JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في الاتصال عالي التأثير

20 يونيو – 1 يوليو 2027

دبي

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في الاتصال عالي التأثير

المرجع: 12081_348 **التاريخ:** 20 يونيو – 1 يوليو 2027 **المكان:** دبي **الرسوم:** GBP 8000

الاتصال عالي التأثير دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين للمديرين وقادة الفرق والمهنيين الذين يعرضون ويؤثرون، يبني فيها كل مشارك خطة التواصل مع أصحاب المصلحة ويقدم عرضا حاسما أمام لجنة عليا محاكاة. فازدحام البريد وقصر مدة الانتباه والاجتماعات الهجينة جعلت المقترح يكسب أو يخسر في دقيقته الأولى. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة لأصحاب الخبرة في التواصل المهني.

لماذا يهم الاتصال عالي التأثير الآن

ثلاثة جماهير تشكل طريقة تواصل المديرين اليوم. صناع القرار في الإدارة العليا يمنحون المقترح دقائق قليلة وينتظرون التوصية أولا. والزملاء الموزعون يلتقون غالبا عبر الشاشات حيث تكتسب النبرة والإيقاع والوضوح البصري وزنا أكبر من القاعة. والعملاء والجهات الرقابية يقرؤون المذكرات المكتوبة بعناية، فقد تكلف جملة غامضة واحدة المصداقية. المؤسسات التي يتواصل مديروها ببنية واضحة وحضور واثق تحصل على الموافقات أسرع وتعالج الخلاف قبل تصاعده، أما غيرها فتكرر الاجتماعات وتخسر القرارات لأصوات أوضح. وتعتمد الدورة مبدأ الهرم Pyramid Principle وتسلسل الموقف والتعقيد والسؤال والإجابة SCQA والمرتكزات الكلاسيكية للإقناع من مصداقية وعاطفة ومنطق.

المستفيدون من الاتصال عالي التأثير

- مديرون يقدمون المقترحات والميزانيات إلى اللجان العليا
- قادة فرق يوجهون الزملاء ويقنعونهم وينسقون معهم عبر الإدارات
- مختصون يشرحون النتائج الفنية لصناع قرار من خارج التخصص
- مهنيون يتعاملون مع العملاء ويعرضون التوصيات ويردون على الاعتراضات
- قادة مشاريع يكتبون تقارير الحالة وأوراق اللجان التوجيهية

تجني الإدارة الفائدة الكبرى حين يحضر عدد من مديريها الذين يعرضون أمام فريق القيادة نفسه معا، فيعودون ببنية موحدة للمذكرات ومعيار مشترك للشرائح والأوراق.

قدرات الاتصال عالي التأثير

تتبع المخرجات رسالة واحدة من الجمهور الذي يجب أن تحركه، مرورا ببنيتها وإلقائها، حتى الحوار الذي يليها.

- تقييم أولويات الجمهور واعتراضاته وأسلوب قراره قبل صياغة الرسالة — الرعاة ولجان الاعتماد
- تصميم تسلسل يبدأ بالتوصية باستخدام مبدأ الهرم وSCQA — صناع القرار في الإدارة العليا
- تطبيق أساليب الصوت والوقفة والإيقاع التي تعكس الحضور التنفيذي — المجالس ولجان العملاء
- بناء شرائح بصرية ومذكرات من صفحة واحدة تدعم الحجة المنطوقة — التنفيذيون المشغولون والمراجعون
- إيصال الأخبار الصعبة ومعالجة المقاومة في الحوارات الحاسمة — الموظفون المتأثرون والشركاء
- تحديد خطة تواصل مع أصحاب المصلحة بقنواتها وتوقيتها ومسؤوليها — رعاة المشاريع وقادة التغيير

مصطلحات الاتصال عالي التأثير الأساسية

- مبدأ الهرم Pyramid Principle — بنية للكتابة والحديث تعلن الاستنتاج الرئيسي أولا ثم ترتب الحجج الداعمة تحته.
- تسلسل SCQA — الموقف والتعقيد والسؤال والإجابة، افتتاحية تؤطر المشكلة قبل عرض التوصية.
- الحضور التنفيذي — مزيج من الهدوء والوضوح والمصداقية يدفع الجمهور الأعلى إلى الثقة بالمتحدث.
- المصداقية والعاطفة والمنطق — مرتكزات الإقناع الكلاسيكية التي تخاطب الثقة بالمتحدث ومشاعر الجمهور وعقله.
- عرض المصعد — ملخص منطوق لمقترح قصير بما يكفي لإلقائه في أقل من دقيقة.
- بيت الرسالة — إطار من صفحة واحدة يضم رسالة محورية وثلاث ركائز داعمة والدليل وراء كل منها.

