

التواصل والاتصال ما بعد جائحة كوفيد-19: المنصة المركزية للتجربة الرقمية

"جروهي أكس" تعتمد الأسلوب الهجين والمختلط

- تشكل "جروهي أكس" من خلال الجمع بين موقع الحدث الافتراضي وصالة العرض ومركز التدريب ومركز الاتصال والمحتوى، مصدر إلهام لمجتمع الصناعة الصحية المستقبلي
- استضافت "جروهي أكس" في عامها الأول نحو نصف مليون زائر تقريباً وفازت بالكثير من الجوائز
- تقدم "جروهي" تجربة العلامة التجارية الهجينة من خلال مركز تجربة العلامة التجارية والاتصال وثلاث شاحنات متحركة من "جروهي أكس"

بعد عام واحدٍ على الإطلاق الناجح لـ "جروهي أكس" GROHE X، المنصة الرقمية الأولى من نوعها للمحتوى التي ابتكرتها علامة تجارية في مجال التجهيزات الصحية، تعمل "جروهي"، على توسيع تجربة علامتها التجارية والوصول إلى نموذج هجين. وتُعتبر "جروهي أكس"، مصدر إلهام حيث تقدم المعلومات بـ13 لغة مختلفة، صممت لتلبية مصالح واحتياجات مختلف الفئات المستهدفة.

ويتيح ذلك الفرصة أمام المستهلكين وكذلك الشركاء التجاريين وشركات التركيب والمهندسين المعماريين والمصممين وأهل الإعلام، تحقيق تجربة العلامة التجارية الفردية الخاصة بهم من "جروهي". وفي ظل حرص الناس على الانخراط مجدداً والمشاركة في اللقاءات المباشرة، تعمل "جروهي أكس" على توسيع مجتمعها الرقمي من خلال إطلاق مركز تجربة العلامة التجارية والاتصال **GROHE X Brand & Communication Experience Center** في "هيمر" في ألمانيا، والذي يجمع بين منشأة خاصة للزوار وخمسة استوديوهات حديثة من أجل التدريب وإنتاج المحتوى وكذلك استضافة الأحداث الهجينة والمختلطة. وتكمل ثلاث شاحنات متنقلة من "جروهي"، تجربة العلامة التجارية المتطورة من خلال إحضارها مباشرةً إلى الزبون.

قال جوناكس برينوالد، رئيس ليكسيل في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا والرئيس التنفيذي المشارك في "جروهي آي جي": "بالنسبة لنا، شكّل انتشار جائحة كوفيد-19، عاملاً مسرعاً لتحقيق الرقمنة. وقمنا بإنشاء وابتكار بيئة افتراضية، استطعنا من خلالها مواصلة التفاعل مع زبائننا. لكن العلاقة مع شركائنا تستند أيضاً إلى التجربة المادية التقليدية المباشرة لمنتجاتنا وتعزيز التواصل الشخصي. بناءً على ذلك، ومن خلال مركز تجربة العلامة التجارية والاتصال الجديد في هيمر، نحن نمنح منصة "جروهي أكس" مكاناً فعلياً قائماً بذاته. بالإضافة إلى ذلك، لدينا الآن استوديوهاتنا الخاصة، حيث يمكننا إنتاج المحتوى الخاص بنا بشكلٍ مستقل. كما عملنا أيضاً على إضافة شاحنات "جروهي أكس" المتحركة، التي تنقل علامتنا التجارية مباشرةً إلى شركائنا. فمن خلال النظام

الهجين الجديد لمنصة "جروهي أكس"، يمكننا أن نقوم بدورنا في بناء مجتمع الصناعة الصحية المستقبلي. وهو مجتمع بعيد المدى ولكنه مرتبط ومتواصل بشكل وثيق".

