



# إدارة المعارض ٠٠٧ حائك

إشراف/ الإدارة العامة للمناهج



١٠ دقائق





- إثراء و تطوير المعارف في مجال تخطيط و تنظيم المعارض و تزويدها بالقواعد للإدارة الاحترافية و الأساليب الحديثة





- تقدم هذه الحقيبة للمتدرب أهمية المعارض بشكل عام حيث تبرز فرص متميزة لتفاعل المباشر مع الجمهور المستهدف في التسويق المباشر وزيادة حجم المبيعات السلع



الوحدة	عنوان الوحدة	زمن الوحدة (ساعة)
الأولى	أساسيات إدارة المعارض	٢٢
الثانية	المرحلة الأساسية لإقامة المعارض	١٩
الثالثة	فن إدارة تنظيم المعارض	١٩
الرابعة	مهارات التفاوض في المعارض	٢٠



- يلم المتدرب بمفهوم وأهمية المعارض ومظاهر العمل الفعال وغير الفعال.
- يدرك المتدرب الدور الفعال كوسيلة لخلق اتصال ناجح في إدارة المعارض.
- يميز المتدرب مهارات وتنظيم المعارض بشكل فعال.
- يتعرف المتدرب على كيفية تصميم المعارض.
- يتعرف المتدرب على فن اتخاذ القرار أثناء إقامة المعارض.
- يتعرف المتدرب على أهم مسؤوليات الرئيس وأدواره في إقامة المعارض.
- يتعرف المتدرب على مهارات التفاوض الناجح عند إقامة المعارض.



## أساسيات إدارة المعارض



- معرفة مفهوم المعارض بشكل عام.
- التعرف على مظاهر المعارض الفعالة وغير الفعالة.
- القدرة على التفرقة بين أنواع المعارض المختلفة.
- أهمية المعارض ووسائل الاتصال داخل وخارج المعرض.
- معرفة سلبيات المعارض.





الوقت المتوقع للتدريب على هذه الوحدة: ٢٢ ساعة تدريبية

الوسائل التدريبية المساعدة:

- حالات دراسية
- امثلة توضيحية

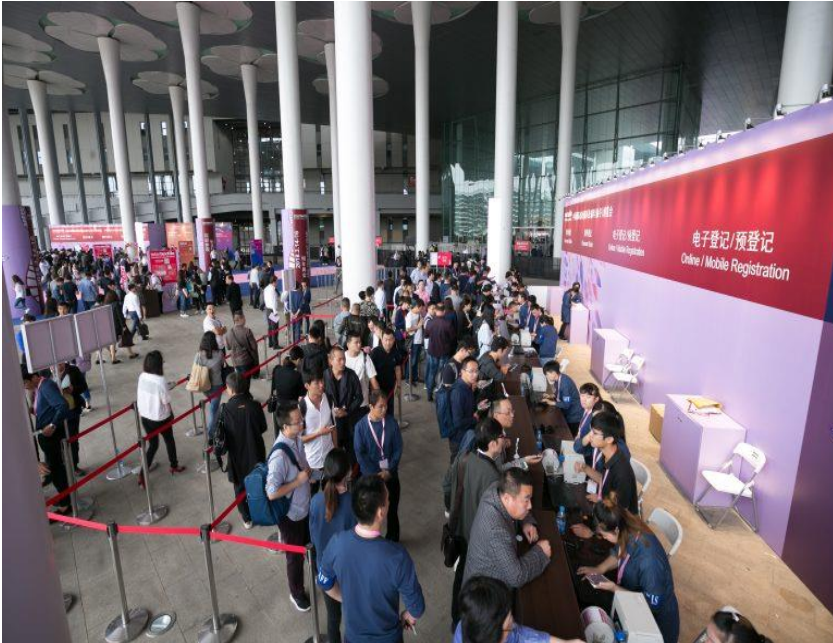


• لماذا هي مهمة المشاركة في المعارض!

• للوصول إلى العملاء والموردين

• استعراض التقنيات الجديدة

• الاطلاع على تجارب يمكن الاستفادة منها





• أهم الحضور لمعارض الملابس والأنسجة وتقنيات الخياطة العالمية:

- مصانع ملابس
- تجار الملابس (تاجر الجملة / الموزعين / متاجر التجزئة)
- شركات الاستيراد والتصدير
- مصانع آلات الخياطة وتقنياتها
- منتجي الأقمشة والخیوط
- المصممين وبيوت الموضة



- وتسعى المملكة العربية السعودية في رؤيتها الطموحة الى رفع مستوى الإنتاج المحلي والارتقاء فيه في المحافل الدولية ورفع حجم الصادرات السعودية في عدت قطاعات أحدها قطاع الملابس الرجالية.
- العلاقة القوية والمتلازمة بين الاقتصاد والمعارض والمؤتمرات.
- حجم قطاع الملابس والأقمشة يصل ٢٥٠ مليار دولار في عام

٢٠٢٠م.



• من اهم التجارب السعودية في قطاع الملابس الرجالية

• المصمم يحي البشري

• خياط مشار

• ملابس لومار

ارقي الاثواب  
العربية مع مشار





- هناك عدة جهات تنظم وتعمل في قطاع المعارض وهي تنقسم كالتالي:
- على مستوى المدينة مثل تجمع البائعين في سوق الخميس
- على مستوى المنطقة مثل الجمعيات المزارعين في منطقة الرياض
- على مستوى البلد مثل جمعية حماية المستهلك
- على مستوى العالم مثل مجلس مصممي الأزياء الأمريكية.
- على مستوى القطاع الثالث (غير هادفة للربح)



- في المملكة العربية السعودية الجهة المنظمة للمعارض  
البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات ويهدف الى تسريع نمو قطاع  
المعارض بالمملكة. وسيكون للبرنامج الدور المركزي في الإشراف على قطاع  
المعارض بالمملكة وتطويره



البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات  
Saudi Exhibition & Convention Bureau



- تعريف الفاعلية في المعارض:
- هي الدرجة التي يستطيع فيها المشارك الوصول لأهدافه وتحقيقها
- مفهوم الفاعلية أبعد اتساعاً وأشمل من تحقيق الأهداف، حيث يستمد مفهومه من منطق واقع المنظمة باعتبار أنها نظام مفتوح يتعامل مع بيئة متغيرة تحتوي على عدة جوانب غير مؤكدة ومتغيرة.





- أهداف الفاعلية هي في تحقيق النقاط التالية:
- قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف التي تسعى إليها.
- قدرتها على التكيف والاستمرار في البيئة.
- قدرتها على التطور والنمو والاستمرارية.
- قياس الفاعلية
- بمقدار تحقيق وإنجاز الأهداف حيث إن الفاعلية تمثل العلاقة بين  
المخرجات الحقيقية والمخرجات المتوقعة



- هناك عدة عوامل يجب النظر إليها قبل المشاركة في أي معرض وهي:
- شكوك عالية في احتمالية إقامة المعرض (وباء عالمي كوفيد-١٩).
- تكاليف عالية للمشاركة في المعرض وغير محددة ومفاجئة.
- عدم الحصول على المشاركين في المعرض.
- اللغة المستخدمة في المعرض لا يتحدثها المشارك ولا يوجد مترجم.
- المعرض يعرض منتجات غير مناسبة للمشاركين من حيث التصاميم والمنسوجات المستخدمة.

# مظاهر المعارض الفعالة وغير الفعالة



م	اسم المعرض	إيجابيات المشاركة في المعرض	سلبيات المشاركة في المعرض	توافق المعرض مع الأهداف	ميزانية المشاركة في المعرض
١	المعرض السعودي الدولي للمنسوجات والأقمشة	وجود المعرض في الرياض اجتماع جميع المصممين السعوديين	عدم وجود خطوط أزياء عالمية لا يوجد تصاميم رجالية كثيرة	نعم	١٠٠٠٠ ريال
٢	معرض شنغهاي للملبوسات والانسجة السنوي (شنغهاي)	يجتمع فيه كل المصممين العالميين تقنيات كثيرة تعرض للخياطة	تكلفة المشاركة عالية اللغة قد تكون حاجز للمشاركة	لا	٢٠٠٠٠ ريال
٣	معرض الملابس والأقمشة الدولي (دبي)	قرب المعرض من المملكة منتجات وتقنيات كثيرة ستعرض فيه	تكلفة المشاركة متوسطة مشاركين عالميين سيحضرون المعرض	نعم	١٥٠٠٠ ريال

الإيجابيات والسلبيات من المشاركة في المعارض



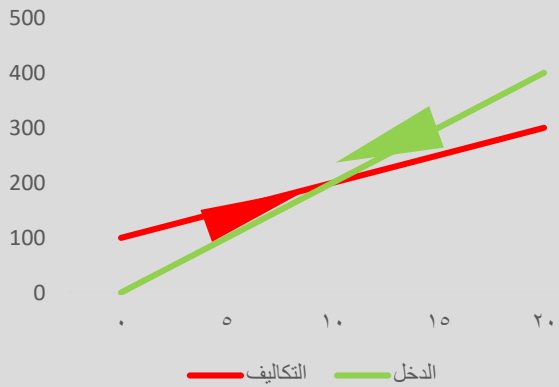
• يجب التخطيط للمعرض من كل النواحي ليكون ناجحاً، واهمها الجدوى المالية للمشاركة.

