

## في حوار لا تنقصه الصراحة

علاء فتحي المدير العام لشركة "مانفودز مصر" يؤكد للأهرام:

"من حقك تعرف" حملة تفاعلية أطلقتها "ماكدونالدز" لزيادة وعي وثقة العملاء بالوجبات السريعة.

الحملة ترد على كافة أسئلة الآباء والأمهات حول جودة وسلامة وجبات "ماكدونالدز" المتميزة

نلتزم بتفعيل مبادئ الشفافية والمصداقية ونستكمل بها سياسة الباب المفتوح التي نطبقها من عدة سنوات

خطوة غير مسبوقة في قطاع الوجبات السريعة .. اتخذتها سلسلة مطاعم "ماكدونالدز مصر" بإطلاقها حملة جديدة تحت عنوان "من حقك تعرف" بهدف زيادة وعي العملاء وبالتالي رفع درجة ثقتهم في هذا القطاع المهم. وتم إطلاق الحملة بشكل تفاعلي مبتكر على الموقع الإلكتروني لـ "ماكدونالدز مصر" للرد على كافة الأسئلة التي تدور في أذهان عشاق ماكدونالدز أو يثيرها الآباء والأمهات حول جودة وسلامة الوجبات.

وتتطرق الشركة من خلال أسئلة وإجابات مستفيضة إلى طرق التأكد من اتباع جميع الموردين لمعايير ماكدونالدز العالمية مما يساهم في زيادة الوعي بمصادر الغذاء وجودة المكونات المستخدمة ومعايير السلامة التي تتبعها الشركة، وغيرها من الأسئلة التي يطرحها العملاء في كافة مدن ومحافظات مصر.

التقينا علاء فتحي المدير العام لشركة "مانفودز" "ماكدونالدز مصر" فأكد أن "ماكدونالدز" هي أول سلسلة مطاعم وجبات سريعة في العالم تقوم بإطلاق تلك الحملة عالمياً وإقليمياً ومحلياً وذلك في إطار إيمانها بأهمية الشفافية والمصداقية مع كافة العملاء، ولزيادة التفاعل المباشر بينهم و بين الشركة.

وبسؤاله ما الجديد الذي ستضيفه تلك الحملة لمبادرة سابقة أطلقتها "ماكدونالدز" تحت اسم "الباب المفتوح"؟ .. فأجاب أنها تأتي استكمالاً لمبادرة "الباب المفتوح" التي تم إطلاقها منذ عدة سنوات والتي تتيح للعملاء فرصة الدخول إلى مطابخ الفروع المختلفة للتعرف على معايير الجودة والسلامة التي تتبعها الشركة في مختلف مراحل إعداد الوجبات، أما هذه الحملة فهي تهدف الي الرد على كافة الاستفسارات التي تدور في ذهن العملاء حول العالم، وذلك تماشياً مع سياسة ماكدونالدز العالمية والتي تضع سلامة وجودة منتجاتها على رأس الأولويات والاهتمامات.

س: هل تقوم الحملة فقط على الرد على أسئلة العملاء؟

ج: تنقسم حملة "من حقا تعرف" الجديدة الي مرحلتين الأولى هي البدء بنشر إجابات جميع الأسئلة التي نعلم انه يتم تداولها بين العملاء وخاصة الأمهات والآباء والتي تتناول العديد من القضايا منها المواد الخام المستخدمة والموردين وطرق تحضير الوجبات وعمليات التخزين وغيرها من الاستفسارات الهامة.

اما المرحلة الثانية فهي تفاعلية يمكن من خلالها للعملاء طرح كافة التساؤلات التي ترد على أذهانهم لنقوم شركة مكدونالدز مصر بالرد على كل تلك الاسئلة المطروحة أي ما كانت.

س: ما هي الأهداف التي تسعى لتحقيقها من خلال هذه الحملة؟

ج: نسعى لتحقيق العديد من الأهداف أهمها هو التأكيد على مبادئ الشفافية والمصداقية والنزاهة التي تتبعها الشركة مع كافة العملاء في جميع الدول التي تعمل بها حول العالم، إضافة الى زيادة التفاعل المباشر بين الشركة وعملائها، ونحرص على زيادة وعي العملاء وبالتالي رفع درجة ثقتهم في جودة الوجبات السريعة.

ويكون لذلك أكبر الاثر في طمأنة العملاء حول كل شيء يتعلق بمطاعم "ماكدونالدز" بداية من التساؤلات المرتبطة بالموردين او طرق تحضير الأطعمة بما يضمن سلامتها وجودتها، او حتى الشائعات التي يرددها البعض، خاصة وأن سلسلة مطاعم "ماكدونالدز" تخدم أكثر من 60,000 مستهلك في مصر يومياً من خلال 96 فرعاً في مختلف محافظات الجمهورية.

واختتم علاء فتحي المدير العام لشركة "مانفودز مصر" حواراً قائلاً: "تهدف "ماكدونالدز مصر" دوماً إلى زيادة ثقة العملاء في قطاع الوجبات السريعة وهو ما تعتبره دوراً تنموياً مهماً استطاعت أن تحرز في إطاره تقدماً ملحوظاً في السوق المصري.

كما قامت الشركة بإطلاق عدد من المبادرات المجتمعية الهادفة والتي يأتي على رأسها تطوير مناطق عزبة خير الله وبطن البقرة، حيث نجحت الشركة في تطوير 20 حضانة 10 مدارس ابتدائية لتأهيل أطفال المنطقة ليكونوا جزءاً لا يتجزأ من العملية الإنتاجية والاقتصادية في مصر من خلال دعمهم بالأساليب التعليمية الأساسية اللازمة. هذا إلى جانب مبادرات الشركة في المجالات الصحية والرياضية والتعليمية العديدة.

- انتهي -