

سرفصل دوره های تخصصی بازاریابی و فروش در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان

علی خویه

مدرس دانشگاه

۱۸ سال تجربه ی اجرایی موفق و حرفه ای

مؤلف ۱۲ عنوان کتاب تخصصی مرجع و کاربردی

عضو انجمن های ملی و بین المللی معتبر

همکاری با بیش از صدها برند مطرح در خاورمیانه

**مشاوره، تحقیق، آموزش و اجرا در زمینه های
مدیریت، برندینگ، بازاریابی، فروش و مذاکره**





مدرس دانشگاه با 18 سال تجربه اجرایی، مشاور و مدرس صدها کارخانه، مشاور و تدریس در بیش از 300 شرکت مختلف در سراسر خاورمیانه، عضو انجمن هلی معتبر دنیا، مولف و مترجم 12 عنوان کتاب تخصصی، ازیه بیش از 5000 ساعت مشاوره تخصصی به سازمان ها و برندهای معتبر، اجرای بیش از صدها پروژه تحقیقات بازر، برندسازی، رفتار مصرف کننده، کلپ مشتریان، CRM، مهندسی فروش و بازاریابی، تبلیغات، برنامه هلی ارتباطات بازاریابی MC او روابط عمومی، دیپلتمان بازاریابی و فروش، فروشگاه، مدیریت پخش و توزیع، فروش میوگی، هدفگذاری، تقسیم بازر، راه اندازی دیپلتمان فروش و بازاریابی، کلینیک بازاریابی، برنامه بازاریابی و



مشاور بازاریابی و فروش

تجربه عملی، برنامه ریزی اجرا و کنترل، وفای، انتقارت، عبود، خرد، تکنیک، استراتژی، دانش، کاشی و سرامیک، مشاور و مشاوران بازاریابی، فروش، رویه عمومی و تبلیغات

نویسنده و مترجم: مهندس علی خویه و قهرمان احمد



مدیریت برند

نویسنده: علی خویه، قهرمان احمد



اسرار تجارت بین الملل

اسرار تجارت بین الملل، آگاهی بازرگانی بین الملل، تکنیک، تجارت بین الملل

نویسنده: علی خویه



مدیریت استراتژیک توزیع و پخش

نویسنده: علی خویه، قهرمان احمد



بازاریابی ملک و مستغلات

راهکارهای علمی و عملی در انتخاب، خرید، فروش و اجاره ساختمان، ملک و آپارتمان

نویسنده: علی خویه، قهرمان احمد



مدیریت فروشگاه چیدمان و مهندسی فروش

نویسنده: علی خویه



مهندسی ذهن و آن ال پی

در ارتباطات، بازاریابی و تبلیغات

دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



دکتری بازاریابی و فروش

تألیف و ترجمه: علی خویه



تاکتیک ها و تکنیک های تبلیغات

دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



مدیریت بازاریابی

تکنیک ها، رویه ها، فرآیندهای اجرایی بازاریابی، بازرگانی، مشاور، مدیر، فروشنده، بازاریابی، راهکارهای پیشرفته و نوین فروش و بازاریابی، گردآوری و ترجمه: علی خویه



