

دليل منهجية التعامل
مع الحريف



دليل

دار المشاريع

9

إن أهم الاستثمارات التي يمكنك القيام بها... تتمثل في تطوير ذاتك للانتقال من شخصية عادية إلى صاحب مشروع.

الفهرس

04	المهارات الأساسية لصاحب المشروع	.I
16	أدير مشروعى	.II
26	أكون العلامة التجارية لمشروعى	.III
32	أتوقع احتياجات الحريف	.VI
41	أحدد استراتيجية العمل الخاصة بى	.V
48	أتقن تقنيات التفاوض	.IV
56	كيف أقنع بالحجج ؟	.IIV

1. أؤكد قيادتي

Se réunir est un début, Rester ensemble est un progrès, Travailler ensemble est la réussite

Henry Ford

في البداية



أن تكون قائداً أو مديراً هما شيئان مختلفان، يقوم المدراء بإرساء النظام وسط الفوضى والحرص على إحترام الوقت والمواعيد، بينما القادة يعملون على إدارة حالة عدم اليقين ومسايرة التغييرات المستجدة بل ويخوضون مغامرات جديدة قد تكون مجهولة العواقب في أغلب الحالات، لكن في نفس الوقت على القائد أن يتحلى بصفات المدير.

القائد الفعال لا يكتفي فقط بإدارة المشاريع الضخمة وتقديم المثال كمصدر إلهام، بل هو مطالب بتحقيق النتائج المرجوة.

خصائص القائد المثالي

- + يقظ، مثابر، بارع، متوازن، وله روح الفكاهة.
- + يعرف كيفية التعامل مع المتغيرات والمستجدات، يتقن التواصل وتقنيات التفاوض ويدفع رفاقه إلى تحقيق طموحاتهم.
- + القائد الفعال يدرك جيداً تأثير سلوكه على المحيطين به.
- + القائد المثالي يكون صاحب نظرة مستقبلية.



القائد هو شخص ذو رؤية مستقبلية ... وهو دائماً صاحب المبادرة الاولية دون القيام بمعظم العمل بشكل فعلي وملمس.

1. المهارات الأساسية لصاحب المشروع

1. أؤكد قيادتي
2. أتحكم في عواطفني
3. أدير الوقت
4. أدير بالاعتراف بالجميل
5. لدي عقلية النجاح المتبادل

2. أتحكم في عواطفني

They may forget what you said, But they will never forget how you made them feel

في البداية

- الذكاء العاطفي يتمثل في كيفية التعامل مع مشاعرك بذكاء.
- تبين الإحصائيات أن 58% بالمئة من الأداء في العمل يرجع إلى الذكاء العاطفي ومن هنا تكمن أهمية تطوير هذه المهارة.
- هو الاستعمال الأمثل للمشاعر والأفكار بطريقة عقلانية لاتخاذ قرارات مثلى!
- العواطف الأولية الستة: الفرح، الغضب، الحزن، الخوف، المفاجأة، الاشمئزاز
- هذه العواطف عامة حتى لو تم التعبير عنها بشكل مختلف حسب الثقافات.
- إن العقل العاطفي يعمل دائما أسرع من العقل الإدراكي.
- لذلك فإن أجسادنا تدرك الأحاسيس قبل أن نكون على علم بذلك. الأحاسيس تنبهنا من خطر معين؛ وما إذ تمت تلبية حاجتنا أو لا.

كيفية التقليص من حدة انفعالي



- أتحرك جسديا
- أتنفس بعمق 5 مرات
- أراجع أفضل 5 ذكريات حصلت معي
- أقلص انفعالي بتصور مشاعري وهي تنخفض تدريجيا

كن صاحب نظرة مستقبلية = على القائد أن يكون ذو رؤية مستقبلية شاملة

للقائد أدوار متعددة :

- شرح الحاجة إلى التطور.
- جدير بالثقة (لكي تنقل رسالة أو عبرى من الضروري التحلي بالمصداقية).
- قادر على فهم وتحديد المشاكل من خلال تبني وجهة نظر مختلفة.
- له القدرة على التحفيز وعلى التغيير.
- له القدرة على تحويل النيات إلى أفعال ملموسة.
- التأثير الإيجابي على الآخرين للدفع نحو الابتكار.
- تشجيع المحيطين حوله على التساؤل الذاتي.

هل تمتلك هذه الخصائص ؟ إذا كان جوابك "نعم" فأنت بالفعل قائد

قبل البدء...

الرؤية هي وصف للنتيجة النهائية المتوقعة. تتمثل إحدى مهامك كقائد في التعبير عن رؤية قوية تتوافق مع تطلعات فريق العمل.



3. أدير وقتي أو «أعطي الأولوية للأولويات»

L'essentiel est sans cesse menacé par l'insignifiant.

René Char

في البداية

الطريقة الوحيدة والمثلى للسيطرة والتحكم في الوقت هي إعطاء الأولوية للأولويات !

وذلك بالتخطيط الدقيق والمتقن للمهام في جدول الأعمال.

عند فقدان التوازن بين الأولويات لصالح المهام الطارئة عليك الانتباه واستخدام مصفوفة الأولويات، هذه الطريقة تساعدك على التعامل مع الأولويات بحكمة بغض النظر عن الامور الطارئة.

كيفية الاستعمال

1- في البداية يجب أن نتفق أن جميع المهام التي تعترضنا لها بعدان : المهم والملح

المهم : المهام التي تساهم بشكل مباشر في تحقيق اهدافنا الأساسية.
الملح اوالعاجل : المهام التي قد لا تتحقق في اجالها المضبوطة.

- فالمشاعر تنتقل بالعدوى وتختلط فيما بينها.
- إن إدارة عواطف المرء تشتمل على تسميتها وفهمها قبل التصرف.
- إن تجاهل مشاعرك أشبه بعدم التعامل معها.
- إن اكتشاف متى تكون المشاعر فعالة أمر مهم لاتخاذ قرارات تتوافق مع ما نريده ونشعر به.



قبل البدء...

من المهم أن يكون لدينا طريقة فعالة للتحكم في مشاعرنا، والطريقة المثلى تتمثل في إيجاد التوافق الضروري بين



4. أدير بالاعتراف بالجميل

Aucun de nous ne sait ce que nous savons ensemble.

Euripide

في البداية

التحدي الحقيقي يكمن في كيفية توجيه فريق العمل لتحقيق أهداف المشروع.

الأداء = الكفاءة + الدافع

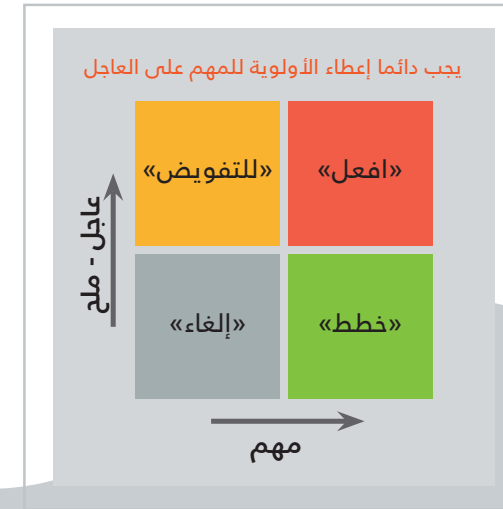
المدير بصفته المسؤول عن الأداء والإنتاجية، فإن دوره يكمن في تطوير المهارات التقنية اللازمة لفريقه (لا يجب على أعضاء الفريق أن يعتمدوا على المدير من الناحية التقنية)، بالإضافة إلى مراعاة دوافعهم ورغبة العمل لديهم **كل حسب نشاطه**.

