

عبد الوهاب العيسى:
صناعة الإعلام الفردي وقيادة تحولاته

عبد الوهاب العيسى	الاسم
بكالوريوس علوم سياسية جامعة الكويت	التخصص
1988/03/17	تاريخ الميلاد
OMEDIA , Boutiquaat, SNN	العلامات التجارية

قرأ المسار المستقبلي للإعلام والتحويلات الحاصلة فيه قبل أن تحدث فسعى للتحضير لهذه المرحلة، ومن هناك قدم الإعلامي عبد الوهاب العيسى نمطاً جديداً في الإعلام القائم على فكرة "الإعلام الفردي"، والتفاعل مع الأحداث ليكون سباقاً في هذا المجال، ليربط العميل فيما بعد بالمشروع، وبعد أن أسست شركته الخاصة، حقق الخطوة الثانية من خلال خلق حلقة تواصل بين مشاهير التواصل الاجتماعي بالشركات والمؤسسات الراغبة في الترويج لمنتجاتها، فكانت الخطوة الثانية الأهم من خلال تأسيس Boutiquaat، لا يقف طموح عبد الوهاب العيسى عند هذا الحد، بل هناك يحرص تماماً على متابعة آخر التطورات الحاصلة على مستوى العالم خصوصاً ما يحصل في وادي السليكون،

يقول عبد الوهاب العيسى بدأت حياتي العملية خلال فترة دراستي في جامعة الكويت، حيث انضم إلى قسم الأخبار والبرامج السياسية في تلفزيون الوطن، وقدم العديد من البرامج السياسية مشيراً إلى تلك الخبرة العملية التي بدأ بتكوينها إلى جانب الخلفية العلمية التي يستند إليها، سهلت عليه مهمة قراءة واقع الإعلام الكويتي ومحاولة استشراف مستقبل هذا الإعلام في السنوات التي سبقت تلك الحقبة، وهي تحديداً التي نعيش فيها اليوم، ويخلص العيسى إلى القول من هناك، كنت أقرأ بشكل واضح التحولات القادمة إلى الإعلام الكويتي وتحديداً تحوله من "إعلام مؤسسي" إلى إعلام فردي"، بحيث يكون للأفراد دور كبير في صناعة وتوجيه الرأي العام".

OMEDIA أول الغيث

لم يتوان العيسى عن اتخاذ المبادرة عبر تأسيس شركة خاصة به تحت العلامة التجارية OMEDIA في العام 2011، وكان الهدف منها توحيد الإعلام الفردي تحت إطار مؤسسي، علماً أن هذه الفكرة أو الهدف الأساسي الذي قامت عليه الشركة كانت الأولى من نوعها على مستوى الكويت ومنطقة الخليج بصفة عامة، خصوصاً لجهة نشر الإعلان عن طريق الأفراد وتناول القضايا وطرحها عن طريق الأفراد، ويضيف العيسى حتى في تلك الفترة كانت المؤسسات الإعلامية المقروءة والمرئية تستحوذ على الحصة الأكبر من قطاع الإعلانات،

فأنت OMEDIA لتقلب المفاهيم ويتحول الإعلان من المؤسسات والأفراد، فأصبح نموذج الشركة توجهاً عاماً، وبالنظر إلى ما حققته الشركة من نجاحات، جاءت تأسيس شركات جديدة في السوق تعتمد التوجه نفسه، ويضيف العيسى: "أن النمط الذي قامت عليه الشركة، بقدر ما فتح آفاقاً جديداً لنا، فإنه مهد لخلق وظائف لمئات الشباب الكويتي والعربي، وبالتالي نجحت OMEDIA في تمهيد الطريق أمام شريحة واسعة من الشباب لتنتهج النمط القائم على فكرة استقطاب الإعلان وبالتالي تحقق مدخول وإيرادات إضافية، قبل أن يخلص إلى القول: "نجحنا في خلق سوق قائم بذاته يستفيد منه مئات الأفراد والمؤسسات".

عندما تعود مع العيسى إلى تفاصيل تلك المرحلة، وكيفية التعامل مع أي مخاطر ناتجة عن التحول الجذري الذي خلقه على مستوى الإعلام، يجيبك بثقة كاملة: "كنت يقين من حصول تلك التحولات وضوح الشمس، وكنت في موقع يخولني قراءة تلك التحولات وربما الوحيد، كنت أنتمي إلى واحدة من أكبر المؤسسات الإعلامية، وبالتالي لم أكن استشعر بأي مخاطر محدقة بالانتقال من تكريس مفهوم "العمل المؤسسي" على مستوى الإعلام إلى "العمل الفردي".