سبک های تبلیغاتی

دکتر محمود محمدیان و مهندس علی خویه



مدیریت استراتژیک تبلیغات

دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه

علی خویه، مولف و مترجم بیش از ۱۲ عنوان کتاب تخصصی و مرجع



دوره ی فروش حرفه ای

مدرس	سرفصل دوره
علی خویه	اصول و مبانی بازاریابی در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان اصول مهندسی فروش ۶ ساعت
علی خویه	ابزارها و تکنیک های فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان
علی خویه	مدیریت استراتژیک فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان ، برنامه ریزی و سیاست گذاری فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان ، تکنیک ها و روش های خلاقانه مدیریت فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان
علی خویه	تکنیک های بازارگرمی و فضا سازی روش های فعال سازی مشتریان از دست رفته هدف گذاری فروش ، روشهای طبقه بندی و اعتباردهی مشتریان سفارش گیری و مدیریت سفارش
علی خویه	مدیریت منطقه ویزیت ، تحلیل رفتار فروش رقبا
علی خویه	روش های خلاقیت و نوآوری در فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان ، ترفیعات و مشوق های فروش ، روانشناسی و تکنیک های تخفیف در فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان
علی خویه و فهیمه احمدی	اصول مدیریت تیم های فروش ، مدیریت انگیزش ترفیعات کارشناسان فروش ، ارزیابی عملکرد فروش و کارشناسان فروش
علی خویه	طبقه بندی مشتریان و روش های حفظ ، احیاء و جذب آنان ، مدیریت ارتباط با مشتریان کلیدی در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان
علی خویه	تاکتیک های فروش در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان ، فرصت شناسی و تهدید شناسی در بازار فروش کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان ، بازار شناسی ، دسته بندی بازارها و تعیین بازارهای جذاب فروش ۸ساعت
علی خویه	مهارت های مدیریت حرفه ای سرپرستان فروش ، روش های مقابله با ترفندهای سرپرستان فروش ، مدیریت انگیزش ترفیعات سرپرستان فروش ، ارزیابی عملکرد فروش کل ، محصولات و سرپرستان فروش
علی خویه	مدیریت محصول ، خدمات تکمیلی فروش و خدمات پس از فروش بستگی به تعداد محصولات معمولا برای هر محصول ۶ ساعت
علی خویه	اصول شناسایی و تحلیل رفتار مصرف کننده

مدرس : آقای علی خویه

(۲۴ ساعت)

سرفصل ها و برخی از مطالب

تکنیک های شناسایی افراد، مشتریان و مخاطبان فروش و بازاریابی در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان و دکوراسیون

نماد ها و نشانه ها ارتباطات در روانشناسی فروش و بازاریابی

زبان بدن در ارتباطات و فروش و بازاریابی

اصول روانشناسی فروش و بازاریابی

عوامل روانی در بهبود فروش و بازاریابی کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان

عوامل روانی در تهیه رسانه های فروش و بازاریابی

عوامل روانی در بهبود پیام های فروش و بازاریابی

کارگاه آموزشی و اجرایی تهیه یک آگهی و سناریوی تیزر فروش و بازاریابی

انتقال پیام ها و انواع پیام ها در فروش و بازاریابی

پارازیت های ارتباطی در فروش و بازاریابی

موانع روانشناسی در فروش و بازاریابی و ارتباطات

مشخصه های ان . ال . پی در بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات

ساختار مهندسی ذهن و ان ال پی در فروش و بازاریابی

الف) اعصاب و شبکه های عصبی

ب) زبان و زبانشناسی

ج) برنامه ریزی روانی مخاطبان

نقش اعصاب و روان در فروش و بازاریابی

ضمیر خود آگاه و ناخود آگاه در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات

بازاریابی ، ارتباطات و فروش و بازاریابی با استفاده از ضمیر ناخود آگاه

۱- اصل خود هشیاری ، خود بیداری و اشراف و بصیرت لحظه به لحظه به خود

۲- اصل استفاده از قدرت تمرکز

۳- اصل استفاده از قدرت سوال

۴- اصل استفاده از جملات تاکیدی و تصدیقی مثبت

۵- اصل تصویر سازی ذهنی

بازاریابی هیپنوتیزمی، فروش و بازاریابی هیپنوتیزمی

اصول مهندسی ذهن و ان ال پی در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات

اصل مدلسازی

فرایند مدلسازی

۱- اصل باورها و ارزش ها

۲- اصل پیام های هوشمند (SMART) در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات

۳- اصل پیش فرض ها



- ۴- اصل چارچوب ها ، قواعد ؛ تکنیکها
- ۵- اصل خطوط زمانی
- ۶- اصل مدل TOTE در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- ۷- اصل مدل ROLE در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- ۸- اصل مدل متا در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- ۹- اصل مدل Score در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- اصول پزشکی ان ال پی در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- ۱۰- اصل زبان بدن در فروش بازاریابی فروش و بازاریابی و ارتباطات
- ۱۱- اصل دی ان ای ان ال پی
- الف) پیام ها، رسانه ها و مخاطبان بصری
- ب) پیام ها، رسانه ها و مخاطبان سمعی
- ج - پیام ها، رسانه ها و مخاطبان لمسی
- د) پیام ها، رسانه ها و مخاطبان حسابگر (منطقی - استدلالی)
- ۱۲- اصل مدل میلتنون
- اصول شش ماده ای فروش و بازاریابی و ارتباطات در ان ال پی