ماذا نتوقع من المدير؟

- أن يكون مثالي
- تطوير الكفاءات وتحفيز فريق العمل
- أن يكون قائدا
- له القدرة على إدارة الأنشطة الروتينية
- القدرة على التواصل المستمر

2- قم بتنظيم المهام الخاصة بك في مصفوفة الأولويات :

- يجب التعامل مع المهام في خانة «افعل» كأولويات، لكن لا تنسى أنك كقائد لست مطالباً بالقيام بكل المهام.
- يجب إعطاء الأولوية للمهام في خانة «خطط»، من خلال توقع انتاجك فإنك تخفف الضغط على جدولك الزمني.
- خصص الوقت اللازم للمهام الموجودة في خانة «إلغاء»، في هذه الخانة يمكنك ربح غالبية الوقت وأحذر من حالات الطوارئ الأخرى.
- الخانة الأخيرة «للتفويض» يجب استعمالها بدون تردد لكن هناك دائما قواعد للتفويض.



قبل البدء...

قبل رفض طلب للقيام بمهمة، قم بتقييم التحديات والمخاطر، وحاول صياغة ردك بدبلوماسية.



دورك كمدير :

1 عليك الأخذ بعين الاعتبار مستوى فريق العمل لضبط طريقة الإدارة الخاصة بك.

2 تهيئة الظروف المناسبة لتطوير كفاءة وتحفيز فريقك وبالتالي الأداء.

قبل تفويض مهمة إلى أحد أعضاء فريق العمل عليك أن تطرح على نفسك السؤالين التاليين :
هل هو مؤهل للقيام بهذه المهمة ؟
هل له دوافع للقيام بهذه المهمة ؟

حوافز العمل الست :



جودة الحياة في العمل



الأمن



الانتماء



إتمام المهام



تحمل المسؤوليات



الاعتراف بالجميل

نتحمس كل يوم لأجل هذه الدوافع ولكن لكل شخص ميولاته الخاصة.

تذكر دائماً أنك تنجح في تحفيز فريق عملك عندما تعرف محركهم الأساسي.

كيف تعامل باعتراف الجميل مع فريق العمل ؟

بعد التعامل

تقديم الحقائق والنتائج التي تم الحصول عليها لجميع أعضاء الفريق .

التذكير في كل مرة بالصفات الخاصة لهم.

أبين الأثر الإيجابي على الشركة للمهمة المنجزة.



أثناء التعامل

تفويض الأنشطة التي يمكن تفويضها ، وذلك بالآخذ في عين الاعتبار مستويات المهارات والدوافع لإنجاز المهمة حسب الشخص.

الموازنة بين تحليل الأخطاء والإشادة بالنجاحات خلال اجتماعات التقييم.

ضبط طريقة الإدارة وفقاً لمستوى الأداء والمهارات حسب الأشخاص.

قبل التعامل

الإحترام المتبادل.

تشجيعهم على أعمالهم اليومية.

أعزز قدراتهم على تطوير مهاراتهم.

5. لدي عقلية النجاح المتبادل

Vous n'avez pas à éteindre la lumière des autres pour laisser la vôtre briller.
Bernard M.Baruch

في البداية

الربح المتبادل، هي حالة نفسية المقصود بها التشارك في النجاح، في الربح، في المكاسب والمنفعة المتبادلة في جميع التعاملات.

لا يتحقق نجاح الشخص على حساب الآخرين، فهناك دائماً ما يكفي للجميع.

«ثقافة» النجاح المتبادل تؤدي إلى نشر التأزر وتحقيق النجاح

كيف احقق علاقات قائمة على النجاح المتبادل ؟

- البحث الدائم عن حلول صالحة للطرفين.
- أبدي الاهتمام لاحتياجات ورغبات الآخرين.
- البحث عن المنفعة المتبادلة.
- التعاون عوض التنافس.
- التشارك في الأفكار والآراء بكل ثقة وشجاعة.
- أخذ آراء الآخرين بعين الاعتبار وتقديرهم.

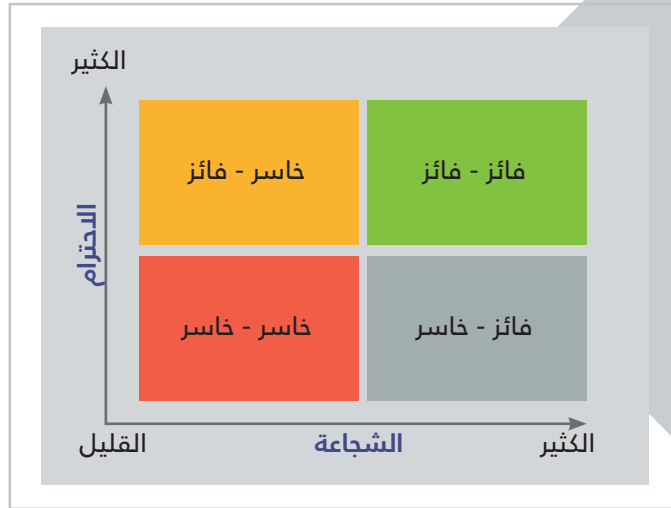


القاعدة الذهبية : العمل على إيجاد حل يناسب الطرفين.



مصنوفة الشجاعة \ الاحترام

الشجاعة والاحترام هما صفتان رئيسيتان للنجاح المتبادل، للتواصل والفهم وكذلك لتبادل الأفكار.



قبل البدء...

أقدر نجاحات الآخرين بقدر نجاحاتي.

1. أحدد سياسة شركتي

Se réunir est un début, Rester ensemble est un progrès, Travailler ensemble est la réussite

Henry Ford

في البداية

لكي أستطيع تحديد السياسة العامة لشركتي علي أن أطرح التساؤلات الثلاثة التالية :
«لماذا؟»، «ماذا؟» و «كيف؟»

★ المهمة : هي الدجابة على التساؤل «لماذا» المتعلق بالنشاط العام للشركة.

الأسئلة التي يمكن طرحها : ماهي الحاجيات التي نلبيها ؟ ماهي خصائص أنشطتنا ؟ ماهي انتصاراتنا ؟ وهذا ما يجعلنا نتبين : ماهية الشركة (الغرض من الشركة)، ما تطمح إليه (مهنة الشركة)، وما يميزها عن بقية المنافسين.

★ الرؤية والأهداف والغايات : تتمثل في الدجابة عن التساؤل «ماذا» المتعلق بالنشاط العام للشركة.

الخطوة التالية تتمثل في توضيح ما أتطلع إلى تحقيقه، السؤال المطروح هنا هو : ماهي طموحاتك في النجاح ؟

II. أدير مشروعني

1. أحدد سياسة شركتي
2. أقوم بتنفيذ استراتيجيتي
3. للنجاح في إدارة عملي
4. إدارة الموارد البشرية، وظيفة أساسية داخل شركتي

 **حدد أهدافك**

الأهداف هي النتائج الملموسة التي تسعى إلى تحقيقها خلال مدة معينة.

 **الغرض**

بصفة عامة يتمثل الغرض في نية تتماشى مع مهمة للشركة من الناحية النوعية، مثلا أن تكون خبيرا أو رائدا في استغلال تقنية معينة.

