

تعزيز إطار «أوجلبي وان» مع إطلاق خدمات الجيل التالي



أعلنت شركة «مماك أوجلبي» عن تعزيز الهيكلية القيادية وإطار عمل «أوجلبي وان»، وتوسيع نطاق خدماتها على المستويين العالمي والإقليمي. وستتولى «أوجلبي وان» مهمة توفير خدمات الجيل التالي للعملاء، لإنشاء وإرساء علاقات وشراكات قيّمة ومستدامة من خلال التصميم والالتزام والابتكار. وستعتمد «أوجلبي وان» نهجاً متميزاً لتوفير خدمات وحلول تستند إلى الإبداع المدعوم بالبيانات والمعزز بالذكاء الاصطناعي، بهدف تحقيق قيمة مضافة للأعمال والعلامات التجارية والعملاء.

تُمثل «أوجلبي وان»، العلامة التجارية العالمية التي تُعنى بتجربة العملاء الحالية التي توفرها «أوجلبي»، وتتطلع إلى الإرتقاء بهذه التجارب والخدمات والحلول إلى الجيل التالي بالإضافة إلى خدمات علاقات العملاء. وتستند الشركة إلى الفهم والمعرفة العميقة للعلامات التجارية ورؤية شاملة ومتكاملة الأبعاد للمستهلكين، إلى جانب مستويات الإبداع الحائز على جوائز والبيانات القوية المدعومة بالتكنولوجيا.

وأعلنت الشركة عن تعيين كينت ويرتايم في منصب الرئيس التنفيذي العالمي في «أوجلبي وان»، مع فريق قيادي موسع يضم كلير لوسون، الرئيس التنفيذي لشؤون العملاء في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، وحازم الزيات، الرئيس التنفيذي لتجربة العملاء في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وستتولى هذا الفريق قيادة وإدارة «أوجلبي

وان» عبر جميع المكاتب الإقليمية لشركة «ميماك أوجلفي».

تتميز العلامات التجارية التي تنجح ببناء علاقة إيجابية مع Mesh Experience Research 2021 وفق تقرير3 المستهلك، بقدرتها على تحقيق تأثير إيجابي أكبر بثلاثة أضعاف من غيرها. وانطلاقاً من إدراكها لأهمية هذا التوجه وفعاليتها، توفر «أوجلفي وان»، مجموعة من الخدمات لتصميم وبناء العلاقات التي تعكس بصورة حقيقية العلامات التجارية والتي من شأنها استقطاب العملاء، وتصميم الخدمات، وتمكين التجارة الدائمة، وإدارة علاقات العملاء وكالة خدمات Verticurl وبرامج الولاء. وتعتمد هذه الخدمات على القسم التكنولوجي العالمي الموحد المدعوم من تكنولوجيا التسويق الرائدة التي استحوذت عليها شركة «أوجلفي» عام 2013.

تضم «أوجلفي وان» ما يقرب من 3800 متخصص حول العالم في مجالات الإستراتيجية والإبداع والتصميم وتجربة المستخدم/واجهة المستخدم والبيانات والوسائط والأداء وتكامل المنصات والتكنولوجيا الإبداعية والابتكار والذكاء B2C الاصطناعي إلى جانب مجالات أخرى. وتعمل «أوجلفي وان» مع مجموعة واسعة من العملاء من شركات بما في ذلك مجموعة من أبرز العلامات التجارية في العالم، بالإضافة إلى العملاء الإقليميين والمحليين. وعلى B2B ومستوى المنطقة، تتعاون «أوجلفي وان» مع شركة الدار العقارية، ومصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، ومجموعة دار، وأمريكان إكسبريس، و«الفطيم»، وغيرها من العلامات الرائدة.

وقالت ديفيكا بولشانداني، الرئيسة التنفيذية العالمية لشركة أوجلفي: «عندما استخدم ديفيد أوجلفي، لأول مرة، مصطلح التسويق المباشر قبل عقود مضت، كان يدرك أن بعض أساليبه الأكثر فعالية، لا تتوجه فقط إلى الجمهور المستهدف، بل تسعى إلى التواصل معهم وإشراكهم بشكل مباشر وبأسلوب شخصي وفردى. وفي عصرنا، يتوجب علينا العمل للإرتقاء بهذا التوجه إلى مستويات وأفاق جديدة، وهذا ما نتطلع إلى تحقيقه مع الفريق القيادي الجديد لـ «أوجلفي وان»، إلى جانب التزامنا بتصميم وتعزيز العلاقات التي تستند إلى الأفكار والرؤى التي من شأنها تحقيق التبادل للقيمة الثابتة والمستدامة بين المستهلكين والعلامات التجارية لعملائنا».

وقال غسان مرقه، الرئيس التنفيذي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في شركة «ميماك أوجلفي آند ماذر»: «تندرج هذه الخطوة التطويرية، في إطار الاستجابة المباشرة للاحتياجات الناشئة والمتنامية لعملائنا في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، الذين يتطلعون إلى تحقيق تجارب تعتمد على البيانات والتكنولوجيا المتقدمة والحلول الإبداعية. تتمتع «أوجلفي وان» بمكانة فريدة ورائدة، حيث تعمل على تصميم وإرساء علاقات قيّمة للعلامات التجارية، التي من شأنها إحداث تأثير إيجابي وذي صلة ومستدام، من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي وخدمات الجيل التالي، إلى جانب الاعتماد على قوة الإبداع الواسعة النطاق. وستواصل شركة «ميماك أوجلفي» في هذا النهج، ومساعدة شركائنا على تحقيق التمايز والارتباط والتواصل مع المستهلكين».

وقال حازم الزيات: شهدت منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحولاً بارزاً على مدى السنوات القليلة الماضية، وتسارعت وتيرة هذا التحول من خلال رؤية صلبة وبنية تحتية وأجيال المستقبل الذين يتطلعون إلى تحقيق المزيد من المرونة والتجارب وفقاً لشروطهم ومعاييرهم الخاصة. ونجحت «أوجلفي وان» منذ إطلاقها في قيادة العلاقات المباشرة بين العلامات التجارية وعملائها، ونواصل العمل والمضي قدماً في هذا النهج، من خلال تعزيز وتحفيز مجالات التأثير على مستوى تقاطع البيانات والعملاء والعلامة التجارية والأعمال والتكنولوجيا، وكل ذلك مدعوماً «بإستراتيجيتنا وفلسفتنا: «الإبداع بلا حدود».