مدرس: علی خویه

مشاور و مدرس فروش، بازاریابی، برندینگ و تبلیغات
بیش از ۱۸ سال تجربه اجرایی
مؤلف و مترجم ۱۲ عنوان کتاب تخصصی و مرجع
مشاور و مدرس صدها برندهای مطرح در خاورمیانه
ارایه بیش از ۱۰۰ ها عنوان مقاله تخصصی
سخنرانی در بیش از صد سمینار مختلف و سخنران برتر ده ها سمینار
عضو انجمن های ملی و بین المللی

بازاریابی، فروش و برندینگ

کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان

مشتری مداری و مدیریت ارتباط با مشتری

اصول و مهارت ها و تکنیک های حفظ مشتری و مشتری مداری در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان

حوزه آموزشی	محتوای آموزشی
ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی	- مفهوم مشتری مداری - اصول طرح ریزی و کار با CRM - اصول مشتری مداری حرفه ای (ویژه ی فروشندگان و بازاریابان کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان) - اهمیت ضرورت و اهداف مشتری مداری و حفظ مشتری
ارتقای بینش و نگرش	- تفکر مشتری مداری - تعریف جدید اصول بازاریابی و مشتری مداری - تغییر نگرش به سوی واقعیت مشتریان - نگرش واقعی مشتری مداری
ارتقای مهارت	- مهارتهای مشتری مداری در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان - مهارت های تعامل با انواع مشتریان - عناصر مشتری مداری - فرایند تصمیم گیری مشتریان و مصرف کنندگان - مهارت آشنایی با ماهیت رفتار مصرف کننده و مشتریان - انواع مشتریان و شیوه های برخورد و فروش به آنها - ارزیابی فرهنگ مشتریان و مصرف کنندگان در صنعت کاشی و سرامیک و صنایع تزئینی ساختمان - موانع و محدودیت های تاثیر گذار رفتار خریداران - بازاریابی و ارزش های درونی و بیرونی مشتریان و مصرف کنندگان - فرایند اجتماعی مشتریان - ارتباطات درونی مشتریان - انگیزش احساسات و شخصیت مصرف کنندگان و مشتریان



- یادگیری حافظه و هوش مشتریان و مصرف کنندگان
- سنجش هیجانات مشتریان
- مهارت شناخت مشتریان
- مهارت حفظ مشتریان
- مهارت تقسیم مشتریان
- مهارت کار و آشنایی با نرم افزار CRM
- • شیوه تهیه و تحلیل اطلاعات مشتریان
- • شیوه تهیه و تحلیل اطلاعات مشتریان
- ۱ مهارت استفاده از قدرت تمرکز
- مهارت استفاده از قدرت سوال
- مهارت استفاده از جملات تاکیدی و تصدیقی مثبت
- مهارت تصویر سازی ذهنی
- مهارت TOTE
- مهارت ROLE
- مهارت متا

مدرس دوره

علی خویه



دوره های فروش و بازاریابی

فروش ایرانی و فروشندگی ایرانی

هدف از دوره:

فروش به سبک ایرانی و رفتار مصرف کنندگان ایرانی و شیوه های برخورد با مشتریان ایرانی، آشنایی مخاطبان با شیوه ها و تکنیک های فروش در ایران، مدیریت واحد های فروش و بازاریابی در دوران بحران و رکود تکنیک های بازاریابی بین الملل خرید و فروش واردات و صادرات شیوه ها و تکنیک های بازاریابی و فروش خلاق برای بهبود پیشبرد و ایجاد تمایز در کسب و کار و زندگی، به کار گیری جعبه ابزارها و برنامه های بازاریابی و فروش خلاق، آشنایی مخاطبان با شیوه های خلاق بازاریابی بازاریابی و بازاریابی برای ایجاد تمایز رقابتی در بخش فروش و بازاریابی ایران، افزایش کارایی و راندمان واحد فروش و بازاریابی آشنایی با شیوه های بازاریابی....

