

قصص علامات تجارية عربية وإسلامية ملهمة وصلت للعالمية

كتبه مجد أبو ريا | 18 مايو، 2019



غالبًا ما ترتبط قصص نجاح العلامات التجارية “الماركات” المتعلقة بالشركات أو المطاعم أو الملابس، بالعالم الغربي كخير مثال، لكن في العالم العربي والإسلامي نجد نجاحات كثيرة وأسماء لامعة على مستوى العالم لعلامات تجارية احتلت حصة سوقية على غرار الأسماء الأخرى كماكدونالدز أو جوتشي.

هنا نعرض بعض الماركات العربية والإسلامية التي وضعت اسمها بكل براعة في السوق العالمية، وفتحت أفرعها في أغلب الدول عبر القارات.

سلسلة مطاعم “البيك”

من أشهر المطاعم العربية السعودية التي تقدم وجبات الدجاج “البروست” المقلية. بدأ قصتها الفلسطيني شكور أبو غزالة عام 1974، عندما افتتح أول مطعم يُقدم هذا النوع من الطعام في مدينة جدة بالملكة العربية السعودية.

فكر أبو غزالة باستئجار مستودع قديم وإنشاء مطعم مميز فيه للوجبات السريعة، يلبي رغبات الموظفين الذين لا يجدون الوقت الكافي للطهي، وبدأ يبحث عن فرص للتعاقد مع شركات البروست وكان هو من يطبخ ويقابل الزبائن، لكنه لم يلق إقبالاً كثيفاً ولم يتجاوز عدد الزبائن الزائرين للمطعم أكثر من مئة فرد على مدار العام.

توفي **شكور أبو غزالة** عام 1976، وتراكمت الديون عليه وتم إلغاء وكالة البروست لمطعمه، واستلم

ابنه إحسان أبو غزالة وأخوه - الذي تخرج في كلية البترول - المطعم، وخيرهم البنك إما بالحجز على المطعم أو تسديد الديون خلال عامين.

تحول **مطعم البيك** إلى "سلسلة مطاعم البيك" التي غزت جميع محافظات المملكة العربية السعودية والعديد من الدول العربية كمصر والأردن والإمارات، حتى إنه فاز في مسابقة أفضل ثماني مطاعم على مستوى العالم

وبالفعل بدأوا في تسديد الديون للبنك عن طريق قيامهم بجميع الأعمال داخل المطعم من تقديم الطعام للزبائن ومسح الطاولات وتنظيف المطعم، من أجل المحافظة على المال لتسديد الدين، ومن ثم بدأوا في العمل على دراسة إدارة الأعمال.

عام 1984 استغنى أبناء أبو غزالة عن شراء الخلطات السرية من الشركات، وبدأ المطعم في إعداد الخلطة السرية الخاصة به التي تحتوي على 18 نوعاً من الأعشاب والتوابل، كانوا قد أجروا التجارب عليها لمدة ثلاث سنوات، وزاد الإقبال على المطعم الذي تصدر لائحة المطاعم في محافظة جدة.

تحول **مطعم البيك** إلى "سلسلة مطاعم البيك" التي غزت جميع محافظات المملكة العربية السعودية والعديد من الدول العربية كمصر والأردن والإمارات، حتى إنه فاز في مسابقة أفضل ثماني مطاعم على مستوى العالم وحصل على المركز السادس حسب تصنيف شبكة CNN لأشهر مطاعم الوجبات السريعة غير الأمريكية.

سلسلة "مادو" للمثلجات

تُعد من أبرز العلامات التي ساهمت في إيصال شهرة مثلجات ولاية قهرمان مرعش التركية إلى العالمية وذلك لكون اسم "مادو" Mado هو اختصار لكلمتي "Maraş Dondurma" أي مثلجات مرعش.

بدأت حكاية مادو على يد عائلة قنبور عام 1850، حيث كان محمد قنبور يبيع المثلجات في البداية سيراً على الأقدام، قبل أن ينشئ محلاً صغيراً مساحته 25 متراً مربعاً، به أربع طاولات ونوع واحد فقط من المثلجات وهي المثلجات بالقشطة، الذي سلمه لابنه يشار.

أسس الأبناء علامة "مادو" من خلال عدة مراحل، أولها العمل على زيادة شهرة ولاية قهرمان مرعش في صناعة المثلجات، ومن ثم بدأوا بتصديرها للولايات المجاورة فالترويج لها حول العالم

عمل يشار في المحل الصغير، حيث كانت زوجته تطهو الحليب، وهو بدوره كان يُعد المثلجات لبيعها أبناءه الثلاث محمد سعيد وأتيلا وأردال، الذين قاموا فيما بعد بوضع اللبنة الأولى لسلسلة مادو، من

خلال افتتاح محل حلويات يشار عام 1962، بإشراف الشقيق الأكبر محمد سعيد.

أسس الأبناء علامة “مادو” من خلال عدة مراحل، أولها العمل على زيادة شهرة ولاية قهرمان مرعش في صناعة الثلجات، ومن ثم بدأوا بتصديرها للولايات المجاورة فالترويج لها حول العالم، من خلال إظهار الفروقات بينها وبين الثلجات التقليدية، حيث تتميز بقوام مطاطي بدلاً من القوام التقليدي الناعم.

أصبحت “مادو” اليوم سلسلة واسعة تضم 400 فرع داخل تركيا وخارجها، حيث تنتشر في 26 دولة موزعة على أربع قارات، في حين وصل عدد موظفي وعمال الشركة اليوم إلى ألفين، وكانت من أوائل الشركات التي منحت حقوق الامتياز التجاري “فرنشايز” في تركيا.