 **حدد رؤيتك المستقبلية**

الغرض الاستراتيجي يكون دائما مبني على الرؤية المستقبلية فهي تمثل الوضع المنتظر للشركة، ماهي تطلعاتنا ؟

★ الاستراتيجية تتمثل في الإجابة عن تساؤل «كيف» المتعلق بالنشاط العام للشركة

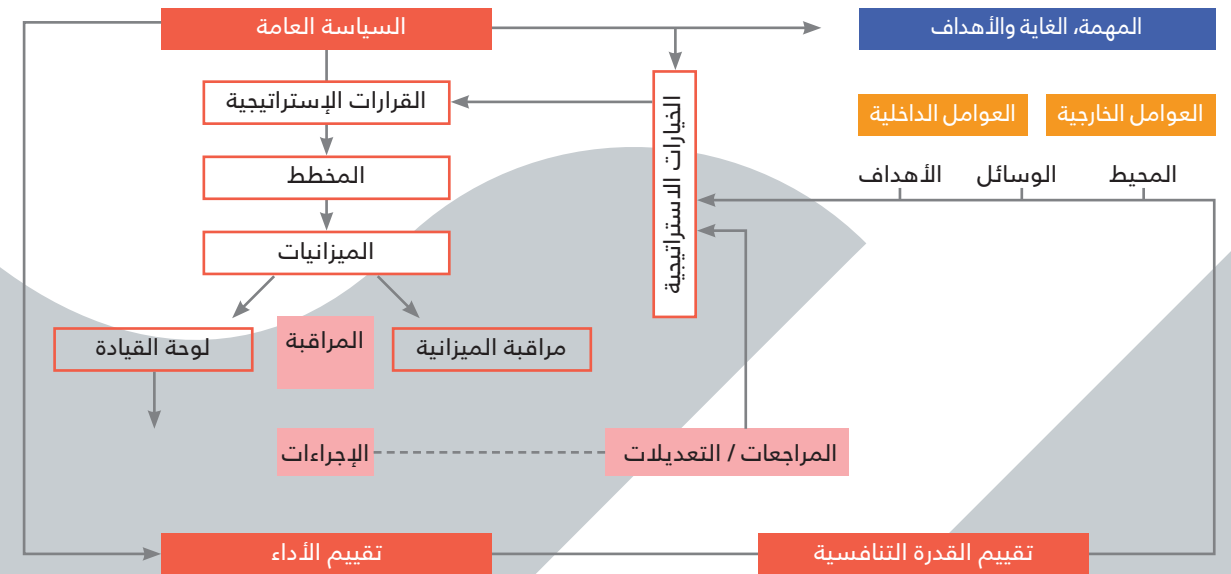
- يهدف بشكل رئيسي إلى الإجابة على ثلاثة أسئلة أساسية في نفس الوقت
- ماذا ننتج ؟
- ماهي طريقة الانتاج ؟
- ماهي الوسائل اللازمة ؟

2. أقوم بتنفيذ استراتيجيتي

Planifier, c'est concevoir un futur désiré et les moyens d'y parvenir.

Ackoff

رسم مبسط للتخطيط الإستراتيجي :



ماهي المشاكل التي قد تواجه باعث المشروع ؟

المشكل واضح	المشكلة تتطلب إجتهد وبحث مكثف	وضع معقد
<p>مثال : مدير شركة يشدد على ضرورة تعديل عروض المنتجات لتناسب مع الخصائص المحلية لبلد أجنبي</p>	<p>مثال : التسائل عن أسباب إنخفاض المبيعات</p>	<p>إمكانية طلب النصيحة</p>

3. لضمان النجاح في إدارة مشروعك ...

في البداية

- يجب أن يحرص صاحب أو باعث المشروع على تحسين جودة الحياة في العمل

الظروف المحيطة بالعمل، وطريقة الموظفين في التعبير عن أفكارهم تحدد مفهوم جودة الحياة في محيط العمل.

• يجب أن يضمن باعث أو صاحب المشروع التواصل الجيد لشركته.

داخل الشركة : فريق العمل

فيما يلي قائمة غير حصرية بأدوات وطرق الاتصال التي يمكنك استخدامها في شركتك أو مشروعك

الأدوات المطبوعة	الأدوات الإلكترونية
<ul style="list-style-type: none"> التقارير صحيفة الشركة كتيب الترحيب لوحة الإعلانات 	<ul style="list-style-type: none"> المدونة الداخلية الإنترنت البريد الإلكتروني أدوات العمل التشاركية: البرامج، التطبيقات

يضمن التواصل المستمر مع فريق العمل قدرًا أكبر من الرضا ويساهم في تحسين المناخ العام داخل الشركة.



كيفية تحقيقها ؟
6 مجالات محتملة لتحسين ظروف العمل.

قابلية التوظيف / التطوير المهني

- التكوين
- التطور الوظيفي
- السلامة والمرونة في العمل

التشارك وخلق القيمة

- معايير الجودة
- الالتزام بالمشاركة
- تقاسم الأرباح
- الطاقة الانتاجية

الصحة في العمل

- تنظيم وقت العمل
- المرافق المادية
- المخاطر المهنية



تكافؤ الفرص

- التوازن بين الحياة المهنية والحياة الخاصة
- المساواة المهنية
- التوفيق بين الأوقات
- عدم التمييز

مضمون العمل

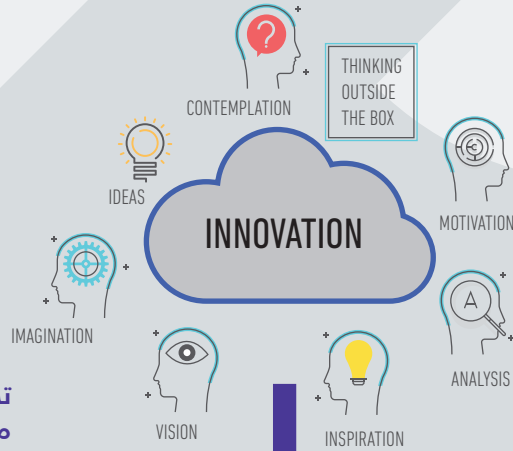
- الاستقلالية
- الإحساس بمفهوم العمل
- العلاقات مع الحرفاء
- منح المسؤولية
- العمل الجماعي

العلاقات في العمل - المناخ الاجتماعي

- التشارك
- الحوار الاجتماعي
- الانصاف والعدالة الهيكلية
- مناقشات العمل

• الابتكار، عامل رئيسي في تطوير مشروعك.

كل صاحب أو باعث مشروع يحتاج إلى التميز ليتمكن من ضمان استمرارية مشروعك. يعد الابتكار أمرًا ضروريًا لنجاح المشروع في البيئة التنافسية الحالية، والتي تتميز بحرفاء أكثر تطلُّبًا وإحاطة. ويمكن أن يساهم الابتكار في:



تحسين المبيعات والعلاقات
مع الزبائن

إذا تم الاستثمار المناسب في الابتكار فإن الحرفاء سيلاحظون القيمة المضافة التي ستقدمها لهم وهذا ما سينعكس إيجابيا على نسبة المبيعات.

تحسين التمرُّكز في السوق

يساعدك الابتكار على توقع التغييرات في السوق بشكل أسرع والاستفادة من الفرص والمبادرة بالفعل بدلًا من الخضوع والاستجابة للمتغيرات.

تقليص التكاليف

يمكن من التحسين المستمر لمردودية المشروع.