علی خویه

سخنران و مدرس دانشگاه

مؤلف و مترجم ۱۲ عنوان کتاب تخصصی

عضو انجمن های ملی و بین المللی بازاریابی و فروش مانند ESOMAR و ۱۱ to و WARC و...

۱۸ سال تجربه اجرایی در زمینه های فروش، بازاریابی، مدیریت، خلاقیت



سرفصل ها و برخی از مطالب دوره:

تعاریف اهمیت و ضرورت فروش ایرانی

اصول و تکنیک های بازاریابی و تجارت در ایران

آشنایی با انواع بحران های فروش

تکنیک های فروش و تجارت به سبک ایرانی

مهندس فروش و مهندسی بازار ایران

مهندسی بازار ایران

اشتباه ها و خطاهای فروش ایرانی

تکنیک های ضد خطا در فروش ایرانی

۱۰ نقطه کور فروش در ایران

۱۰ اشتباه فروش در ایران

۱۰ تکنیک مهندسی فروش در ایران

رفتار خریداران ایرانی

رفتار فروشندگان ایرانی

تکنیک های ارتباطی در فروش ایرانی



- ۱۰ تکنیک فروش ایرانی
- ۱۰ تاکتیک فروش ایرانی
- ۱۰ استراتژی فروش ایرانی
- تکنیک های برقراری ارتباط خلاق با مشتری ایرانی
- ۱۰ تکنیک قیمت گذاری در ایران
- ۱۰ تکنیک خلاق جذب مشتریان بیشتر در ایران
- دام ها و کابوس های فروشندگان ایرانی
- ۱۰ تکنیک تبلیغات در ایران
- سبک های فروش
- بازارسازی ایرانی
- بازار گرمی ایرانی
- رفتار شناسی مشتریان ایرانی
- تکنیک های رفتار شناسی ایرانیان
- اصول رفتارشناسی و رفتارسنجی در فروش ایرانی
- فروش روانشناسانه
- روانشازی فروش با تکنیک های روانشناسی
- تکنیک های مشتری شناسی در ایران
- روانشناسی فروش و بازاریابی
- رفتار شناسی مشتریان
- انواع مشتریان و تکنیک های فروش به آنها
- در صورت تمایل این دوره به صورت خصوصی و نیمه خصوصی در محل شرکت شما برگزار خواهد شد



کارگاه آموزشی CSM, CRM

کارگاه آموزشی CSM, CRM

دوره آموزشی تکنیک ها شیوه ها و اصول ارزیابی رضایت مشتریان

اصول سنجش رضایت مشتریان

تکنیک های مدیریت ارتباط با مشتری

سرفصلهای کارگاه آموزشی CSM, CRM

اهمیت مشتری

تعریف مشتری (مشتری مداری)

تعریف رضایت (روش های اندازه گیری رضایت مشتری)

تعریف رضایت مشتری

تعریف رضایتمندی

فلسفه رضایتمندی (روشهای اندازه گیری رضایت مشتری)

بررسی رضایتمندی

شناسائی نیازمندی

موضوعات مورد مطالعه در زمینه شناسائی مشتری (روشهای اندازه گیری رضایت مشتری)

انواع مختلف مشتری (روش های اندازه گیری رضایت مشتری)

فلسفه به حداکثر رساندن رضایت مشتری (مشتری مداری)

نقش کارکنان در جذب رضایت مشتری (روش های اندازه گیری رضایت مشتری)

انگیزه های اقتصادی تعهد سازمان به رضایت مشتری (روش های اندازه گیری رضایت مشتری)

روشهای مختلف شرکت ها برای پیگیری رضایت مشتریان (روش های اندازه گیری رضایت مشتری)

تعریف وفاداری (مشتری مداری)

تأثیر رضایت (مشتری مداری)



