



## سابقة أعمالنا في التدريب



• برامج التنمية الذاتية والإدارة



• برامج التسويق



• برامج البيع



بمناسبة مرور ٢٠ عاماً  
على تأسيس الشركة

## المحتويات

- 2 ..... • كلمة رئيس مجلس الإدارة  
3 ..... • الرؤية والرسالة والمبادئ  
4 ..... • نبذة تعريفية عن شركة MARKET-IN

### أولاً: في مجال البيع:

- 11 ..... ١/١ برنامج البائعين المحترفين وأساليبهم في التنقيب عن العملاء المرتقبين  
11 ..... ٢/١ برنامج تنمية المهارات البيعية لرجال البيع  
12 ..... ٣/١ برنامج مهارات استخدام الهاتف باحتراف في العملية البيعية  
13 ..... ٤/١ برنامج استراتيجيات البيع لكبار العملاء  
14 ..... ٥/١ برنامج كيف تضاعف من مبيعاتك من خلال تقديم خدمة متميزة لعملائك  
15 ..... ٦/١ برنامج استراتيجية جذب مزيد من العملاء والاحتفاظ بهم  
16 ..... ٧/١ برنامج المهارات البيعية للمشاريع العقارية.  
17 ..... ٨/١ برنامج المهارات الاحترافية لمدير المبيعات الناجح "قيادة فرق البيع"

### ثانياً: في مجال التسويق:

- 19 ..... ١/٢ برنامج التسويق في ظل الأزمات وركود الأسواق  
20 ..... ٢/٢ برنامج طرق وأساليب إعداد دراسات وأبحاث السوق الميدانية  
21 ..... ٣/٢ برنامج دراسة الجدوى التسويقية للمشروعات العقارية  
22 ..... ٤/٢ برنامج طرق واساليب صياغة الاستراتيجيات والخطط التسويقية  
23 ..... ٥/٢ برنامج استراتيجيات التسويق المتقدمة (أفكار ابتكارية لتعزيز القدرة التنافسية)

### ثالثاً: في مجال التنمية الذاتية والإدارية :

- 25 ..... ١/٣ برنامج تحليل الوضع الحالي لاكتشاف مصادر المخاطر والتعامل معها  
25 ..... ٢/٣ برنامج المدير المتميز وتطوير الأداء الإداري  
26 ..... ٣/٣ برنامج كيف تصبح ثريا "قوانين التعامل مع المال"  
27 ..... ٤/٣ برنامج خطط لحياتك ولا تأس على ما فاتك  
28 ..... ٥/٣ برنامج التحفيز وتفجير الطاقات  
28 ..... ٦/٣ برنامج الفلسفة الاستثمارية لأعظم مستثمري العالم  
29 ..... ٧/٣ برنامج بناء وتعزيز الثقة بالنفس  
29 ..... ٨/٣ برنامج النجاح الحقيقي الكافي ما هو؟ وكيف تحققه؟  
30 ..... ٩/٣ برنامج بناء فريق العمل  
30 ..... ١٠/٣ برنامج إدارة الوقت وترتيب الأولويات  
31 ..... ١١/٣ برنامج إدارة الاجتماعات بفاعلية  
31 ..... ١٢/٣ برنامج إدارة ضغوط العمل

# كلمة

## المدير التنفيذي



**منذ** أكثر من ثلاثين عاماً تم تأسيس الإستشارات التسويقية كأول شركة مهنية إقليمية متخصصة تعمل في مجال دراسات الجدوى الإقتصادية وأبحاث السوق، تزاوي الشركات العالمية العاملة في هذا المجال بل وتتفوق عليها لكونها نلم بالثقافات العربية وتعيش في أسواقها وتُنقن لغتها وتفهم سلوكياتها .

وساهمت مع فريق العمل والذي يضم أفضل الكفاءات المهنية في هذا المجال في صياغة رؤية الشركة ورسالتها التي بنيت على أن تكون **Market-in** من أفضل الشركات الإستشارية التي تقدم لعملائها الحلول العملية بكفاءة وأمانة **" القوي الأمين "** وأن يكون لها بصمة **" وقيمة مضافة "** في اقتصاديات

الدول العربية وتساعد المستثمرين على اقتناص الفرص وتحقيق الريادة والربحية المناسبة ، مع التزامنا الكامل بأداب وأخلاقيات المهنة .

ونحن نحتفل بمرور عشرون عاماً على تحملنا هذه المسؤولية لتحقيق هذا الحلم ، قمنا بإعداد وتقديم ما يزيد على ٧٥٠ دراسة واستشارة بثلاثة عشرة دولة أفريقية وآسيوية برعاية ودعم من أكبر المؤسسات المهنية العالمية بكل من إنجلترا **" AIMRI "** وهولندا **" ESOMAR "** ومن خلال فريق عمل يضم أكثر من ٦٠ استشاري وخبير وباحث من أفضل الكفاءات المهنية المتفرغة بشركتنا .

ونحن وبكل فخر لانقول أو ندعى أننا نستطيع أن نقدم أفضل الإستشارات والدراسات والحلول العملية ، ولكننا سنضع بين أيديكم سابقة خبرتنا الفعلية على مدار هذه السنوات ، في **" سابقة خبرتنا نتحدث عنا "** بصورة واقعية .

ولا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لعملائنا الكرام الذين أولونا ثقتهم الغالية - وبفضل الله - كنا عند حسن ظنهم بنا ، وكذلك أساتذتي وزملائي وتلاميذي من فريق العمل بالشركة الذي كان لجهدهم وإخلاصهم أكبر الأثر فيما وصلنا إليه من نجاحات .

حسين هشام

المدير التنفيذي

# • رؤيتنا • رسالتنا • مبادئنا



## الرؤية

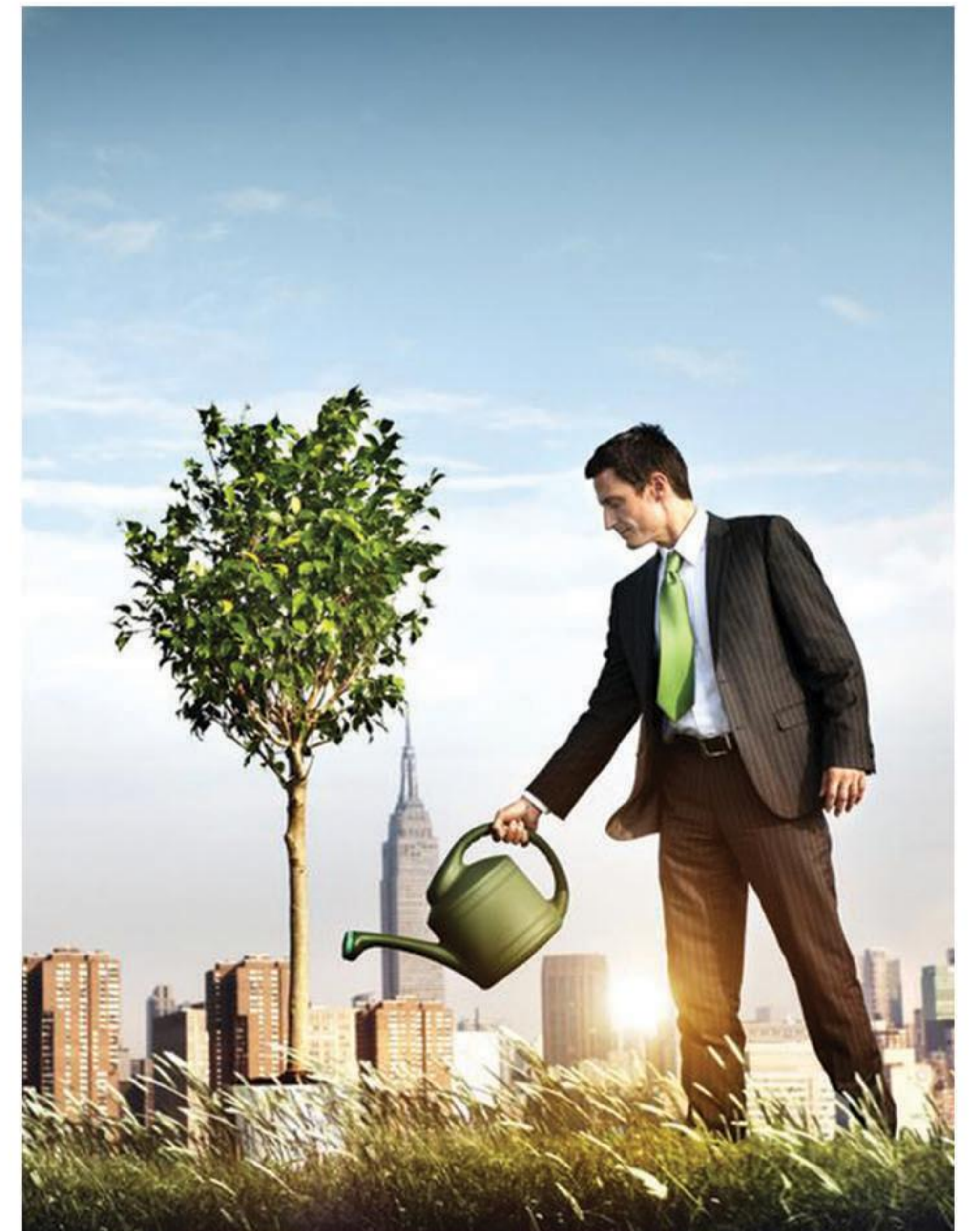
أن تكون شركة MARKET-IN من أفضل الشركات الإستشارية والتي تقدم لعملائها حلول تسويقية عملية متطورة وقابلة للتطبيق بالشرق الأوسط وأن تكون الإختيار الأول للمستثمرين الذين يبحثون عن الجودة والأمانة معاً في هذا المجال " القوي الأمين " .

## الرسالة

نسعى لأن يكون لنا دور وبصمة واضحة "قيمة مضافة" في دعم اقتصاديات الدول العربية من خلال تنمية وتطوير أداء أكبر عدد ممكن من الأفراد والمستثمرين والشركات التي نتعامل معها في مجال دراسات الجدوى وأبحاث السوق ، حتى تكون لهم الريادة في مجال أعمالهم ، وأن نساعدهم على رؤية الفرص واقتناصها للحفاظ على استثماراتهم وتنميتها وتحقيق أعلى عائد ممكن منها في ظل أخلاقيات المهنة.

## المبادئ

- **الإلتزام:** بأعلى مستويات الجودة وأخلاقيات المهنة في تقديم خدماتنا.
- **توفير:** بيئة عمل جاذبة للكفاءات والعمل على تطويرها وإمداد سوق العمل ببعضها.
- **استخدام:** أفضل الكفاءات المهنية والأساليب العلمية الحديثة في تقديم خدماتنا الإستشارية .
- **السعي:** لبناء علاقات مهنية وشخصية قوية مع عملائنا والمحافظة عليها وكسب ثقتهم ورضاهم.
- **التفاني:** في تلبية احتياجات عملائنا وأن نكون دائماً فوق مستوى توقعاتهم.
- **التطوير:** المستمر لأدائنا والبحث عن كل جديد بما يلائم طبيعة عملائنا وأسواقهم.



ماذا تعني

**MARKET-IN**  
MARKETING CONSULTANCY



**13** خبرة  
تمتد لتغطي  
دولة عربية وأسيوية



**750** خبرة  
أكثر من  
دراسة لمشروعات اقتصادية  
وتسويقية متنوعة



**خبرة**  
ترعاها مؤسسات مهنية عالمية متخصصة  
"AIMRI" بالانجلترا و "ESOMAR" بهولندا



**خبرة**  
متخصصة  
في دراسات وأبحاث السوق والتدريب



**25** خبرة  
في تنفيذ أكثر من  
برنامج تدريبي متخصص  
700 حضرها ما يزيد عن  
متدرب



**20** خبرة  
تمتد لأكثر من  
عاماً

## التخصص الدقيق

شركة MARKET-IN شراكة مساهمة مصرية متخصصة في مجال الاستشارات التسويقية وبحوث السوق ودراسة وتقييم الفرص الاستثمارية وتنظيم وتنفيذ البرامج التدريبية المتخصصة في هذه المجالات.

## الإقليمية وتنوع الأسواق

شركة MARKET-IN لديها فروع ومكاتب تمثيل وسابقة خبرة في (١٣) دولة أفريقية وأسيوية .