إدارة NewKuwait

من جهة أخرى حرص العيسى على متابعة ومواكبة التطورات وفق النموذج الذي تأسس عليه شركاتها، وبعد مرور نحو 5 سنوات على تأسيسها حيث ركزت خلالها على الإعلانات عن طريق مشاهير منصات التواصل الاجتماعي وبالتالي الربط العميل بالمشروع، استطاعت أن تكرر نفسها كلاعب رئيسي في هذا المجال، فكانت الخطوة المهمة الثانية في مسيرتها من خلال تكليفها من قبل الحكومة الكويتية بإدارة حساب NewKuwait والذي يعد مؤسسة إعلامية أطلقتها الحكومة وكان الهدف منه تسليط الضوء على المشاريع التنموية الكبرى ومتابعتها عبر توثيق مراحل تطورها والأهداف منها وأوكلت مهام إدارته لشركة OMEDIA، وفي هذا السياق يعتبر عبد الوهاب العيسى: "أن هذه الخطوة أتت لتعبر عن ثقة وضعتها رئاسة الوزراء في الشركة ونحن نعبر عن اعتزازنا بذلك".

Boutiquaat

بدأت طموحات OMEDIA تحت قيادة العيسى لا تقف عند حدود معينة، فاستكمل إطلاق المبادرات، وكانت هذه المرة عبارة عن موقع الكتروني تحت اسم Boutiquaat.com وهو عبارة عن موقع للتسوق الإلكتروني وخدمات التجزئة، يجمع تحت مظله مشاهير التواصل الاجتماعي وبلغ عددهم نحو 70 ويسمح لمتابعين هؤلاء بشراء مقتنياتهم من الموقع نفسه مع شبكة متكاملة من الخدمات مشيراً إلى هذا المشروع جسد فكرة هي الأولى من نوعها على مستوى العالم، وقد بلغ عدد الطلبات عبره خلال النصف الأول من العام 2016 نحو 150 ألف طلبية، وهناك خطة لتطويره عبر رفع عدد المشاهير تحت مظله إلى نحو 250. ويلفت العيسى إلى هذا الموقع الذي كانت شركة OMEDIA صاحبة الفكرة فيه جرى إطلاقه بالتعاون

مع مجموعة الشايجي المتخصصة في تشغيل الشركات الكبرى مشيراً إلى ضخامة المشروع وضرورة وجود شريك من أصحاب الخبرات شكلت العناصر الأساسية التي قامت عليها الشراكة بين الجانبين.

التطورات المحلية

هذه التطورات التي حصلت في مسيرة شركة OMEDIA لم تمنع عبد الوهاب العيسى من التأكيد والاستمرار في التركيز على الهدف الأساسي الذي تأسست عليه الشركة، ونقصد به ذات الصلة بالشأن الإعلامي المحلي، وعلى قاعدة الاستمرار في استراتيجية اتخاذ خطوات سباقية، فقد بدأت الشركة بالتحضير للانتخابات البرلمانية لمجلس الأمة الكويتي قبل بدئها بنحو عامين أو أقل بقليل، وقد ترجم هذا التوجه من خلال عنصرين:

- برنامج تلفزيوني تحت اسم "أمة 2017"، تتولى الشركة إعداده والتحضير له، مع عرضه عبر شاشة تلفزيون الراي (Al Rai)، والهدف منه مواكبة الانتخابات البرلمانية التي يصفها العيسى بأنها واحدة من الأقسى في تاريخ الكويت والأكثر أهمية.
- SNN حساب الكتروني على موقع Instagram: بالإضافة إلى العلاقات الاستراتيجية التي نسجتها شركة OMEDIA مع كافة الوكالات الإخبارية، فإنها أيضاً سبق لها ان اطلق حساب إخباري خاص بها على موقع انستغرام، تحت اسم SNN اختصار لاسم Social News Network.

نقاط القوة

يختصر العيسى مسببات نجاحه بعدة عناصر ربما تحمل في طياتها الكثير من العبر للمبادرين والمهتمين، إذ يقول " يكمن سر نجاحنا في تركيزنا على نقاط نجاحنا في المجتمع الكويتي ومن بينها على وجه التحديد الاستثمار في طاقات شباب وشابات الكويت وإبداعاتهم في مجال الإعلام، بما مكن OMEDIA من بناء هذه الشبكة الكبيرة التي ضمت المشاهير في المجتمع تحت مظلة واحدة مشيراً في الوقت نفسه إلى أن الشركة تعتمد استراتيجية ديناميكية تجعلها قادرة على مواكبة التغيرات المتسارعة كاشفاً عن أن خطة العمل هذه تركز على قراءة المستقبل وبناء المشاريع عليها مشيراً إلى حرصه على البقاء على مقربة مما يدور في وادي السيلكون، وبالتالي اختيار ما يصلح منها للمجتمع وصناعة الإعلام السائدة فيه.