سه نسخه برای جلب رضایت مشتریان وفادار

ساختار نیازمندیهای مشتریان

نیازمندیهای مستندسازی

اندازه گیری رضایت مشتری

چه چیزی را می خواهید اندازه گیری کنید؟

شاخص رضایت

اندازه گیری شاخص رضایت



اصول و مهارت های غرفه داری و مدیریت غرفه و نمایشگاه

کارگاه آموزشی اصول و مهارت های غرفه داری و مدیریت غرفه و نمایشگاه

مدرس : علی خویه

www.khooyeh.ir

سرفصل های دوره: غرفه داری چیست؟ هدف از برگزاری نمایشگاه چیست؟

بایدها و نبایدهای غرفه داری

اهمیت و ضرورت مدیریت اثربخش غرفه

وظایف غرفه داران

ویژگیها و شایستگی های حرفه ای غرفه داران

ویژگیهای مدیر غرفه

ویژگیهای کارشناس پاسخگویی (راهنمای بازدیدکنندگان)

ویژگیهای پوشش غرفه داران

اطلاعات غرفه داران (اطلاعات عمومی نمایشگاه، اطلاعات تخصصی غرفه)

اصول ارتباطات صمیمانه

ارتباطات حرفه ای در غرفه

اصول گوش کردن به بازدیدکنندگان

کلیدهای طلایی پاسخگویی حضوری (مثبت)

روشهای فعال کردن غرفه (مسابقه، هدایا و ...)

مخاطب شناسی در نمایشگاه

قوانین طلایی مشتری مداری

مراحل اجرایی تشریفات نمایشگاه (از استقبال تا بدرقه)

روشهای ثبت نظرات بازدیدکنندگان

اصول ثبت اطلاعات بازدیدکنندگان ونحوه استفاده از آنها پس از نمایشگاه

روشهای ارزیابی مدیریت غرفه

مدرس: علی خویه www.khooyeh.com

اصول و مهارت های غرفه داری و مدیریت غرفه و نمایشگاه

علی خویه
Khooyeh.ir
09122991608

مشاور فروش، بازاریابی، مجری طرح های مهندسی فروش

بابتش از ۱۸ سال سابقه ی اجرایی

مؤلف ۱۲ عنوان کتاب تخصصی

عضو انجمن های ملی و بین المللی

مشاور بابتش از صدها برند مطرح در خاورمیانه

هدف از برگزاری نمایشگاه چیست؟

بایدها و نبایدهای غرفه داری

اهمیت و ضرورت مدیریت اثربخش غرفه

وظایف غرفه داران

ویژگیها و شایستگی های حرفه ای غرفه داران

ویژگیهای مدیر غرفه

اصول ارتباطات صمیمانه

ارتباطات حرفه ای در غرفه

اصول گوش کردن به بازدیدکنندگان

ویژگیهای کارشناس پاسخگویی (راهنمای بازدیدکنندگان)

ویژگیهای پوشش غرفه داران

اطلاعات غرفه داران (اطلاعات عمومی نمایشگاه، اطلاعات تخصصی غرفه)

کلیدهای طلایی پاسخگویی حضوری (مثبت)

روشهای فعال کردن غرفه

مخاطب شناسی در نمایشگاه

قوانین طلایی مشتری مداری

مراحل اجرایی تشریفات نمایشگاه (از استقبال تا بدرقه)

روشهای ثبت نظرات بازدیدکنندگان

اصول ثبت اطلاعات بازدیدکنندگان ونحوه استفاده از آنها پس از نمایشگاه

روشهای ارزیابی مدیریت غرفه



اصول و مهارت های غرفه داری و مدیریت غرفه و نمایشگاه



دوره های برندینگ



دوره های آموزش استاد علی خویه

دوره آموزش جامع مدیریت برند

استاد خویه

برخی از سرفصل ها

روز و تاریخ	برخی از سرفصل ها
اول	مفهوم برند نام و نشان تجاری اهمیت و ضرورت برند
	کارگاه تحلیل نام و نشان های تجاری brand analyze عوامل فیزیولوژیکی و پزشکی برند دی ان ای (DNA) برند
دوم	اصول مهندسی برند معماری برند brand engineering استراتژی نام تجاری Brand strategy
	اصول ساخت برند و نام و نشان تجاری تحقیقات برند (تحلیل عوامل بازار محصول و مشتریان) Brand research عناصر تکنیکی برند (TAB)
سوم	اصول و مهارت های مدیریت برند
	هویت و شخصیت برند بررسی عوامل و فاکتورهای مدیریت برند عناصر تاکتیکی برند