### قارة أفريقيا

- جمهورية مصر العربية
- جمهورية السودان
- جمهورية موريتانيا الإسلامية

### قارة آسيا

- الجمهورية اليمنية
- الأردن
- تركيا
- ماليزيا

### الخليج العربي

- المملكة العربية السعودية
- دولة قطر
- الإمارات العربية المتحدة
- مملكة البحرين
- دولة الكويت
- سلطنة عمان



خبرة ترعاها مؤسسات مهنية عالمية متخصصة  
"AIMRI" بانجلترا و "ESOMAR" بهولندا



**ESOMAR**  
WORLD RESEARCH



**a.i.m.r.i.**  
Alliance of International Market Research Institutes

## العلاقات المهنية العالمية

MARKET-IN تربطها علاقات مهنية مع أكثر من (١١٧) معهد وشركة متخصصة في مجال الإستشارات التسويقية وبحوث السوق منتشرة في (٣٧) دولة على مستوى العالم، وذلك من خلال عضويتها بالاتحاد الدولي لمعهد وبحوث السوق بإنجلترا 'AIMRI'، حيث تعتبر MARKET-IN هي أول عضو عربي بهذا الإتحاد وممثلاً له بالشرق الأوسط اعتباراً من مارس ٢٠٠٢ حتى الآن. MARKET-IN عضو في الجمعية الأوروبية لأبحاث السوق ESOMAR ومقرها هولندا منذ اعتماد مجلس إدارة الجمعية لعضويتها في أغسطس ٢٠١١.

## فريق العمل

MARKET-IN تضم (٦٠) خبير واستشاري دائم يتميزون بخبراتهم وكفاءتهم العالية التي اكتسبوها من خلال عملهم بكبرى المؤسسات المهنية العالمية.



## التدريب ونقل الخبرات

MARKET-IN قامت بتنظيم وتنفيذ ما يزيد عن ١٧٠ برنامج تدريبي (تطبيقي وعملي) متخصص في مجال التسويق والبيع حضرها قرابة الـ ٤٠٠٠ متدرب بالوطن العربي ، بخلاف الملتقيات الإقليمية المتخصصة التي حضرها ما يزيد عن ٣٠٠٠ مشارك .

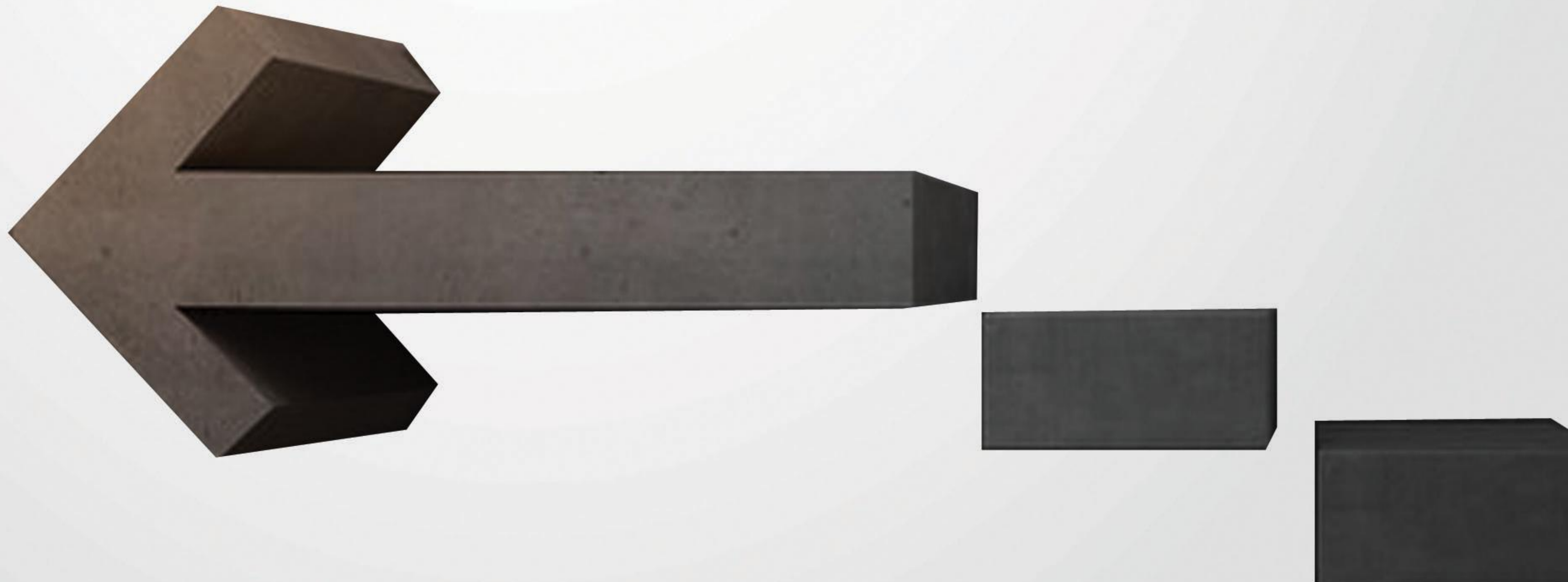


## الأصالة والإحتراف

MARKET-IN تمتد خبرتها وخبرة القائمين عليها لأكثر من ٢٠ عاماً بمصر بالإضافة لعدد (١٣) دول عربية وأفريقية وأسيوية .

## قاعدة البيانات

MARKET-IN لديها قاعدة معلومات دقيقة وعميقة عن الأسواق العربية ويتم تحديثها بصورة دورية منتظمة .







## البرامج التدريبية

التي تم إعدادها من قبل  
شركة

**MARKET-IN**  
MARKETING CONSULTANCY

- التدريب هو عملية تعليمية متخصصة وموجهة بهدف اكتساب خبرة محددة وإعطاء المتدرب المزيد من المعلومات، والمعارف، والمهارة، والخبرة، أو تطوّر ما لديه من خبرات ومهارات حالية يستفيد منها في تحسين ترفيع مستوى أدائه الحالي في العمل أو تعدّه لعمل في المستقبل؛ فإذا كان التعليم هو "إكساب المتعلم قواعد المعرفة العامة"، فإن التدريب هو: "إكساب المتدرب المعرفة المتخصصة في مجال حصري متخصص، بهدف رفع الكفاءة إلى أقصى درجة تنافسية".
- وانطلاقاً من إيمان شركة MARKET-IN العميق بأهمية التدريب كأداة أساسية لاختصار زمن التعلم وفي ظل التطور المستمر بالأسواق وزيادة حجم المعلومات المتاحة لمتخذ القرار، أصبح لزاماً على خبراء التدريب بشركة MARKET-IN من متابعة أحدث التطورات لتقديم مجموعة من البرامج التدريبية المتكاملة في مجال التسويق والبيع.
- تبنّت شركة MARKET-IN مفهوماً خاصاً للتدريب يقوم على تقديم المعرفة والتطبيق العملي في قالب واحد، ولأنه "مهما كانت الأفكار عظيمة فلا قيمة لها إن لم تجد طريقها إلى التطبيق".
- تقدم شركة MARKET-IN مجموعة متكاملة من البرامج التدريبية والورش التدريبية الخاصة بتنمية المهارات التسويقية والبيعية، وذلك لرفع مستوى الأداء وخاصة للمديرين ذوي أصحاب المسؤوليات الكبرى وكذلك من لهم علاقة بالجمهور، وتضم مجموعة من البرامج التدريبية المقترحة تعرض ما يلزم المديرين من مهارات أساسية لقيادة العمل بالشركة بشكل سلس وفعال.



عدد البرامج التدريبية	البرامج التدريبية التي تم إعدادها
72	● برامج بيع
39	● برامج التسويق
32	● برامج التنمية الذاتية والإدارة



# أفضل 25 برنامج تدريبي تقدمها شركة

**MARKET-IN**  
MARKETING CONSULTANCY

## أولاً: في مجال البيع: كود (١)

- ١/١ برنامج البائعين المحترفين وأساليبهم في التنقيب عن العملاء المرتقبين
- ٢/١ برنامج تنمية المهارات البيعية لرجال البيع .
- ٣/١ برنامج مهارات استخدام الهاتف بإحتراف في العملية البيعية.
- ٤/١ برنامج استراتيجيات البيع لكبار العملاء.
- ٥/١ برنامج كيف تضاعف من مبيعاتك من خلال تقديم خدمة متميزة لعملائك.
- ٦/١ برنامج استراتيجية جذب مزيد من العملاء والاحتفاظ بهم.
- ٧/١ برنامج المهارات البيعية للمشاريع العقارية.
- ٨/١ برنامج المهارات الاحترافية لمدير المبيعات الناجح "قيادة فرق البيع"

## ثانياً: في مجال التسويق: كود (٢)

- ١/٢ برنامج التسويق في ظل الأزمات وركود الأسواق
- ٢/٢ برنامج طرق وأساليب إعداد دراسات وأبحاث السوق الميدانية
- ٣/٢ برنامج دراسة الجدوى التسويقية للمشروعات العقارية
- ٤/٢ برنامج طرق واساليب صياغة الاستراتيجيات والخطط التسويقية
- ٥/٢ برنامج استراتيجيات التسويق المتقدمة (أفكار ابتكارية لتعزيز القدرة التنافسية)

## ثالثاً: في مجال التنمية الذاتية والإدارية : كود (٣)

- ١/٣ برنامج تحليل الوضع الحالي لاكتشاف مصادر المخاطر والتعامل معها
- ٢/٣ برنامج المدير المتميز وتطوير الأداء الإداري
- ٣/٣ برنامج كيف تصبح ثريا "قوانين التعامل مع المال"
- ٤/٣ برنامج خطط حياتك ولا تأس على ما فاتك
- ٥/٣ برنامج التحفيز وتفجير الطاقات
- ٦/٣ برنامج الفلسفة الاستثمارية لأعظم مستثمري العالم
- ٧/٣ برنامج بناء وتعزيز الثقة بالنفس
- ٨/٣ برنامج النجاح الحقيقي الكافي ما هو؟ وكيف تحققه؟
- ٩/٣ برنامج بناء فريق العمل
- ١٠/٣ برنامج إدارة الوقت وترتيب الأولويات
- ١١/٣ برنامج إدارة الاجتماعات بفاعلية
- ١٢/٣ برنامج إدارة ضغوط العمل

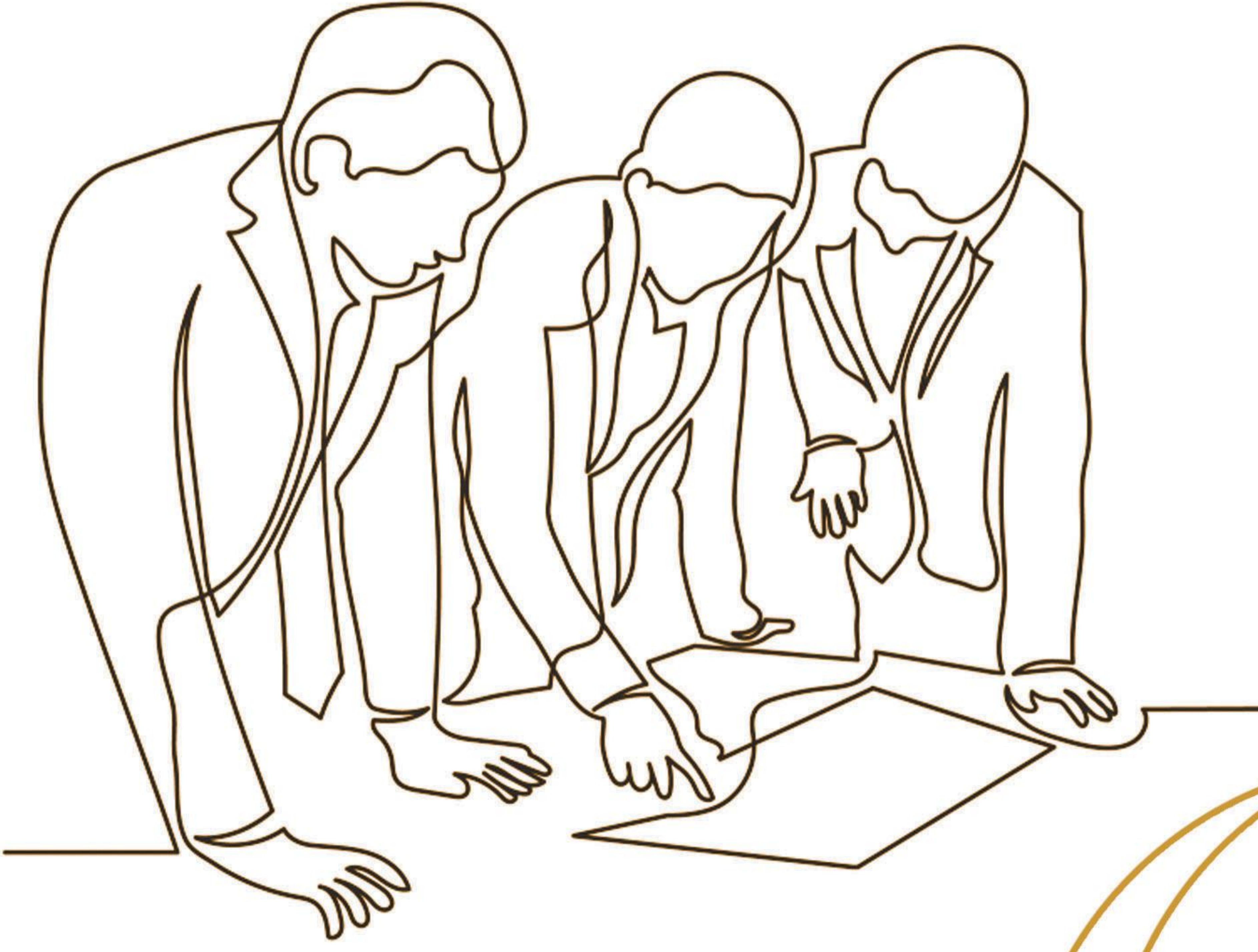
حصول المتدربين  
على شهادات  
معتمدة من  
إنجلترا وهولندا