تحسين العلاقات مع فريق العمل

مكان العمل المبتكر يحفز الفريق ويعزز إبتمائهم مما يساهم في تحسين الإنتاجية.

خارجيًا : الحرفاء وجميع المعنيين



4. إدارة الموارد البشرية، وظيفة أساسية داخل شركتي




في البداية

ما يميز الشركة الناجحة عن غيرها هو حماس وإبداع الأشخاص داخلها، في نهاية المطاف، كل شيء يمكن تعلمه أو حتى نسخه لكن تبقى المهمة الصعبة لصاحب المشروع هي اختياره لفريق عمله.

نقدم لك طريقة فعالة وسبل متنوعة «لجذب» أحسن الكفاءات التي ستميز مشروعك.



قنوات التوظيف الفعالة لاختيار الكفاءات

-  LINKEDIN : أول شبكة إجتماعية للتوظيف
-  معرض المنتديات والوظائف
فرصة للقاء المرشحين المهتمين
-  نشر عروض الشغل (إنشر إعلانك على مواقع التوظيف)

ماذا عن إدارة الحياة الوظيفية ؟

في الوقت الراهن، تقييم الأداء هو أكبر من مجرد لقاء. يعتبر تقييم الأداء فرصة لتقديم الدعم لتوجيه إبداعات الموظفين الناجحين، ولمنحهم تحديات تتناسب مع مواهبهم.

الهدف من تقييم أداء عناصر الفريق :

بالنسبة للموظف	بالنسبة لصاحب المشروع
<ul style="list-style-type: none"> تحديد المسؤوليات والانتظارات فيما يتعلق بالأداء تحديد المعايير التي سيتم اعتمادها في التقييم معرفة الأهداف المراد تحقيقها مناقشة إمكانيات التطور 	<ul style="list-style-type: none"> تقدير الفرد في أدائه لعمله تحديد الأهداف المراد تحقيقها للفترة القادمة معرفة تطلعات الموظفين تجاه الشركة تقييم احتياجات التدريب والتطوير للموظف.

1. أكون هويتي المهنية

Mes meilleures improvisations sont celles que j'ai les plus préparées.

W. Churchill

في البداية

الشيء الأكثر أهمية في الهوية المهنية ليس تصورك الذاتي لهويتك، بل إدراك نظرة المتلقي تجاهك.

«ادراكهم للأشياء» دائماً ما يكون أقوى من الواقع.

يتمثل تكوين «العلامة التجارية» في :



«الاعتراف بي»

نفسي، ماهية مشروعني



«التعريف بهويتي»

نفسي، ماهية مشروعني



«معرفة هويتي»

نفسي، ماهية مشروعني

III. أكون العلامة التجارية لمشروعني

1. أكون هويتي المهنية
2. أعرف بمشروعني
3. أكون شبكة العلاقات المحترفة

في البداية

عندما تكون الأفضل في تخصصك، لكنك غير معروف، ستبقى سجين دائرة معارفك المصغرة ولن تستطيع الذهاب بعيدا
لعلك فإن التواصل هو أكثر من مجرد توزيع لبطاقات العمل الخاصة بك على أي شخص وفي أي مناسبة.

عليك أن تكون
مرئي - مفهوم - قريب

للتذكير...

يجب أن تكون جاهزا لتقديم الخدمة



كيف أستطيع مساعدتك؟

هنالك العديد من الوسائل الفعالة للتعريف بنفسك والترويج لمشروعك

خلال الحضور لمؤتمر أو - تظاهرة أو معرض تجاري

- ✓ أعدد الانتظارات من شبكة العلاقات
- ✓ أستعد لتقديم نفسي بصفة جذابة
- ✓ أتزود ببطاقات عمل، وأوزعها بشكل انتقائي
- ✓ أكون جاهزا للإجابة عن سؤال «ما الجديد»؟
- ✓ أكون جريء وأغتتم الفرص: في أسوأ الحالات ماذا يمكن أن يحدث لي؟
- ✓ ألتزم بتعهداتي إذا قدمت مقترحات
- ✓ أقوم بإعادة الاتصال بالأشخاص عن طريق البريد الإلكتروني مثلا ...

قبل الاجتماع المقرر مع حريف محتمل

- ✓ ما الذي يمكنني إضافته للحريف المحتمل؟
- ✓ ما هي الرسالة التي أود إيصالها؟
- ✓ ماهي الأسئلة التي سأطرحها؟
- ✓ أنهني دائمًا المقابلة بالتزام (إرسال مستندات، عرض تقديمي لعلاقة...).

كيف تترك الانطباع الحسن من خلال تقديم نفسك؟

أقوم بتقديم نفسي في دقيقتين :

الطريقة الثانية

الحالة المدنية (الاسم، العمر، الوضع العائلي، التعليم)
وظيفتي هي
مسيرتي بدأت
لدي 4 مهارات احترافية ...
هدفي هو.....

الطريقة الاولى

بفضل (صفاتني / أفكارني/ خصوصياتني) يمكن أن أضيف إليك (أنت المتلقي) إحدى خبراتي ومهاراتي المتماشية مع أهدافك ورؤيتك.



قبل البدء...

إن التعبير عما يحمسك ويشغفك هو المفتاح الرئيسي لترك الأثر والانطباع الجيد.

2. أعرف بمشروعي

Plus vous avez des connexions, plus vous êtes recherchés.

قبل البدء...

تقوم الأعمال والمشاريع بشكل أساسي على بناء وتكوين علاقات أساسها الثقة، سواءاً
فزت أم خسرت الصفقة. الهدف هو عدم قطع سبل التواصل مع الحرفاء المحتملين.



3. أكون شبكة العلاقات المحترفة

L'excellence DANS LE NETWORKING se mesure dans la capacité à créer de nouvelles relations
et à les transformer en liens durables.

شبكة العلاقات المهنية



أداة فعالة

تسمح بإدارة الأعمال بشكل فعال

تساعدك على أن تكون سباقاً

اكتشاف الفرص الغير ظاهرة واستغلال
أخرى جديدة.

أؤمن طريقة الاتصال

- ✓ أترك الانطباع الطيب عند تقديم نفسي،
- ✓ أحسن الإنصات وأسعى دائماً لتقديم الحلول
والخدمات وليس البحث عنها،
- ✓ أعرف نفسي بطريقة فعالة،
- ✓ أكون قادراً على التواصل،
- ✓ أعمل على أن تكون مقابلي راسخة في
الأذهان.

بدون هذه القواعد، لا فائدة من البحث عن تكوين شبكة علاقات :

- ✓ الثقة، الاحترام والمساعدة المتبادلة،
هم أساس علاقتك مع الآخرين،
- ✓ كن دائماً محترفاً في مجال خبرتك،
- ✓ أحرص على إرساء ثقافة النجاح المتبادل،
- ✓ أحرص على تقديم الخدمة المنتظرة منك
بغض النظر عن التعليقات،
- ✓ حافظ على التزاماتك المهنية تجاه علاقاتك.

قبل البدء...

لا تكن استغلالياً في تعاملك مع شبكة علاقتك، أي أن تستفيد منهم ثم تقطع علاقتك
بهم بمجرد تقديم الخدمة أو المنفعة.



1. أكون استباقي

Que la force me soit donnée de supporter ce qui ne peut être changé et le courage de changer ce qui peut l'être ; mais aussi la sagesse de distinguer l'un de l'autre.

