JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين

4 – 8 أبريل 2027

الدوحة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين

المرجع: 55350_1494 **التاريخ:** 4 – 8 أبريل 2027 **المكان:** الدوحة **الرسوم:** GBP 5500

التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين دورة تدريبية مدتها أسبوع للمديرين والمهنيين الذين يحتاجون إلى اعتماد موازنات أو مشاريع أو تغييرات في السياسات، وتنتهي بخطة تواصل للتأثير خاصة بمقترح يعده المشارك حاليا. فصناع القرار يواجهون اليوم طلبات متنافسة أكثر ووقتا أقصر للاستماع ومساحة أضيق في الاجتماعات. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة كي تقيم المقترحات الجيدة بجدارتها لا أن تضيع بسبب عرض ضعيف.

لماذا يهم التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين الآن

ثلاثة ظروف تجعل تمرير المقترحات أصعب. فلجان الاستثمار ومجالس الإدارة تراجع جداول أعمال مزدحمة، فينال المقترح دقائق بدلا من ساعة. والقرارات تشمل على نحو متزايد عدة جهات اعتماد من المالية والمخاطر والعمليات، لكل منها مخاوفها. كما أن المواد المكتوبة المسبقة والاجتماعات الهجينة تنقل الإقناع من الكاريزما إلى البنية الواضحة والأدلة. والمقترحات المؤطرة حول أولويات صانع القرار تتقدم، أما المؤطرة حول جهد كاتبها فتتعثر أو تعاد للتعديل. وتستند الدورة إلى مبدأ الهرم لدى Minto ومبادئ التأثير لدى Cialdini ومناشدات أرسطو الثلاث.

المستفيدون من التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين

- مديرو الإدارات المسؤولون عن الحصول على موافقات الموازنة والتوظيف
- رعاة المشاريع الذين يعرضون دراسات الجدوى على لجان الاستثمار أو التوجيه
- أصحاب السياسات والإجراءات الساعون إلى اعتماد تغييرات تشغيلية
- المختصون الفنيون الذين يشرحون توصيات معقدة لتنفيذيين غير متخصصين
- مهنيو تطوير الأعمال الذين يعرضون مقترحات الشراكة أو الخدمات

تستفيد الوظائف التي ترفع مقترحات متكررة إلى اللجنة نفسها أكثر حين يحضر عدة كتاب منها معا ويعتمدون بنية موحدة للمقترحات.

قدرات التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين

يتعلم المشاركون قراءة كل جهة اعتماد، وبناء رسالة تجيب عن سؤالها أولا، والحفاظ على الهدوء عند التحدي.

- تقييم أولويات صناع القرار ومخاوفهم والأدلة التي يفضلونها — تكييف المقترح لكل جهة اعتماد
- تصميم رسالة بنية هرمية تبدأ بالتوصية — صقل الملخصات التنفيذية
- تطبيق التأطير الإقناعي والمقارنة والدليل الاجتماعي بأخلاقية — تقوية حجة التغيير
- بناء قصص بيانات ومرئيات تدعم فكرة واحدة — مساعدة اللجان على استيعاب الأدلة بسرعة
- التواصل بحضور تنفيذي عبر الصوت والإيقاع والوقفة — كسب المصداقية في القاعة
- اختبار الاعتراضات المتوقعة والتدرب على الردود — حماية المقترح أمام التدقيق

مصطلحات التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين الأساسية

- خطة التواصل للتأثير — وثيقة ترسم جهات الاعتماد والرسائل الرئيسية والأدلة والقنوات والتوقيت وردود الاعتراضات لمقترح واحد.
- مبدأ الهرم — بنية تعرض التوصية الرئيسية أولا ثم الحجج الداعمة المجمعة وأدلتها.
- ملف صانع القرار — وصف لأهداف جهة الاعتماد ومخاطرها والبيانات التي تفضلها وأسلوبها في القرار.
- التأطير — عرض الحقائق نفسها من زاوية مختارة، كالمخاطر المتجنبة أو الفرص المكتسبة، لتوجيه تفسيرها.
- الحضور التنفيذي — مزيج من الهدوء والوضوح والمصداقية يدفع الجمهور الرفيع إلى الثقة بالمتحدث.
- التمهيد المسبق — لقاء جهات الاعتماد الرئيسية فرديا قبل اجتماع القرار الرسمي لاختبار ردود الفعل ومعالجة المخاوف.

التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين يوما بيوم

اليوم 1: كيف تتخذ القرارات فعلا

- رسم مسار الاعتماد — طرق القرار الرسمية وغير الرسمية
- ملفات صناع القرار — الأهداف والمخاطر وتفضيلات الأدلة
- موازنة المصداقية والعاطفة والمنطق — مطابقة المناشدات مع الجمهور
- أنماط إخفاق المقترحات — حالات اعتماد في الرعاية الصحية والتقنية
- محادثات التمهيد المسبق — اختبار التأييد قبل الاجتماعات الرسمية

اليوم 2: بناء الرسالة

- مبدأ الهرم لدى Minto — التوصية أولا ثم المنطق الداعم
- افتتاحيات الموقف والتعقيد والحل — تأطير الحاجة بسرعة
- صياغة الملخص التنفيذي — صفحة واحدة قائمة بذاتها
- جداول مقارنة الخيارات — إظهار المفاضلات بشفافية
- تسلسل Monroe التحفيزي — نقل الجمهور من المشكلة إلى الفعل

اليوم 3: التأطير الإقناعي والأدلة

- مبادئ التأثير لدى Cialdini — المعاملة بالمثل والسلطة والدليل الاجتماعي
- تأطير المكسب والخسارة — عرض المخاطر المتجنبة مقابل القيمة المحققة
- سرد البيانات — تحويل الأرقام إلى رسالة واحدة واضحة
- تصميم الشرائح والمرئيات — فكرة واحدة لكل شريحة أمام اللجان
- حدود الإقناع الأخلاقي — تجنب التلاعب والمبالغة

اليوم 4: الحضور والاعتراضات

- تنويع الصوت والإيقاع — شد الانتباه في الفترات القصيرة
- لغة الجسد والهدوء — إظهار الثقة تحت الضغط
- مصفوفة توقع الاعتراضات — التحديات المحتملة من كل جهة اعتماد
- أسلوب الإصغاء والإقرار والاستكشاف والرد — التعامل مع الرفض دون دفاعية
- العرض الهجين والافتراضي — التأثير عبر الكاميرا والشاشة

اليوم 5: ممارسة خطة التواصل للتأثير

- استكمال خريطة جهات الاعتماد — تطبيق ملفات صناع القرار على المقترح الحي
- الرسالة الأساسية والملخص — تطبيق البنية الهرمية على الحالة
- خيارات الأدلة والتأطير — تطبيق مبادئ التأثير على النقاط الرئيسية
- تدريب أمام لجنة تحد — تطبيق أساليب الاعتراض مباشرة
- خطة التواصل للتأثير — النسخة النهائية بجدولها الزمني وقنواتها

تطبيق التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين بعد الدورة

- عقد محادثات تمهيد مسبق مع جهتي اعتماد رئيسيتين باستخدام ملفات صناع القرار قبل رفع المقترح الحي.
- إعادة كتابة الملخص التنفيذي للمقترح ببنية هرمية واختباره على زميل لم يطلع على الورقة الكاملة.

أسئلة حول التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين

ما التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين، ولماذا يهم الآن؟

هو مهارة بناء المقترح وتأطيره وعرضه بحيث يتمكن صناع القرار من اعتماده بسرعة. ويهم الآن لأن اللجان تواجه جداول أعمال مزدحمة وجهات اعتماد متعددة بمخاوف مختلفة.

من الأدوار الأكثر استفادة من التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين؟

يستفيد المديرون الساعون لاعتماد الموازنات ورعاة المشاريع والمختصون الذين يعرضون على التنفيذيين أكثر من غيرهم. وتزداد استفادتك إن كانت مقترحاتك تعاد كثيرا للتعديل أو تتعثر دون قرار واضح.

كيف يختلف التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين عن دورة مهارات العرض العامة؟

يتمحور حول كسب قرار محدد لا حول العرض الجيد عموما. ويغطي رسم جهات الاعتماد والتمهيد المسبق وتخطيط الاعتراضات إلى جانب الأداء.

ماذا تعود به من دورة التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين؟

تعود بخطة تواصل للتأثير لمقترح حي، تتضمن خريطة جهات الاعتماد وملخصا ببنية هرمية وخيارات الأدلة وردودا مجربة على الاعتراضات.

التواصل الإقناعي لعرض المقترحات للمديرين: الطريق إلى الأمام

تحدد خطة التواصل للتأثير أولا أي جهة اعتماد يجب التواصل معها قبل الاجتماع الرسمي وأي مخاوف ينبغي معالجتها معها. ويستخدمها كتاب المقترحات لجدولة المحادثات وصياغة الورقة، ويستعين بها الرعاة في الاستعداد. وبعد القرار الأول، يستحق التأطير إعادة النظر، لأن ردود فعل جهات الاعتماد تكشف الزاوية التي أقنعتها.