**a.i.m.r.i.**  
Alliance of International Market Research Institutes



**ESOMAR**  
WORLD RESEARCH





# أولاً: برامج البيع

كود (أ)

- ١/١ برنامج البائعين المحترفين وأساليبيهم فى التنقيب عن العملاء المرتقبين .
- ٢/١ برنامج تنمية المهارات البيعية لرجال البيع .
- ٣/١ برنامج مهارات استخدام الهاتف بإحتراف فى العملية البيعية.
- ٤/١ برنامج استراتيجيات البيع لكبار العملاء.
- ٥/١ برنامج كيف تضاعف من مبيعاتك من خلال تقديم خدمة متميزة لعملائك.
- ٦/١ برنامج استراتيجية جذب مزيد من العملاء والاحتفاظ بهم.
- ٧/١ برنامج المهارات البيعية للمشاريع العقارية.
- ٨/١ برنامج المهارات الاحترافية لمدير المبيعات الناجح "قيادة فرق البيع"

## الهدف من البرنامج :

اكتسابك عقلية البائع المحترف في التنقيب عن العملاء بحماس حيث يبدأ باستيعاب حقيقة "أن التنقيب صعب ومرهق ومستنزف عاطفياً ، فلا تتمنى أن لو كانت الأوضاع أفضل ، بل يجب أن تتمنى أن تصبح أنت الأفضل" .

## المحتويات :

٧ عقليات رئيسية للمنقبون عن العملاء

"متفائلون ومتحمسون- تنافسيون - واثقون - مثابرون - تواقون للمعرفة - منظمون وفعالون - متكيفون ومرنون".

### ٤ أهداف للتنقيب عن العملاء

- تحديد موعد.
- جمع معلومات للاستعداد للبيع .
- اتمام صفقة .
- تقديم معلومات مفيدة للعميل .
- حين تبلغ القمة ، تحدى نفسك.

### ٣ قوانين جوهرية للتنقيب

- قانون الاحتياج .
- قانون الثلاثين يوماً .
- قانون الاحلال .

### ٣ معوقات قاتلة في طريقك

### للتنقيب عن العملاء

- التسوف .
- المثالية المفرطة .
- الشلل الناجم عن التحليل .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



# برنامج تنمية المهارات البيعية

لرجال البيع (أساسي)

## الهدف من البرنامج :

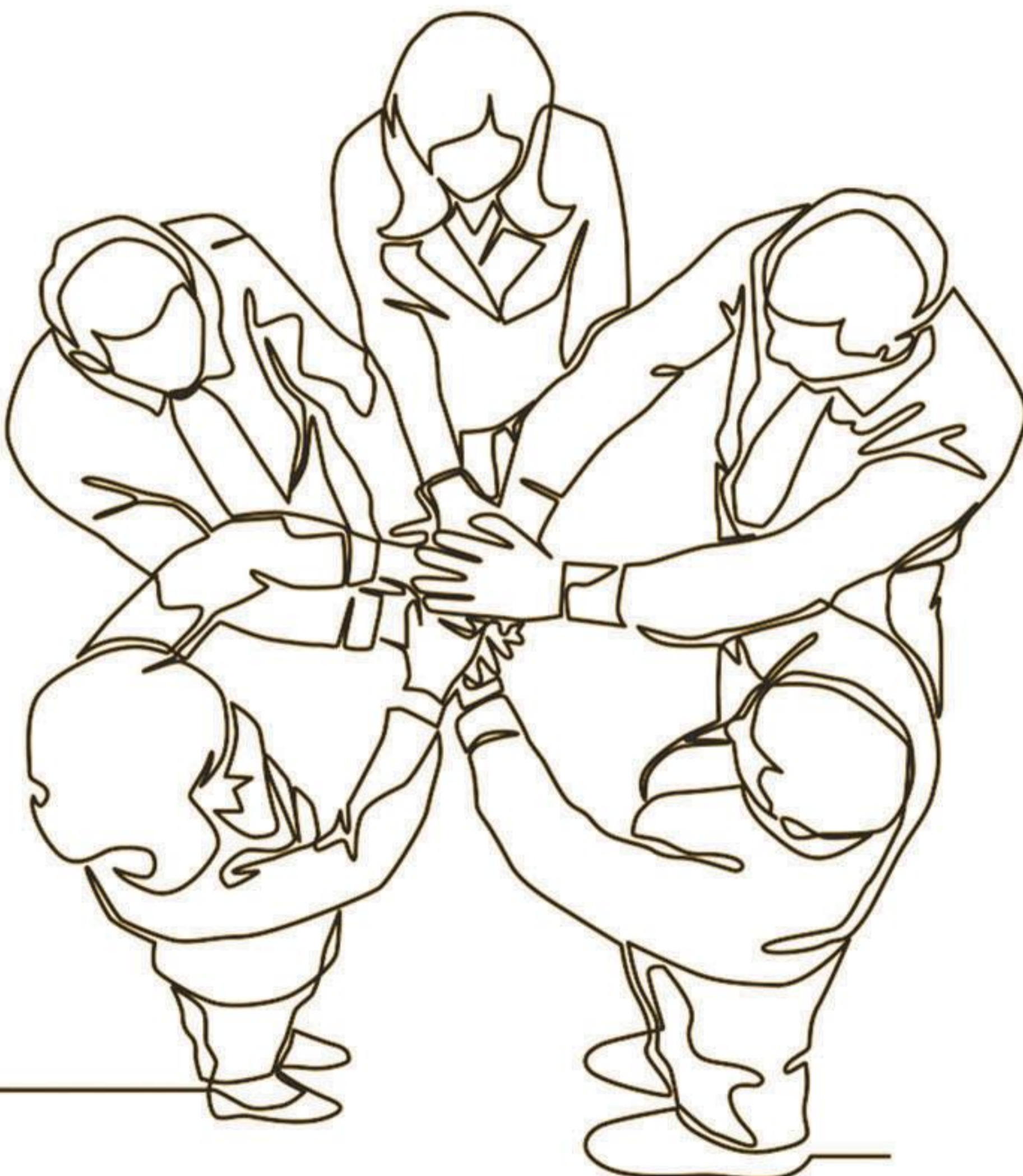
يهدف هذا البرنامج الى تنمية المهارات البيعية لرجال البيع ورفع كفاءتهم وبالتالي قدرتهم على عرض المنتجات التي يتعاملون فيها على العملاء الحاليين والمرتقبين وإتمام صفات بيعية ناجحة وزيادة حجم مبيعاتهم .. الخ.

## المحتويات :

- المفاهيم الأساسية في مجال البيع .
- وظيفة البيع وعلاقتها بالنشاط التسويقي .
- خصائص ومميزات رجل البيع الفعال ودوره في تسويق منتجات الشركة .
- طبيعة ونوعية المنتجات التي يقوم بتسويقها رجال البيع - الخصائص والمميزات والمنافسة .
- طرق وأساليب البحث عن العملاء المرتقبين .
- أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم .
- تخطيط عملية العرض البيعي الناجح .
- مهارات العرض البيعي الناجح في المقابلات البيعية .
- مهارات البيع من خلال التليفون .
- أنواع اعتراضات العملاء وكيفية الرد عليها والتعامل معها .
- كيفية إنهاء المقابلات البيعية بنجاح .
- نصائح بيعية هامة .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



أ

## الهدف من البرنامج :

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين (المتدربين) بمهارات الاتصال والمهارات البيعية اللازمة لتحقيق النجاح المنشود من خلال البيع عبر الهاتف .

ب

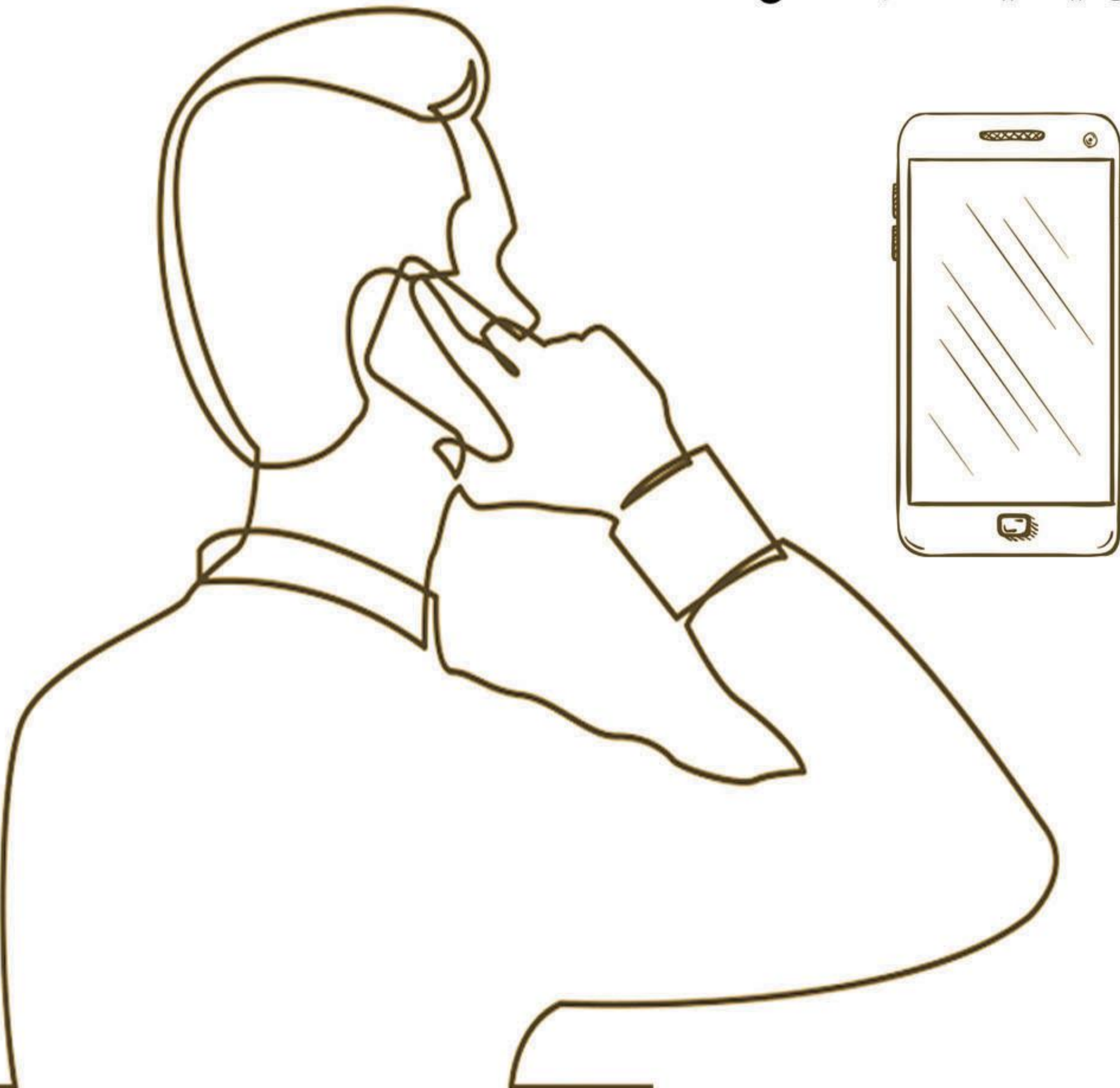
## المحتويات :

- مقدمة عن تسويق المنتجات و الخدمات عبر الهاتف.
- متطلبات تطبيق المفهوم الحديث للتسويق.
- تحليل الفئات المستهدفة: اهتماماتها وكيفية تصنيفها.
- الأنماط السلوكية للعملاء .
- العادات السبع لأفضل البائعين المتميزين عبر الهاتف .
- الإستراتيجيات التسويقية الأكثر تأثيرا عبر الهاتف .
- القواعد الخمس الأساسية للبيع بالتليفون .
- الخطوط الفاصلة والأخطاء القاتلة في عملية البيع بالتليفون .
- أهمية استخدام الهاتف في عملية التسويق .
- بناء قاعدة البيانات المتعلقة بالتسويق عبر الهاتف .
- محاذير هامة في عملية التسويق عبر الهاتف .
- كيفية إغلاق عملية البيع بالهاتف بنجاح.

