Mr. Stephen Gitagama *Afisa Mkuu Mtendaji Wa Shirika*

Ripoti ya Afisa Mkuu Mtendaji Wa Shirika

Mwaka wa 2020 utakumbukwa kama mwaka ambao kwa hakika haukutarajiwa kuwa kama ulivyokuwa huku tandavu ya Covid-19 ikishambulia mataifa yote ulimwenguni. Tandavu hii ilikuwa sio tu janga la kiafya - athari zake ziligusa nyanja za kiuchumi na kijamii pia – huku uchumi wa mataifa mbalimbali barani Afrika ukiachwa katika hali ya hatari kutokana na kupungua kwa shughuli za ndani ya nchi hizo pamoja na vikwazo vya usafiri na biashara ambavyo hatimaye vilikuja kuwa hali ya kawaida mwaka wa 2020. Mashirika kama Umoja wa Afrika na IMF yalitabiri kwamba ukuaji wa GDP ya bara hili ungepungua kwa -0.8% kutoka kwa ubashiri wa awali wa 3.2% kutokana na tandavu hii. Utafiti wa Benki ya Dunia uliofanywa 2020 ulionyesha kwamba biashara katika sekta za kibinafsi kwenye ukanda wa Afrika Mashariki zilikabiliwa na kupungua kwa hitaji la bidhaa na huduma kutokana na kupungua kwa matumizi, kuvurugwa kwa mikondo ya usambazaji bidhaa, uwezo wa kufikia bidhaa, mikondo ya leba na mauzo kutokana na tandavu hii. Changamoto hizi zikawa kubwa hata zaidi kutokana na vikwazo vilivyowekwa na serikali za ukanda huu ili kuzuia viwango vya maambukizi kutoka nchi moja hadi nyingine. Athari hii kwenye sekta ya kibinafsi na kampuni za ndani ya nchi zilifika chini hadi kwa familia kupitia kupunguzwa kwa saa za kufanya kazi, kukatwa kwa mishahara na kuongezeka kwa ukosefu wa ajira, na hivyo kupunguza uwezo wa watumiaji kununua bidhaa.

Sekta ya uanahabari haikusazwa na athari za tandavu hii huku wanaofanya matangazo wakipunguza bajeti zao za kufanya mauzo, kuahirisha kampeni na kuchukua hatua nyingine madhubuti ya kifedha zilizokuwa muhimu kwao kutokana na mazingira magumu ya kuendesha biashara. Mitindo ya ununuzi wa bidhaa zetu zinazochapishwa pia iliathirika kutokana na vikwazo vya usafiri na hivyo kuathiri usambazaji wa magazeti yetu. Hata hivyo, tandavu hii ilisababisha kuongezeka kwa matumizi ya maudhui yetu ya kidijitali na hatimaye kusababisha kununuliwa kwa gazeti letu la kimtandao la ePaper kwa kiasi cha haja.

Hata hivyo, tuliendelea kujitolea kuchukua nafasi yetu katika kukabiliana na tandavu kupitia kwa usambazaji wa taarifa sahihi, zilizothibitishwa na kwa wakati ufaao ili kutoa hamasisho na kukabiliana na habari za uongo ambazo zilikuwa zimepenyeza katika ukanda huu. Zaidi ya maudhui ya uhariri yaliyokuwemo

Sekta ya uanahabari haikusazwa na athari za tandavu hii huku wanaofanya matangazo wakipunguza bajeti zao za kufanya mauzo, kuahirisha kampeni na kuchukua hatua nyingine madhubuti ya kifedha zilizokuwa muhimu kwao kutokana na mazingira magumu ya kuendesha biashara. Mitindo ya ununuzi wa bidhaa zetu zinazochapishwa pia iliathirika kutokana na vikwazo vya usafiri na hivyo kuathiri usambazaji wa magazeti yetu.

kote kwenye majukwaa yetu ya uchapishaji, utangazaji na dijitali, Kampuni ilizindua kampeni ya kutoa hamasisho kuhusu usalama dhidi ya Covid-19 iliyopewa jina *Safe Nation*. Kampeni hiyo ilipania kuwapa washikadau wa ndani na wa nje taarifa muhimu kuhusu virusi hivi vipya na kuondoa hofu kuhusu maambukizi kupitia magazeti. Kando na hayo, Kampuni ilizindua jukwaa jipya la ePaper nchini Kenya, Uganda na Tanzania na vilevile mipango ya kufikishiwa magazeti nyumbani.

