

العلامات التجارية، وبالتالي تجني الشركة المال عبر إدخال هذه العلامات التجارية في المحتوى الذي تقدمه نانسي، أي يصبح الأمر بمثابة الإعلانات. لدى نانسي أكثر من 21 مليون متابع على وسائل التواصل الاجتماعي، وعليه بات شخص واحد أكبر من شبكة تلفزيونية كاملة. هكذا يشرح عبد آغا، مؤسس شركة VINELAB، الخدمات التي تقدمها شركته، وبالطبع الأمر لا يقتصر على نانسي عجم.

بعد 6 سنوات على انطلاقتها في دبي تجاوزت VINELAB تسمية «الشركة الناشئة». بدأت الشركة من حاجة في السوق لبناء تطبيقات الهاتف وتوزيع المحتوى على الإنترنت، لتكتشف لاحقاً أن القطاع الأكثر ميلاً إلى التطور في هذا الاتجاه هو الإعلام. عام 2012 أفتتحت الشركة مكتبها في لبنان في منطقة بيروت الرقمية BDD.

تقوم معادلة الشركة على استقطاب شركاء مؤثرين على الإنترنت ويملكون عدد كبير من المتابعين، وتقديم خدمات رقمية لهم ومن ثم استقطاب علامات تجارية للترويج لها عبر المحتوى المقدم. حتى اليوم تعمل VINELAB مع 18 علامة تجارية كبيرة وعلامات تجارية أخرى صغيرة.

معظم عمل الشركة، وفق آغا، يتركز في الخليج، ومن ثم مصر، أما في لبنان فالعمل التجاري قليل لأن الاقتصاد صغير، في حين أن تركيز الشركة ينصب على الأسواق الكبيرة. يرى آغا أن «سوق لبنان يمكن أن يكون منطلقاً لاختبار العمل قبل إطلاقه في الأسواق الكبيرة، لكن الحديث عن حدود جغرافية في العالم الرقمي غير ممكن، يمكنني أن أعمل في أي مكان في العالم». إلا أن غالبية فريق العمل الذي يتألف من 30 شخصاً، موجود في لبنان لأسباب عدة مثل «قدرة الوصول إلى الكفاءات والمهارات في مجال الإنترنت، كذلك إن كلفة التشغيل في لبنان أرخص من دبي، وكشركة رقمية لا يهتم بالنسبة إلي إذا كان الموظف موجوداً في دبي أو لبنان. وأخيراً في لبنان هناك مجال أكبر لاكتشاف المواهب والأشخاص المؤثرين عبر الإنترنت الذين يمكن أن يكونوا شركاء». وعليه، من الناحية التجارية توجد الشركة في دبي، لكن التوظيف واكتشاف الجزء الأكبر من المواهب، في لبنان.

الهدايا بطريقة سهلة جداً تقوم على 3 خطوات: اختيار المتجر، تحديد المبلغ والدفع إلكترونياً، وتحديد اسم المتلقي. سواء أكان المتلقي موجوداً على المنصة أم غير موجود، ستصله على هاتفه قسيمة شرائية إلكترونية من المتجر. نشأت فكرة التطبيق من الكويت، حيث يقطن نزار منذ سنوات طويلة، ومن ثم افتتح مكاتب للشركة في كل من لبنان والإمارات العربية المتحدة والبحرين. الاسم بالأساس هو تعبير خليجي يعني «الهديني»، وهو مناسب للانطلاق في الخليج.

تضم المنصة حالياً أكثر من 65 متجر عالمياً، وتقوم على التعاقد مع أبرز العلامات التجارية العالمية التي يشتري منها الناس في منطقة الشرق الأوسط. لكن لماذا لا تدخل متاجر لبنانية على المنصة بهدف تشجيع الماركات والصناعات الوطنية؟ يجيب ونوس بأن المشكلة في لبنان تكمن في الأنظمة التي تعتمدها هذه المتاجر، «فمنذ نحتاج إلى تطوير أنظمة الدفع في هذه المتاجر لكي نتمكن من استخدام التطبيق في متاجرهم». ربح الشركة ينتج عبر عمولة معينة تأخذها من المتاجر عن

## بات بالإمكان اختيار الهدايا وإرسالها باقل من دقيقة عبر تطبيق هاتفي

كل عملية شراء عبر التطبيق، إلا أن أبرز الصعوبات التي تواجهها هي التحدي مع العلامات التجارية: هل يمكنهم الوثوق بشركة ناشئة؟

### VINELAB ونانسي عجم

«منذ سنوات كانت نانسي عجم بحاجة إلى التلفزيون لتسوق ألبومها الجديد. اليوم، لا تحتاج نانسي إلى التوجه لأحد، يمكنها بكل بساطة أن تخبّر معجبيها مباشرة عبر الإنترنت عن ألبومها الجديد عبر استخدام تقنيات معينة. هذا يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت هي التلفزيون، وبالتالي يمكن الشخص أن يبني المحتوى الذي يريد التسويق له بنفسه، لكن نانسي بحاجة لمن يساعدها في بناء هذا المحتوى والتسويق له والتواصل مع الناس ووضع استراتيجياته، وهذا هو عمل VINELAB». في هذه الحالة نانسي هي شريكة، أما الزبائن فهم

بداية هذه السنة، إلا أنها سرعان ما تمكنت من استقطاب 3 آلاف مستخدم، وهي تقوم حالياً بأكثر من 200 عملية غسل شهرياً.