ج

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٨ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على يومين بواقع ٤ ساعات يوميا .



أ

## الهدف من البرنامج :

إكساب المشاركين المفاهيم الحديثة المتعلقة بتصنيف العملاء حسب ربحية التعامل معهم، وقدر الجهد الموجه إليهم. إضافة إلي اكتساب المهارات اللازمة لجمع وتحليل وتصنيف البيانات اللازمة لبناء قاعدة بيانات العملاء والعمل علي أساسها، بهدف كسب ثقة وولاء كبار العملاء، ووضع إستراتيجية خاصة للتعامل معهم .

## المحتويات :

### • أركان العملية البيعية :

- حتى تنجح فى التعامل مع كبار العملاء لابد من أن تعرف :
- ماذا تبيع ولمن تبيع ؟
- ما مواصفات البائع المتميز ؟

### • من هم كبار العملاء وكيف تطور العلاقات معهم :

- عناصر تحديد كبار العملاء .
- لماذا استراتيجية بيع خاصة لكبار العملاء .
- قاعدة باريتو ٢٠/٨٠
- سمات كبار العملاء وتصنيفهم

### • بناء قاعدة البيانات الخاصة بكبار العملاء :

- نظام إدارة وعلاقات العملاء CRM
- كيف تبني قاعدة بيانات العملاء ؟

### • كيف نبني ولاء كبار العملاء :

- ثلاث وسائل لبناء ولاء كبار العملاء واحذر هذه الكلمات فى تعاملك مع العملاء
- أشياء عليك أن تتجنبها عند مقابلك للعميل

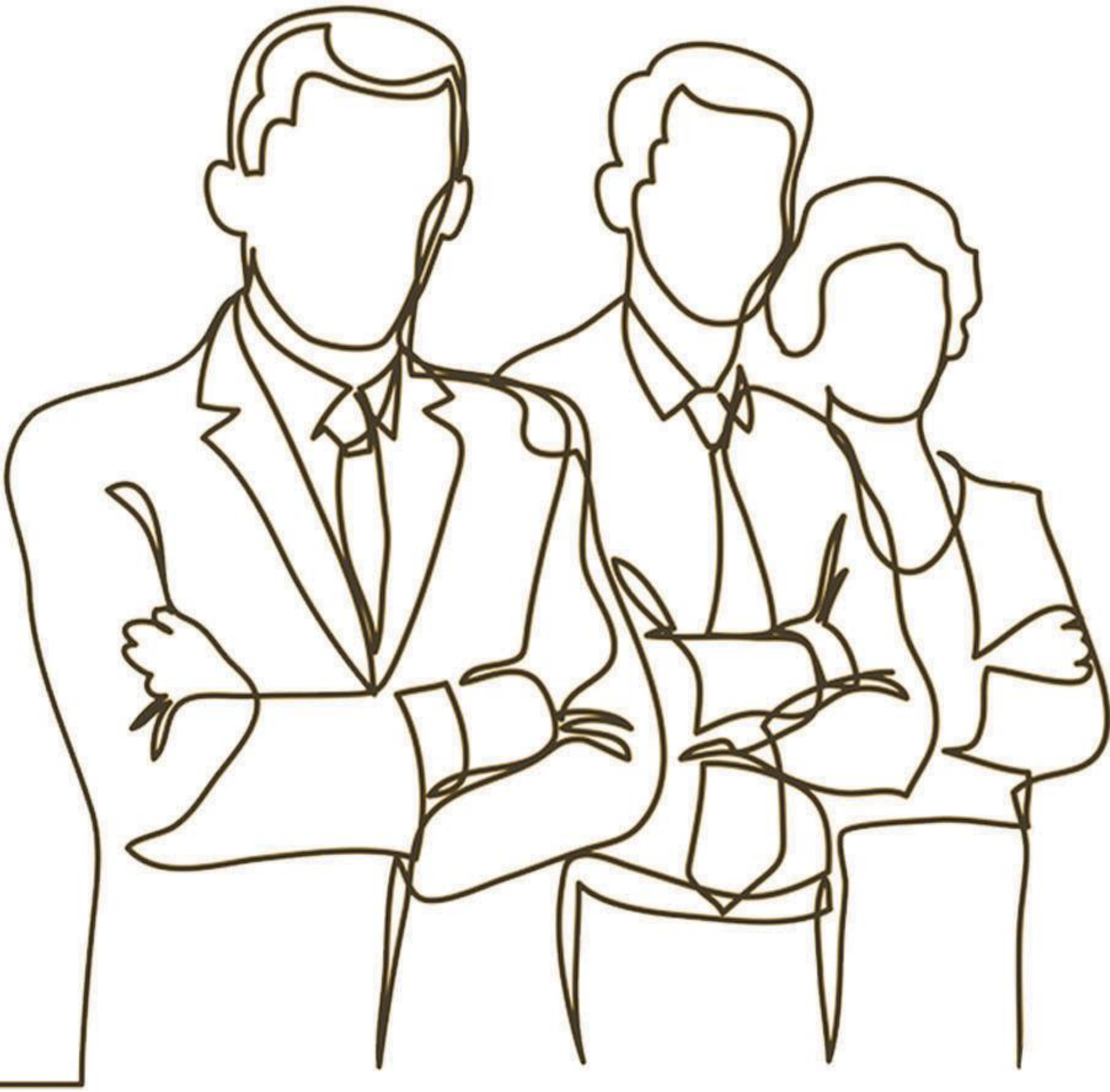
### • كيفية بناء إستراتيجية البيع لكبار العملاء :

- تحديد وصياغة الرؤية
- تجديد أهداف التعامل مع العميل
- مراحل حروب المنافسة التسويقية "وداعاً للسلام .. مرحباً بالحرب"

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .

ب



ج

## الهدف من البرنامج :

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين ( المتعاملين مع العملاء سواء في مجال البيع أو الاستقبال أو الصيانة ) بالمهارات اللازمة لتقديم خدمة متميزة وكسب رضا العميل وامتصاص غضبه .

## المحتويات :

- مواصفات الخدمة المتميزة ومواصفات مقدمها .
- المظاهر الإيجابية والسلبية في تقديم الخدمة .
- كيف نتعرف ونقيس مستوى رضا العملاء .
- إذا أردت أن تقدم خدمة متميزة لعملائك .. افعل هذا .
- أهم مقومات تقديم خدمة متميزة وكيفية التغلب عليها .
- ٥ طرق بسيطة تصنع بها فارقا كبيرا في تقديم خدمة متميزة لعملائك .
- ١٠ أسباب تدفع العميل للغضب عليك .. تجنبها .
- ١٠ مطالب لعملائك .. عليك تليتها .
- ١٠ طرق لتهديئة العميل الغاضب .
- ١٠ لآت - في خدمة العملاء .
- التوقعات العشر للعميل عند حدوث المشكلة .
- أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم .
- أنواع الاعتراضات وكيفية التعامل معها .
- كيف تقدم أفضل خدمة لعملائك .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٨ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على يومين بواقع ٤ ساعات يوميا .



## الهدف من البرنامج :

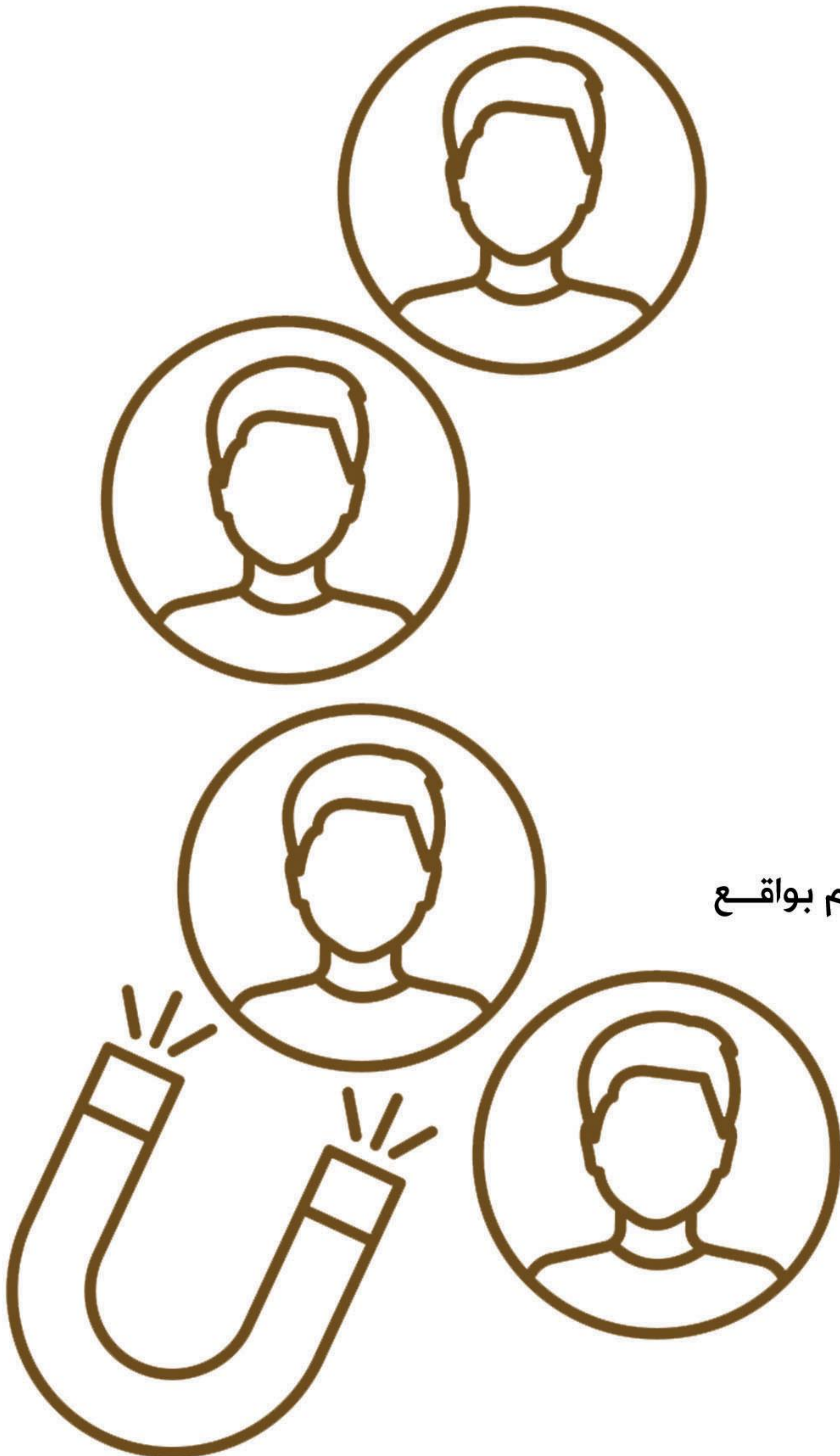
يهدف هذا البرنامج إلى تدريب العاملين في مجال البيع والتسويق على المهارات والاستراتيجيات اللازمة لاجتذاب المزيد من العملاء الجدد الذين يشتررون ويتعاملون مع الشركة. وكيفية الاحتفاظ بهم وتعزيز الولاء لديهم من خلال مفهوم التسويق بالعلاقات (RM) المبني على تحقيق أهداف طرفي المعادلة التسويقية وهما العميل والمسوق .

## المحتويات :

- المتطلبات الأساسية للنجاح في العملية البيعية .
- الوصايا العشر لجذب العملاء .
- أهمية التسويق بالعلاقات ودوره في جذب العملاء والاحتفاظ بهم .
- الفروقات الجوهرية بين مفهوم (RM) & (TM) وكيفية تطبيقها .
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء
- كيف تداوم على تقديم خدمة متميزة لعملائك .
- هل العميل دائماً على حق ؟
- كيف تقيس وتقيم أدائك في خدمة عملائك ؟
- كيف تحول عملية البيع لعرض مسرحي ؟
- كيف تطور أفكارك البيعية لتبهر عملائك ؟
- أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم .
- أنواع الاعتراضات وكيفية التعامل معها .
- كيف تحافظ على عملائك سعداء ؟
- كن فوق توقعات عملائك ... كيف ؟
- كيف تخدم عملائك بطريقة صحيحة من أول مرة .
- كيف تجعل منتجاتك وسياساتك مطابقة لاحتياجات عملائك .
- كيف تشجع عملائك على زيادة مشترياتهم منك .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .





## الهدف من البرنامج :

- تعريف المشاركين بمفهوم التسويق العقاري وأهميته في الوقت الحالي.
- تنمية المهارات البيعية لرجال البيع العاملين في مجال تسويق العقارات (الأراضي الخام والمطورة - المباني السكنية والإدارية - المراكز التجارية - ... الخ).
- رفع كفاءة المشاركين، وبالتالي قدرتهم على عرض العقارات التي يتعاملون فيها على عملائهم الحاليين والمرتقبين.
- إطلاع المشاركين على مهارات تسويق وبيع العقارات من خلال الهاتف.
- تمكين المشاركين من إتقان صفقات بيعية ناجحة وزيادة حجم مبيعاتهم.

## المحتويات :

- مثلث العملية البيعية.
- المفاهيم البيعية الأساسية في تسويق العقار.
- وظيفة البيع وعلاقتها بالنشاط التسويقي.
- خصائص ومميزات مسوقي العقار المحترفين.
- الفروقات الجوهرية بين تسويق العقار وغيره من المنتجات الصناعية والخدمية..الخ.
- طرق وأساليب البحث عن العملاء المرتقبين للوحدات العقارية.
- أنواع وطبيعة العملاء (مشتري ومستأجري العقارات) وكيفية التعامل معهم.
- تخطيط عملية العرض البيعي الناجح للمشاريع العقارية.
- مهارات العرض البيعي الناجح في المقابلات البيعية.
- الخط الساخن .. ومهارات تسويق العقار عبر الهاتف.
- أنواع اعتراضات العملاء وكيفية الرد عليها والتعامل معها في مجال العقار.
- كيفية إنهاء المقابلات البيعية بنجاح.
- نصائح بيعية هامة لمسوقي العقار.

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على ( ٣ ) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .

أ

## الهدف من البرنامج :

يهدف هذا البرنامج إلى تنمية المهارات البيعية والإشرافية لمشرفي ومديري المبيعات ورفع كفاءتهم وبالتالي قدرتهم على إدارة العمليات البيعية وفريق المبيعات بكفاءة لتحقيق الأهداف البيعية للشركة.

ب

## المحتويات :

- الوظائف والمهام الرئيسية لمشرفي ومديري المبيعات الفعال.
- أهم المشاكل البيعية وكيفية التعامل معها.
- طرق وأساليب اختيار رجال البيع .
- كيفية تدريب وتنمية كفاءة رجال البيع .
- دراسة سلوك العملاء كأساس للعمل البيعي .
- كيفية تخطيط القوة البيعية الأكثر إنتاجية وفعالية .
- كيفية متابعة وتقييم الجهود البيعية لرجال البيع .
- تخطيط المناطق والمسارات البيعية .
- إدارة الاجتماعات البيعية بفاعلية .
- دور مدير المبيعات في التفويض .
- طرق وأساليب تحفيز رجال البيع .

ج

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .





## ثانياً : برامج التسويق كود (٢)

- ١/٢ برنامج التسويق فى ظل الأزمات وركود الأسواق .
- ٢/٢ برنامج طرق وأساليب إعداد دراسات وأبحاث السوق الميدانية .
- ٣/٢ برنامج دراسة الجدوى التسويقية للمشروعات العقارية .
- ٤/٢ برنامج طرق واساليب صياغة الاستراتيجيات والخطط التسويقية .
- ٥/٢ برنامج استراتيجيات التسويق المتقدمة (أفكار ابتكارية لتعزيز القدرة التنافسية) .

## الهدف من البرنامج :

الأزمات الاقتصادية المحلية والعالمية من أخطر المؤثرات الخارجية على المشروعات الاقتصادية ، حيث يسود الركود ويقلل الشراء وتنخفض المبيعات ويتراكم المخزون ، ويصبح مجرد استمرار المشروع تحدياً ضخماً ونجاحاً يحسب لأصحاب المشروعات والقائمين عليها. مما يتطلب من أصحاب المشروعات والقائمين عليها أمرين ، أولهما كسر حاجز الخوف من المستقبل والآخر امتلاك الخبرة التسويقية والمعرفة والمهارة اللازمة لتخطي هذه الأزمات والانتقال من الأسواق الحمراء (التقليدية) إلى الأسواق الزرقاء (الابتكارية) .. وهذا هو ما نحاول أن نتناوله في هذا البرنامج من خلال إيجاد حلول عملية .

## المحتويات :

- كيف تكسر حاجز الخوف وتتفادى الوقوع في مصيدة القطيع ؟
- قانون التجاذب .. وكيفية استخدامه في تخطي الأزمة ؟
- قوانين الغموض وقواعد التعامل معها .
- التسويق ودوره في كسر الركود الاقتصادي .
- الفلسفة الاستثمارية لأعظم مستثمري العالم في ظل الأزمات .
- كيف تواجهه آثار وتحديات العولمة التي تتخطى حدود الزمان والمكان ؟
- لماذا تعاني معظم الشركات من ضعف في قدرتها التنافسية وترتبك عند مواجهة الأزمات ؟
- التغيير هو الشيء الوحيد المؤكد في عالم الأعمال .. فماذا أعددت له ؟
- هذه الأزمة لم تكن الأولى .. ولن تكون الأخيرة .. فكن مستعد .
- أفكار تسويقية ابتكارية للاستمرار في زمن المنافسة القاتلة وركود الأسواق .
- ٦ أساليب لخلق أسواق جديدة لمنتجاتك .
- ماهية الأسواق الحمراء (التقليدية) والأسواق الزرقاء (الابتكارية) وكيفية التعامل معها ؟
- القوانين التسويقية الثابتة وكيفية التعامل معها ؟
- الركود .. أحد المراحل الطبيعية للدورة الاقتصادية ؟
- المزيج التسويقي الفعال ودوره في التغلب على الكساد والخروج من الأزمات.

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



أ

## الهدف من البرنامج :

- تهدف هذه الدورة إلى تزويد المشاركين (المتدربين) بالطرق والأساليب العلمية والعملية والمهارات اللازمة لإعداد دراسات وبحوث السوق الميدانية التي تساعد على إمداد متخذي القرارات التسويقية بالمعلومات والبيانات .
- دراسة وتحليل سلوكيات واتجاهات العملاء الحاليين والمرتقبين تجاه الخدمات.
- دراسة وتحليل طبيعة وظروف المنافسة بالأسواق وجمع المعلومات عن المنافسين .
- دراسة وقياس مدى رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها مقارنة بباقي المؤسسات .
- دراسة الفرص التسويقية المتوقعة أمام الخدمات الجديدة التي تنوي المؤسسة طرحها بالأسواق .

## المحتويات :

- ماهية بحوث التسويق وأهميتها.
- وظائف أجهزة بحوث التسويق ومواقعها الفعالة بالهيكل التنظيمية.
- كيفية تشكيل فرق بحوث التسويق وأساليب تفعيلها .
- الخطوات العشر لإعداد دراسات وبحوث تسويقية أكثر واقعية .
- أنواع البيانات المستخدمة في دراسات وبحوث السوق وكيفية الحصول عليها .
- صفات الباحث التسويقي الفعال .
- طرق وأساليب جمع البيانات الميدانية من الأسواق من خلال قوائم استطلاع الرأي وغيرها.
- خطوات إعداد قوائم استطلاع الرأي بما يخدم أهداف الدراسة .
- قواعد المقابلات الشخصية الناجحة .
- طرق وأساليب تفرغ وتبويب وتحليل البيانات .
- مهارات كتابة تقرير البحث التسويقي ومهارات عرض النتائج.
- الأخطاء الشائعة في إعداد البحوث التسويقية، ارتكب أي منها وتحمل النتيجة !!
- كيف تحول نتائج البحوث التسويقية إلى قرارات فعالة وكيفية متابعة تنفيذها .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٢٠ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٥) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .

ب

ج



أ

### الهدف من البرنامج :

تزويد المشاركين بالطرق والاساليب والمهارات اللازمة لإعداد دراسات الجدوى التسويقية للمشروعات العقارية بغرض تحديد الاستغلال الأمثل للأراضي المتاحة والتعرف على الفرص التسويقية المتاحة امام كل مكون مقترح ( سكني / اداري / تجاري / سياحي / علاجي / ترفيهي / ... الخ )

ب

### المحتويات :

- الاختلافات الجوهرية بين المشروعات العقارية وباقي المشروعات الصناعية والتجارية .. الخ .
- أهم العوامل التي ينبغي أخذها في الإعتبار عند وضع البدائل التي سيتم دراستها والاختيار من بينها .
- مكونات دراسات الجدوى التسويقية وأهميتها للمشروعات العقارية وطرق اعدادها.
- طرق واساليب دراسة موقع المشروع من الناحية التسويقية بغرض التعرف على اهم نقاط القوة الضعف له.
- طرق واساليب جمع البيانات الميدانية والاحصائية اللازمة لاعداد الدراسة .
- طرق واساليب دراسة طبيعة وظروف المنافسة لكل مكون مقترح لاستغلال ارض المشروع .
- الشرائح المستهدفة من العملاء المرتقبين للمشروع كيفية تحديدها والتعرف على اماكن تواجدها واستطلاع آرائها حول المكونات المقترحة للمشروع .
- الاخطاء الشائعة في اعداد دراسات الجدوى التسويقية للمشروعات العقارية .. ارتكب ايا منها وتحمل النتيجة
- الفجوة الكمية والنوعية بين العرض والطلب وكيفية تقديدها .
- إلى من توجه حملتك التسويقية والترويجية .
- اهمية وسبل التنسيق الفعال بين القائمين على الدراسة التسويقية للمشروع والقائمين على الدراسة الفنية والمالية للتأكد من جدوى المكونات المقترحة .
- كيفية استخلاص النتائج والمؤشرات من الدراسة واتخاذ القرارات المعتمدة عليها .
- مهارات كتابة تقرير الدراسة ومهارات عرض نتائجها .

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على ( ٣ ) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



## الهدف من البرنامج :

- تنمية مهارات المشاركين في الالمام بالاستراتيجيات التسويقية الحديثة والعمل على تطبيقها.
- صقل مهارات المتعاملين من خلال الوقوف على شكل منطقي لتحليل الامور في بيئة المستقبل في مجال اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.
- دعم قدرات متخذي القرارات التسويقية في مواجهة المستقبل.

## المحتويات :

مفاهيم أساسية (مفاهيم ومراحل وأهمية التخطيط الإستراتيجي للتسويق )

- مراحل وأخلاقيات حروب المنافسة التسويقية .
- نصائح قبل خوض الحروب التسويقية .
- تعريف .. التخطيط الاستراتيجي للتسويق .

أنواع ومكونات الخطط والاستراتيجيات التسويقية الأساسية .

- أنواع وخطوات إعداد الخطط التسويقية المتكاملة .
- مراحل التخطيط الاستراتيجي واستراتيجيات التنافسية الناجحة .
- دورة حياة المنتج .

بحوث التسويق (طرق وأساليب جمع البيانات الميدانية ) .

- تعريف وأهمية بحوث السوق .
- فائدة الاستخبارات التنافسية .
- خطوات إعداد بحوث التسويق
- المعايير المستخدمة في تقييم

مدى فاعلية نظام المعلومات التسويقية .

كيفية التخطيط الاستراتيجي لعناصر المزيج التسويقي .

- عناصر المزيج التسويقي .
- كيف تضع خطط منتجاتك ؟
- أهداف التسعير وكيف تضع خطط واستراتيجيات تسعير منتجاتك ؟

العوامل التي تؤثر في اختيارك لقنوات ومنافذ التوزيع .

أهداف الترويج - خطوات إعداد الخطة الترويجية .