مستقبل هجين

يتم إنتاج المحتوى الخاص بتنسيقات "جروهي أكس" المختلفة في استوديوهات "جروهي أكس" في مدينة "هيمر" الألمانية، بالقرب من موقع ليكسيل لإنتاج التجهيزات الفاخرة الخاصة بـ"جروهي" والمركز الأساسي لانطلاق العلامة التجارية "جروهي". حيث توفر خمسة استوديوهات مختلفة، أكبرها يمتد على مساحة تقدر بأكثر من 200 متر مربع، والمزودين والمجهزين بأحدث التقنيات، البنية التحتية لإعداد وإنتاج محتوى متنوع، بدءاً من مقاطع الفيديو العملية لكيفية التركيب والاستخدام، وصولاً إلى المحاضرات واللقاءات الملهمة. وتشكل هذه الاستوديوهات، صلب مركز تجربة العلامة التجارية والاتصال **GROHE X Brand & Communication Experience Center** الجديد، والذي يدعو الزوار لتجربة العلامة التجارية في الموقع أو المشاركة في جلسات تدريب تفاعلية.

تشكل شاحنات "جروهي أكس" المتحركة، استوديوهات متنقلة تعمل عبر الأقمار الصناعية، وجسر بين العالم المادي التقليدي والعالم الرقمي. وتحتوي كل شاحنة على مسرح وشاشة LED كبيرة، ما يتيح إنتاج المحتوى المحلي مسبقاً أو بثه مباشرة على منصة "جروهي أكس". بالإضافة إلى ذلك، يمكن للزوار استكشاف منتجات "جروهي" المختارة مباشرة وافترضياً. على سبيل المثال، يمكنهم تجربة مساحات مختلفة بزوايا 360 درجة معروضة على "جروهي أكس" عبر نظارات الواقع الافتراضي الغامرة.

تم تجهيز شاحنات "جروهي أكس" المتحركة الثلاث، والتي يصل وزن كل واحدة منها إلى 40 طناً، بثمانية ألواح شمسية على السطح لتوليد الطاقة الكهربائية، لدعم إمداد الطاقة لوحدة تجربة العلامة التجارية المتنقلة. ويتم تعويض جميع انبعاثات ثاني أكسيد الكربون المتبقية المرتبطة بتشغيل شاحنات "جروهي أكس" المتحركة.

سنة أولى من النجاح والتميز: اعتراف وتقدير على مستوى الصناعة

شكلت "جروهي أكس"، في عامها الأول مصدر إلهام لحوالي نصف مليون زائر عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، حصلت المنصة الرقمية على العديد من الجوائز من خبراء مشهورين في مجال الاتصالات والتسويق. ومن بين الجوائز الممنوحة، حصلت المنصة المركزية للتجربة الرقمية جائزة "ريد دوت" لتصميم العلامات التجارية والاتصالات 2021 عن فئة "الحلول الرقمية". كما احتلت المركز الأول في "B2B Communications" وكذلك المركز الثالث في "المحتوى والنشر" في حفل توزيع جوائز الاتصالات الرقمية 2021. علاوةً على ذلك، فازت

"جروهي أكس" بالميدالية الذهبية عن فئة "B2B Websites" والميدالية الفضية عن "الأحداث الخاصة للشركات" خلال "جوائز جالاكسي 2021".

يمكنكم الحصول على مشاهدات من خلف الكواليس لإطلاق استديوهات "جروهي أكس" [GROHE X Studios](#) الجديدة ومركز تجربة العلامة التجارية والاتصال [GROHE X Brand & Communication Experience Center](#) في مدينة "هيمر".

لمعلومات إضافية وللحصول على المواد الإعلامية يرجى استخدام هذه [الرابط](#).

تابعونا على مواقع التواصل الاجتماعي [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [YouTube](#).