الاتصال عالي التأثير يوما بيوم

اليوم 1: مشهد التواصل وخط الأساس الشخصي

- ملف أسلوب التواصل — نقاط القوة والزوايا العمياء تحت الضغط
- اتجاهات اقتصاد الانتباه — لماذا يقرر الجمهور أسرع
- عرض أساسي مسجل — مرجع لقياس التقدم لاحقا
- تدقيق المصداقية — كيف يقرأ الزملاء كل رسالة حاليا
- أهداف التواصل الشخصية — مستهدفات متفق عليها مع المدير المباشر

اليوم 2: تحليل الجمهور ورسم خريطة أصحاب المصلحة

- لوحة شخصية الجمهور — الأولويات والمخاوف وأسلوب القرار
- خريطة تأثير أصحاب المصلحة — من يجب أن يسمع ماذا
- توقع الاعتراضات — استباق الرفض قبل وصوله
- الإشارات الثقافية والجيلية — تكييف النبرة بين المجموعات
- مصفوفة اختيار القناة — اللقاء المباشر أو الافتراضي أو المكتوب

اليوم 3: بناء الرسائل المقنعة

- تسلسلات مبدأ الهرم — البدء بالتوصية
- افتتاحيات SCQA — تأطير المشكلة في أربع حركات
- تصميم بيت الرسالة — الفكرة المحورية والركائز الثلاث
- اختيار الأدلة — بيانات وأمثلة وشهادات مقنعة
- صياغة عرض المصعد — نسخ من دقيقة واحدة للمقترحات

اليوم 4: سيكولوجية الإقناع والتأثير

- موازنة المصداقية والعاطفة والمنطق — معايرة المرتكزات الثلاثة
- مبادئ المعاملة بالمثل والدليل الاجتماعي — استخدام أخلاقي في المقترحات
- أثر التأطير — المكاسب والخسائر ونقاط المرجع
- أقواس السرد القصصي — حكايات حالات تجعل البيانات راسخة
- صياغة الدعوة إلى الإجراء — تسهيل القرار التالي

اليوم 5: الحضور التنفيذي والإلقاء

- إسقاط الصوت والإيقاع — التحكم في الطاقة والتشديد
- الوقفة والإيماءة والتواصل البصري — إشارات مصداقية غير لفظية
- إدارة قلق التحدث — روتين التنفس والتحضير
- أساليب الوقف والصمت — منح النقاط الرئيسية فرصة الاستقرار
- مراجعة التغذية الراجعة بالفيديو — تصحيح العادات من التسجيلات

اليوم 6: العرض أمام الجمهور الأعلى

- صيغة الإحاطة على طريقة المجالس — عشر دقائق وقرار
- مبادئ تصميم الشرائح — فكرة واحدة لكل شريحة
- اختيارات تصوير البيانات — رسوم تجيب عن السؤال
- إدارة الأسئلة والأجوبة — الجسر والتأجيل والإقرار
- حرفة العرض الافتراضي — الكاميرا ومشاركة الشاشة والتفاعل

اليوم 7: الحوارات الصعبة والحاسمة

- شبكة التحضير للحوار — الوقائع والمشاعر والهوية
- إيصال الأخبار غير المرغوبة — وضوح دون برود
- لغة تهدئة التوتر — امتصاص الانفعال في المواقف المشحونة
- الاعتراض الحازم — مخالفة الرؤساء باحترام
- افتتاحيات التفاوض — المواقف والمصالح والخيارات