• مثال: المشاركة في المعرض السعودي الدولي للمنسوجات والأقمشة بمبلغ عشرة آلاف ريال (١٠٠٠٠).

• فإذا كان العائد أعلى ١٠٠٠٠ ريال فالمشاركة في المعرض تكون مجدية

• وإذا كان العائد أقل من ١٠٠٠٠ ريال تكون المشاركة غير مجديه

جدوى مالية





## • ميزانية المعرض

يحتاج المعرض حتى يكون ناجحًا وفعالًا إلى ميزانية لتغطية النفقات وللحصول على هذه النفقات يجب أن يكون هناك شكل من أشكال الرعاية فعند وجود عدد كبير من المشاركين في المعرض وتحصيل رسوم مشاركة مقبولة ومزايا حضور أخرى تشجع الكثير على حضور المعرض سيكون هناك فرص أكبر لحضور عدد أكبر من المشاركين.



## • مكان انعقاد المعرض

- ملائمة المكان وتوفير سبل الراحة.
- وجود مواقف مناسبة لعدد حضور المعرض.
- قرب المعرض من وسائل النقل العامة والمطارات والفنادق.
- عقد المعرض في مكان يكون سهل الدخول والخروج منه.
- تكلفة الدخول تكون مناسبة للمشاركين في المعرض.



- عوامل تساعد علي زيادة الفعالية في المعارض:
- تحديد أهداف المعرض بوضوح
- تحديد أصحاب المصلحة الذين يجب أخذهم بالاعتبار
- وضع إطار زمني محدد لتحقيق أهداف المعرض.
- يجب وضع وقت كبير للتخطيط لها وتنفيذها بشكل يضمن تحقيق الأهداف.



- ويمكن لنا أن نعرف فعاليات الاعمال (Business Events) بأنها مناسبات (أحداث) يتم تنظيمها بهدف محدد يتم فيها جمع أفراد في موقع وزمان واحد، ولأغراض محددة مثل: التواصل، والتعلم، والتفاوض، والنقاش، والتدريب، وتبادل الخبرات، وتسويق المنتجات والخدمات، وتقديم ابحاث، والتكريم.





• كما يتم تداول مصطلح (MICE) باللغة الانجليزية للتعبير عن هذه المعارض وانواعها وهو اختصار للعناصر التالية:

- meetings: M اجتماعات
- incentives: I الحوافز
- conferences: C المؤتمرات
- exhibition E: المعارض



- وبناء على التصنيف العلمي لأنشطة منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة هناك يمكن ان نقسم هذه التجمعات والأنشطة والمعارض التي الاستفادة منها في قطاع الملابس والخياطة الرجالية:
- تجمعات رياضية:
- تجمعات ثقافية:
- معارض الأعمال والتجارة:



## • تجمعات رياضية:

يجتمع فيها عدد من الرياضيين لحضور فعالية سواء كانت تجاه رياضة

معينة أو مجموعة أنشطة رياضية أخرى. على سبيل المثال بطولات كأس

العالم.

• مشاركة المنتخب السعودي في كأس العالم ٢٠١٨ المنعقدة في روسيا

كانت فرصة ممتازة لتقديم وعرض الأزياء والملبوسات السعودية على

العالم





## • تجمعات ثقافية:

وهي اجتماعات ولقاءات ومعارض تكون حول بعد ثقافي أو اجتماعي معين.

فهناك تجمعات ثقافية حول دولة أو مدينة أو قارة معينة. فعلى سبيل المثال

تعقد السفارات والملحقيات الثقافية عدد من المعارض التي تجوب العالم

للتعريف بالثقافة السعودية وقيمها وعاداتها





## • معارض الأعمال والتجارة:

التجمعات التي يلتقي فيها أصحاب الأعمال في محاولات للوصول الى عملاء أو

موردين أو الاطلاع على أحدث التجارب في القطاعات التي يعملون فيها. وهذه

تشمل معارض تجار الأزياء، معارض تجار الأقمشة، معارض تجار معدات

الخياطة وغيرها من المعارض





• ايضاً ممكن ان يتم تقسم المعارض بناء على عدد من المعايير منها:

- التغطية الجغرافية
- المعارض المتنقلة
- المعارض الافتراضية (باستخدام التقنيات الحديثة)



## • التغطية الجغرافية

نطاق عمل وتغطية المعارض الجغرافية تختلف من معرض إلى آخر. فهناك معارض ذات بعد عالمي أو ذات بعد إقليمي أو محلي



معرض الأقمشة الرجالية والإكسسوارات الرياض



معرض تيكسورد العالمي



## • المعارض المتنقلة

من الفعاليات التي يمكن لأصحاب الأعمال في قطاع الخياطة الرجالية الاستفادة منها هي المعارض المتنقلة والتي تجوب المدن.

• المعرض المتنقل لشركة المراعي

• المعرض المتنقل لوزارة الدفاع





- المعارض الافتراضية (باستخدام التقنيات الحديثة):  
من الفعاليات التي تقدم بشكل كامل او جزئي باستخدام شبكة الإنترنت  
التقنيات الجديدة ثلاثية الأبعاد وغيرها أو ما يسمى (augmented reality).



معرض مبادرة مستقبل الأعمال في الرياض وفيه روبوتات  
تساعد في الشرح



- يمكن تقسيم المعارض بناء على عدد من المعايير والمؤشرات:
  - عدد المشاركين في المعارض
  - نوعية المشاركين في المعرض
  - موقع/توقيت المعرض (الدولة والمدينة)
  - عدد الزوار المتوقع لهذه المعارض
  - تكلفة المشاركة او الحضور في هذه المعارض
  - نطاق عمل المعرض (محدد بنطاق واحد او هو متعدد النطاقات)



- كل القطاع في العالم سواء كان سيارات أو بنوك أو أطعمة ويوجد لها معارضها الخاصة فيها والتي يلتقون فيها بعملائهم ومورديهم بل وزملائهم في المهنة للاستفادة والاطلاع على أفضل وأخر الممارسات في القطاع
- أفضل وسيلة لتحفيز سوق الأزياء الرجالية في السعودية هي زيادة التواصل مع العامة ومشاركتهم في عملية تطوير المنتج، والتعليم، والاستثمار، والتطوير المهني، وتبادل الأفكار والمنتجات والتقنيات الجديدة، وهذا هو جُل ما تقوم به المؤتمرات.



- الآثار الإيجابية للمشاركة في المعارض:
- فرصة كبيرة للوصول إلى عملاء جدد
- بناء علامة تجارية مميزة يعرفها ويقدرها جماهيره المستهدفة
- الالتقاء بعدد من الموردين
- الوصول إلى وكلاء ومسوقين للملابس الرجالية
- الاطلاع وفهم المنافسين



- أهم الإجراءات والمهارات الاتصالية في المعارض والمؤتمرات:
- تصميم المعرض بشكل يلفت انتباه الجماهير المستهدفة.
- فهم الثقافة التي يقام فيها المعرض وعدم الإخلال فيها في التواصل.
- تأهيل الفريق المشارك بمهارات التواصل مع الآخرين.
- تجهيز كافة بيانات الاتصال سواء كانت برشورات أو هدايا أو عينات.
- بناء ثقة متبادلة بين فريق العرض والجماهير المستهدفة في المعرض.



- وإن كان هناك ميزات وقيمة عالية في المشاركة في المؤتمرات والمعارض التجارية للعاملين والمهتمين في قطاع الأزياء والخياطة الرجالية، إلا أن هذا لا يخلو من بعض السلبيات التي يجب العمل عليها.