چهارم	۱۶-۱۴	ساخت و سازه عوامل و فاکتورهای برند رفتار مشتریان برند و مهندسی ذهن مشتریان نام و نشان تجاری
	۱۸-۱۶:۳۰	کارگاه ساخت و مدیریت برند برنامه برندسازی و مدیریت برند (brand plan) همراه با نمایش فیلم و تحلیل برندهای برتر جهانی و ایرانی
پنجم	۱۶-۱۴	پارامترهای مهندسی برند کارگاه مهندسی و معاینه فنی برند تحلیل رفتار روانی اجتماعی و اقتصادی برند
	۱۸-۱۶:۳۰	ادامه معاینه فنی برند و کارگاه معاینه فنی برند
ششم	۱۶-۱۴	مهندسی ارزش برند مهندسی معکوس برند کایزن و بهبود مستمر برند مهندسی هوش مصنوعی برند
	۱۸-۱۶:۳۰	برندسازی خلاق خلاقیت و تکنیک های خلاقیت در برندسازی و مدیریت نام و نشان تجاری
هفتم	۱۶-۱۴	کارگاه خلاقیت مدیریت برند و نام و نشان تجاری
	۱۸-۱۶:۳۰	سبک های برندسازی و برندداری style of branding
هشتم	۱۶-۱۴	ارزیابی برند و نام و نشان تجاری کنترل و حفظ برند
	۱۸-۱۶:۳۰	بیماری های برند و شناسایی و آسیب شناسی نام و نشان تجاری BCS همراه با نمایش فیلم و تحلیل برندهای برتر جهانی و ایرانی

مدیریت برند

حوزه آموزشی	محتوای آموزشی
ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی	- مفهوم برند و نام و نشان تجاری - اصول برند سازی حرفه ای - اهمیت ضرورت و اهداف نام و نشان تجاری
ارتقای بینش و نگرش	- تفکر برند - تعریف جدید اصول مدیریت برند - تغییر نگرش به سوی واقعیت برند - تفکر خلاق در برند سازی
ارتقای مهارت	- مهارتهای برند سازی - مهارت برند داری - مهارت برند شناسی - مهارت ساخت و مدیریت عناصر یک برند - فرایند تصمیم گیری مشتریان و مصرف کنندگان درباره برند - مهندسی ارزش برند - مهارت پیشبرد و ترفیع برند - مهارت تحقیقات برند - مهارت حفظ برند - مهارت کنترل برند - مهارت هویت سازی برند - مهارت شخصیت سازی برند - شیوه تهیه و تحلیل اطلاعات برند - معاینه فنی برند - سبک های برند سازی - تفکر خلاق در مدیریت نام و نشان تجاری
کارگاه	- کارگاه طراحی ساخت و مدیریت یک برند در بازار فرضی

برنامه ریزی و تدوین استراتژی برند (Brand Strategy & Planning)

تحلیل نام و نشان های تجاری
brand analyze
عوامل فیزیولوژیکی و پزشکی برند دی ان ای (DNA) برند
طراحی و تدوین برنامه استراتژیک برند (Brand Strategic Planning)
طراحی و تدوین برنامه بازاریابی (Marketing Planning)
طراحی و تدوین کمپین ارتباطات یکپارچه بازاریابی و برند (IMBC Campaign Planning)
برنامه ریزی رسانه ای و کانالهای ارتباطی (Media Planning & MC Channels)
طراحی و تدوین هویت یکپارچه سازمانی و برند (CIG Development & BIG)
تعیین سبک برند (brand style) در کلیه برنامه های تبلیغاتی و بازاریابی
اجرای تکنیک های مهندسی در برندسازی (مهندسی ارزش، مهندسی معکوس، شش سیگما و ...)