اليوم 8: المذكرات المكتوبة والأوراق التنفيذية

- قالب المذكرة من صفحة واحدة — الغرض والخيارات والتوصية
- التحرير بلغة واضحة — جمل أقصر وصيغة المبني للمعلوم
- بنية بريد التصعيد — عناوين رسائل تقرأ فعلا
- ورقة اللجنة التوجيهية — الحالة والمخاطر والقرارات المطلوبة
- معايرة النبرة في الكتابة — رسمية أو محايدة أو ودية

اليوم 9: التواصل في أوقات التغيير والأزمات

- تسلسل إعلان التغيير — من يسمع أولا ولماذا
- تيسير اللقاءات المفتوحة — إدارة أسئلة الجمهور الكبير
- بروتوكول الرد على الشائعات — تصحيح المعلومات المضللة بسرعة
- البيانات المؤقتة — الحديث قبل اكتمال الوقائع
- حلقات الاستماع — قنوات التغذية الراجعة بعد الرسائل الكبرى

اليوم 10: التدرب على خطة التواصل مع أصحاب المصلحة

- عيادة رسم خريطة الجمهور وأصحاب المصلحة — تطبيق أساليب اليوم 2
- تمرين التسلسل مع نقد الأقران — تطبيق مبدأ الهرم وSCQA
- عرض حاسم أمام لجنة عليا — تطبيق مهارات الإلقاء
- لعب أدوار لحوار صعب — تطبيق لغة تهدئة التوتر
- خطة التواصل مع أصحاب المصلحة بقنواتها وتوقيتها — النسخة النهائية

تطبيق الاتصال عالي التأثير بعد الدورة

- إعادة كتابة المقترح أو ورقة اللجنة التوجيهية القادمة بصيغة مبدأ الهرم واختبارها مع الراعي قبل الاجتماع
- رسم خريطة أصحاب المصلحة لمبادرة قائمة والاتفاق على القنوات والتوقيت في خطة التواصل وتسجيل تمرين واحد للمراجعة الذاتية

أسئلة حول الاتصال عالي التأثير

ما الاتصال عالي التأثير ولماذا يهم الآن؟

الاتصال عالي التأثير هو مهارة بناء الرسائل وإلقائها بطريقة تدفع الجمهور الأعلى إلى القرار. ويهم الآن لأن التنفيذيين يمنحون المقترحات وقتا أقل، والاجتماعات الهجينة تضعف الحضور، والمذكرات المكتوبة يحكم عليها بسرعة.

من أكثر الأدوار استفادة من الاتصال عالي التأثير؟

يستفيد أكثر المديرون وقادة الفرق والمختصون الذين يقدمون المقترحات بانتظام أو يحيطون اللجان العليا أو يديرون حوارات متوترة. ويستفيد كذلك المهنيون المتعاملون مع العملاء وقادة المشاريع الذين يكتبون أوراق اللجان التوجيهية.

بم تختلف دورة الاتصال عالي التأثير عن دورة مهارات الاتصال الأساسية؟

تغطي الدورة الأساسية الإصغاء والوضوح والتعاملات اليومية في العمل. أما هذه الدورة المتقدمة فتعمل على بنى الإقناع والحضور التنفيذي والعروض أمام الإدارة العليا والحوارات الحاسمة، مع تدريب مسجل وتغذية راجعة على رسائلك الحقيقية.

ماذا تعود به من دورة الاتصال عالي التأثير؟

تعود بخطة تواصل مع أصحاب المصلحة لمبادرة قائمة، وعرض مجرب يبدأ بالتوصية، وقوالب لمذكرات من صفحة واحدة، وسجل مصور لتقدمك في الإلقاء.

الاتصال عالي التأثير: الطريق إلى الأمام

توجه خطة التواصل مع أصحاب المصلحة أولا قرار من يسمع عن مبادرة قائمة، وبأي ترتيب، وعبر أي قناة. يستخدمها المشارك مع راعي المشروع وزملاء الاتصال المؤسسي، ثم يتمرن على العرض الأعلى الذي تحدد موعده. وبعد الاستخدام الأول تستحق شخصيات الجمهور وتوقعات الاعتراض المراجعة، إذ تكشف ردود الفعل الحقيقية عادة مخاوف فاتت المسودة الأولى.