- ومن مطلق القاعدة الشرعية العظمية "ما لا يدرك كله لا يترك جله" والتي تدعو إلى الاستفادة من الأشياء بالقدر الذي نستطيع



- مخاطر ذات ابعاد مالية:
- احتساب العائد على المشاركة أو ما يسمى (Return on investment)،
- خسارة المبالغ المدفوعة بأسباب متعلقة باحتمالية إلغاء المعرض  
لأسباب وقاهرة (مثل فايروس كورونا)
- خسارة متعلقة بدفع رسوم مشاركة في معارض تقوم على تنظيمها  
جهات غير حقيقية وغير أخلاقية



• مخاطر على سمعة والعلامة التجارية:

يجب على أصحاب الأعمال العناية بعلاماتهم التجارية ولا يجب أن يتم

التقليل من قيمته في وضعه في أماكن لا تناسبه.

LOUIS VUITTON

لا تشارك علامة تجارية عالمية مثل (Louis Vuitton) في معارض شعبية





## • مخاطر اجتماعية واخلاقية

أيضا قد تكون المشاركة في بعض المعارض ذات أثر سلبي لأسباب اجتماعية أو سياسية أو دينية. فالمشاركة في معارض تشارك فيها جهات تقدم ملبوسات أو أزياء تتنافى مع القاعدة الأخلاقية أو الدينية التي تمثلك وتمثل محل الخياطة يؤثر سلباً عليك.



## • مخاطر أخرى:

وقوع عمليات إرهابية أو عمليات سرقة، أو غيرها، مما يؤثر سلبًا على قيمة

المشاركة في هذه الأنشطة



حادثة سانبرندينو الإرهابية



## سلبيات المعارض

- مخاطر أخرى:
- وقوع عمليات إرهابية أو عمليات سرقة، أو غيرها، مما يؤثر سلبيًا على قيمة المشاركة في هذه الأنشطة

# سلبيات المعارض

المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني  
Technical and Vocational Training Corporation



# سلبيات المعارض

المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني  
Technical and Vocational Training Corporation





## المراحل الأساسية لإقامة المعارض



• من المتوقع في نهاية هذه الوحدة التدريبية أن يكون المتدرب قادراً وبكفاءة على أن:

١. بما يجب عليه معرفته وعمله قبل انعقاد المعرض.
٢. بالتخطيط لحضور وإقامة معرض والعوامل التي يجب أن يأخذها في الحسبان.
٣. بتنفيذ خطة حضور وإقامة معرض وما يجب عليه عمله اثناء إقامة المعارض.

## المراحل الأساسية لإقامة المعارض



٤. بكفية التعامل مع المعارض اثناء انعقادها والعوامل المؤثرة بها.
٥. تقييم المعارض بعد حضورها أو اقامتها والتغذية الراجعة منها للاستفادة منها في المعارض المستقبلية.





الوقت المتوقع للتدريب على هذه الوحدة: ١٩ ساعة

الوسائل التدريبية المساعدة:

- الأمثلة التوضيحية
- والحالات الدراسية .

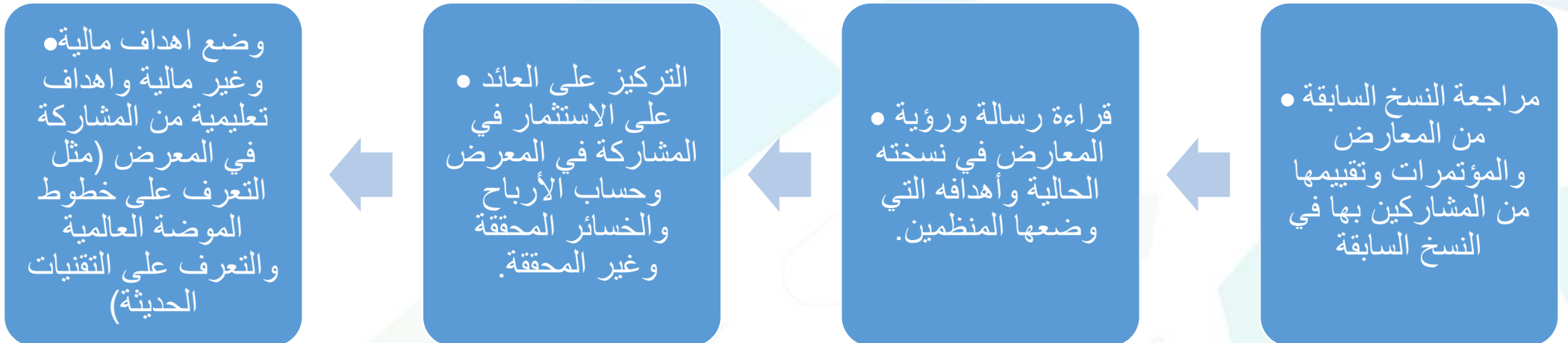


• هناك عدة نقاط يجب على المدرب معرفتها قبل انعقاد المعرض والتي تساعد تحقيق الاستفادة القصوى من المعرض، وهي:

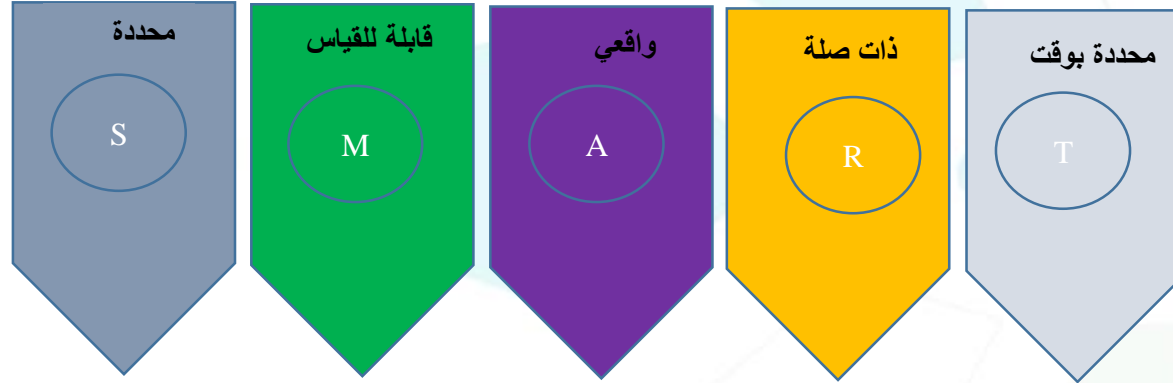
١. تحديد الأهداف .
٢. التحليل الشامل للمعارض.
٣. تحليل نقاط القوة والضعف.
٤. ميزانية المشاركة في المعارض.



- تحديد الهدف يتضمن العمل على خطة مصممة لتحفيز وتوجيه المشارك في المعارض نحو هدفه أو مجموعة من الأهداف، ويجب على المشارك في المعارض تحديد أهدافه بالاسترشاد بمعايير (أو قواعد) تحديد الهدف مثل معايير الأهداف الذكية (SMART).



# الأهداف الذكية (SMART Goals)





حاول الإجابة على الأسئلة الخمسة :

- ما الذي أريد تحقيقه؟
- لماذا هذا الهدف مهم؟
- من أطراف هذا الهدف؟
- أين موقع الهدف؟
- ما هي الموارد أو الحدود المعنية لتحقيق الهدف؟



يجب أن يعالج الهدف القابل للقياس أسئلة مثل:

- كم تكلفة المشاركة في المعرض؟
- كم عدد مرات المشاركة في المعرض؟
- كيف سأعلم عندما انجز الهدف؟



عادةً ما يجيب الهدف القابل للتحقيق على أسئلة مثل:

- كيف يمكنني تحقيق هذا الهدف؟
- ما مدى واقعية الهدف، بناءً على قيود أخرى، مثل الموارد المالية؟



## الهدف ذا صلة (Relevant)



يمكن لهدف ذي صلة أن يجيب بنعم على هذه الأسئلة:

- هل يبدو الهدف جدير بالاهتمام؟
- هل هذا هو الوقت المناسب لهذا الهدف؟
- هل يتوافق الهدف مع جهودنا / واهدافي الأخرى؟
- هل أنا الشخص المناسب للوصول إلى هذا الهدف؟

## محدد بوقت (Time-bound)



عادة ما يجيب هدف محدد بوقت على هذه الأسئلة:

- متى سأحقق الهدف؟
- ماذا يمكنني أن أفعل بعد ستة أشهر من الآن لتحقيق الهدف؟
- ماذا يمكنني أن أفعل بعد ستة أسابيع من الآن لتحقيق الهدف؟
- ما الذي يمكنني فعله اليوم لتحقيق الهدف؟



- التحليل الشامل (سياسي واقتصادي واجتماعي وتقني) هو طريقة يمكن من خلالها للمشاركة في المعرض تقييم العوامل الخارجية الرئيسية التي تؤثر على المعارض الإقليمية والدولية من أجل أن تصبح مشاركته أكثر فعالية ويستطيع المنافسة بشكل أفضل. إن التقييم الشامل لمجالات التأثير الرئيسية التي تؤثر على قطاع الخياطة والتصميم الملابس الرجالية.

