JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة التواصل المؤثر والحضور المهني

25 – 29 أكتوبر 2027

لندن

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة التواصل المؤثر والحضور المهني

المرجع: 74564_2025 **التاريخ:** 25 – 29 أكتوبر 2027 **المكان:** لندن **الرسوم:** GBP 5800

دورة التواصل المؤثر والحضور المهني دورة تدريبية مدتها أسبوع للمهنيين والمديرين الذين يعرضون المقترحات ويقدمون الإحاطات لكبار الزملاء ويسعون إلى إقناع نظراء لا يديرونهم، ويبني فيها كل مشارك دليل التأثير الشخصي. ومع انتقال القرارات إلى لجان متعددة الإدارات واجتماعات هجينة، صارت القدرة على كسب المصداقية بسرعة وصياغة الحجة بوضوح هي ما يحدد الأفكار التي تحظى بالدعم. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب التواصل المؤثر والحضور المهني بأسلوب يجعل التمرين في صلبه.

لماذا يهم التواصل المؤثر والحضور المهني الآن

تؤثر ثلاث قوى في التواصل المؤثر داخل المؤسسات اليوم. فالهياكل الأقل هرمية تجعل جزءا أكبر من العمل قائما على إقناع زملاء في إدارات أخرى بدل إصدار التعليمات للمرؤوسين. والاجتماعات الهجينة تقصر مدة الانتباه وتكشف خلال دقائق ضعف الافتتاحية وغموض الطلب وفتور الإلقاء. أما متخذو القرار فينتظرون أدلة مصاغة حول أولوياتهم هم. والمؤسسة التي يتواصل مختصوها بحضور واثق ترى مقترحاتها السليمة تعتمد وخلافاتها تحسم مبكرا، بينما تتعثر أفكار جيدة في اللجان لدى غيرها. وتستند الدورة إلى ممارسات معروفة في تحليل الجمهور وبناء الرسالة بالتوصية أولا والإلقاء الصوتي والإقناع المبدئي.

المستفيدون من التواصل المؤثر والحضور المهني

- المسؤولون عن عرض المقترحات ودراسات الجدوى أمام لجان القرار
- المديرون الذين يقدمون الإحاطات لكبار الزملاء ويحتاجون إلى موافقة على الموارد
- المختصون الذين يقدمون المشورة لنظرائهم والإدارات الشريكة دون سلطة رسمية عليهم
- قادة المشاريع والحسابات الذين يفاوضون على النطاق والأولويات والمفاضلات مع أصحاب المصلحة
- قادة الفرق الذين يمثلون إداراتهم في الاجتماعات المشتركة بين الأقسام

وتستفيد إدارات مثل المالية والهندسة وعمليات العملاء أكثر من غيرها عندما يحضر عدة أعضاء منها معا ويعودون بطريقة موحدة لصياغة المقترحات أمام القيادة.

قدرات التواصل المؤثر والحضور المهني

تتمحور المخرجات حول الانطباع الذي يتركه المهني في الدقائق الأولى، وطريقة صياغة الحجة لمستمع بعينه، وتحويل الاعتراض إلى تقدم.

- تقييم مؤشرات المصداقية الشخصية عبر تدقيق الحضور — أولويات التطوير لدى المشارك
- تصميم رسائل تبدأ بالتوصية قبل الأسباب — كبار متخذي القرار
- تطبيق سرعة الصوت والتوقف والوقفة بوعي — الجمهور في القاعة وعلى الشاشة
- بناء خريطة تأثير لأصحاب المصلحة تبين المصالح والمخاوف — رعاة المقترح
- إيصال ردود هادئة على الأسئلة العدائية والاعتراضات — لجان المراجعة
- تحديد نهج تأثير في النظراء خارج خط التبعية — الشركاء من الإدارات الأخرى

مصطلحات التواصل المؤثر والحضور المهني الأساسية

- الحضور المهني — مزيج من الهدوء والوضوح والمصداقية يجعل الآخرين يأخذون مساهمة الشخص بجدية.
- بنية التوصية أولا — ترتيب للرسالة يعرض التوصية قبل الأسباب والأدلة الداعمة.
- رصيد المصداقية — الثقة التي يجمعها الشخص بالكفاءة والموثوقية والصراحة، ويستند إليها عند طلب الدعم.
- التأثير دون سلطة — كسب موافقة أشخاص خارج خط التبعية بالمعاملة بالمثل والأهداف المشتركة والأدلة.
- التنويع الصوتي — تغيير مقصود في السرعة والطبقة والارتفاع والتوقف يحفظ الانتباه ويبرز المعنى.
- جسر الاعتراض — أسلوب يقر بالاعتراض ثم يعيد صياغته ويرجع النقاش إلى الرسالة الأساسية.