في البداية

عند التواصل مع مختلف الأطراف المحيطة بي: حفاء، عملاء التزويد، الممولين ... أقرر منذ البداية اعتماد منهج القائد في هذه العلاقات.

← منهج القائد : الاستباقية

الاستباقية

أكون استباقيا، قبل أن أتفاعل مع ما يقال لي يجب علي أخذ الوقت الكافي والفرصة ليكون ردي مبنيا على :

- مبادئ وقيمي
- وخاصة النتيجة المنتظرة



كونك استباقيًا يسمح لك باكتساب روح القيادة وتوسيع خياراتك وإعطاء نفسك كل فرص النجاح.

IV. أتوقع إحتياجات الحريف

1. أكون استباقي
2. أمارس الانصات الإيجابي
3. أستعمل الأسئلة المفتوحة
4. أخلق التفاعل

حالة ردة الفعل

عندما يركز الناس على الأشياء الخارجة عن سيطرتهم غالباً لا يجدون الوقت والجهد الكافيين لفعل أشياء من التي يمكنهم التأثير عليها.

وبذلك تنقلص دائرة النفوذ.

حالة استباقية

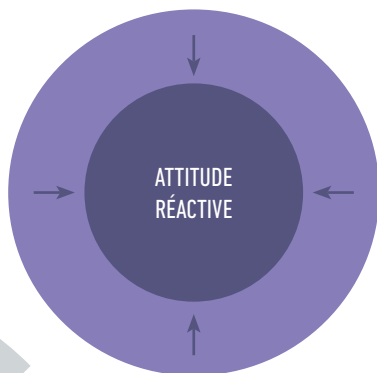
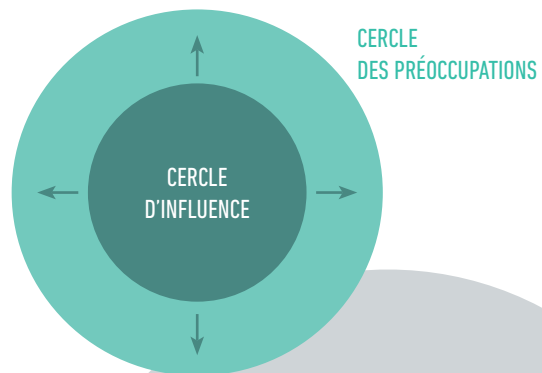
عندما يركز الناس على الأشياء التي يمكنهم السيطرة عليها مما يؤدي إلى تطور مهاراتهم وقدراتهم المعرفية وبالتالي تتكون الثقة.

وبذلك تتوسع دائرة النفوذ.

إليك وجهة نظر أخرى لكي تكون استباقياً

في البداية

أن تكون استباقياً هو أن تستطيع تركيز جهودك بطريقة بناءة على الأشياء المهمة. بمعنى أن تركز طاقتك على الأشياء التي لديك سيطرة مباشرة عليها !



منطقة النفوذ أو السيطرة

تتضمن دائرة نفوذك جميع الأشياء التي يمكنك التصرف فيها بطريقة مباشرة أما دائرة الاهتمامات فتتضمن جميع الأشياء التي تهتم بها بدون أن تملك وسائل التحكم أو السيطرة عليها.



قبل البدء...

عندما تفقد التحكم في بعض المواقف : حاول تقبل الوضع لأن أية ردة فعل أخرى ليس لها مبرر.

لذلك من الضروري أن أكون في وضعية استماع وإصغاء لفهم حريفي وليس العكس
حيث أحاول فرض رؤيتي للموضوع.

قبل البدء...



يجب أن أصغي جيدا لما يقوله لي حريفي وذلك بإبراز فهمي للأشياء وإظهار كيفية
تعاملي مع الوقائع مع تجنب مقاطعته خاصة بـ: «نعم فهمت».

3. استعمل الأسئلة المفتوحة

Les questions ouvertes sont des questions qui ont de l'impact. Elles mettent le client en
situation de recherche et lui permette de produire des réponses qui ouvrent des pistes.

في البداية

الأسئلة المفتوحة هي الأسئلة التي لها تأثير حيث تضع الحريف في موقف بحث وتسمح له بتقديم
إجابات تفتح السبل.



2. أمارس الانصات الإيجابي

La communication commence par l'écoute et se termine par l'empathie !

في البداية

الانصات بطريقة فعالة وإيجابية هو تقنية أساسية للتعامل والتفاعل مع الآخر
سواء كان ذلك في الوسط المهني أو الصراعات الاجتماعية أو بين الأجيال أو في
الاختلافات السياسية أو الأسرية.

الانصات هو عمل طوعي تستطيع من خلاله التعامل مع الوقائع

عندما يحدثني حريفي بوقائع حدثت معه من خلال تجاربه الشخصية وذلك لمساعدته على التعبير
وفهم احتياجاته، أمارس الإنصات الإيجابي عندما أظهر له اهتمامي وأساعده على التعبير.

يمكن ترجمة الإنصات الإيجابي من خلال :

الوقت المخصص

الجاهزية

النزاهة والصدق

وضعية الجسم



تستخدم الأسئلة المفتوحة بأربعة طرق :

كيف ؟	ما هو ...؟ ماذا ...؟
تتعلق هذه الأسئلة أكثر بالخبرة والتمشي والإجراءات.. مثال : كيف تعتقد أن منتوجي يمكن أن يساعدك ؟	تقدم هذه الأسئلة توضيحات. مثال : ما هو هدفك متوسط المدى ؟
أخبرني أكثر ...	لماذا ؟
في حقيقة الأمر هو ليس مجرد سؤال، ولكن يمكنك استخدامه عندما تكون <u>في مأزق</u> . مثال : إذا كان الامر متروكاً لك، فماذا تختار؟	هذه الأسئلة أكثر حساسية ويجب تجنبها لأنه يمكن اعتبارها كبحث عن <u>مبرر</u> يمكن تقديمه. مثال : لماذا لم تعد تطلب منتجاتي ؟

قبل البدء...

السؤال الفعال هو سؤال تكون إجابته مفصلة وأطول بأربع مرات من السؤال في حد ذاته.



4. أخلق التفاعل

Seul nous pouvons faire si peu ; Ensemble nous pouvons accomplir tellement de choses.

Helen Keller

في البداية

التفاعل هو ما يحدث عندما يجتمع شخصان ليتساويا مع تأثير عشرة أو مائة أو حتى ألف شخص! يتمثل التفاعل في اجتماع الطاقة والإثارة لخلق واقع جديد أفضل.



الطريق نحو التفاعل

أستكشف «الخيارات المختلفة» مع الحريف

البديل: $3=1+1$, 10, 100,

اكتشاف البدائل

إظهار حسن النية

أسعى لفهم الحريف بكل
صدق قبل أن أفرض
«خيار المغادرة»

إعطاء الأهمية
للاختلافات

أوضح
«الهدف الأساسي»
للقاء

٧. أحدد استراتيجيتي

1. كيف انفذ خطة المبيعات الخاصة بي
2. تقنيات البيع الأساسية
3. التسويق



قبل البدء...

حافظ على عقلية منفتحة بإلغاء جميع الأحكام المسبقة !

عوامل التعديل الخاصة بمخطط البيع

المنتج

يجب أن يكون الأنسب مع متطلبات السوق من حيث الأداء الفني، الجمالية، الموثوقية، إلخ

السعر

لسياسة التسعير هدفين رئيسيين: ضمان مردودية الأعمال وتوسيع قاعدة الحرفاء. يجب أن يأخذ السعر بعين الاعتبار: سعر التكلفة، حساسيات المستهلكين لتقلبات الأسعار وأسعار المنافسين ومكانتك في السوق!...