## تحليل نقاط القوة والضعف (SWOT)



- تحليل نقاط القوة (Strength) والضعف (Weaknesses) والفرص (Opportunities) والتهديدات (Threats) (SWOT) هو عبارة عن تحليل يستخدمه المشاركون في المعارض لمعرفة العوامل الداخلية والخارجية التي تحيط به أو بمشاركته في المعارض قبل المشاركة في المعرض. عناصر القوة والضعف هي عناصر داخلية تركز على العوامل التي يجب التركيز عليها عند المشاركة في المعارض، وهي عوامل يستطيع المشاركون التحكم بها.



- إدارة ميزانية المشاركة في المعارض تعني تحديد التكاليف والمصروفات المشاركة في المعرض والموافقة عليها وتأمينها. تتضمن إدارة الميزانية استخدام تصنيفات ونماذج لكل نوع من نفقات المشاركة في المعرض، مثل السفر والتنقل وتصميم جناح المشاركة وتنفيذه ونقل البضائع وغيرها من المصروفات. يجب إشراك الجهات ذات العلاقة المسؤولة عن التنفيذ ويحدد أدوار ومسؤوليات جميع الأطراف المشاركة في أنشطة الميزانية.



- المعارض والمؤتمرات في العصر الحديث أصبحت أحد أهم الأدوات المؤثرة على كل الأنشطة الاقتصادية في البلد، وأصبحت جزءاً رئيسي في جذب السياح لكثير من الدول والمدن وأصبحت سياحة الاعمال وسيلة فعالة لبناء القدرات والاطلاع على المعارف والتقنيات الحديثة في الكثير من الدول.



## اثناء انعقاد معرض يجب عليك عمل التالي:

١. تطبيق الخطة.
٢. زيارة العارضين.
٣. مراجعة جدول أعمال المعرض.
٤. تجول في المعرض.
٥. تعرف على الحضور.
٦. الرد على وسائل التواصل الاجتماعي.
٧. حمل شواحن متنقلة.
٨. حمل كروت عمل.
٩. عرض العينات المجانية.
١٠. الاهتمام بالمظهر والملابس.

# مراحل اتخاذ القرار أثناء المعارض







- في البداية يجب عليك تحديد ما هو القرار الذي يجب عليك اتخاذه في المعرض، ويجب عليك تحديد المشكلة التي تحتاج إلى حلها أو السؤال الذي تبحث الإجابة عنه، كمثال اتخاذ قرار شراء اقمشة من أحد المصدرين القادمين من الصين في المعرض. حدد ماذا تريد بوضوح لأن تحديد المشكلة هو الطريق الصحيح لتحديد القرار المناسب فعندما ينطلق القطار من النقطة الغير صحيحة فإنه يحيد عن مساره قبل مغادرة المحطة.



- بعد تحديد القرار المراد اتخاذه الان هو الوقت المناسب لجمع المعلومات ذات الصلة وهي المعلومات في قرارنا "شراء اقمشة رجالية من مصدر صيني" المتعلقة بالمشاركين الصينيين في المعرض. حاول جمع أكبر قدر من المعلومات من خلال موقع المعرض الالكتروني ومنشورات المعرض.



- بعد جمع المعلومات عن المصدرين في المعرض والتعرف على الاقمشة التي لديهم ومناسبتها التصاميم والمنتجات التي لديك يمكنك معرفة البدائل المتاحة في المعرض لحل المشكلة التي لديك. في الغالب، يكون هناك أكثر من خيار مناسب ولكن يجب عليك تحديد البدائل المناسبة لك.



- بعد تحديد البدائل قم بعمل جدول لموازنة البدائل وتحديد مميزات وسلبيات المصدرين في المعرض حتى تحدد البديل المناسب. شاهد ما فعله اصدقائك في المعرض والمصدرين الذين تعاملوا معهم في الماضي وتذكر تجاربك السابقة مع المصدرين الصينيين قد يكون الخيار الأنسب هو الخيار الحالي.



البدائل رقم (٣)		البدائل رقم (٢)		البدائل رقم (١)		الوزن النسبي لكل معيار	معايير اتخاذ القرار
النقاط	التقييم	النقاط	التقييم	النقاط	التقييم		
١٤٠	٧	١٤٠	٧	١٨٠	٩	٢٠	جودة المنتج
١٤٠	٧	١٣٥	٩	٧٥	٥	١٥	كلفة الوحدة
١٢٠	٦	١٨٠	٩	١٢٠	٦	٢٠	تنوع المنتجات
٦٠	٤	١٠٥	٧	١٠٥	٧	١٥	التأثير على البيئة
٥٠	٥	٨٠	٨	٤٠	٤	١٠	حجم الإنتاج
٦٠	٦	٨٠	٨	٥٠	٥	١٠	التكنولوجيا المستخدمة
٥٠	٥	٧٠	٧	٥٠	٥	١٠	سرعة وصول المنتج
٦٢٠		٧٩٠		٦٢٠		٪١٠٠	المجموع



- هذه المرحلة هي المرحلة التي يكون فيها اختيار البديل المناسب واختيار المصدر الصيني للأقمشة التي تحتاجها. والخطوات السابقة كانت تمهيد لاتخاذ القرار الذي ستتخذه هنا ويجب أن تكون أخذت وقتك في المراحل السابقة حتى يمكنك اتخاذ القرار الصحيح.



- لا يكفي اتخاذ القرار الصحيح، وقد يكون هناك قرار صحيح ولكن بدون خطة لمتابعة القرار وتنفيذه. فعند اختيارك المصدر الصيني المناسب يجب عليك التعاقد معه بشكل رسمي ومعرفة الكميات التي تحتاج من الأقمشة خلال الستة شهور القادمة أو السنة، يجب عليك معرفة تفاصيل الكميات ونوعياتها وألوانها حتى يمكنك كتابة خطة بعد اتخاذ القرار الصحيح. بعد الخطة يجب عليك وضع اشخاص مسؤولين ومحاسبين عن تنفيذ الخطة.



- لا تنتهي عملية اتخاذ القرار بتنفيذ القرار ولكن يجب عليك بعد فترة زمنية محددة مسبقًا في مثالنا عن استيراد الاقمشة من مصدر صيني أن تراجع القرار بشكل دقيق وتعرف هل تم حل المشكلة؟ وهل تم تحقيق الأهداف المرجوة من القرار؟ الهدف من مراجعة القرار هو معرفة الإيجابيات والسلبيات من اتخاذ القرار وعدم تكرار الأخطاء.





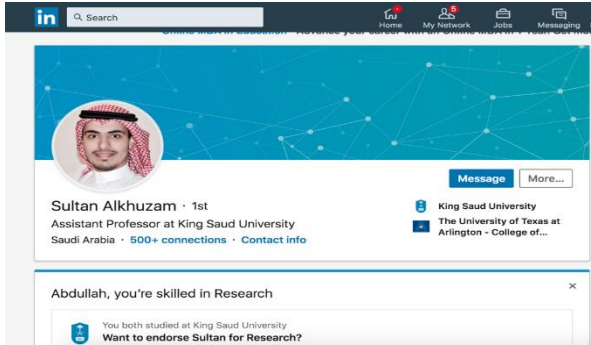
## تسجيل معلومات التواصل من المعرض



- في بداية عودتك من المعرض لابد أن يكون معك الكثير من كروت العمل التي حصلت عليها اثناء المعرض والكثير من النقاط التي يجب عليك تدوينها حتى لا تنساها. في كل كرت عمل هناك معلومات كثيرة عن الشخص والمنظمة التي يعمل بها وكيف يمكنك العمل معه بعد انتهاء المعرض؟



- بعد العودة من المعرض وحفظ جميع المعلومات في أحد برامج إدارة علاقات العملاء يجب عليك التواصل مع الذين قابلتهم من خلال برامج التواصل الاجتماعي مثل لينكد إن (LinkedIn) التي تساعدك على معرفة تاريخ من قابلتهم مهنيًا وتعرف التطورات التي حصلت لهم ويمكنك التواصل معهم من خلال هذه المنصة.





