.

وقد رحبت سميرة زينة وفائز ثان لم يرغب في الكشف عن اسمه مليون ميل، أُضيفت إلى بطاقتيهما بعد استخدامهما بطاقة الائتمان أو الدفع الخاصة بهما من ماستركارد لإجراء عمليات شراء لا تقل قيمتها عن 20 دولاراً أميركياً خلال شهر كانون الأول 2017. وسيكون بوسعهما استبدال الأميال التي فازا بها بتذاكر سفر إلى أي وجهة حول العالم، حتى خلال المواسم السياحية.

تعليقاً على الحدث، قال جورج فارس، مدير منتجات البطاقات المصرفية والحسابات والتأمين المصرفي في مجموعة بنك بيبيلوس: «أصبح بنك بيبيلوس، مع هذه الحملة، أول مصرف في لبنان يمنح جائزة مليون ميل، وبذلك يكون قد رفع برامج مكافآت حاملي البطاقات إلى مستوى جديد كلياً في لبنان». وأضاف: «هذا يثبت، من دون شك، أنّ شراكة بنك بيبيلوس المثمرة مع شركات ذات شهرة عالمية مثل ماستركارد تتيح له توفير برنامج الولاء الأكثر كرمًا في لبنان».



BBAC يكّرم المرأة... بعروض خاصة

احتفالاً بالمرأة وبالتزامن مع اليوم العالمي للمرأة وعيد الأم يخصص مصرف BBAC (بنك بيروت والبلاد العربية) وللعام الرابع على التوالي عروضاً خاصة على باقة متنوعة من المنتجات المصرفية، إضافة إلى المشاركة في نشاطات اجتماعية وقضايا إنسانية تدعم المرأة وتساهم في تمكينها.

وستتضمن عروض هذا العام التي تمتد طوال شهر آذار ولغاية 14 نيسان 2018: مضاعفة النقاط عند استخدام بطاقة دايوند المصنّمة خصيصاً للمرأة، الاستفادة

من إيداع 100 دولار أميركي عند فتح «حساب الأم» لأولادها، ومن قسيمة شرائية من أبرز مراكز التسوق في لبنان عند حصولها على «القرض الشخصي»، كما الاستفادة من قسطين شهريين مجانيين ومعدلات فائدة تفضيلية عند حصولها على «قرض الأعمال الصغيرة»، ومن دفعة شهرية مجانية عند حصولها على برنامج التأمين الادخاري «جني» للتقاعد أو «نجاح» للتعليم.

رحلة لمشاهدة المونديال... من بنك «لبنان والخليج»

أعلن بنك «لبنان والخليج»، بالتعاون مع شركة «Visa» العالمية، تقديم عرض جديد إلى عملائه، يخولهم دخول السحب للفوز برحلة إلى روسيا لمشاهدة كأس العالم 2018 الصيف المقبل. يتضمن العرض تذاكر طيران، نهاباً وعودة، مع خدمة الاستقبال والترحيب في المطار، إقامة لمدة 5 أيام في أرقى الفنادق مع وجبة فطور مجانية، تنقلات بين الفندق والملاعب، إضافة إلى بطاقة فيزا تحتوي على مبلغ 450 دولاراً أميركياً.

فمع كل عملية شراء، يقوم بها العميل حتى 31 آذار المقبل، في كل نقاط البيع داخل السوق الحرة مطار بيروت بقيمة 150 دولاراً أميركياً، يدخل تلقائياً السحب مرة واحدة، فيما يمتلك فرصة مضاعفة حظوظه عند صرفه مبلغ أكبر للفوز بباقات الفيفا لشخصين، تحوّل مشاهدة مباريات من مرحلة المجموعات والدور ربع النهائي لكأس العالم.

شركات

فرصة لحضور كأس العالم... من «أربيا»

أطلقت شركة «أربيا ش.م.ل»، برعاية وزير السياحة أفديس غيدانيان، حملة ترويجية بمناسبة كأس العالم لكرة القدم 2018، بحضور ممثلين عن كل من فيزا والسوق الحرة في مطار بيروت.