طرق التوزيع

تجميع كافة الإجراءات التي تسمح بتسليم المنتج في أفضل الظروف. إن اختيار قناة التوزيع أمر مهم ويأخذ بعين الاعتبار مواصفات المنتج والصورة التي تريد الشركة إيصالها.

الترويج

الترويج هو بُعد أساسي لسياسة المبيعات. ويتلخص في جعل منتجات الشركة معروفة وتشجع المستهلكين على شرائها. إن التواصل الجيد سيسمح للشركة بوضع نفسها بشكل جيد في مواجهة المنافسة.

قبل البدء...

اتقنك وتحكمك في هذه العوامل يساعدك على تحديد تقنيات المبيعات الخاصة بك بشكل فعال وبالتالي التواصل مع الحرفاء أينما كانوا.



1. كيف انفذ خطة المبيعات الخاصة بي

Chacun sait que dans le train de l'entreprise, le vendeur est la locomotive.

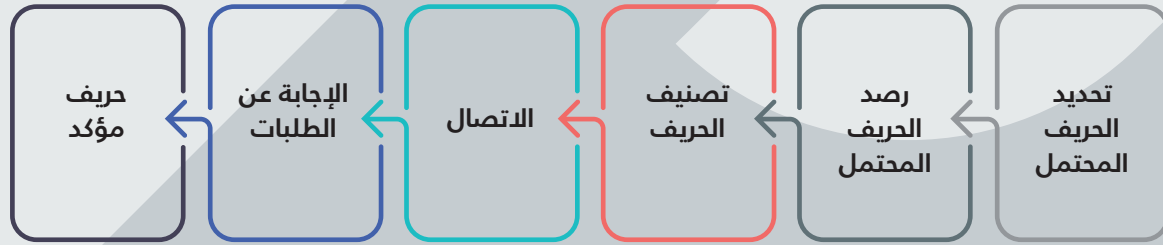
W. Churchill

في البداية

بعد تجزئة السوق الخاصة بك، وتحديد هدفك والوضعية التنافسية لشركتك، عليك اتخاذ الإجراءات اللازمة لإعداد خطة المبيعات الخاصة بك والتي تعتمد على أربعة محاور رئيسية: المنتج والسعر وطرق التوزيع وقنوات الاتصال. كصاحب أو باعث مشروع يجب عليك اعتماد منهجية معينة لكل محور من هذه المحاور.

استعمل تقنيات المبيعات الخاصة بك : رفع الطلبيات تعزيز عمليات البحث والإتصال (غرف التجارة، الجمعيات، إلخ) المشاركة في المناسبات التجارية، المعارض، الصالونات المختصة، المؤتمرات، إلخ تطوير شبكات الإتصال والعلاقات الخاصة بك.

عملية التحويل إلى حريف مؤكد



قبل البدء...

ميز نفسك عن الآخريين! عندها ستكون مبيعاتك أفضل بكثير وسيجد منافسيك صعوبة في إتباع خطواتك.

3. التسويق

Ne cherchez pas la faute cherchez le remède.

H.Ford

في البداية

يجب أن تتبع خطة مبيعاتك التطور المستمر للسوق لضمان تطوير الأعمال بشكل فعال. لذلك يجب عليك اتباع منهج تسويقي واضح وموضوعي.

2. تقنيات البيع الأساسية

Préparer l'avenir... C'est n'est que fonder le présent.

في البداية

تساعدك تقنيات المبيعات لاكتشاف والوصول إلى حرفائك، وأن تكون فعالاً.

طريقة البيع في 4 خطوات

- 01 حدد أهدافك وقيدها
بمدة زمنية مضبوطة
على سبيل المثال،
حدد هدفاً لجذب 1000
حريف في الشهر الأول
لبداية نشاطك.
حاول أن يكون الهدف
قابلًا للقياس وللتغيير
حسب الظروف.
- 02 ضع خطة عمل
خاصة بك
تتمثل في التخطيط
والإجراءات الواجب
اتخاذها والموارد
المرصودة اعتمادًا
على الأهداف ومدى
(قصيرة، متوسطة أو
طويلة المدى).
- 03 حدد مؤشرات
المتابعة الخاصة بك
مؤشرات المراقبة
ضرورية لمتابعة النتائج.
على سبيل المثال،
مؤشرات على رقم
الأعمال، وعدد الحرفاء،
وما إلى ذلك.
يرتبط المؤشر الفعال
بهدف محدد، مما يساعد
في اتخاذ قرار.
- 04 حل المعلومات
المتحصل عليها
في الأخير قم بتحليل
المعلومات الواردة.

التسويق الذكي

إن التسويق هو الذي سيسمح لك بمتابعة التغييرات في المحيط العام وبتيح لشركتك تكييف منتجاتك لمتطلبات السوق المتجددة.

يتمثل التسويق الذكي في تحليل الخصائص المختلفة المبيئة أدناه :



كن سريع التأقلم... مع متطلبات السوق ؟



كيف ذلك ؟



قبل البدء...

إن أخذ القرار الصائب المبني على معرفة شاملة بطبيعة السوق هو في الآن نفسه أمر معقد بقدر ما هو ضروري لضمان مسار مبيعات ناجح وفعال.



إجراء استبيان/ استقصاء

تطوير المراقبة والإشراف

رصد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تحليل المنافسة (المنتجات والأسعار وتقنيات المبيعات والعروض الترويجية)

تحليل أنماط الاستهلاك والاهتمام بالتغييرات

تطوير تسويق العلاقات

1. أتهيء للتفاوض

Dans toute négociation, mieux vaut être la solution que le problème.

Alain Leblay

في البداية

المرحلة الأولى لإنجاح التفاوض تتمثل في التحضير الجيد.

كيفية التفاوض !



كن على استعداد للقول لا إذا اقتضى الأمر ذلك.



كن مستعدًا لتقديم تخفيض حسب مقدرتك.



اقترح حلول بديلة.



نظم البراهين والحجج اللازمة (نقاط القوة).



تعرف على من تتحدث إليه، ومن يقف أمامك.

٧. أتقن تقنيات التفاوض

1. أتهيء للتفاوض
2. اسيطر على الاعتراضات
3. أتمم الصفقة

2. أسيطر على الاعتراضات

Les objections sont les barreaux de l'échelle du succès.

Tom Hopkins

في البداية

يقدم الحريف اعتراضه لعدة أسباب : التأكد من عدم الوقوع في الخطأ، من أجل الاطمئنان، لإظهار معرفته ودرايته بالموضوع وفي بعض الأحيان، انطلاقاً من مبدأ التناقض أو أيضاً للتخلص من البائع. الاعتراضات تبين لك السبيل الذي يجب عليك اتخاذه ويمنحك فكرة عن إمكانية تحقيق البيع. يمكن أن تكون :

- غير صادقة: وتهدف إلى التخلص من البائع.
- صادقة ... وذات أسس: يجد الحريف عقبة حقيقية أمام الشراء.
- صادقة ... ولا أساس لها: لا يزال لدى الحريف شك ويحتاج إلى أدلة إضافية.