Matokeo ya Kifedha

Faida ya Shirika kabla ya ushuru ilikuwa Shs. bilioni 0.1 ilikuwa chini kuliko mwaka iliyopita. Matokeo ya awamu ya kwanza yalididimizwa kwa sababu ya upungufu wa mapato kote katika Shirika. Hatua zilizowekwa na serikali mbalimbali kote katika ukanda huu kwa lengo la kuitikia ukunga wa tandavu ya Covid-19 zilichangia pakubwa kupungua kwa viwango vya matangazo na usambazaji vya Kampuni, hasa kati ya mwezi Aprili na Juni. Wanaoweka matangazo walikabiliwa na changamoto mbaya za kifedha, walipunguza utendakazi wao na kuahirisha shughuli za utangazaji katika kupambana ili kuendeleza oparesheni zao na wengi walifunga biashara. Pamoja na hayo, vizuizi vya kusafiri dhidi ya watu kote sokoni vilisababisha kupungua kwa mauzo ya nakala za magazeti. Habari njema ni kwamba, usajili kwenye bidhaa zetu za kidijitali ulikua kwa kiwango kikubwa huku kuongezeka kwa ufanisi katika oparesheni na tija tukiendelea kuimarisha viwango vya oparesheni zetu.

usajili kwenye bidhaa zetu za kidijitali ulikua kwa kiwango kikubwa huku kuongezeka kwa ufanisi katika oparesheni na tija tukiendelea kuimarisha viwango vya oparesheni zetu.

Licha ya kuwepo kwa changamoto kadhaa zilizosababishwa na COVID-19, tandavu hii ilitoa fursa kubwa ya kuendesha mabadiliko ya kidijitali katika ukanda huu, huku watumiaji wakianza kutumia simu zao kufikia bidhaa na huduma kwa usalama na ufanisi.

Ripoti ya Afisa Mkuu Mtendaji wa Kampuni (inaendelea)

Nation.Africa inanuia kuwezesha shirika hili kuchukua nafasi yake ifaayo ya kuleta mageuzi barani kwa kuwawezesha wateja wetu kupitia maudhui yanayoelimisha, kuhusisha na kuleta athari, huku likiweka *Nation. Africa* kama chapa inayotoa habari za kidijitali katika bara hili.

Kufuatia uzinduzi wake, Nation.Africa imepata zaidi ya watu 200,000 waliojisajili na zaidi ya watu milioni 100 walioingiliana na majukwaa yetu ya mitandao ya kijamii kufikia wakati mwaka wa kifedha ulifungwa.

Katika awamu ya pili, matokeo ya biashara yalianza kuimarika baada ya hali mbaya iliyoshuhudiwa mara tu baada ya visa vya kwanza vya Covid-19 kuripotiwa Afrika Mashariki. Urejesho huu wa polepole unatarajiwa kuendelea hadi 2021, lakini mapato kutokana na utangazaji hayatarudi hadi katika viwango vilivyokuwa kabla ya COVID baada ya muda mfupi.

Huku Shirika likiendesha mkakati wake wa kwanza wa kidijitali, lilidumisha uwepo wake katika bidhaa za jadi za vyombo vya habari, ambazo ziliendelea kuongoza sokoni katika ukanda huu.

Safari ya Mabadiliko ya Kidijitali

Licha ya kuwepo kwa changamoto kadhaa zilizosababishwa na Covid-19, tandavu hii ilitoa fursa kubwa ya kuendesha mabadiliko ya kidijitali katika ukanda huu, huku watumiaji wakianza kutumia simu zao kufikia bidhaa na huduma kwa usalama na ufanisi. Mazingira haya yalitoa fursa ya kimsingi kwa uzinduzi rasmi wa jukwaa letu kuu la kidijitali - *Nation. Africa* - jukwaa la aina yake, ya kisasa, rahisi kutumia kwa watumiaji wa mtandaoni na linawapa watumiaji wetu uwezo wa kufikia maudhui katika vyombo anuai vya habari kutoka kote barani. Jukwaa hili, lilizinduliwa katika awamu ya tatu ya mwaka, na lilikuwa alama ya mabadiliko ya Kampuni kutoka chombo cha habari cha jadi hadi kampuni inayotoa maudhui ya kidijitali kwa lengo la kuwa kiongozi katika nafasi ya uanahabari wa kidijitali kupitia kutoa ripoti za kina, maudhui yaliyopanuliwa kutoka kote barani na maudhui yanayolipiwa. *Nation.Africa* inanuia kuwezesha shirika hili kuchukua nafasi yake ifaayo ya kuleta mageuzi barani kwa kuwawezesha wateja wetu kupitia maudhui yanayoelimisha, kuhusisha na kuleta athari, huku likiweka *Nation.Africa* kama chapa inayotoa habari za kidijitali katika bara hili. Kufuatia uzinduzi wake, *Nation.Africa* imepata zaidi ya watu 200,000 waliojisajili na zaidi ya watu milioni 100 walioingiliana na majukwaa yetu ya mitandao ya kijamii kufikia wakati mwaka wa kifedha ulifungwa.