الحملة التي أتت نتيجة للشراكة بين «أربيا» والسوق الحرة في مطار بيروت، لا تستهدف فقط اللبنانيين المسافرين، بل أيضاً السياح من كافة أنحاء العالم القادمين لزيارة لبنان. إذ أن كل شخص يحمل بطاقة من فيزا تم إصدارها في أي مكان في العالم ويستخدمها في مطار بيروت، سيدخل في السحب ويحصل على فرصة للفوز.

سيتم الإعلان عن اسم الرابحين في السحب الذي سيقام في الأسبوع الثاني من نيسان 2018، فيفوز الأول بباقة سفر وحضور الجولة السادسة عشرة في سانت بطرسبرغ، ويحصل الثاني على بطاقة سفر أخرى لمشاهدة ربع النهائي في موسكو. تتضمن كل باقة: رحلة لشخصين إلى جانب خدمة

اللقاء والاستقبال في المطار، إقامة لمدة 5 أيام/ 4 ليال، والنقل لجميع الأماكن الموجودة على الجدول، بالإضافة إلى بطاقة فيزا مدفوعة مسبقاً بقيمة 450 دولاراً أميركياً. بعد السحب، ستتصل «أربيا» أو البنك المصدر للبطاقة بالفائزين على أن يكون عمرهم 16 سنة أو أكثر. تعليقاً على هذا الحدث، قال رمزي الصوري، الرئيس التجاري في «أربيا ش.م.ل»: «تفتخر وتعزز أربيا بشراكتها مع السوق الحرة في مطار بيروت، والتي تلعب دوراً محورياً في تشجيع السياحة اللبنانية وتعزيز الاقتصاد المحلي».

قطاع

الإعلانات التجارية والمستهد



يهدف الإعلان إلى تغيير سلوك الناس أو تبديله (مروان بو حيدر)

والجوع إلى اقتناء كل ما هو حديث ورائج تدفعه، مثلاً، إلى تغيير جهازه الخليوي حتى وإن كانت هيئة ما يملك حسنة، ولشراء غذائه من هذا المطعم لأنه يقدم وجبة مميزة باسمه



تلج الشركات إلى إعلانات غير واضحة للترويج للسلم والخدمات، بغير أسعارها الحقيقية



سلوك جديد. منطقيًا، عندما تلج المؤسسات إلى الإعلان فهي تهدف إلى رفع نسبة أرباحها عبر كسب زبائن جدد وتوسيع مجال الانتشار. عليه، وبحسب اختلاف السلعة التي تقدمها المؤسسة (سلع مادية أو خدمات أو أفكار)، ستلجأ خلال عملياتها الترويجية لرسم أفضل صورة ممكنة لها وخلق أفضل انطباع لدى المستهلك. هنا ستبدو عملية التلميع فكرة براقة وسهلة التطبيق.

يتحدث علماء النفس عن دور الترويج في حث الجمهور المتلقي على الاستفادة من العروض المغرية «قبل نفاذ الكمية» أو قبل انتهاء «الحسومات الهائلة»، فتقوم المؤسسات التجارية أو الخدماتية بإيهام الجمهور أن الوقت ينفد، وأن عليه الإسراع في الحضور إلى المتجر لتنفيذ العملية الشرائية لمصلحته، وبعد تنفيذ هذا السلوك سيشعر بالرضا لتحقيقه «صفقة جيدة».

تستمر الأبحاث في هذا السياق لتصل إلى ممارسات الشركات «سياسة القطيع»، فتشرح دور الإيهام الذي تمارسه هذه الشركات في تبيان الشريحة الكبيرة التي تتابع منتجاتها وتقنياتها وتضعها في سلم الأولويات. فتخبر الجمهور عبر الوسائط الإعلانية كافة بأن كل الناس حصلوا على هذا المنتج المعين ولم يتبق «غيرك»، ف«شو بعدك ناظر؟!» عبارة ستشعر الفرد بأنه متخلف عن باقي أفراد المجتمع، فيخاف من أن يفقد الشعور بالانتماء للمجتمع المحيط، الأمر الذي يدفعه إلى التحرك سريعاً لاقتناء ما لا يحتاجه.