ما هو الحل (الخطوات العملية للبدء والتطبيق العملي)

- الوصايا العشر قبل التطبيق .
- المراحل الست لتطوير المنتجات .
- مصادر وطرق الحصول على الأفكار الجديدة

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



## الهدف من البرنامج :

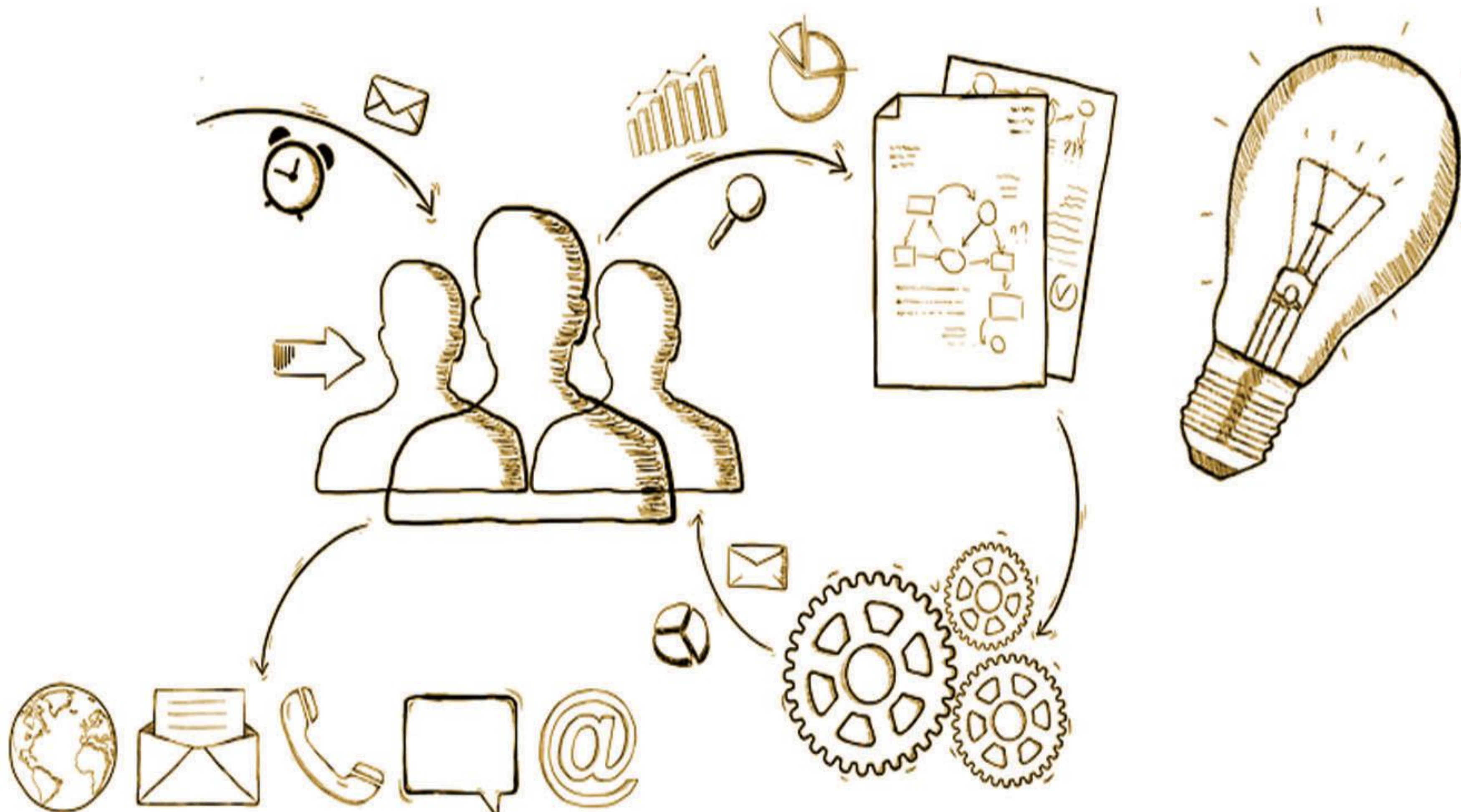
يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بالخبرات اللازمة لصياغة استراتيجيات وخطط تسويقية فعالة تتضمن أفكار ابتكارية لتعزيز القدرة التنافسية للشركة مبنية على احتياجات العملاء ودراسة وتحليل المنافسين والأسواق، وكيفية غزو هذه الأسواق والسيطرة عليها .

## المحتويات :

- مفاهيم ومعلومات هامة في مجال التسويق والبيع .
- ماهية الأسواق التقليدية والابتكارية والفروقات الجوهرية بينها .
- ما هي طبيعة وظروف السوق الذي تعمل به (تقليدي أم ابتكاري) .
- مفاهيم التمييز في عالم التسويق (غير مكياجك ... وطور شركتك باستخدام بحوث التسويق) .
- كيف تناور منافسوك بمزيج تسويقي فعال .
- أسرار الابتكار والسيطرة على الأسواق .
- القوانين التسويقية الثابتة ... اخرق أياً منها وتحمل أنت وشركتك النتيجة .
- الخطوات العشر لإعداد دراسات وبحوث السوق الأكثر واقعية (تحليل المنافسين - التعرف على الصورة الذهنية لشركتك لدى عملائك ..) .
- أنواع البيانات المستخدمة في دراسات وبحوث السوق وكيفية الحصول عليها .
- كيفية تصميم قوائم استطلاع الرأي واستخدامها في جمع البيانات .
- كيف تحول نتائج البحوث التسويقية إلى قرارات فعالة .
- ٥ أساليب لتطوير منتجاتك .
- ٦ أساليب لخلق أسواق جديدة لمنتجاتك .
- لماذا تعاني معظم الشركات من ضعف في قدرتها التنافسية وترتبك عند مواجهة الأزمات ؟ .
- أفكار تسويقية ابتكارية للاستمرار في زمن المنافسة القاتلة وركود الأسواق .
- المزيج التسويقي الفعال ودوره في التغلب على الكساد والخروج من الأزمات .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .







## ثالثاً : برامج التنمية الذاتية والإدارية كود (٣)

- ١/٣ برنامج تحليل الوضع الحالى لاكتشاف مصادر المخاطر والتعامل معها .
- ٢/٣ برنامج المدير المتميز وتطوير الأداء الإدارى .
- ٣/٣ برنامج كيف تصبح ثريا "قوانين التعامل مع المال" .
- ٤/٣ برنامج خطط لحياتك ولا تأس على ما فاتك .
- ٥/٣ برنامج التحفيز وتفجير الطاقات .
- ٦/٣ برنامج الفلسفة الاستثمارية لأعظم مستثمرى العالم .
- ٧/٣ برنامج بناء وتعزيز الثقة بالنفس .
- ٨/٣ برنامج النجاح الحقيقى الكافى ما هو؟ وكيف تحققه؟
- ٩/٣ برنامج بناء فريق العمل .
- ١٠/٣ برنامج إدارة الوقت وترتيب الأولويات .
- ١١/٣ برنامج إدارة الاجتماعات بفاعلية .
- ١٢/٣ برنامج إدارة ضغوط العمل .

## الهدف من البرنامج :

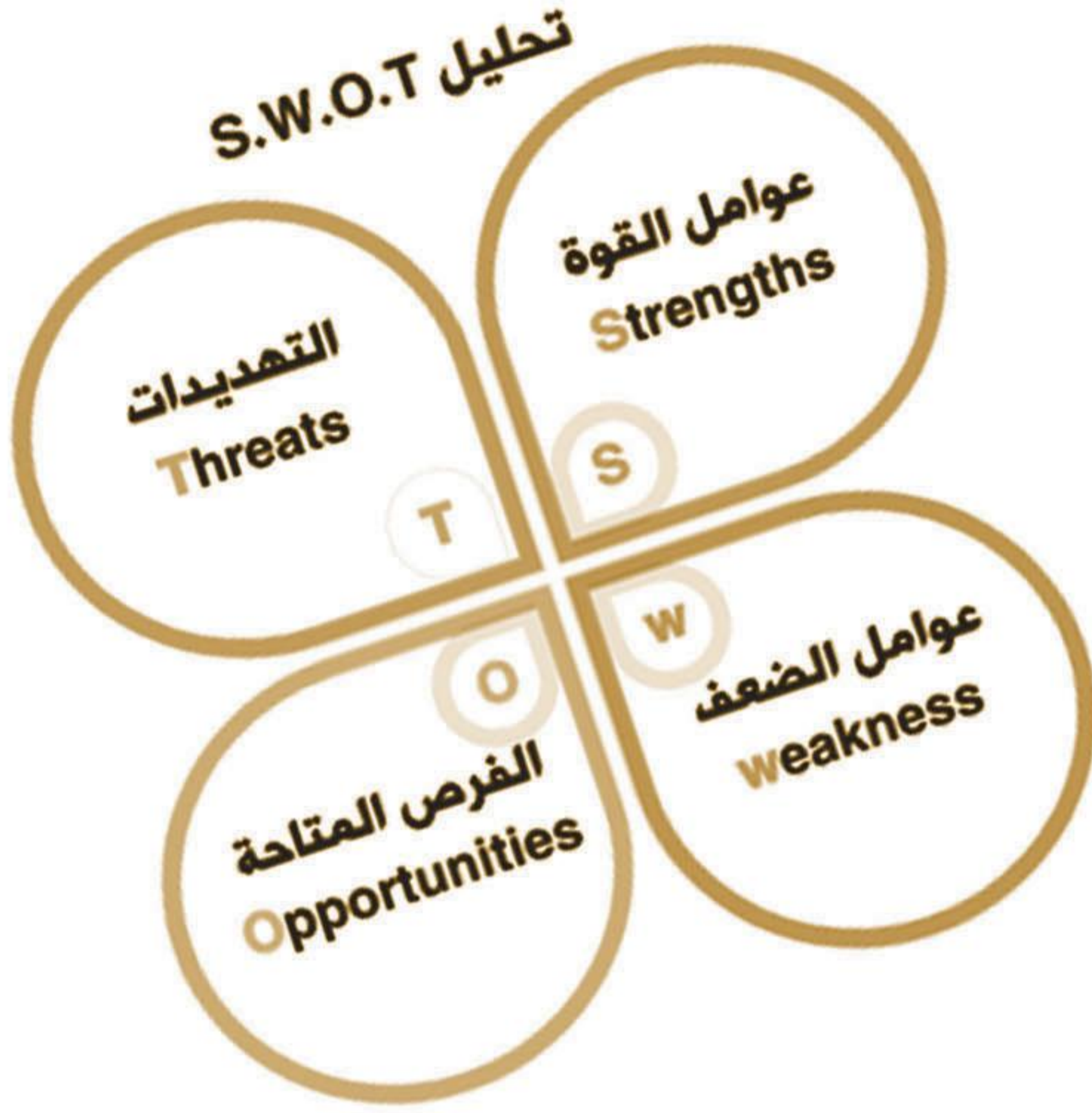
- المدراء ونوابهم .
- وظائف المستويات الإدارية العليا .
- رؤساء الأقسام والمراقبين .

## المحتويات :

- مقدمة في عملية الإدارة .
- التخطيط .
- تحديد الاهداف
- تحليل الوضع الحالي (نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر)
- وضع البدائل
- خطة العمل
- تحليل البيئة الداخلية للمنظمة ..... بهدف التعرف على نقاط القوة والضعف بها .
- تحليل SWAT للمنظمات .
- كيفية تحليل نقاط القوة والضعف بشركتك .
- تحليل البيئة الخارجية للمنظمة .... بهدف التعرف على الفرص والتهديدات .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



# برنامج المدير المتميز وتطوير الأداء الإداري

## الهدف من البرنامج :

يهدف هذا البرنامج الى تنمية المهارات البيعية لرجال البيع ورفع كفاءتهم وبالتالي قدرتهم على عرض المنتجات التي يتعاملون فيها على العملاء الحاليين والمرتقبين وإتمام صفات بيعية ناجحة وزيادة حجم مبيعاتهم .. الخ.

## المحتويات :

- طبيعة عمل الوظيفة الإدارية والقيادية، ودورها في إحداث التطوير الإداري.
- المدير المتميز يعمل ويؤثر في كل الاتجاهات ( ٣٦٠ درجة) مع الرؤساء والمرؤوسين والزملاء .
- الأركان الأربعة للنجاح الحقيقي (الكافي) وكيف تحققه .
- الذكاء العاطفي والتفكير خارج الصندوق "كيف تصبح أكثر فهماً لنفسك وللآخرين من حولك" .
- طرق وأساليب تحفيز المرؤوسين .
- المدير المتميز ومهارات الاتصال الفعال كيف تتقن مهارات التحدث والإقناع ؟
- الصفات والمهارات الأساسية للمدير المتميز .
- الوجه الآخر .. قوانين القوة في القيادة وكيفية استخدامها .
- إدارة المهدرات "تبسيط الإجراءات وضبط النفقات" .
- أنواع الموظفين وكيفية إدارتهم والحصول على أفضل ما لديهم .
- استراتيجية الحلول الجذرية للتعامل مع السلبية .
- مفتاح الشخصية "النوازع والسمات الشخصية التي يتصف بها الناس" .
- مهارات بناء وتفعيل فرق العمل .
- المدير ومهاراته في إدارة ما في الوقت .
- المجموعات الساخنة كيف تنشئها وترعاها وتوظفها لاشغال المنظمة واطاعتها .
- فن إدارة وتوظيف الخلاف في بيئة العمل "كيف تستخرج أفضل ما في الناس في أحلك الظروف" .
- التفويض الفعال " لماذا وكيف ولمن .. تفوض" .
- ماذا تفعل عندما تدعو وتدعى لاجتماع .
- مهارات التفكير الابتكاري والإبداعي في حل المشكلات واتخاذ القرارات .