- كثير من الناس لم يكونوا محظوظين في حضور المعرض فبعضهم لم يستطع الحضور بسبب الميزانيات، والآخر بسبب العمل، وبعضهم لم يستطع حضور المعرض بسبب انشغاله مع العائلة وهناك أسباب كثيرة تمنع الناس من حضور بعض المعارض وهذا يجعل من كتابة المحتوى والتدوين عمل عظيم ومفيد للجميع.



- التغذية الراجعة تعني معرفة نتيجة الاعمال التي قمت بها في المعرض من خلال المنتجات التي طرحتها والأفكار التي تناقلتها مع الأصدقاء والمشاركين بشكل عام في المعرض. وفي الوقت الحالي من السهل الحصول على التغذية الراجعة بسبب توفر القنوات الالكترونية التي تجعل الحصول على التغذية الراجعة سهل ومتوفر ويمكن توفير ذلك من خلال بعض التطبيقات الهاتفية الجديدة.



- بعد عودة الشخص من المعرض سيكون لديه الكثير من المعلومات التي دونها، والكثير من التقنيات الجديدة التي شاهدها، والكثير من الأشخاص الذين قابلهم، وفي غالب الأحيان يكون المعرض في خارج المدينة وعليه فإن تكلفة المشاركة والذهاب له ليست متوفرة للجميع وعلى الزميل الذي تكون له فرصة الذهاب للمعرض أن يحضر لنقلها للغير الذين حضروا المعرض بهدف نقل الخبرة والتجربة.



## فن وإدارة تنظيم المعارض



١. بناء وتصميم الخطوات الاولية لتنظيم المعارض
٢. تحديد وتصميم المقومات الاساسية للمعارض
٣. فهم وبناء المعايير التصميمية سواء كانت جمالية او تنظيمية او عملية للمعرض
٤. تحديد اهم الطرق المستخدمة في تصميم المعارض القادرة على جذب العملاء المستهدفين وتحقيق المبيعات او المعرفة المرجوة لديهم حول منتجاتك.





٥. القدرة على تقييم الفعاليات المشاركة بالمعرض وتجديد الإيجابيات  
والسلبيات والاستفادة منها في المشاركات في المعارض المستقبلية

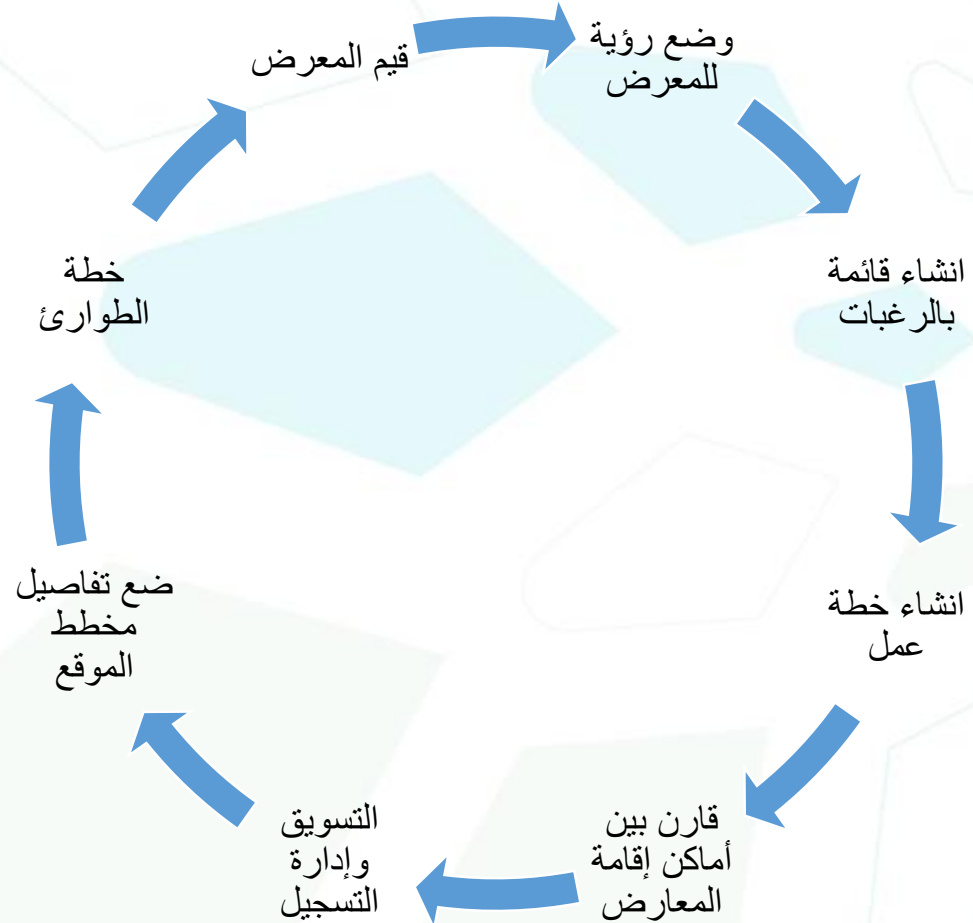


الوقت المتوقع للتدريب على هذه الوحدة: ١٩ ساعة

الوسائل التدريبية المساعدة:

- الأمثلة التوضيحية والحالات الدراسية.

# خطوات تنظيم المعارض





عند وضع رؤية للمعرض يجب على المنظمين مراجعة الآتي:

- مراجعة المعارض والتقييمات السابقة.
- قراءة بيان مهمة الجمعية - إن وجدت - .
- التركيز على العائد على الاستثمار .
- الأهداف التعليمية والعلمية المعدة للمعرض .

## ضع قائمة برغباتك

المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني  
Technical and Vocational Training Corporation



• لا شيء يبدو مستحيل ...



• كيف يتم تحديد الجدوى المالية للمعرض؟



عند اختيار موقع المعرض يجب مراعاة التالي:

١. تطابق المكان مع أهداف وغايات الاجتماع.
٢. استكمال تحليل الاحتياجات.
٣. البحث ومعرفة الخصائص / الخصائص الفيزيائية للمكان والمتطلبات المادية.

# ضع تفاصيل مخطط الموقع







عناصر التسويق في المعرض هي:

- المبيعات
- العلاقات العامة والاتصال
- الخدمات الإبداعية



بروتوكولات خطة الطوارئ والاتصالات المناسبة تمكن الفريق من تقليل  
الخسائر المالية والغير مالية في المعرض. فما الذي تعتقد أنه يجب علمه  
لتجنب الخسائر في المعرض؟



- بعد انتهاء المعرض وعودتك إلى المنزل خذ بعض الوقت للاسترخاء ولفك الضغط بعد المعرض الذي أخذ منك عدة أيام، ولكن لا تأخذ الكثير من الوقت بسبب أن لديك مهماً تخص المعرض لم تنتهي منها بعد. في الأيام والأسابيع التي تلي المعرض يجب أن تكون قادراً على وضع كل ما تعلمته من تنظيم المعرض وتحويل تلك المعرفة والمعلومات والاجتماعات إلى كنز تعتمد عليه لمدة زمنية ليست قصيرة.



- لو قمنا ببحث بسيط من خلال الانترنت، سنجد انه وعلى مدار الساعة والعام هناك معارض تعقد في العالم من حولنا فهناك معارض متخصصة بالسيارات والطائرات والمأكولات وغيرها. وبعضها يعتبر ناجح ويستمر وبعضها يفشل حتى قبل التنفيذ وبعضها تفشل بعد السنة الأولى وبعضها يفشل بعدد عدد من السنوات من النجاح والاستمرارية

## تحديد الغرض من المعرض (Purpose)



من اهم مؤشرات النجاح لأي فعالية او معرض هو معرفة ماذا نريد ان نحقق من إقامة المعرض او المشاركة فيه. فهناك معارض تقام فقط لعرض المنتجات او لربط الموردين بالتجار وهناك معارض تقام للبيع المباشر للمنتجات وكل نوع من هذه المعارض إذا لم يتم تحديد الغرض بشكل واضح سوف يتسبب بفشل للمعرض.