المنتج قد يكون بعيداً عن سلم أولويات المستهلك واهتماماته، لكن الرغبة في السير مع تغيرات المجتمع

الإعلان استثمار طويل الأمد.

هوفلسفة تعتمدها المؤسسات في تكريس

الجهد الفكري والراس المال

الضروري لخلق الدعاية

المبتكرة والجاذبة، بحيث أن

كل ما يصرّفه خلال التنفيذ

سيعود إلى المؤسسة على

هيئة أخرى. هيئة الزبون -

المستهلك الذي رأى ملامحاً

عملاقاً في الطرقات بالوان

ملفتة أو جملة طريفة

أو بمشاركة عارض/ة أزياء

فاتنة، كذلك يمكن أن

يصادفه كإعلان متلفز

يشارك فيه نجمه المفضل

أو من خلال صفحة

فايسبوكية حائزة على آلاف

المتابعين والإعجابات

تفريد زبائني

«الإعلان هو فنّ إقناع الناس بإضافة الماك الذي لا يملكونه على شيء لا يحتاجونه»

ويل رودجرز

في الأساس، تتكوّن معظم الإعلانات من عنصرين: الكلمة والرسم، وتوجه إلى شرائح من الناس بقصد تغيير سلوكها أو تبديله أو خلق

جامعات

اختصاص ادارة النقل الجوي ثمرة تعاون بين الأشغال و«البلند»

وقعت جامعة البلند اتفاقية مع وزارة الأشغال العامة والنقل لإرساء برنامج الماجستير في إدارة الأعمال (اختصاص إدارة النقل الجوي) Air Transport Management التابع للجامعة، ليكون برنامجاً رائداً يعمل على توفير العناصر البشرية المؤهلة لهذا القطاع في لبنان والمنطقة. كما جرى توقيع بروتوكول تعاون علمي بين الفريقين لتبادل الخبرات والأبحاث العلمية والتطبيقية وتقديم التسهيلات المتعلقة باختصاصات الطيران المدني.

وقع على المذكرتين كل من رئيس جامعة البلند الدكتور ايلي سالم، ووزير النقل والأشغال العامة يوسف فنيانوس، في حضور ممثل رئيس مجلس إدارة الشرق الأوسط محمد الحوت، الدكتور نازاريت نيكوليان، والعديد من القيمين على قطاع الطيران المدني اللبناني إضافة إلى نواب رئيس الجامعة



وعمداء وأساتذة وطلاب.

في المناسبة أكد فنيانوس على أهمية هذه الاتفاقية التي توأكب تطوّر قطاع الملاحة الجوية، مشيراً إلى أن هذا التخصص سيؤدّد الخريجين بالمهارات اللازمة للتقدم والنجاح في إدارة هذا القطاع المهم، من جهته تحدث سالم عن العلاقة المميزة بين الجامعة والحكومة اللبنانية مشيراً إلى أن جامعة البلند هي جامعة وطنية لبنانية خاصة.

إتصالات

هواتف LG الذكية... لمشاهدة رياضية ممتعة

في ظل مساعي شركة LG لأن تصبح شاشات الهواتف المحمولة جزءاً لا يتجزأ من استهلاك المواد الفيلمية، احتل هاتف «جي 6» و«في 30» من «إل جي» مكانة جيدة حوّلتها لتلبية احتياجات المستهلك المستجدة. يتميّز هاتف «في 30» بشاشة FullVision قياس 6 بوصات، فيما يتميّز هاتف «جي

6» بشاشة FullVision قياس 5,7 بوصات الداعمة لنظامي Dolby Vision و HDR 10. وتتيح هذه الشاشات المتطورة مشاهدة المباريات الرياضية مباشرة بدقة ووضوح فائقين. وفي هذا الإطار، أشار المدير العام لشركة إل جي في الشرق العربي Hong Ju Jeon إلى أن «إل جي شركة رائدة عالمياً في مجال الأجهزة الإلكترونية، وتتصدر الطليعة في السوق من خلال منتجات مبتكرة متميّزة تخطّت دورها الأساسي المتمثل في تحسين الحياة لتحوّل إلى ملتقى ثابت للمستخدمين والمتسوّقين».