التواصل المؤثر والحضور المهني يوما بيوم

اليوم 1: المصداقية والانطباع الأول

- التدقيق الذاتي للحضور — تحديد الإشارات التي تبني المصداقية أو تضعفها
- نموذج رصيد المصداقية — تقرير أين تحتاج الثقة إلى إعادة بناء
- استبيان انطباع الجمهور — جمع ملاحظات الزملاء حول الأثر
- التوازن بين المكانة والألفة — اختيار الود أو الحزم حسب الموقف
- الثواني الثلاثون الأولى — تقديم من أنت ولماذا يهم ما تقوله

اليوم 2: بناء الرسائل المقنعة

- بنية الرسالة بالتوصية أولا — البدء بالتوصية قبل التفاصيل
- شبكة أولويات المستمع — صياغة الفوائد حول متخذ القرار
- سلم الأدلة — اختيار الحقائق والأمثلة والقصص للإثبات
- موجز المقترح في صفحة واحدة — تكثيف الحجة لكبار التنفيذيين
- صيغة الطلب الواضح — تحديد القرار المطلوب وموعده

اليوم 3: الصوت ولغة الجسد والحضور عبر الشاشة

- تمارين التنويع الصوتي — توظيف السرعة والتوقف والطبقة للتأكيد
- الوقفة الثابتة والإيماءة — إظهار الهدوء تحت الملاحظة
- أنماط التواصل البصري — التواصل مع القاعة وجمهور الكاميرا
- الحضور في الاجتماعات الافتراضية — الإضاءة والإطار وتبادل الأدوار
- روتين إدارة التوتر — تثبيت الإلقاء قبل اللحظات الحاسمة

اليوم 4: التعامل مع الاعتراض والتأثير دون سلطة

- أسلوب جسر الاعتراض — الإقرار وإعادة الصياغة والعودة إلى الرسالة
- بروتوكول الأسئلة العدائية — الحفاظ على الهدوء حين تختبر المصداقية
- خريطة تأثير أصحاب المصلحة — رسم الاهتمام والنفوذ والمخاوف المتوقعة
- المعاملة بالمثل والأهداف المشتركة — كسب دعم النظراء عبر الإدارات
- ضوابط الإقناع المبدئي — إبقاء التأثير أخلاقيا وشفافا

اليوم 5: تطبيق دليل التأثير الشخصي

- عرض مقترح مصور — تقديم موجز اليوم 2 أمام لجنة
- محاكاة لجنة الاعتراض — تطبيق جسور اليوم 4 تحت الضغط
- لعب أدوار التأثير في النظراء — كسب دعم شريك من إدارة أخرى
- مراجعة ملاحظات الإلقاء — تحسين الصوت والحضور من التسجيلات
- دليل التأثير الشخصي — إنهاء الرسائل والخريطة وخطة التمرين

تطبيق التواصل المؤثر والحضور المهني بعد الدورة

- إعادة بناء المقترح التالي المتجه إلى لجنة قرار ببنية التوصية أولا، ثم تجربته مع زميل موثوق.
- إعداد خريطة تأثير لأصحاب المصلحة حول قضية قائمة بين الإدارات، وإجراء حوار واحد قائم على المعاملة بالمثل مع الشريك الأهم دعمه.

أسئلة حول التواصل المؤثر والحضور المهني

ما التواصل المؤثر والحضور المهني ولماذا يهم الآن؟

هو مهارة كسب المصداقية بسرعة وصياغة الحجة بطريقة تدفع الآخرين إلى التصرف. ويهم الآن لأن قرارات أكثر تعتمد على إقناع النظراء وكبار الزملاء في اجتماعات أقصر وغالبا افتراضية.

من الأدوار الأكثر استفادة من التواصل المؤثر والحضور المهني؟

يستفيد أكثر المهنيون والمديرون الذين يعرضون المقترحات أو يقدمون الإحاطات لكبار الزملاء أو يحتاجون إلى دعم أشخاص لا يديرونهم.

كيف يختلف التواصل المؤثر والحضور المهني عن دورة الحضور التنفيذي؟

صمم للمهنيين والمديرين في المستوى الأساسي، ويركز على المقترحات اليومية والتأثير في النظراء والإلقاء في الاجتماعات. أما دورات الحضور التنفيذي فتتناول هيبة كبار القادة والسرد على مستوى مجالس الإدارة والتموضع المؤسسي.

ماذا تعود به من دورة التواصل المؤثر والحضور المهني؟

تعود بدليل شخصي يضم مقترحا منظما وخريطة لأصحاب المصلحة وردودا على الاعتراضات وروتينا للتمرين.

التواصل المؤثر والحضور المهني: الطريق إلى الأمام

يصبح دليل التأثير الشخصي المرجع الذي يفتحه المشارك قبل كل اجتماع مهم، وغالبا ما يكون أول استخدام له في المقترح التالي المتجه إلى لجنة قرار. وبعد أول عرض حقيقي تستحق إشارات المصداقية والردود على الاعتراضات مراجعة جديدة في ضوء تفاعل الجمهور الفعلي معها.