Uzinduzi wa *Nation.Africa* uliwezesha Shirika kuanzisha mikondo anuai ya maudhui kama vile *Nation.Audio* na *Nation Puzzles*. *Nation. Audio*, huduma ya podkasti iliyozunduliwa katika awamu ya mwisho ya mwaka, imewezesha Shirika kushughulikia mahitaji yanayokua kila mara ya watumiaji wa kizazi cha sasa ambao wanapendelea maudhui ya wanayoweza kutazama wanapotaka huku tukiboresha jinsi hadhira zetu zinavyogundua, kufurahia na kutangamana na hadithi kutoka Afrika. Huduma hii mpya pia inalenga kuivutia hadhira ya watu vijana kwa kutoa video bora za kimajaribio na za kuibunifu huku pia ikiunda vitengo vya kipekee kwa hadhira kwa ajili ya watu wanaotangaza nasi. Podkasti hiyo ya iliyokuwa mradi wa kipekee iliyoitwa "Case Number Zero" iliangazia maisha na nyakati za Bogonko Bosire, mwanahabari ambaye alipotea akiwa kazini. Podkasti hiyo imefikia hadhira ya wasikilizaji 100,000 kote duniani, watumiaji milioni 40 na kupata miingiliano milioni 85 kwenye mitandao ya kijamii.

Nation Puzzles, bidhaa ya kidijitali inayolipiwa iliyozinduliwa mwezi Disemba 2020 na kuwepo chini ya mwamvuli wa *Nation.Africa*, ilitumia historia ya shirika katika kuendesha michezo ya maneno na hesabu kwenye majukwaa yake ya machapisho na e-paper kuendesha huduma hii mtandaoni. Bidhaa hii mpya inalenga kuvutia soko jipya kwa kuweka upya madhumuni ya michezo ya kawaida kwa ajili ya hadhira ya kidijitali na imepata watumiaji 23,000 na miingiliano bilioni 1.4 mtandaoni.

Urudiaji wa Bidhaa na Kampeni za Utangazaji

Huku Shirika likiendesha mkakati wake wa kwanza wa kidijitali, lilidumisha uwepo wake katika bidhaa za jadi za vyombo vya habari, ambazo ziliendelea kuongoza sokoni katika ukanda huu. Mwaka wa 2020, magazeti ya *Daily Nation* na *Dailiy Monitor* yalifanyiwa usanifu mpya wa bidhaa hizo ili kuzipa mwonekano mpya na maudhui yao, kwa lengo la kukidhi mahitaji ya watumiaji wake yanayobadilika kila mara na kuendelea kuvutia hadhira yazo ya vijana. Vilevile, *The EastAfrican* ilifanyiwa uzinduzi mpya wa gazeti hilo ili kulioanisha na mambo yanayovuma katika soko la sasa na soko lijalo na kuiweka katika nafasi ya kushughulikia fursa zilizopo katika ukanda.

Katika juhudi za kuelewa mahitaji na mapendeleo ya sasa ya watumiaji wake wa magazeti, Mwananchi Communications Limited (MCL) nchini Tanzania iliendesha Utafiti wa Mapendeleo ya Maudhui uliolenga kuhakikisha

Ripoti ya Afisa Mkuu Mtendaji wa Kampuni (inaendelea)

28,000

Utafiti wa Geopoll uliashiria kwamba mwezi Machi pekee, hadhira za NTV zilikuwa kwa watazamaji 28,000 mwanzoni mwa tandavu hii.

kuwa maudhui yake yanalandana na matakwa na mapendeleo ya soko lake lengwa. Utafiti huo ulipokea majibu 600 kutoka kwa wasomaji kutoka kote nchini na ulikuwa kama mwongozo kwa mwelekeo wake wa uhariri.