تقوم فكرة الشركة، كما يروي رامي حلال، أحد المؤسسين، على أن «غسل سيارتك ليست مهمة سهلة جراء الانشغالات اليومية، كذلك إن الانتظار في المغسل لمدة ساعة هو آخر ما يريد الشخص أن يقوم به بعد يوم عمل طويل». لذلك، فليات المغسل إليك. عبر التطبيق الهاتفي يمكن الشخص أن يحدد موقع السيارة على الخريطة واختيار الوقت الذي يريد فيه غسل سيارته، «تأخذ عملية الغسل 40 دقيقة يكون فيها الزبون في مكتبه أو منزله أو أينما كان». وتعتمد على توفير نحو 250 ليتر من الماء في كل عملية غسل، عبر استخدام وسائل تنظيف بيئية وموفرة لاستهلاك المياه. تبلغ كلفة غسل السيارة من الخارج 10 دولارات ومن الداخل 7 دولارات، أما إذا أراد الزبون أن يستفيد من الخدمتين، فسيكلفه الأمر 12 دولار، وهو سعر مرتفع مقارنة بالخدمة «التقليدية» التي تقدمها المغاسل. يرى حلال أن الناس يمكنهم أن يفعلوا اليوم أي شيء عبر الهاتف، وبالتالي يمكن المغاسل التقليدية أن تتمسك بالطرق المعتادة أو تنتقل لتلبي احتياجات القرن 21 عبر الشراكة مع BLINK MY CAR، على أن ترسل لهم الشركة طلبات الغسل التي تقع ضمن نطاق كل مغسل. تتعاقد الشركة اليوم مع 3 شركات غسل، وتعزف نفسها بأنها «مجرد مجموعة من الأشخاص الذين يستخدمون التكنولوجيا لجعل حياتك أكثر راحة، ولتوفر الكثير من الماء على الكوكب».

### Dizly: منصة لإرسال الهدايا

بعد سنة على إطلاقه، بات لدى تطبيق DIZLY أكثر من 30 ألف مستخدم. الفكرة بسيطة وسلسة: عوض التوجه إلى المتجر وشراء الهدايا، ومن ثم إعطاؤها للأشخاص المعنيين، بات بالإمكان اختيار الهدايا وإرسالها باقل من دقيقة عبر تطبيق هاتفي. الفكرة أيضاً انطلقت من تجربة شخصية قوامها نزار ونوس، مؤسس المنصة، سيء في اختيار الهدايا لأصدقائه ولا يجب أن يتجول بحثاً عن هدايا، لذلك كان لا بد من حل لهذه المشكلة. التطبيق هو عبارة عن منصة لإرسال



مغسل السيارة سيأتي إليك عبر التطبيق الهاتفي (هيلم الموسوي)

بعدم «تفسير الألعاب أو توسيع المنزل». بعد سنوات أيضاً، استنتجت سابن أن تربيتنا تقوم على أن نكون مستهلكين للتكنولوجيا لا منتجين لها، وعليه انطلقت عام 2014 فكرة kids genius.

Kids genius هي عبارة عن مشغل للأولاد بين عمر 7 سنوات و 18 سنة، يقوم فيه الأولاد باستخدام التكنولوجيا كوسيلة لبناء أفكارهم، لا لاستهلاكها فقط. في المشغل يمكن الأولاد أن يصنعوا العابهم الخاصة في المنشرة، ويمكنهم أن يختبروا تقنية الطباعة الثلاثية الأبعاد وغيرها من الآلات الصناعية، بهدف أن يبنيوا ما يريدونه من أجل تحفيزهم على الابتكار، يمكنهم أن يفككوا مثلاً سياراتهم الإلكترونية لرؤية المحرك الذي يشغلها. الهدف هو كسر الحواجز بين ما يتعلمه الأولاد في المدرسة وبين التطبيق. تتطلع سابن حالياً إلى أن يصبح

مفهوم المشغل معتمداً في المدارس. تروي سابن أن «المشاكل التي واجهناها بداية هي نظرة الأهل للمشغل بأنهم لا يريدون أن يصبح أطفالهم نجاراً أو ميكانيكي، كانوا يرون المهنة وليس المهارات. الفكرة الأساسية ليست تشجيع الأطفال على التوجه إلى النجارة أو الأمور الحرفية، بل صقل مهاراتهم، وإن رغبوا في ممارسة هذه المهنة لاحقاً، فلم لا؟».