عند مواجهة الاعتراضات

كن بشوشاً

- في مواجهة الاعتراض، يمنع :
- المجادلة في الأفكار المسبقة؛
 - انتقاد المنافسين؛
 - معارضة الحريف.
- استبدل عبارة «لم تفهم» بـ «لم أحسن التعبير».

كن رصيناً

- (1) الاستماع حتى النهاية.
- (2) التعامل فقط مع الاعتراضات الصادقة.

أتممت المفاوضات بنجاح !

المفاوضات الناجحة :

- تتم على أساس الإعداد المسبق
- تختتم بتوقيع عقد أو طلبية
- تتبعها دائماً إجراء يجب اتخاذه مثال : مراجعة العرض الأولي

قبل البدء...

القدرة على الاستماع والتعبير هما المفتاح الرئيسي لنجاح عملية التفاوض.



3. أتمم الصفقة

Ce n'est pas parce que c'est difficile que l'on a peur, c'est parce que l'on a peur que c'est difficile.

Sénèque

في البداية

البائع المتردد يجعل حريفه يشعر بالقلق والبائع الواثق يجعل حريفه مطمئنًا.

إتمام الصفقة بنجاح

<p>تصدر عن الحريف إشارات أثناء المقابلة حاول أن تستكشفها فهي التي ستساعدك على استشراف قراره.</p> <p>على سبيل المثال :</p> <ul style="list-style-type: none"> • استخدام الصياغة التملكية. • الخوض في النقاط الثانوية. • الموقف المتوتر. • غياب الاعتراضات. • التساؤل عن السعر. • المساومة. 	<p>من مهامك أن تكون قائدا ديناميكيا وتقع على عاتقك مسؤولية :</p> <ul style="list-style-type: none"> • استغل الفرص المتاحة لعقد الاتفاق • إعادة صياغة الاتفاق • حاول إتمام الصفقة • التشجيع على تفعيل القرار • التزم بوعودك
---	---

<h4>نقل الاعتراض</h4> <p>إعادة صياغة الاعتراض بتشويبه لتسهيل المعالجة : الحريف: أنت أعلى من المنافسة البائع : هل تريد معرفة الميزات الإضافية التي نوفرها ؟</p>	<h4>موازنة الاعتراض</h4> <p>معادلة الاعتراض على فوائد المنتج التي استشرعها الحريف. الحريف : إنه ثقيل جدا. البائع : نعم، هذا صحيح، ولكن معيار الأولوية لديك هو العمر، ومن هذه الناحية هو الأفضل أداءً في السوق.</p>
<h4>الشهادة</h4> <p>في هذه الحالة أعتد على تجربة حريف آخر. الحريف هذا المنتج غير معروف. البائع : تم تثبيت هذا النموذج لمدة عامين عند أحد حرفائنا.</p>	<h4>إضعاف الاعتراض</h4> <p>إعادة الصياغة بتقليل نطاق الاعتراض : الحريف : لا أحب هذا اللون. البائع : هل أنت متردد ؟</p>
<h4>تجاهل الاعتراض</h4> <p>الاعتراض يزعجك. ليس لديك إجابة جيدة. أتستمع إلى حريفك وأستمر كما لو لم يحدث شيء. إذا كان ذلك مهمًا بالنسبة له، فسيعيد حريفك إثارة الموضوع عندها يجب العثور على شيء آخر.</p>	<h4>قلب الأدوار</h4> <p>أفضل إجابة على اعتراض الحريف من خلال إعادة السؤال. إنه دائمًا أفضل شخص يستطيع يقنع نفسه : في رأيك ماذا يجب أن نفعل.</p>



قبل البدء...

كلما طالت فترة التعامل، زاد وزن الاعتراض في أعين الحريف، لذلك كن فعّالًا وأدخل في صلب الموضوع مباشرة.

البديل أو نطاق السعر	«التصرف كما لو»
نستبدل خيار «نعم - لا» بخيار «نعم - نعم». بدلا من القول: هل هذا المنتج يهملك؟ استخدم العبارات التالية: هل تفضل الأزرق ام الأخضر؟ هل تريد الدفع مسبقا ام بالتقسيط؟	تصرف كما لو ان الحريف قد وافق ضمنيا من خلال الذهاب مباشرة الى ما بعد عملية البيع، كالاتفاق على نقاط ما بعد البيع: متى يمكنني البدء بعملية التسليم؟ ماهي الكمية التي تحتاجها شهريا؟
الالتزام الفوري	استغلال الاعتراض
بادر بالتصرف هل ترغب في معرفة تاريخ التوصيل؟	حاول إتمام الصفقة على أساس اعتراض صادق من الحريف، إذا قبلت ب...هل توافق على الطلبية؟

لكي اتمم الصفقة

الصفات الجزئية	الصفات المباشرة
نقوم بتقسيم الاتفاقية العامة إلى قرارات جزئية يسهل تطبيقها، على سبيل المثال: اقتراح لون معين، أوقات التسليم، أساليب الدفع، الكمية المطلوبة، الخ. المضي خطوة بخطوة لتحقيق عملية البيع على دفعات.	إذن نحن على اتفاق؟ لنبدأ بهذا النموذج بمبلغ 250 دينار؟

قبل البدء...

لقد حاولت الوصول إلى نتيجة، حتى إن لم ينجح الأمر لا يزال لديك فرص
أخرى، من الأفضل لك أن تفقد احدي الفرص على عدم التجربة بتاتا.



1. أبني حججتي

La puissance ne consiste pas à frapper fort ou souvent, mais à frapper juste.

H. de Balzac

في البداية

يريد الحريف أن يكون متأكداً من كفاءتك لتلبية حاجياته وذلك عن طريق الحجج. عندما يكون البائع متسلحاً بالبراهين، يحقق نتائج مبهرة.

وسائل الإقناع مختلفة

في غياب الأدلة، للإقناع :

- احرص على الملائمة بين عرضك وطلب الحريف.
- استعمل مصطلحات الحريف.
- قل المهم دون الخوض في التفاصيل.

- التوثيق
- الجذاذات الفنية
- النماذج
- العينات
- الاختبارات
- المراجع
- رسائل الشكر
- نتائج الدراسات

VII. كيف أقنع بالحجج ؟

1. أقوم ببناء الحجج
2. حوافز الشراء
3. كيف أستغل مراجع حرفائي
4. المزايا التي يمكن أن توفرها لي دراسة الحالة

كيفية الإقناع



تجنب أن تقول :

- الكلمات السلبية: يبدو لي، أعتقد، أظن.
- الكلمات الجوفاء: قدر الإمكان، بأسرع وقت ممكن، الأكثر صلابة وأفضل.

تجنب أن تكون :

- المتشائم : «متاعب، مخاوف، أخطار، مشاكل...»
- المتردد : «ربما يمكننا...»
- الصريح : «بصراحة وصدق وإخلاص...»
- العدوانى : «هذا ليس صحيحا، أنت لا تعرف شيئا عنه»
- الأنانى : «في مكانك، أعتقد أن»

قبل البدء...

قبل تطوير مخطط المبيعات، من المهم معرفة احتياجات ودوافع حرفائك. وبالتالي، يمكنك تعديل عرضك حسب الوضعيات.

2. حوافز الشراء

Les 5 freins à toute vente : pas de besoin, pas de budget, pas d'urgence, pas d'envie, pas de confiance.

Zig Ziglar

في البداية

إذا كنت تتحكم في احتياجات حرفائك ودوافعهم الشرائية، فيمكنك إتمام الصفقة بسهولة.