## اختبار وتقييم المعرض (Concept Testing)



وهنا بعد تحديد الغرض من إقامة المعرض وعوامل النجاح الأساسية يقوم الفريق المعرض باختبارات لفكرة المعرض من خلال طرح فكرة المعرض على جهات داخلية وخارجية لتقييم فكرة المعرض وتقديم المرئيات والاقتراحات حول اقامته.



• التصميم فيه أهم أدوات التي يمكن توظيفها لتسويق مشاركتك في المعرض وذلك لقدرتها على جذب العملاء المستهدفين. ولكن يجب الانتباه

إلى:

- الميزانية.
- الموقع.
- الأنظمة والقوانين.



التقنيات الحديثة تتسارع بشكل عالي جداً وأصبح تطبيقها في المعارض والمؤتمرات أصبح حتمي. فجميعنا يتذكر معرض الاستثمار في الرياض والروبوت صوفيا والتي تحدثت بطلاقه وقدمت الحفل.

كود الاستجابة السريع QR Code





بلا شك ان الاولان هي من اهم الوسائل التي تساهم في ابراز المشاركة في المعارض. بل ان الألوان لها أثر كبير في العلامات التجارية والتسويقية. كل لون له تأثير، حاول تعرف ما هو تأثير الألوان التالية:

- الأسود
- الأبيض
- الأحمر
- الأزرق





- الأرضيات هي واحدة من أهم المعايير التي يجب اخذها في الاعتبار عن تصميم الجناح او المشاركة في المعرض، وهي من الأشياء التي يتم تجاهلها في الغالب.



لا تتنسى الأثر الكبير الذي ممكن ان تصنعه الإضاءة في جناحك في المعرض.  
فالإنارة وتوزيعها وألوانها قادرة بذكاء أن ابراز ميزات التصميم ويخفي من  
العيوب الموجودة او المناطق المراد اخفائها مثل المستودع الخلفي .





وسائل التواصل الاجتماعي



Google Ads

قوئل اذر

١. كافي المشاركون في النسخ السابقة للمعرض.

٢. المسجلين مبكراً.

٣. الترويج للمعرض.

٤. استخدم وسائل التواصل الاجتماعي للترويج عن المعرض.

٥. الرعاية.

٦. موقع الكتروني.

٧. تذاكر دخول المعرض.



المعرض الناجح يجب أن يكون هناك تجربة فريدة فيه ويكون فيه فعاليات

مثل:

- فعاليات لقاءات بين مشاركي المعرض والحضور.
- متحدثين يقدمون تجربة مختلفة مثل استخدام الواقع الافتراضي.
- حلقات نقاش بين المصممين في الموضوعات الموسمية.
- جدارية لكتابة الأفكار داخل المعرض.

# تقييم الفعاليات المشاركة بالمعرض



تقييم الفعاليات يجب أن يشمل الفئات الاساسية الثلاثة في المعرض:

- الحضور
- العارضين
- الرعاية



حضور المعرض يرغبون في نقل المعرفة، والتعرف على العارضين والحضور  
بتكوين صداقات ومعارف، واكتساب تقنية ومعلومات تجارية، ومعرفة  
المنتجات والخدمات المفيدة.





هناك خمسة أسباب لحضورهم المعرض وهي:

١. تأدية أعمالهم
٢. ترسيخ العلاقة مع العملاء الحاليين
٣. العلاقات مع عملاء جدد
٤. استخلاص المعلومات عن الأسواق واحتياجات العملاء
٥. المخابرات على منافسة





أسباب تجعل الرعاية يشاركون في معرض معين:

- عدد ونوع الحضور في المعرض.
- عدد ونوع العارضين في المعرض.
- البيانات المالية للمعرض والاستعدادات.
- المحتوى الذي سيعد للمعرض والترويج عنه.
- المتحدثين في المعرض.



• تقييم الفعاليات بشكل مباشر يكون عن طريق:

• رضا الحضور.

• الدخل المالي للفعاليات.

• أرقام التسجيل

• التغطيات الإعلامية والصحافية

• التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي



رصد التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي

## معرفة وتحديد عوامل النجاح (Success Factors)



بعد بناء تصور واضح عن الغرض من المعرض يعطي المنظمين والمشاركين تصور عن الشكل النهائي للمعرض وبالتالي الوصول الى معايير النجاح التي يجب العمل عليها حتى يكون المعرض ناجح وممتاز وقابل للاستمرار والديمومة.

## حال عدم الحاجة لعنوان احذف هذا المربع



- قم بتكرار هذه الشريحة، مع الالتزام بالتعليمات السابقة.



## مهارات التفاوض في المعارض



- يستوعب المفاهيم الأساسية للمفاوضات وأهميتها في إدارة المعارض
- يعرض أهم الاستراتيجيات المستخدمة من قبل المفاوضين يشرح لأهم المهارات التي تؤسس لجعل المتدرب مفاوض ناجح
- يشرح لأهم المهارات التي تؤسس لجعل المتدرب مفاوض ناجح
- يشرح لبعض النماذج السلوكية لأنماط المفاوضين
- يصوغ ويبني الشروط الأساسية التي تحكم عملية المفاوضات



• الوقت المتوقع للتدريب على هذه الوحدة: ٢٠ ساعات تدريبية.

الوسائل التدريبية المساعدة:

- الأمثلة التوضيحية
- الحالات الدراسية



- الانسان بطبيعته الاجتماعية يتواصل في منزلة مع اسرته ومع أصدقائه ومع اساتذته وغيرها وهذه التواصل بلا شك يتخلله كثير من المفاوضات والنقاشات والتي تدور في مجالات متعددة.
- مهارات التفاوض كواحدة من أفضل ١٠ مهارات لسوق العمل في المستقبل
- فالابن يفاوض والديه انه إذا نجح يستحق هدية ووالديه تقول انه يجب ان يحصل على امتياز (وليس النجاح فقط) ليحصل على هدية.





- لماذا هي مهمة مهارات التفاوض في الاعمال اليوم:
- الطبيعة الديناميكية لقطاع الاعمال
- التداخل والاعتمادية المتبادلة بين القطاعات
- التطور التقني الهائل
- العولمة



## • تعريف لمفهوم التفاوض:

هو عملية يجتمع فيها طرفين أو أكثر وذلك لغرض حل النزاعات أو تسوية المعاملات بمختلف أنواعها أو تكوين تحالفات واتفاقيات بين الافراد او الشركات او الحكومات بشكل يحقق اعلى منفعة للطرفين وبشكل مقبول حيث يحاول كل طرف على طاولة النقاش إقناع الطرف الآخر بالموافقة على وجهة نظره.



• وفي كل عملية مفاوضات يجب ان نحدد اهم ثلاث معطيات

• موضوع التفاوض

• من هم المفاوضون

• ماهي الية وطريقة المفاوضات



- تنطلق المفاوضات من تحقيق منفعة وعوائد مرضية للطرفين او ما يسمى (Win-Win) ويمكن تحقيق هذه النتائج من خلال:
- التزام الأطراف على بالوصول الى حل ونتيجة تكون مرضية للأطراف
- ان تتصف المفاوضات بالالتزام بالمرونة العالية وعدم التعنت
- بناء وتأسيس لعلاقة طويلة الاجل بين الاطراف في المفاوضات



- تنطلق المفاوضات من تحقيق منفعة وعوائد مرضية للطرفين او ما يسمى

(Win-Win) ويمكن تحقيق هذه النتائج من خلال: (يتبع)

- تكريس الوقت والجهد الكافي للمفاوضات وعدم الاكتفاء بالنتائج

السريعة

- ان يقوم كل طرف في المفاوضات بتصور وتقمص الطرف الاخر لفهم

موقفه بشكل كبير (Perspective-taking)

- بناء قاعدة أساسية من الثقة والاحترام المتبادل بين المتفاوضين



• كما ان هناك استراتيجيات في الحرب واستراتيجيات في كرة القدم واستراتيجيات في السياسة فهناك وبلا شك استراتيجيات لإدارة المفاوضات.

• واليوم نجد ان تدريس المفاوضات من اهم المواضيع التي تقوم أرقى لجامعات بتدريسه للطلاب وأيضا في الدورات التدريبية التي تعقد لكبار المدراء وملاك الشركات.

