



(تصوير بسام زيدان)

الشايح متوشطاً فريقي «كايكو» و«مازدا»

احتفالاً بمرور 50 عاماً على الشراكة بينهما

«كايكو» تفتتح «بوتيك مازدا» في «الأفنيوز»



مسؤولو الشركة بجانب سيارات «مازدا»



يوسف الشايح

احتفلت الشركة الكويتية لاستيراد السيارات «كايكو» (الشايح والصقير)، الموزع الحصري لسيارات «مازدا» في الكويت، بالذكرى الخمسين لشراكتها مع العلامة التجارية «مازدا».

وساهمت «كايكو» بنمو علامة «مازدا» في الكويت، بحيث باتت واحدة من أكبر مزودي خدمات التنقل الذين يخدمون 3 أجيال من العملاء، مع قاعدة عملاء واسعة من الأفراد والشركات والقطاع الحكومي.

وشكر الرئيس التنفيذي في «كايكو»، يوسف الشايح، جميع أصحاب المصلحة الذين شاركوا في رحلة «مازدا» على مدى 5 عقود، مؤكداً التزامه بأن تقدم «كايكو» أفضل المنتجات والخدمات للعملاء.

وذكر أن رؤية «مازدا» لبناء سيارات رائعة ذات هندسة عالية، وتصميم «KODO» ومعالجة «JINBA ITTA» ومدعومة بمحركات «SKY ACTIVE» ذات الكفاءة في استهلاك الوقود، وتميز العلامة التجارية عن نظيراتها.

وأكد أن الشركة تهدف إلى توفير تجربة «CX» مميزة للعملاء من خلال توفير بيئة تشجع على التصفح، واختبار القيادة والتملك.

وأعرب عن فخره بمرور 50 عاماً على تأسيس شراكة قوية وناضجة بين «مازدا» و«كايكو» التي بدأت أعمالها كشركة لنقل الركاب بين الكويت والسعودية في عام 1936.

وتابع الشايح أن الشراكة مع «مازدا» بدأت عام 1969، وقد كان هناك تجربة مثيرة ومرضية على مر السنين، لافتاً إلى تطور الشركتين وتكيفهما باستمرار مع التغييرات في نمط الحياة ومطالب العملاء.

وكشف عن توفير حلول التنقل إلى الكويت لمدة 5 عقود، شاكرًا العملاء على ثقتهم بعلامة «مازدا» التي تنتشر على مدى 3 أجيال، ومنوهاً بوجود قاعدة عملاء واسعة من الأفراد والشركات والقطاع الحكومي.

وشدد الشايح على فخر الكويت ببدء رؤيتها لعام 2035، بمشاريع البنية التحتية الضخمة، لدفع عجلة النمو بطريقة مستدامة.

وتابع «كلنا بحاجة إلى مواكبة رؤية مازدا المستقبلية في بناء سيارات رائعة القيادة، ذات الهندسة العالية، والسيارات الصديقة للبيئة التي تعد أكثر أماناً بالنسبة لمستخدمي السيارات والمسافرين والمشاركين في الطرق».

وأفاد الشايح أن «كايكو» تهدف إلى توفير تجربة متميزة للعملاء، من خلال توفير بيئة تشجع على التسوق والقيادة

في السوق اليابانية، منوهاً بأنه في العام 1967، فاجات العلامة العالم بسيارة «كوزمو سبورتس» المزودة بمحرك دوار تم تصنيعه من أجل الإنتاج بكميات ضخمة.

وتابع أنه بعد ذلك، واجهت «مازدا» صعوبات جديدة في تلبية المتطلبات الاجتماعية الجديدة للبيئة والسلامة، والتي نشأت بشكل كبير بسبب أزمة النفط العالمية والثلوث ومشاكل السلامة المرورية، مشدداً على أنها تغلبت عليها هذه الصعوبات من خلال تطوير التقنيات المتقدمة المهمة من شعار «لا تتوقف أبداً عن التحدي» طوال الوقت.

وأفاد إينوي أن بقتنية النوي لـ«مازدا» كان بقتنية «SKYACTIV» وتصميم «KODO» في منتجات الجيل السادس، والتي قوبلت بشكل جيد من قبل محبي السيارات على مستوى العالم، ما ساهم في تحقيق نمو العلامة.

وأكد أن العلامة ستدخل عصراً جديداً من الجيل السابع قريباً، بحيث سيتم تعزيز القيمة الأساسية بشكل كبير من الجيل السادس في مجالات التصميم والتكنولوجيا.

وأكد أن «مازدا» ستصبح علامة تجارية قوية يختارها العملاء مراراً، في حين ستتمتع مع «كايكو» بالازدهار معاً، من خلال التعاون القوي لتحقيق رضا العملاء.

من جهته، شكر المدير العام في «كايكو» أشيش ناندون، مسؤولي «مازدا» والسفير الياباني في الكويت، والمحقق التجاري في السفارة، على مشاركتهم في الاحتفال.

كما ذكر المدير التنفيذي في شركة «VSG»، نادر سلامة، أن «MAZDA Boutique» يمثل خطوة إستراتيجية رائعة للعلامة، وسيحقق طموحات «كايكو» بزيادة حصتها في السوق، وتزويد العملاء بشراء سيارة «مازدا» بمفهوم جديد وأسلوب حياة مميز.

وأضاف أنه في العام 1960، دخلت سوق السيارات من مدينة هيروشيما اليابانية، إذ أقيمت على قطاع سيارات الركاب بمنتج يسمى «R360».

ولفت إلى أنه بعد 3 سنوات، فاز الجيل الأول من Mazda 323، بأعلى حجم مبيعات



هدية تذكارية للشايح من إينوي



الشايح مكرماً إينوي



الشايح وإينوي وتاندون



50 عاماً من الشراكة



لقطة من الفعاليات



توقيع على اللوحة التذكارية