MCL pia ilizindua programu ya simu ya *Mwanaspoti* inayoitwa *Soka*, ambayo inawapa mashabiki wa kandanda nchini Tanzania taarifa kuhusu timu wazipendazo na takwimu. Programu hiyo sasa inapatikana na inaweza kupakuliwa kwenye Play Store na Apple App Store. Pamoja na haya, shirika hili lilizindua kampeni ya utangazaji ya mtumiaji - 'Tajirika na e-Gazeti' ambayo ililenga kukuza usajili na mapato. Uzinduzi wa kampeni hiyo ulitoa fursa ya kuleta pamoja Wakurugenzi Wakuu Watendaji kadhaa na kutoa uelewa wa kina wa e-Gazeti.

Ingawa hatua zilizowekwa kudhibiti msambao wa ugonjwa huu ulihitilafiana na utekelezaji wa matukio yaliyopangwa na kampeni za mauzo kote katika ukanda huu, gazeti la *Business Daily* kwa mara nyingine ilijiweka katika nafasi kama chombo cha ufanisi ilipoendesha kampeni ya *Top 40 Under 40 Men* na dhifa ya kusherehekea viongozi ambao walichangia kuendesha uvumbuzi na athari katika laini ya kazi zao katika sekta mbalimbali. Kampeni ya *Chanuka na Nation*, iliyoendeshwa na *Daily Nation* ililenga kuwaajiri wauzaji na vikundi vya watu wenye umri mchanga wanaouza magazeti ili kuweka nafasi ya ajiri na kuzalisha mapato miongoni mwa watu wachanga. Pamoja na haya, *Taifa Leo* iliendesha kampeni ya Bingwa Wetu iliyolenga kusherehekea wauzaji wa magazeti na kuwatia motisha wakati mauzo yalipungua na hali ngumu za kufanyia kazi. Huduma ya *Nation Courier* nchini Kenya na *Mwananchi Courier* nchini Tanzania pia zilizindua kampeni za uhamasisho zilizolenga kuboresha matumizi ya huduma zake nchini.

Hatua za kudhibiti msambao wa Covid-19 zilizowekwa na serikali zilisababisha watoto na wazazi kukaa nyumbani kwa muda mrefu na hii ilisababisha kuongezeka kwa utazamani wa majukwaa ya utangazaji huku hadhira zikitafuta maudhui ya elimu kwa watoto na taarifa za habari za hivi punde kuhusu tandavu hii. Utafiti wa Geopoll uliashiria kwamba mwezi Machi pekee, hadhira za *NTV* zilikuwa kwa watazamaji 28,000 mwanzoni mwa tandavu hii. Katika kipindi cha tandavu hii, *NTV* ilizindua vipindi kama vile Tizi Mtaani, iliyolenga mazoezi ya mwili nyumbani, Your World, kipindi cha mjadala kinachojadili hali hii mpya na Akili Kids, kipindi cha vibondo kinacholenga watoto wadogo.

Urudiaji wa Bidhaa na Kampeni za Utangazaji

Nchini Uganda, *the Seeds of Gold Farm Clinics*, ni kipindi kinacholenga kuelimisha wakulima kuhusu matendo mema na kutoa fursa ya utangamano na kushiriki tajiriba mbalimbali, kilichukua muundo wa mtandaoni kwa kulenga mada zinazoshughulikiwa katika matukio matatu yaliyopangwa na *NTV Uganda*. *The Rising Woman* - tukio linaloendeshwa na *NTV* Uganda kwa ushirikiano na Mamlaka ya Uwekezaji ya Uganda na Benki ya DFCU linalolenga kutoa mafunzo na ushauri kwa wanawake wafanyabiashara - lilihusisha vikundi 6 vya watu 25, likiwa na vipindi vilivyojadili uongozi, kukabiliana na mazingira yatakayokuwepo baada ya Covid-19 na ujuzi wa biashara unaohitajika katika soko la nchini na la ukanda huu. Utafiti wa Kampuni Kuu 100 za Ukubwa wa Wastani nchini Uganda uliendelea kuwa angazio kwa biashara ndogo na za wastani, ukitoa maarifa kuhusu changamoto na fursa zilizopo kwao kushindana sokoni. Utafiti wa mwaka jana uliangazia fursa za kiteknolojia kwa ajili ya SME kuvutia uwekezaji, ujuzi na maendeleo.