عطور “القرشي”

من أشهر العطور الشرقية المتكوّنة من العود والبخور والعنبر التي وضعت اسمها بين الأسماء العالية، **تعود** بداياتها إلى بدايات القرن الماضي عندما كان عبد الصمد القرشي يمتلك وقتها عشرة ريالات، فبدأ بالتوجه لمورّدي العطور والبخور للحصول عليهم بالدين، وكان يسدد ثمن البضاعة بعد بيعها.

بعدها تمكن من جمع مبلغ من المال، فتوجه لشراء سيارة جعلها مثل المحل المتنقل، فصنع رفوفاً وصناديق خشبية لوضع العطور في السيارة المتنقلة لبيعها، وتنقل بين مدن المملكة حتى تمكن من فتح أول محل له عام 1932، ومن هنا انطلقت سلسلة محلات عبد الصمد القرشي لتجارة العطور.

ورّث الأب هذه العلامة التجارية لابنه، وتوسعوا خارج المملكة، وفتحوا أول فرع في الكويت وصار عدد الفروع 21 فرعاً عام 1998.

تمتلك **الشركة** الآن أكثر من 350 فرعاً ويعمل لديها 2000 موظف، لبيع أكثر من 10000 منتج، وحصلت الشركة على جائزة الأوسكار عام 2015، كما اختيرت من مجلة فوربس كأفضل شركة تجزئة في العالم العربي، وحصلت على جائزة Star Quality كأكثر منتجات تتمتع بالشهرة والثقة، كما حصلت الشركة على جائزة الاتحاد الأوروبي للجودة في الإنتاج وجائزة الاتحاد الأوروبي من الأكاديمية العالمية للمستهلكين للتميز في خدمة العملاء.

ملبوسات “LC Waikiki”

تأسست تلك العلامة التجارية في فرنسا على يد مصمم فرنسي اسمه جورج أموول، عام 1985 ثم تم بيعها لصالح التركي مصطفى كوتشوك عام 1997 واستمرت تحت شعار “الكل يستحق لباساً جيداً”.

أصبح للعلامة اليوم 700 متجر في 34 دولة حول العالم وتهدف لأن تكون واحدة من أفضل ثلاث ماركات في أوروبا بحلول عام 2023

دخل كوتشوك عالم الصناعة والمنسوجات بعد أن تعرف على عائلة أحد زملائه التي كانت تملك 8 آلات، فافتتح ورشته مع شخصين فقط وعدة آلات في أحد الأحياء عام 1987، وأسس ورشة صغيرة وضع فيها بعض آلات المنسوجات، ووظف عنده سائقًا للشحن والتوزيع وسكرتيرًا لتنظيم العمل، أي أن ماركة **LC WAIKIKI** الشهيرة بدأت بعدة ماكينات صغيرة و3 أشخاص فقط.

طور كوتشوك ورشته الصغيرة التي بدأها في قبو أحد الأبنية، وجلب الماكينة تلو الأخرى، وفي عام 2009 افتتحت الشركة أول محل لها في دولة أخرى.

حتى أصبح للعلامة اليوم 700 متجر في 34 دولة حول العالم وتهدف لأن تكون واحدة من أفضل ثلاث ماركات في أوروبا بحلول عام 2023، واليوم كوتشوك هو تاسع أغنياء تركيا بثروة 2.7 بليون دولار كصاحب واحدة من أشهر ماركات البيع بالتجزئة.

سلسلة مطاعم كودو

تعد واحدة من أشهر العلامات التجارية العربية للبرجر والوجبات السريعة في السعودية والشرق الأوسط، كما أن كلمة “كودو” أصبحت مرتبطة عند أغلب الناس بطريقة التقديم والوصفة، ومن الممكن قراءتها في كتب الطبخ وقائمة المطاعم الأخرى غير مطاعم “كودو”.

عام 1988 افتتح عبد المحسن يحي مع صديقه مطعمًا لتقديم وجبات البرغر ولكن بطعم مختلف وذلك بتصنيعه باللحم الطازج، كما استعان بأحد خبراء إدارة المطاعم لتبدأ فكرة هذا المطعم وقد أطلق عليه مطعم “كودو” -أحد أنواع الغزلان الإفريقية -.

حصلت سلسلة **مطاعم كودو** على شهادة الأيزو العالمية وشهادة 2000 HACCP SQF التي تعد الشهادة الأفضل عالميًا في تقييم الأنظمة الإدارية في الشركات والمنظمات

نجح هذا المطعم داخل المملكة وأتبعه بافتتاح الفرع الثاني والثالث عام 1992، حتى بلغ عدد الفروع 230 فرعًا داخل المملكة وخارجها، في الشرق الأوسط وأوروبا، كما أدخل نظامًا جديدًا على مطاعمه مثل خدمة التوصيل للمنازل وخدمات السيارات وأقسام للعائلات وأتبعه أيضًا افتتاح مطاعم ومقاهي أخرى، كمعظم “عاليخيف” ومطاعم “عبد العال” ومطاعم “عبد الوهاب” ومقهى “كان”.

حصلت سلسلة **مطاعم كودو** على شهادة الأيزو العالمية وشهادة 2000 HACCP SQF التي تعد الشهادة الأفضل عالميًا في تقييم الأنظمة الإدارية في الشركات والمنظمات.

رابط المقال : [/https://www.noonpost.com/27810](https://www.noonpost.com/27810)