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٢٠ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٥) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



أ

## الهدف من البرنامج :

لماذا يحقق بعض الناس الثراء بمنتهى السهولة ، بينما يُقدَّر لآخرين أن يحيوا حياة كادحة ؟ هل الفرق في مستوى تعليمهم ، ذكائهم ، مهاراتهم ، انضباطهم ، اتصالاتهم وعلاقاتهم ، حظهم ، اختيارهم لوظائف مناسبة، نوعية مشروعاتهم ... ؟ ... الإجابة هي : لا شيء مما سبق !! .  
شارك معنا بندوة كيف تصبح ثرياً لتتعرف على الإجابة .. ونعدك بمشيئة الله بأنخرج من هذه الندوة وأنت تحمل معك نظرة جديدة تجاه الحياة والمال.

## المحتويات :

- ما هي الفروق الجوهرية بين الأغنياء والفقراء ؟
- الطرق الخمسة الأكثر انتشاراً لجلب الثراء.
- كيف تعيد ضبط وبرنامج مخطئك المالي ؟
- تعرف على نفسك .. هل أنت بخيل أم مبذر أم مقتصد ؟
- كيف تعيد برمجة نفسك لتكتشف قدراتك من أجل الثروة والنجاح ؟
- لماذا يفكر الأغنياء بطريقة مختلفة عن الفقراء ؟
- ١٧ ملف من ملفات الثراء .. كيف تضعها موضع التنفيذ ؟
- ٤ عوامل تحدد قيمتك في سوق العمل .
- لماذا يختار الناس أن يمارسوا أعمالهم في نطاق ضيق ؟
- كيف تتعلم من حياة وأقوال الأبطال والأغنياء والناجحين ؟
- ٤ عوامل تحدد صافي ثروتك .
- حساب الحرية المالية كيف تنشئه وتستثمره ؟
- هل أنت ممن يعملون بجد من أجل المال ؟ أم أن المال يعمل بجد من أجلك ؟
- ماذا تفعل لتزيد من ثروتك ؟
- كيف تستبدل ملف الإشباع المادي بملف الحرية المالية.
- ٦ نصائح تجعل محفظتك دائماً ممتلئة بالمال .
- القوانين الخمسة التي تحكم التعامل مع المال .
- كيف تجلب الحظ السعيد وتتعامل مع الفرص ؟

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على ( ٣ ) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



ب

ج

أ

## الهدف من البرنامج :

هل فكرت يوماً إلى أين أنت متجه ؟ وما الذي تريد أن تحققه في المستقبل ؟ إن الإجابة على مثل هذا السؤال قد تكون سهلة في محتواه ، ولكن السؤال هو كيف ستحقق ما أنت تريد ؟ إن هذه الأسئلة والإجابة عليها تعد مهارة أساسية من مهارات الحياة .  
إنه التخطيط ... ذلك النشاط الذي ينقلك من وضعك الحالي ( وضعي الآن !! ) إلى ما تطمح بالوصول إليه ( أي أهداف وأمنيات مستقبلية ) عن طريق تصميم أعمالك ووضع برامج (أي الخطة).

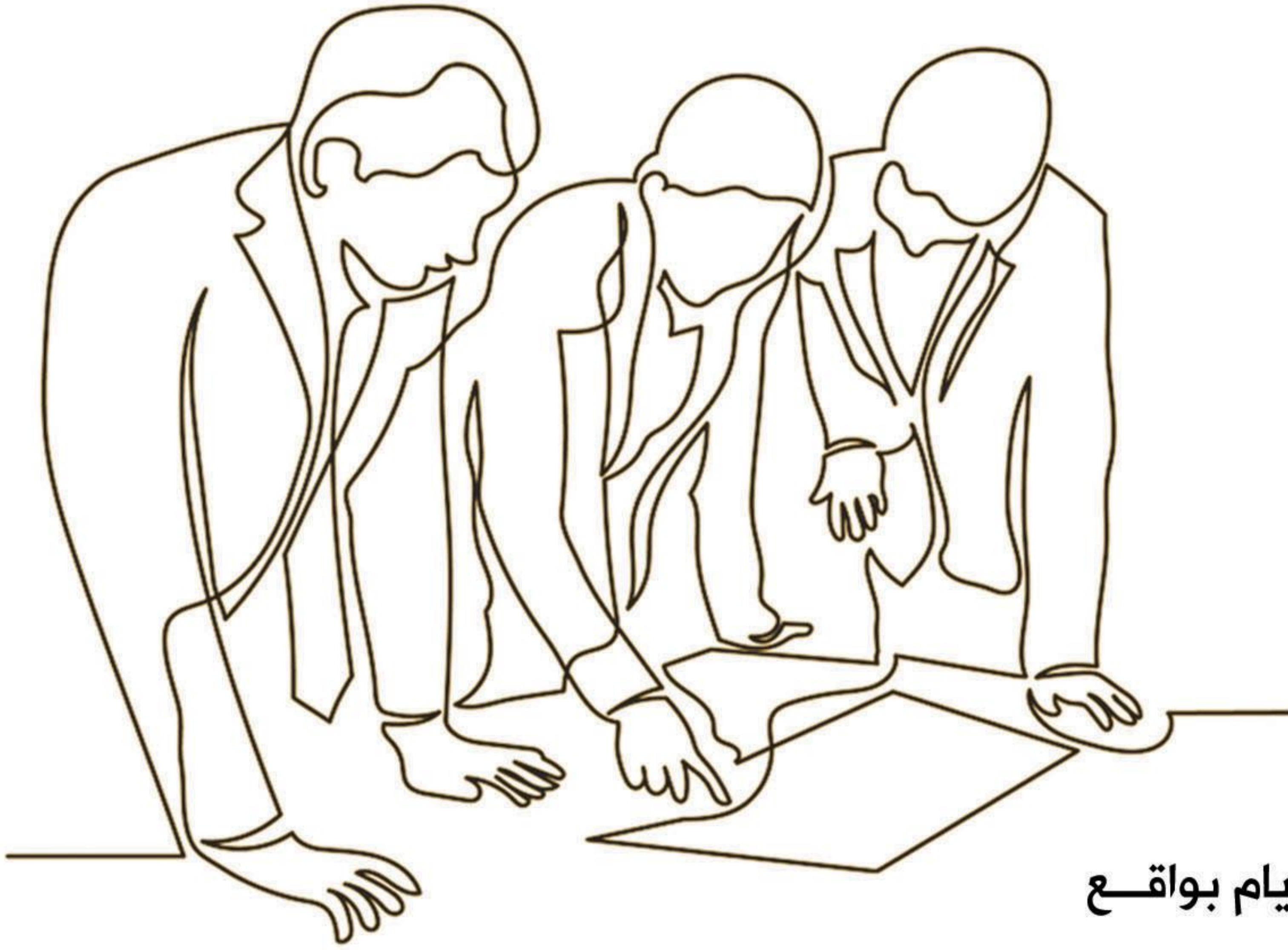
ب

## المحتويات :

- هل تعرف ما تريد وأين تتجه ؟
- كم تعتقد نسبة من يفكروا ويخططوا لحياتهم ؟
- أربعة أسباب رئيسية وراء صورة ذاتك السيئة.
- متى يعتبر المرء فاشلاً ؟
- معنى الثقة بالنفس .
- كيف ترى نفسك ؟
- عشر طرق بسيطة لتعزيز ثقتك بنفسك .
- ثمانية مفاتيح ومدخل سهلة إلى عقول وقلوب الناس.
- خمسة أساليب لإدارة الخلاف.
- عشر أسئلة تساعدك على اختبار أحلامك
- الموازنة بين جرأة الحلم وواقع موقفك.
- هل يجبرك حلمك على الالتزام بتحقيقه؟
- ما هو مقياس شغفك لتحقيق حلمك ؟
- الإجراءات اللازمة لتحويل الحلم إلى حقيقة.
- اعلن عن مبادئك وأهدافك أمام العالم بأسره.
- عيش الحلم وتخيل الهدف.
- ثلاثة مراحل لحدوث الفعل.
- تحديد الأهداف أهم خطوة في طريق نجاحك وسعادتك .

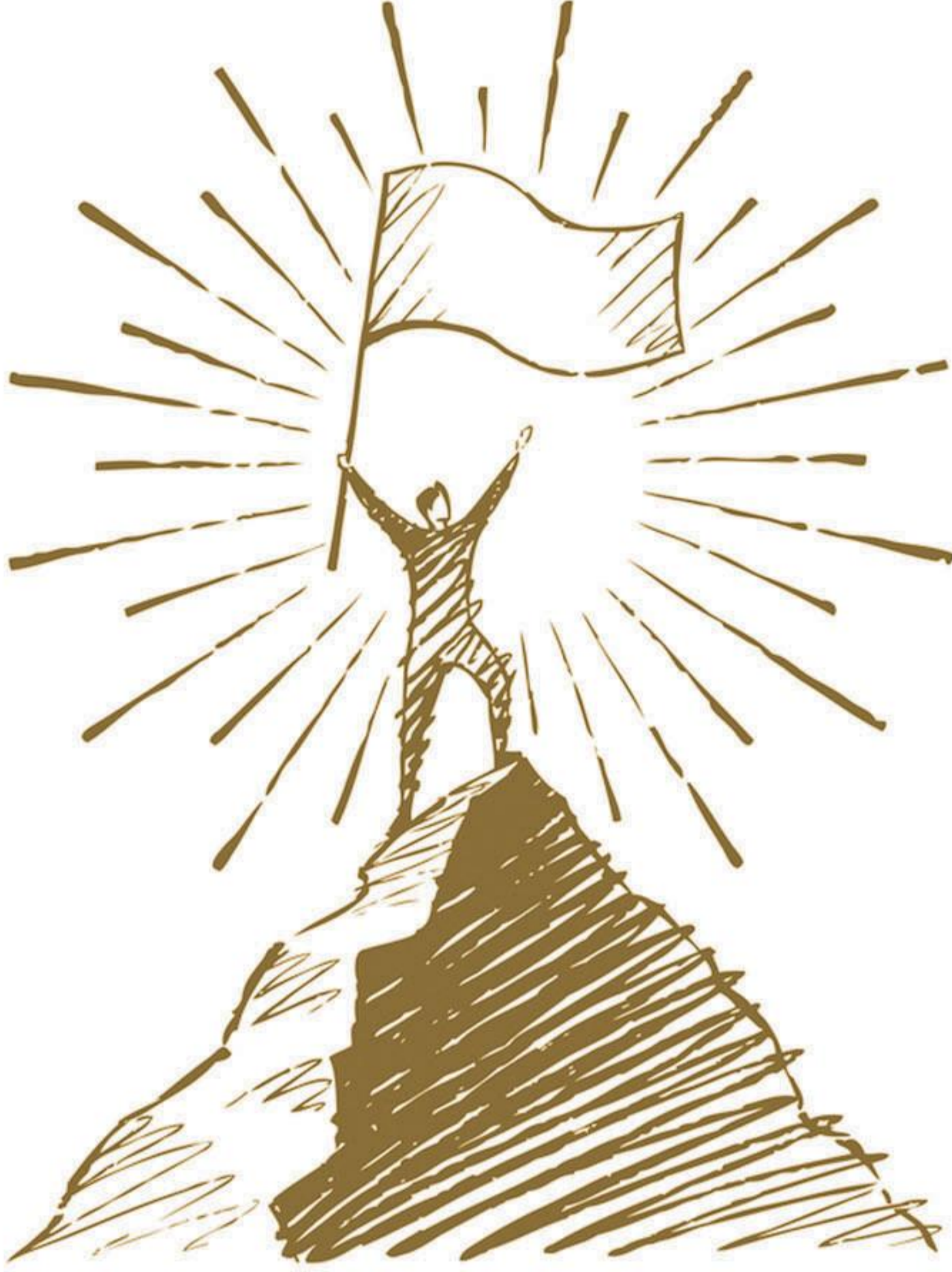
## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٢٠ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٥) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



### الهدف من البرنامج :

تعد القدرة على تحفيز الأفراد ورسم اهداف واضحة لهم لتحقيق النتائج من خلالهم لب عملية الإدارة والقيادة ، فالتحفيز هو القدرة على إقناع العاملين وتكوين فرق عمل فعالة لتحقيق الأهداف ، وفي ظل متطلبات الإدارة الحديثة وتنامي الحاجة إلى رفع الكفاءة والفاعلية للعاملين لسد فجوة الأداء ومتطلبات العملاء المتنامية للحرص على الجودة فإن هذه المهارة تعد اليوم مطلباً أساسياً ومهارات لازمة لكل قائد ومدير ، فهي تساعد القائد على صياغة الأهداف بدقة والمشاركة الجماعية من جميع فريق العمل لتحقيق هذه الأهداف بفاعلية وفق منهجية علمية تتناغم ومنهجية الإدارة الحديثة .