PROGRAM ON  
NEGOTIATION



HARVARD LAW SCHOOL

# Yale



- اهم الاستراتيجيات التفاوض التي يجب فهمها:
- بناء تصور كامل عن خياراتك.
- بناء تصور على منطقة المفاوضات المحتملة (ZOPA)
- قدم العرض الأول في المفاوضات:
- التعاطي مع الخلافات وعدم القدرة للوصول الى اتفاق ( Negotiation )  
(Impasse)



- بناء تصور كامل عن خياراتك:
- المفاوض المتميز يعرف خياراته تماماً قبل الدخول الى أي مفاوضات ودرسها واعد لها بشكل كبير ولديه تصور عيوب وميزات كل خيار.
- يعتقد كثير من المفاوضين خطأ انه لا يوجد لديه الاخير واحد،
- واحد اهم الخيارات التي دائما يغفل عنها المفاوضون هي مغادرة المفاوضات دون إتمام الصفقة او ما يسمى (walk away option).





- بناء تصور كامل عن خياراتك:
- ومن اهم استراتيجيات التفاوض هو تحديد ليس فقط ماهي خياراتك بل وترتيبها من ناحية الأفضلية لديك.
- كل مفاوض يجب ان يحدد ما هو ثاني أفضل خيار بديل في المفاوضات او ما يسمى ب باننا (BATNA) وهي اختصار لأول حروف جملة (Best Alternative To a Negotiated Agreement)



- فهم للمعطيات الثلاثة التالية سوف تساهم في بناء خياراتك بشكل ممتاز:
- تحليل وضعك وموقفك الداخلي ونقاط القوة والضعف
- بتحليل الطرف الاخر وموقفه الداخلي ونقاط القوة والضعف لديه
- أيضا فهم للوضع الحالي والمخاطر والفرص الموجودة والتي تثر على الطرفين بشكل كبير سواء كانت اقتصادية او سياسية او اجتماعية او حتى على مستوى المنافسة في القطاعات التي تعملون فيها.



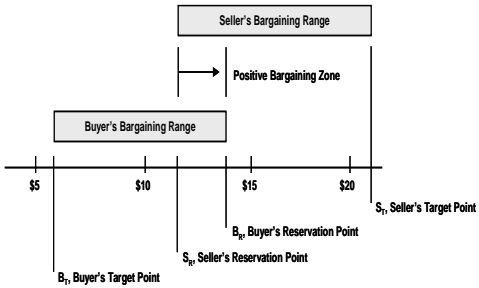
- بناء تصور على منطقة المفاوضات المحتملة (ZOPA) لكل طرف في طاولة المفاوضات هناك مجال للأخذ والرد والتنازل والقبول وهي ما تسمى بمنطقة المفاوضات المحتملة (Zone Of Possible Agreements) وهي منطقة يقبل فيها اطراف المفاوضات النقاش وفيها حد اعلى وحد أدنى واي عرض خارج هذا النطاق يعتبر خيار غير مناسب



- منطقة المفاوضات الإيجابية المحتملة (ZOPA)
- مثال: ترغب في توظيف شخص يقبل براتب بين ٦.٠٠٠ - ١٠.٠٠٠ ريال
- ميزانيتك للموظف هي بين ٥.٠٠٠ - ٩.٠٠٠ ريال



- هناك منطقة إيجابية للمفاوضات (ZOPA) بين ٦.٠٠٠ - ٩.٠٠٠ ريال



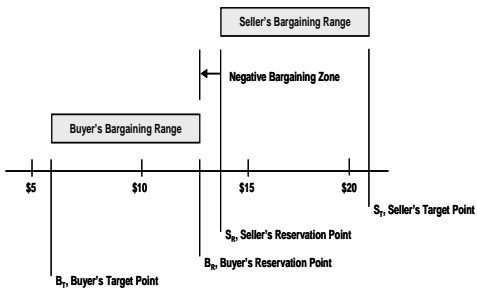


• منطقة المفاوضات السلبية المحتملة (ZOPA)

• مثال: ترغب في توظيف شخص يقبل براتب بين ١٠٠٠٠ - ١٤٠٠٠

ريال

• ميزانيتك للموظف هي بين ٥٠٠٠ - ٩٠٠٠ ريال



• هناك منطقة سلبية للمفاوضات (ZOPA) بسالب ١٠٠٠ ريال



- قدم العرض الأول في المفاوضات:
- خطأ يمتنع كثير من المفاوضين من تقديم العرض الأول، بل يضغط على الطرف الثاني للتقديم أولاً.
- والحقيقة ان تقديم العرض الاول يساهم في تحديد النقطة الاولى التي ينطلق منها الطرف الاخر في رده وهذا ما يسمى في إدارة الاعمال والاقتصاد بالإرتساء او تأثير الراسية (Anchoring Effect)



• التعاطي مع الخلافات وعدم القدرة للوصول الى اتفاق ( Negotiation )  
:(Impasse

• يجب على الأطراف في المفاوضات الاستمرار في التواصل والانفتاح على

الطرف الاخر وإبقاء خط التواصل مفتوحا

• محاولة بناء الثقة وحسن النية من خلال تفكيك مناطق الخلاف الى

نقاط صغيرة وغير متشعبة وان يتم حل كل واحدة على حده يساهم

بحل المشكلة الكبرى في النهاية



- هل مهارات التفاوض هبة من الله ولا يمكن تعلمها!
- هناك مهارات ومواصفات يمنحنا إياها الله بالفطرة ولا يمكن ان نحصل عليها. في عالم كرة السلة يجب ان يكون طولك حوالي مترين حتى تستطيع اللعب في منافسات كرة السلة
- لكن في عالم المفاوضات يمكن لك ان تتعلم ان تكون مفاوضاً ناجحاً وان تتميز فيها.





- بعض المهارات التي يجب عليك بناءها كمفاوض تعلمها:
  - مهارات بناء المعلومات والبحث والتقصي.
  - مهارات التواصل والاقناع.
  - المهارات العاطفية.



- مهارات بناء المعلومات والبحث والتقصي.
- القيام بالبحث والتقصي بشكل كبير عن ماهي خياراتك وماهي خيارات الطرف الاخر ولماذا أنتم تحتاجون عقد هذه المفاوضات.
- كلما زادت حجم معرفتك عن الوضع الراهن والمستقبلي كلما استطعت ان تحصل على موقف اقوى في المفاوضات وتزداد ثقتك في خياراتك.
- بناء تحديد (BATNA و ZOPA)



## • مهارات التواصل والاقناع:

- فكلما زادت مهارات اتصالك كلما زادت فرصتك لكسب مفاوضاتك.
- مهارات الاتصال ليست فقط في التواصل اللفظية (وهي مهمة) بل تشمل مهارات التواصل الكتابية
- مهارات الاتصال أيضا في لغة الجسد وقدرتها في دعم الاتصال الفعال؛ كونها تُساعد المفاوض على التعبير خلال حركاته وتعابير وجهه.



• مهارات التواصل والاقناع:

- تقديم حزمة من الخيارات للطرف الاخر في المفاوضات بدل ان تقدم خيار وحيد.



- استخدام قوة السكوت او الصمت في المفاوضات. الصمت هنا يجب ان يكون نابع من قوة وليس من ضعف (مثل عدم القدرة على الرد)



## • المهارات العاطفية:

- خلال 20 سنة الماضية هناك تركيز على العاطفة والمشاعر ودورها في الوصول إلى اتفاق وخلق قيمة لدى الطرف الاخر.
- وتؤكد أستاذة المفاوضات في جامعة هارفرد اليسون على أهمية الانتباه والتركيز على الجانب العاطفي في المفاوضات.
- مشاعر الغضب في المفاوضات هي مشابهة تماماً لعملية القاء قنبلة



• ثمانية توصيات مهمة وذات إثر إيجابي على سير المفاوضات:

١. كن مستمعاً ومصغياً ممتازاً
٢. شجع الآخرين في المفاوضات على الاستماع
٣. كن موضوعياً في طرحك وحاول ان تتجنب التحيز
٤. لا تجعل مشاعرك تؤثر سلباً على قراراتك وطريقتك طرحك



- ثمانية توصيات مهمة وذات إثر إيجابي على سير المفاوضات: (يتبع)
- ٥. حاول ان تكون ايجابياً في مفاوضاتك مع الأطراف الأخرى
- ٦. دائماً حاول ان تكون منفتح في مفاوضاتك من خلال طرح بدائل.
- ٧. اجعل جل تركيزك على إيجاد حلول
- ٨. كن مستعداً لقيادة دفة المفاوضات، كن حاسماً