### BLINK MY CAR: خدمة غسل السيارات باتت أسهل

أبنا كنتم في بيروت، بات بإمكانكم طلب غسل سيارتكم أو دراجتكم النارية أينما ركنتموها من دون الحاجة إلى التوجه إلى مغسل أو الاتصال بأحد. هذا باختصار ما يقدمه تطبيق BLINK MY CAR. لا تزال الشركة جديدة في السوق، إذ تأسست عام 2015 وأطلق التطبيق

## مك وأسواق

على غرار اتفاقيتها العالمية أخيراً مع شركة «مايكروسوفت» لتحسين مزايا وخدمات الاتصال في السيارات، وإطلاق منتجات مبتكرة بدءاً من سيارة «سيرينا» المزودة بتقنية ProPilot وصولاً إلى سيارة «جي تي آر نيسمو».

### «مسؤوليتنا... تصريف إنتاجنا»

أطلقت شركة «ألفا» التي تشغل إحدى رخصتي الخلوي في لبنان، المرحلة الأولى من حملة «مسؤوليتنا... تصريف إنتاجنا». وبحسب بيان صادر عن الشركة، فإن هذه الحملة تستمر على مدى أسبوع كامل يُوزع في خلاله التفاح في نقاط بيع ألفا التسع في المناطق على كل زبائن ألفا طوال ساعات العمل. ويشير رئيس مجلس إدارة «ألفا» ومديرها العام مروان الحايك إلى أن هذه الحملة تأتي انطلاقاً من الواجب الوطني تجاه مجتمعنا ومواطنينا لنسهم في تخفيف العبء عن المزارع اللبناني الذي يعدّ مثلاً يحتذى به في التعلق بالأرض والمحافظة عليها.



تقع المكاتب الرئيسية لشركة إنفينيتي موتور المحدودة في هونغ كونغ، ولها عمليات بيع في أكثر من 50 دولة حول العالم، ومصانعها موجودة في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة والصين، ويتوقع أن تنتشر مواقع التصنيع إلى المكسيك في عام 2017.

### «نيسان» علامة تجارية بـ 11 مليار دولار

صنّفت شركة نيسان في المرتبة الـ 43 على لائحة إنتربراند لأفضل العلامات التجارية العالمية، أي إنها تقدّمت ستة مراكز بعدما كانت في المرتبة الـ 49 في السنة الماضية. وقد أشاد التقرير بجهود «نيسان» لتعزيز حضورها من خلال رؤيتها للتنقل الذكي الرامي إلى توفير قيادة خالية من الانبعاث الضارة أو حوادث السيارات مستقبلاً.

وبهذا التصنيف تكون نيسان قد حلّت للعام الخامس على التوالي في مكانة متميزة بين العلامات التجارية الأكثر قيمة على مستوى العالم، وذلك بحسب لائحة «أفضل العلامات التجارية العالمية» التي تصدرها شركة الاستشارات «إنتربراند».

وبحسب التقرير، فإن قيمة العلامة التجارية «نيسان» تجاوزت 11 مليار دولار، أي إنها باتت في المرتبة الرابعة عالمياً بين أسرع العلامات التجارية نمواً خلال العام الحالي. و«نيسان» نجحت في الترويج لعلامتها التجارية من خلال رعاية الكثير من الفعاليات الرفيعة المستوى، بدءاً من «أولمبياد ريو 2016»، ووصولاً إلى «دوري أبطال أوروبا» لكرة القدم. وبحسب إنتربراند، فإن العوامل التي أدت إلى هذا التحسن تكمن في رؤية نيسان الطويلة الأمد والاستخدام الاستراتيجي للمنصات الرقمية والتقنيات المتطورة، فضلاً عن تأسيس شركات جديدة



### من إنفينيتي: QX سبورت انسيريشن رؤية جديدة وجريئة للمركبات الرياضية المتعددة الاستخدامات

كشفت إنفينيتي عن طراز تجريبي من فئة «QX سبورت انسيريشن» المصمم للسيارات الرياضية المتعددة الاستخدامات. تضع هذه السيارة التجريبية الخطوط العريضة لمستقبل طرازات إنفينيتي QX، نظراً إلى كونها سيارة رياضية فاخرة من الحجم المتوسط. ويتوقع أن تظهر هذه السيارة للمرة الأولى في أوروبا في معرض باريس للسيارات 2016 (مونديال دي لوتوموبيل). السيارة لديها هوية إنفينيتي الواضحة، وهي جاذبة للبصر وتتميز بأسلوب عنوانه «محورية السائق وأهمية الراكب»، ويغلب على ألوانها الداخلية اللونان الأبيض والأسود، مع ومضات من التان الطبيعي المخفي، إضافة إلى الجلد باللون البني الغامق الجديد. كذلك هناك مزايا عديدة تمثل الراحة والقدرة الفائقة على التحكم والشكل، إذ يمثل عنصر «العين البشرية» بصمة خاصة.