### المحتويات :

- ما هو الفرق بين الحافز والدافع ؟
- بكلمات قليلة تستطيع تغيير حياة من حولك إلى الأفضل .
- أصناف الناس ثلاثة في التحفيز .
- ١٤ شرطاً لنجاح التحفيز .
- ٢٠ طريقة للتحفيز وتفجير الطاقات .

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على ( ٣ ) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .

أ

ب

ج

## برنامج الفلسفة الإستثمارية

لأعظم مستثمرى العالم في القرن الواحد والعشرين

### الهدف من البرنامج :

حتى تتمكن من إدارة مشروعاتك واستثماراتك بشكل مستنير ، حيث تهدف تلك الدورة التدريبية الى إكساب المشاركين المعارف والمهارات اللازمة لتمكينهم من التعامل مع فرص الاستثمار وإدارة منتجات وخدمات الاستثمار المختلفة .

### المحتويات :

- من هو وارن بافيت ...
- لماذا يتصرف وارن بافيت هكذا ؟
- ما هو سر الشركات الناجحة ؟
- ما هو القاسم المشترك بين المستثمرين الناجحين ؟
- ٢٤ نصيحة للملياردير "وارن بافيت"

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٨ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على يومين بواقع ٤ ساعات يومياً .



أ

ب

ج

## الهدف من البرنامج :

تهدف هذه الندوة، ذات التوجه العملي المباشر، إلى زيادة مهاراتك من خلال تعليمك كيفية تتقبل ذاتك وقدراتك؟ كيف تنمي هذه الذات بعد قبولها؟ كيف تتصرف بثقة أكثر؟ أسئلة يسألها الكثيرون، وهذه الندوة تقدم لك الإجابات المباشرة، والطرق المناسبة لبناء الثقة الشخصية، اليوم وكل يوم.

## المحتويات :

- ما معنى الثقة بالنفس .
- كم تقدر نسبة الواثقين من أنفسهم من الناس ؟
- كيف ترى نفسك وكيف يراك الآخرون ؟
- هل أنت واثق من نفسك ؟
- ١٠ طرق بسيطة لتعزيز ثقتك بنفسك .
- متى تهتز ثقة الإنسان بنفسه ؟
- هل تعرف ماذا تريد وأين تتجه ؟
- هذه حياتك .. لا وقت للتجارب .
- دعائم مستقبلك .
- التوازن في الحياة سر النجاح .
- كيف تحول حلمك إلى حقيقة ؟

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يوميا .



أ

ب

ج

# برنامج النجاح الحقيقي الكافي

ما هو وكيف تحققه ؟

## الهدف من البرنامج :

تهدف هذه الدورة، ذات التوجه العملي المباشر، إلى زيادة مهاراتك من خلال تعليمك مصادر النجاح الحقيقي وأركانه ، وكيفية تعزيز ثقتك من خلال استراتيجيات إيجابية ومتميزة لاتخاذ القرارات المناسبة لتحقيقه.

## المحتويات :

- ما هو النجاح الحقيقي الكافي ؟
- هل أنت إنسان ناجح ؟ وما دليلك ؟
- ما هي مصادر النجاح الحقيقي ؟
- أركان النجاح الأربعة .. وكيف تحقق التوازن بينهما ؟
- صفات الناجحين ؟
- كيف تعزز ثقتك بنفسك ؟
- كيف يصبح التفاؤل جزءاً من شخصيتك ؟
- استراتيجيات تفعيل الإيجابيات ومحو السلبيات في حياتنا ؟
- كيف تصبح متميزاً ومختلفاً عن الآخرين ؟
- الفرق الجوهرى بين الأشخاص المتميزين والفاشلين ؟
- كيف تحول حلمك الي حقيقة ؟
- ماذا تصنع إذا داهمتك شدة تخاف منها علي كيانك ؟
- من أي أنماط متخذي القرارات أنت ؟

## مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٨ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على يومين بواقع ٤ ساعات يوميا .



أ

ب

ج

### الهدف من البرنامج :

بنهاية هذا البرنامج التدريبي نتوقع أن المشاركون قد حققوا المساهمة في تعريفهم بمفهوم فريق العمل وآليات بنائه وأهمية تنمية روح الجماعة لدى المشاركين في فريق العمل ، وآليات زيادة درجة تماسك الجماعات ، وتأصيل قيم الجماعة و توحيد الرؤية بين أعضاء الفريق مما يزيد من فاعلية فرق العمل وتقليل الاحتكاك و النزاع بين الفرق داخل المنظمة من خلال وحدة الرؤية .

### المحتويات :

إدارة فريق العمل:

- أنواع المديرين
- طرق التعامل مع كل نوع من الموظفين (القيادة الموقفية)

تطوير أداء فريق العمل :

- أنواع الموظفين
- تدريب الموظفين
- تحفيز الموظفين

حل المشكلات في بيئة العمل (المشكلات الشخصية / المشكلات المهنية) :

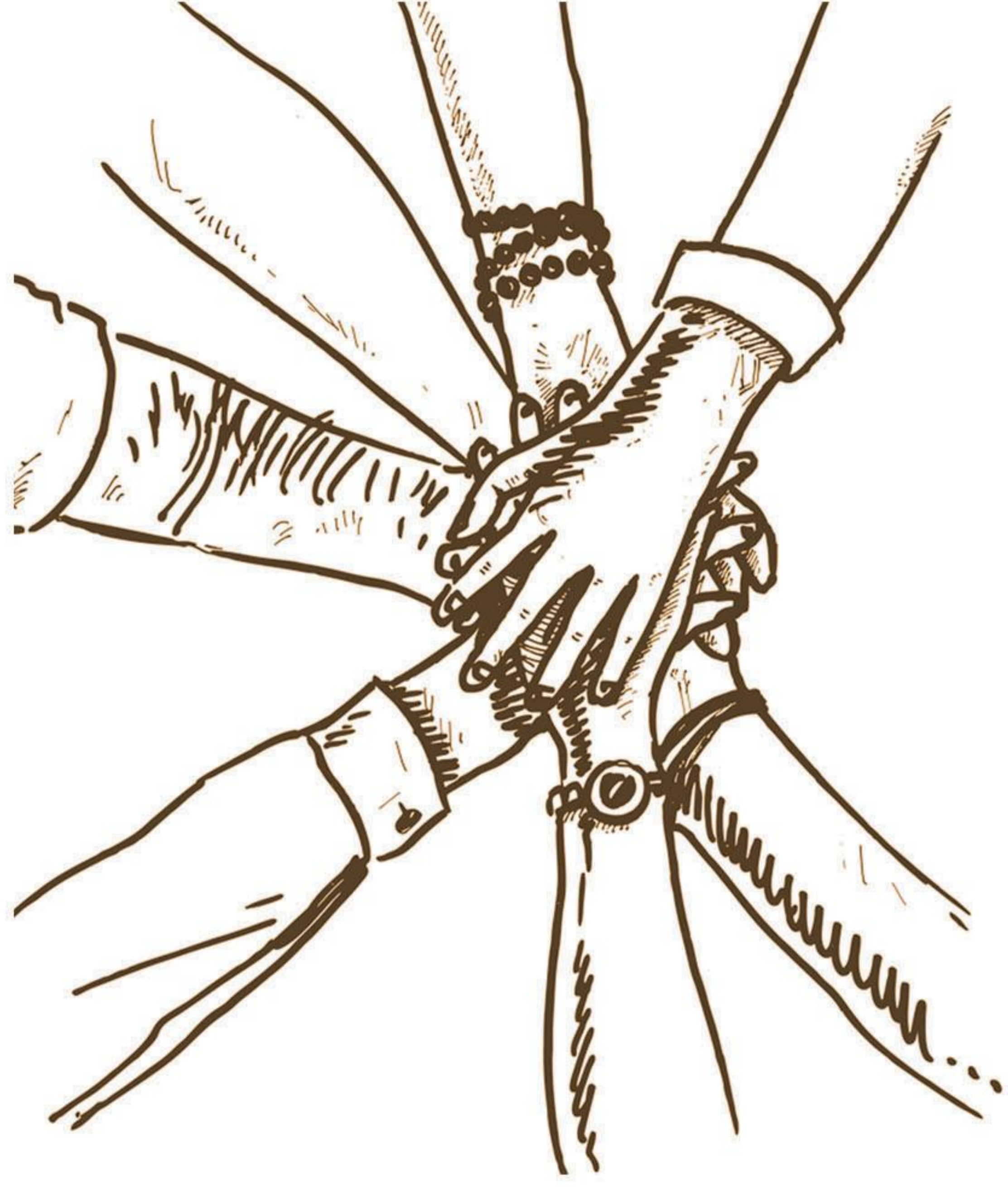
- فن خلق البدائل (جلسات العصف الذهني)

وضع خطط العمل (Action Plan) :

- أنواع المديرين
- طرق التعامل مع كل نوع من الموظفين (القيادة الموقفية)

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



## برنامج إدارة الوقت وترتيب الأولويات

### الهدف من البرنامج :

لدينا جميعاً القدر نفسه من الوقت، ولكن بعض الناس يبدو أنهم يستفيدون من أوقاتهم على نحو أفضل! تجنب الضغط في حياتك اليومية، واجعل لنفسك أهدافاً واضحة، وتعلم كيفية إدارة وقتك على نحو فعال!

### المحتويات :

• أنت والوقت

- أساسيات إدارة الوقت .

• تحليل الوقت

- جمع المعلومات .
- اختبار النشاطات .
- رسم منحنى النشاط .

• تخطيط الوقت

- خطط لوقتك .
- كيف تعد الخطة .

• تنظيم الوقت

- اعداد قائمة الأعمال اليومية .
- التفويض الفعال .

• مراحل التنفيذ

- نصائح عامة في التنفيذ .
- التسوية والتأجيل .
- التعامل مع مضيعات الوقت .

• مرحلة المتابعة

- مبدأ إعادة التحليل .
- إبدأ تنفيذ ما تعلمته .

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يومياً .



### الهدف من البرنامج :

- التعرف على أساليب التحضير للاجتماعات والتخطيط لها.
- زيادة القدرة على استخدام الأساليب المختلفة لإدارة الاجتماعات.
- كيف تجعل اجتماعاتك منتجة ومفيدة.
- القدرة على التعامل الأمثل مع المجتمعين.
- التعرف على معيقات سير الاجتماع.

### المحتويات :

- اهداف وعناصر الاجتماع
- انواع الاجتماعات
- عيوب الاجتماعات
- اشكال قاعات الاجتماعات
- ٦ اعتبارات اساسية لعقد اجتماعات فعالة
- الأدوار اثناء الاجتماع
- الرئيس / السكرتير / المشاركون

- مهارات التواصل الواجب توافرها في قائد الاجتماع
- مهارات الانصات / مهارات الحديث / لغة الجسد

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ١٢ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على (٣) أيام بواقع ٤ ساعات يوميا .

## برنامج إدارة ضغوط العمل وأساليب التغلب عليها

### الهدف من البرنامج :

- تعريف المشركين بمصادر ضغوط العمل في بيئة العمل .
- تعريفهم بماهية إدارة العقل وخاصة في ظل العمل تحت الضغوط.
- تزويدهم بالمهارات والأدوات التي تساعدهم في معالجة ضغوط العمل التي يتعرض لها الموظف في منظمته وخارجها .

### المحتويات :

- أساليب الرقابة الفعالة .
- الرقابة من خلال نموذج Q frame .
- خرائط سير العمل ورقابتها بنموذج Birt .
- المتابعة الأسبوعية للعمل بمعيار MBO .
- متابعة الأداء بنموذج Ap frame .
- الجدول التنفيذي الزمني PMP .
- الرقابة المباشرة والغير مباشرة .
- التدوير والتفويض أسلوب رقابة .
- أساليب التنبؤ بالمخاطر والمشاكل .
- الضغوط وأنواعها ومصادرها .
- أساليب التعامل مع الضغوط .
- استراتيجيات إدارة الضغوط بأنواعها .

### مدة هذا البرنامج :

مدة هذا البرنامج ( ٨ ) ساعة تدريبية ، يتم توزيعها على يومين بواقع ٤ ساعات يوميا .



مراحل إدارة الاجتماعات.

- مرحلة ما قبل انعقاد الاجتماع .
- مرحلة أثناء الانعقاد الاجتماع .
- مرحلة ما بعد الانعقاد .

كيف تكون مشاركا منتجا في الاجتماعات.  
معالجة المواقف المحرجة .  
الإجراءات اللازمة لتهيئة مناخ الاجتماع.







ندرس ونحلل الأسواق ...  
نرصد الفرص ...  
نتعامل مع المخاطر ...

من أجل المساعدة في  
بناء .. وتطوير .. وربحية  
مشروعات عملائنا





كيفية التواصل معنا