-انتهى-

لمحة عن شركة GROHE :

تُعتبر GROHE الشركة الرائدة عالمياً في توريد التجهيزات الصحية (للمطابخ والحمامات) ولديها أكثر من 7000 موظف في 150 بلداً - 2600 منهم في ألمانيا. ومنذ العام 2014 كانت GROHE جزءاً من مجموعة العلامات التجارية القوية للشركة المصنعة اليابانية لمنتجات المياه والإسكان الرائدة LIXIL. وفي إطار سعيها لتحقيق شعار "Pure Freude an Wasser"، فإن كل منتج من منتجات GROHE يعتمد على قيم العلامة التجارية في مجال التكنولوجيا، والجودة والتصميم والاستدامة. وتؤكد المحطات البارزة للشركة مثل GROHE Eurosmart أو سلسلة أجهزة تنظيم الحرارة من GROHE، بالإضافة إلى الابتكارات الرائدة مثل نظام المياه GROHE Blue على الخبرة العميقة للعلامة التجارية. وفي إطار تركيزها على احتياجات العملاء قدمت GROHE حلول منتجات ذكية تساهم في تحسين الحياة ومستدامة وذات قيمة مضافة ذات صلة - وتحمل منتجاتها شارة الجودة "صنع في ألمانيا": ويأتي البحث والتطوير والتصميم كعملية متكاملة راسخة في ألمانيا. وتلتزم GROHE بمسؤوليتها الاجتماعية وتتعامل مع هذا الأمر بجدية تامة، وترتكز على سلسلة القيمة الموقرة للموارد. ومنذ نيسان 2020، تقوم العلامة التجارية للتجهيزات الصحية بإنتاج محايد فيما يتصل بثاني أكسيد الكربون*. كما حددت GROHE لنفسها هدف استخدام منتجات التغليف الخالية من البلاستيك بحلول عام 2021.

على مدى السنوات العشر الماضية، تم ترسيخ نجاح GROHE بفوزها بأكثر من 490 جائزة في التصميم والابتكار فضلاً عن عدة تصنيفات كأحدى "الشركات الكبرى الأكثر استدامة في ألمانيا". فلقد كانت GROHE الشركة الأولى في مجالها التي فازت بجائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات من الحكومة الاتحادية الألمانية وجائزة الاستدامة الألمانية 2021 في مجالات "المصادر" و "التصميم". تقود GROHE أيضاً التحول المستدام كجزء من حملة "50 رائداً في الاستدامة والمناخ" حول الاستدامة والمناخ.

*يشمل ذلك مشاريع تعويض ثاني أكسيد الكربون، المزيد عبر green.grohe.com

لمحة حول شركة LIXIL :

يذكر أن LIXIL (TSE Code 5938) هي شركة رائدة عالمياً في قطاع الإسكان ومواد البناء، فهي تقوم بتصنيع منتجات المياه والإسكان الرائدة التي تحل تحديات الحياة الحقيقية، مما يجعل أفضل المنازل حقيقة واقعة للجميع في كل مكان. بالاعتماد على التراث الياباني، تبتكر تكنولوجيا رائدة على مستوى العالم لصنع منتجات عالية الجودة تحول المنازل للأفضل. لكن اختلاف LIXIL هو كيف تقوم بذلك؛ من خلال تصميم هادف وروح ريادة الأعمال وتفاني في تحسين إمكانية الوصول للجميع ونمو الأعمال المسؤولة. يأتي النهج من خلال العلامات التجارية الرائدة في الصناعة، وهي LIXIL®، و INAX®، و GROHE®، و American Standard، و Tostem®. حوالي 55000 زميل يعملون في أكثر من 150 دولة، فخزون بتصنيع منتجات تمس حياة أكثر من مليار شخص كل يوم. www.lixil.com

خبر صحفي

Pure Freude
an Wasser



للمزيد من المعلومات يرجى التواصل مع

كيتا قائم مقامي

EMENA أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا - "LIXIL" رئيسة الاتصال المؤسسي في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لشركة ليكسيل

Gita.ghaemmagham@grohe.com

+971554376534