Uongozi Unaozingatia Mawazo

Shirika linaendelea kuendesha uongozi unaozingatia mawazo katika ukanda huu kwa makala 30 ya Jukwaa la mtandaoni la *Nation Leadership Forum* yaliyoendeshwa kwenye *NTV* kwa kulenga athari ya tandavu kote kwenye sekta tofauti na washikadau tofauti. Mijadala hii ilifikia jumla ya miingiliano zaidi ya milioni 730 kwenye mitandao ya kijamii. Mijadala ya *Mwananchi Thought Leadership* pia iliendelea mtandaoni kwa ushirikiano na ITV/ Radio One. Kilele cha jitihada za uongozi katika mawazo za Shirika kilikuwa ni awamu ya pili

Mjadala huo ulijivunia kuhudhuriwa na baadhi ya wasomi tajika barani na wataalamu kutoka serikalini, sekta ya kibinafsi, miungano ya kijamii na akademia, na kujumuisha hotuba ya wageni waheshimiwa Rais Uhuru Kenyatta, Rais wa Jamhuri ya Kenya na Rais Paul Kagame, Rais wa Jamhuri ya Rwanda

2020

Mageuzi ya kitamaduni ya 2020 yalilenga safari ya kidijitali ya kampuni kwa vipindi vya kuhusisha wafanyakazi, kutafuta talanta na mazoezi ya kuongeza ujuzi, utamaduni wa shirika na utafiti wa kuwepo tayari kidijitali kuendeshwa kote katika ofisi za kikanda.

Ripoti ya Afisa Mkuu Mtendaji wa Kampuni (inaendelea)

Mwaka wa 2021, tulinuia kulenga kujijenga kutokana na ufanisi wa kidijitali ulipatikana 2020 ili kupata maudhui anuai ya ubora wa juu kwa mtumiaji kupitia matumizi ya maarifa ya data, utafiti wa mitindo ya hadhira lengwa na kuongeza thamani.

ya Tamasha ya Kusi Ideas iliyoendesha katika jiji la kando ya ziwani, Kisumu nchini Kenya. Mchanganyiko wa mkutano wa ana kwa ana na mtandaoni, uliofanywa chini ya mada “Towards a Post COVID Africa: Recovering Together” ulihudhuriwa na wajumbe 230 na zaidi ya washiriki 14,000 walioshiriki mtandaoni. Mjadala huo ulijivunia kuhudhuriwa na baadhi ya wasomi tajika barani na wataalamu kutoka serikalini, sekta ya kibinafsi, miungano ya kijamii na akademia, na kujumuisha hotuba ya wageni waheshimiwa Rais Uhuru Kenyatta, Rais wa Jamhuri ya Kenya na Rais Paul Kagame, Rais wa Jamhuri ya Rwanda kupitia mtandao. Mkutano huo ulihusisha watu wengi mtandaoni na miingiliano milioni 460 kwenye mtandao wa kijamii katika tukio hilo la siku mbili.

Mabadiliko ya Kitamaduni

Huku mashirika mengi yakifunga ofisi zao na kuegemea talanta kwa njia ya kipekee, thamani ya wafanyakazi wetu ilijidhihirisha wakati huu wa tandavu. Wafanyakazi walifanya kazi zaidi ya ilivyotarajiwa, wakifanya kazi nyakati ambazo hazikutarajiwa, wasiwasi kuhusu usalama na zoezi la uzinduzi upya, ili kufikia malengo. Mageuzi ya kitamaduni ya 2020 yalilenga safari ya kidijitali ya kampuni kwa vipindi vya kuhusisha wafanyakazi, kutafuta talanta na mazoezi ya kuongeza ujuzi, utamaduni wa shirika na utafiti wa kuwepo tayari kidijitali kuendeshwa kote katika ofisi za kikanda.

Tandavu pia ilitulazimisha kuangalia njia zetu za kufanya kazi na tumechukua hatua muhimu kuwapa wafanyakazi wetu ujuzi, zana na mawazo wanayohitaji ili kufanikiwa katika ulimwengu wa kidijitali. Kufikia sasa, tumetekeleza utaratibu na muundo mpya katika idara ya uhariri inayotumia majibu kutoka kwenye takwimu ili kuteua maripota na kujihusisha na hadhira, tulileta ratiba nyumbufu za kufanyia kazi nyumbani na kutoa usaidizi wa kiteknolojia ili kuhakikisha ujumlishaji rahisi kote katika kampuni. Hata katikati ya tandavu, wafanyakazi wa NMG waliweza kujishindia tuzo 24 za nchini na kimataifa nchini Kenya, Uganda na Tanzania, hii ikionyesha uwezo na ustahimilivu wa wafanyakazi wetu.