- لم يجعلنا الله سبحانه وتعالى على شاكلة واحدة بل خلقنا من اجناس واعراق وشعوب مختلفة وهذه الاختلافات ليست فقط اختلافات شكلية ظاهرية، بل هي تؤثر على سلوكياتنا وشخصياتنا وانماط تصرفاتنا.
- ابن خلدون فرق بين أنماط الشعوب ومنهم من عرفوا باهتمامهم بمصالحهم الشخصية وشعوب أخرى تأخذ في الاعتبار مصالح الجماعة او الدائرة التي نتمون لها





- تنقسم المؤثرات على الانماط السلوكية الى قسمين

## الانماط السلوكية

مؤثرات نابعة من شخصية  
المفاوض

مؤثرات نابعة من الثقافة التي  
ينتهي لها المفاوض



- مؤثرات نابعة من شخصية المفاوض:
- بلا شك ان الخصائص الشخصية للمفاوض تساهم بشكل كبير في تشكيل نمط وسلوك الافراد في المفاوضات.
- وبالتالي يمكن تقسيم المفاوضين بناء على شخصياتهم الى:
  - مفاوضين متعاونين
  - مفاوضين تنافسيين



- المفاوض ذو النزعة التعاونية
  - يسعون لبناء صداقات وعلاقات اجتماعية.
  - يسعى لاستخدام لغة تواصل تتسم باللطافة والقبول.
  - جلسات النقاش والمفاوضات لا تخلوا من الفكاهة وترطيب الجو العام.
  - غالباً ما تكون عواطفهم جياشة ويبدو عليهم السمات والانفعالات العاطفية.



- خمس أدوات للتعامل مع المفاوض التعاوني
- تجنب الحديث والتركيز على العوائد الخاص بك فقط في المفاوضات
- أخلق جو امن يشعر فيه المفاوض المتعاون بالاطمئنان تجاهك
- حاول ان تظهر نفسك بأنك تتفاوض بالنيابة عن جهة عملك
- احرص على الكلمات التحفيزية في قبولك ورفضك للعرض والحلول
- ركز بشكل كبير على الالتزامات طويلة الاجل من قبل الطرفين وليس فقط ابرام الاتفاقات القانونية بين الطرفين



- المفاوض ذو النزعة التنافسية:
- جل تركيزهم هو على الخروج بأكبر قدر ممكن من العوائد والمنافع حتى وان كانت ذات أثر سلبي على الطرف الاخر
- غالباً ما يحاولون إخفاء مشاعرهم لكن دائم تبدو مشاعرهم السلبية
- يتصف بالعند الشديد والتمسك بالرأي وعدم الانفتاح
- يستخدم أساليب هجومية استفزازية مستمر
- المفاوض التنافسي يسعى بشكل كبير لا فحام الطرف الاخر



- خمسة أدوات للتعامل مع المفاوض التنافسي:
- حاول طرح الكثير من الأسئلة خلال المفاوضات
- ركز على كيفية تعظيم العوائد للطرفين (Pie-Expansion)
- احرص على الاعتماد على المعايير الدولية والعالمية في نقاشك
- احرص على ان تكون ثققتك عالية بمعلوماتك
- اعمل على الاعتراف بالطرف الاخر (الشخص التنافسي) وعدم جرح كبريائه واحترامه لذاته (self-esteem)

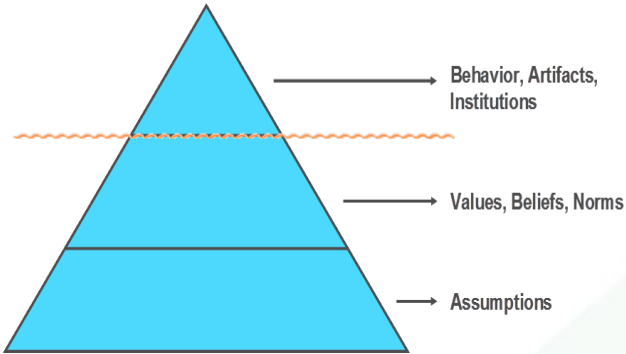


• مؤثرات نابغة من الثقافة :

• يجب علينا ان نعرف تماماً من أي ثقافة ينتمي الشخص الذي نرغب في التفاوض معه حتى نعرف تماماً كيف يمكن لنا بناء استراتيجيتنا التفاوضية وكيفية تعظيم العوائد من هذه المفاوضات.

• مجتمعات تعزز القيم الفردية (أمريكا وألمانيا)

• مجتمعات تعزز القيم المجتمعية (السعودية واليابان)





## • الثقافة تؤثر على اليات التواصل المفضلة

ثقافات تفضل التواصل المباشر	ثقافات تفضل التواصل الغير مباشر
المانيا	اليابان
الولايات المتحدة الأمريكية	كوريا
الدول الاسكندنافية	المملكة العربية السعودية
كندا	دول منطقة البحر الأبيض المتوسط





## • الثقافة تؤثر على اليات التواصل المفضلة

ثقافات تفضل التواصل الغير مباشر	ثقافات تفضل التواصل المباشر
اليابان	المانيا
كوريا	الولايات المتحدة الأمريكية
المملكة العربية السعودية	الدول الاسكندنافية
دول منطقة البحر الأبيض المتوسط	كندا



- الانسان المسلم في حياته بالعموم يجب عليه احترام الشروط والمواثيق والاتفاقيات

قال رسولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «المُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ»،

- يجب على الشخص ان يلتزم بما يتم الاتفاق عليه من شروط والتي تتحدد من خلال اطر دينية وثقافية واجتماعية وقانونية.



• دراسة أوضحت الممارسات التي تحتاج الى تنظيم بشروط قانونية  
واخلاقية في المفاوضات وهي:

- تقديم وعود زائفة
- تقديم المعلومات بشكل غير مكتمل
- تقديم معلومات مزورة
- التهجم والتهديد الشخصي



• وهنا سوف نستعرض بعض الشروط التي يستلزم الانتباه لها واخذها في

الاعتبار عند الدخول في مفاوضات:

• الشروط الدينية والأخلاقية

• التزوير الحقائق

• اخفاء الحقائق

• الشروط القانونية



## • الشروط الدينية والأخلاقية

لكل شخص منظومة قيم ومبادئ تعمل كخارطة لقراراته وما يقوم فيها وتحدد ما هو المقبول وما هو الغير مقبول ويتعلمها الشخص ويتبناها من خلال دينه ومجتمعه واسرته ووطنه وقراءاته وخبراته. وبلا شك ان هذه القيم الاخلاقية تؤثر أيضا على سلوكنا وخياراتنا التفاوضية او من نفاوض وعلى ماذا نفاوض.



- الشروط الدينية والأخلاقية
- التفاوض في ما حرم الله
- ضار على البيئة او ضار بالمجتمع
- سمات أخلاقية اخرى مثل عدم رفع الصوت في المفاوضات او الغضب او التقليل من قدر الطرف الاخر



## • اخفاء الحقائق:

• هنا محاولة اخفاء لمعلومة كان الاجدر عرضها لأنها محورية لدى المفاوض.

• تصنف بانها اقل من عملية تزوير الحقائق، لأنه يمكن لوم الطرف الثاني لعدم سؤاله عن هذه المعلومات

• هذا نوع من أنواع الغرر ويسمى بخطيئة الاسقاط (Sin of Omission)



- التزوير الحقائق:
- وهي عملية تقديم معلومات مغلوبة عن المنتج او السعر او الجودة بغرض ايهام الطرف الاخر وجعله يتخذ قرار مبني على معلومات مغلوبة.
- تعتبر اسواء من عملية إخفاء الحقائق لأنها عملية كذب مباشرة وتزوير للحقيقة بغرض واضح وهو إيقاع الضرر بالطرف الاخر





- الشروط القانونية
- شروط تحدد ما يمكن التفاوض عليه
- فلا يجوز نظامنا التفاوض على منتج تمنع الدولة بيعه او تداوله.
- شروط تحدد من يمكن التفاوض معه
- لا يمكن التفاوض مع شركة في دولة معينة يمنع النظام التعاون او العمل معها.



## • الشروط القانونية:

- عدم تسريب المعلومات وذلك من خلال إلزام الطرف الآخر بالتوقيع على ما يسمى وثيقة عدم الإفصاح (Non-disclosure agreement)
- بعد الاتفاق الاولي وتوقيع الاتفاقية بعد المفاوضات ان يتم اشتراط الفحص النافي للجهالة (Due diligence)



• يجب أن تكون المراجع علمية وحديثة



تم بحمد الله