أساليب وتقنيات طريقة S.O.N.C.A.S

الجديد : يبحث بعض الأشخاص عن أي شيء جديد. قد تكون ذات صلة بالافتخار والاستعلاء. تبحث بعض الشركات باستمرار عن الابتكار التقني الذي يمنحها ميزة على منافسيها. ما يريدون سماعه : إنه أحدث طراز ظهر للتو. لا تتحدث معهم خاصة حول المنتج المنتشر الذي اظهر فعاليته.

الكبرياء: يتعلق الأمر بالأشخاص الفخورين الذين يرغبون في التمييز عن الآخرين وتستطيع أن تميزهم بسهولة من خلال عبارتهم أنواع الحجج التي تؤثر عليهم هي: ستكون الأول والوحيد الذي يملك... إذا كنت تريد إبعادهم، فاستخدم عبارات مثل : المنتج الأكثر مبيعا في الوقت الحالي، ذو سعر منخفض، تمتع بخصم مالي ...

الأمان : إن من صفاته أنه يكره المخاطر. عندما تستمع إليه، تلاحظ أنه يستعمل مفردات مثل، هل أنت متأكد من أن... هل يمكنك أن تضمن لي أنك على استعداد للالتزام... لا بد أن تحتوي حججك على كلمات الضمان، الدقة، التامين، المراجع... وتجنب الحديث عن المنتجات الجديدة أو فاعلية الداء

التعاطف : غالبا ما يكون دافعا ثانويا لكن بإمكانه أن يحدث فرق. المنتجات متساوية لكن الباعة ودودون في هذا المتجر. يمكن أن يلعب هذا الدافع أيضا دورا في قرارات الشراء غير المهمة ذات الميزانية المنخفضة. هنا ليست هناك حاجة للتحدث عن «الأداء» أو «الأمان» أو «السعر المنخفض». حاول تكبيف المفردات الخاصة بك، وخاصة تجنب اللغة الخشبية.

المال : بغض النظر عن بعض الاستثناءات القليلة المتعلقة بالمنتجات الفاخرة، يسعى الحريف دائما للحصول على أفضل جودة مقابل سعر منخفض الكلمات التي ستؤثر عليه هي: إنها الأرخص في السوق. سوف تخيف صاندي الأسعار المنخفضة عند التحدث عن «الابتكار» و «الهيبة» و «الرفاهية».

الرفاهية : أولئك الذين يفضلون الراحة لا يحبون الأشياء المعقدة بل يفضلون الأشياء السهلة والحلول السلسة. استعمل تعابير مثل: مع هذا الحل، أنت مرتاح البال. يكون هذا الصنف قريب جدا من دافع الأمان. خاصة حاول الابتعاد عن كل ما يمكن ان يحيل الى الخطر أو التهديد. الكلمات التي ترعبهم هي «جديدة»، «مبتكرة» «معقدة».

قبل البدء...

طريقة SONCAS هي تقنية حجج بسيطة وفعالة ستسمح لك بالتركيز على أدوات اتخاذ القرار الرئيسية للمشتري.





لماذا يجب أن يكون لديك برنامج مرجع الحرفاء ؟

وللمضي قدماً، تقوم العديد من الشركات بتنفيذ برنامج «مراجع الحرفاء»، مما يسمح لها بالاستفادة إلى حد أقصى والتفاعل مع الحرفاء. فيما يلي بعض النصائح لإعداد البرنامج «المرجعي الخاص بالحريف» الخاص بك.

زيادة ظهور مشروعك في مختلف القنوات.

تعزيز معرفتك وخبرة فريقك داخلياً وخارجياً.

شارك تجربتك مع الآخرين لبناء سمعتك.

تحليل سلوك الحرفاء لإيجاد الحلول المناسبة.

03 نصيحة

قم بتشريك حرفائك لتطوير عروضك.

02 نصيحة

أعطي قيمة لحرفائك.

01 نصيحة

اطلب دائماً الأذن من حرفائك قبل نشر معلوماتهم.



3. كيف أستغل مراجع حرفائي ؟

Un client satisfait est votre meilleure publicité !

في البداية

يُعد جمع شهادات الحرفاء حول استخدام المنتجات أو الحلول التكنولوجية جزءاً من استراتيجيات التسويق التي يتم استغلالها بصفة طبيعية في إنشاء المحتوى.

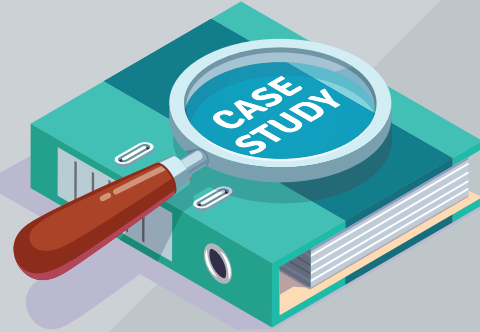
لماذا تعتبر توصية الحريف قيمة للغاية ؟

التوصية هي تقنية منهجية تبدو بسيطة : استخدام طرف ثالث حريف (راضٍ ومخلص) كأداة للوصول إلى هدفك النهائي (حريفك الجديد) من خلال التواصل أو نظام المكافآت، على سبيل المثال :

لهذا، يجب أن يكون رضا المستهلك على أعلى مستوى ممكن.

تسمح لك دراسة الحالة بالخوض في تفاصيل نشاط
محدد، مما يخول للحريف ان يستنتج :

«إذا نجح الأمر مع الآخرين، فلم لا ينجح معي؟»



دمج «دراسة الحالة / المثال» في مسار الحريف

تبين مستوى خبرتك، ولها تأثير
على أصحاب القرار.



إذا كنت من بين اثنين أو ثلاثة
من المنافسين للفوز بصفقة،
فإن دراسة الحالة ستقلب حتماً
الموازين لصالحك.



تستعمل دراسة الحالة في
المراحل النهائية من مسار
الحريف، لأنها تدعم إعادة
التأمين والضمان في وقت
اتخاذ القرار النهائي.



تعد دراسة الحالة جزءًا من مجموعة أدوات قوية في العلاقات الثنائية المباشرة لزيادة
التحويلات وتسهيل اتخاذ القرار.

قبل البدء...

إنّ دراسة الحالة هي أداة فعالة، ولكن يجب استخدامها بعناية فائقة مما يتطلب عملاً
حقيقياً لمعرفة ما يمكن قوله، وكيفية قوله، وبأي وسيلة.

لكم المشعل الآن ... !



نصيحة أخيرة : اجعل التوصية اختياراً وردة فعل! كما بينا، إن توصية الحريف مهمة جداً
وتساوي جميع الخطابات التجارية الأخرى وبالتالي، فإن توصية حرفائك لنشاطك التجاري
هو استراتيجية مربحة.

قبل البدء...

4. المزايا التي يمكن أن توفرها «دراسة الحالة»

Plus vous engagez vos clients, plus les choses deviennent compréhensibles.

في البداية

إنها دراسة لتجربة واقعة في نشاط معين بحيث تسمح للمتلقي بالاستفادة من الخبرات الحاصلة.

ما هي «دراسة الحالة» ؟

يمكن أن تكون «دراسة الحالة» فرصة لتطوير خبرتك لحل مشكلة ما في مجال معين، أو بمعنى آخر
كيفية تقديم الإضافة المرجوة لخدمة حرفائك بشكل أفضل.

دار المشاريع 

 **التجاري بنك**
Attijari bank

 **MAZARS**