Katika kufanya haya yote, mtumiaji atasalia kuwa nguzo kuu ambaye analengwa na uvumbuzi na mikakati yetu yote.

Masuala ya Kipaumbele cha Mkakati wa 2021

Katika miaka michache iliyopita, Shirika limevumbua mengi ili kulainisha mambo yake na ulimwengu wa mtumiaji unaobadilika kila kuchao. Mwaka wa 2021, tulinuia kulenga kujijenga kutokana na ufanisi wa kidijitali ulipatikana 2020 ili kupata maudhui anuai ya ubora wa juu kwa mtumiaji kupitia matumizi ya maarifa ya data, utafiti wa mitindo ya hadhira lengwa na kuongeza thamani. Kwa hivyo tumetekeleza muudo mseto wa biashara utakaotuwezesha kufikia malengo yetu ya muda mfupi, kati na muda mrefu, kulinda biashara yetu iliyopo huku tukiendesha ari yetu ya kuwa kampuni inayotoa maudhui ya kisasa ya kidijitali. Kwa hivyo mkakati wetu wa 2021 unahusu kukuza mapato kutokana na wasomaji wetu kwa kukuza jumuiya ya watumiaji ambao wanaamini katika maono yetu ya kuleta mageuzi katika uanahabari kama shirika na kwa wale wanaovutiwa na maudhui yetu, urudiaji wa muundo wa kufanya matangazo ili kuhakikisha uendelevu, na kukuza uwezo katika soko la biashara la mtandaoni/dijitali.

Kama sehemu ya mkakati wetu wa kuwa washindi katika nafasi mpya ya kidijitali, tunayapa kipaumbele, majukwaa ya vifaa vya mkononi ili kuhakikisha kwamba watumiaji wanapitia hali nzuri ya matumizi inayowahimiza kuwa watumiaji wanaorudia kutumia bidhaa. Hii kwa upande mwingine itatoa fursa kwa shirika kuvumbua na huduma za maudhui ya vifaa vya mkononi zinazohusiana na kuongeza thamani kama vile SMS nyingi kwa wakati mmoja, sauti, michezo, video, bidhaa miongoni kwa huduma nyinginezo. Tunaamini kwamba hii itakuwa ni njia yetu ya kuchuma kutokana na maudhui ya kidijitali na kuchukua uongozi katika uchapishaji kwenye vifaa vya mkononi barani Afrika.

Katika kufanya haya yote, mtumiaji atasalia kuwa nguzo kuu ambaye analengwa na uvumbuzi na mikakati yetu yote. NMG imewekeza na itaendelea kuwekeza katika teknolojia na miundomsingi inayohitajika ili kutuwezesha kuelewa vyema zaidi mahitaji ya watumiaji wetu na kuwapa hali ya matumizi ya kimataifa.

Ningependa kuchukua fursa hii kuwashukuru, nyie watumiaji, wafanyakazi, washirika na washikadau wetu kwa msaada wenu usiotetereka ili kufanya 2020 kuwa mwaka wa ufanisi. Pia ningependa kutoa shukrani zangu za dhati kwa Bodi ya Watendaji, Timu ya Wakuu Watendaji wa NMG, wafanyakazi na washirika kwa usaidizi wenu kote katika mwaka huu mguu. Tusingekuwa tulipo sasa bila juhudi za dhati zilizofanywa na kila mmoja wenu. Ninatazamia kuendelea kupata usaidizi wenu ili kutuwezesha kuendelea kuongeza thamani kwa kila washikadau wetu.

Stephen Gitagama

Afisa Mkuu Mtendaji wa Shirika

nation.africa

nation.africa/News
nation.africa/Counties
nation.africa/Business
nation.africa/Opinion
nation.africa/Sports
nation.africa/Life & Style
nation.africa/Newsletters
nation.africa/Audio
nation.africa/Puzzles

Media of Africa for Africa

Nation Media Group
Media of Africa for Africa

www.nationmedia.com