مدیریت خلاقیت و ایده پردازی (Creativity Management)

ساخت و سازه عوامل و فاکتورهای برند
رفتار مشتریان برند و مهندسی ذهن مشتریان نام و نشان تجاری
استفاده از مدیریت خلاقیت تکنیک (TCM) در تولید ایده
ایده پردازی و جهش خلاق در چهار حوزه استراتژیک، فوکوس گروپ، کلامی (Verbal) و تصویری (Visual)
مهندسی ارزش برند مهندسی معکوس برند کایزن و بهبود مستمر برند مهندسی هوش مصنوعی برند
برنامه ریزی و راهبری جلسات خلاقیت تیمی (TCM / TCL)



- بازاریابی کنترل کیفیت و مشتری مداری

دوره های کاربردی اجرایی بازاریابی کنترل کیفیت و مشتری مداری

خدمات پس از فروش

اصول، مبانی، مفاهیم، کاربردها، تکنیک ها، روش ها، سیستم ها

به صورت کاربردی اجرایی

مخاطبان دوره:

فروشندهگان، دانشجویان و اساتید، مدیران عامل، مدیران بخش های مختلف، معاونت های مختلف، اصناف، مدیران منابع انسانی، مدیران ارشد سازمان ها، کارکنان صفی و ستادی سازمانها، مدیران روابط عمومی، کارکنان بخش های مختلف، فروشندهگان، کارمندان و کارکنان بخش بازاریابی و فروش، دست اندرکاران ارتباطات و روابط عمومی، دست اندرکاران صنعت تبلیغات و بازاریابی و ...

هدف از دوره:

آشنایی کاربردی و کامل مخاطبان با فرایندها اصول مبانی مفاهیم کاربردها و تکنیک های خدمات پس از فروش
مدرس: علی خویه

روز اول	روز دوم	
۹-۱۱	مبانی و مفاهیم خدمات پس از فروش ضرورت ها اهداف وظایف بازاریابی خدمات	اشتباه های و خطاهای کارکنان خدمات پس از فروش دام های فروشندهگان و کارکنان خدمات
۱۱-۱۳	تکنیک های جذب مشتری و ارتقا فروش ابعاد کیفیت خدمات پس از فروش خدمات تعمیرات نگهداری آموزش	تاکتیک های ارتباطات خلاق در خدمات پس از فروش، نمایندگی ها و مدیریت نمایندگی ها تکنیک های مذاکره در خدمات پس از فروش
۱۴-۱۶	تکنیک های خدمات پس از فروش انواع ضمانتنامه ها - گارانتی و قراردادهای	کارگاه کارگروهی تکنیک های خدمات پس از فروش
۱۶-۱۸	کارگاه کارگروهی	انواع خدمات پس از فروش، رفتار مشتریان روانشناسی رضایت مشتریان پس از فروش

دوره های اصول و فنون مذاکرات

محتوای دوره اصول و فنون مذاکرات اثربخش

تعریف مذاکره و انواع آن اصول علمی و عملی مذاکره
علل لزوم یادگیری و مهارت در علم، فن و هنر مذاکره
روشهای مختلف مذاکره
انواع مذاکره ۲ ساعت
محیط مذاکره
فرایند مذاکره حرفه ای
مذاکرات به روش سنتی
مذاکرات مبتنی بر موضع گیری
مذاکره نرم و ملایم
مذاکره سخت و تهاجمی
مذاکرات به روش علمی پیشرفته :
ارکان مذاکره علمی
جهت گیری مذاکرات علمی
عناصر اصلی روی میز مذاکره
تدابیر اضا کننده نیازها و خواسته ها
تدابیر متوقف کننده نیازها و خواسته ها
روانشناسی مذاکره
رفتار شناسی در مذاکره
زبان بدن
اصول ارتباطات حرفه ای در مذاکره
تاکتیک های مذاکره
حمله و تهاجمی
گریز و مدارا
آگاهی دادن به طرف مذاکره
بازگشودن طرف مذاکره
شیوه های برخورد در مذاکرات سخت
شناخت مذاکره کنندگان

مدرس: علی خویه

علی خویه



دوره ی جامع آموزشی مذاکره تلفنی

سرفصل های اصلی این دوره آموزشی

ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی
مفهوم ارتباطات، پاسخگویی، مذاکره و بازاریابی تلفنی
اصول استفاده از تلفن در بازاریابی، مذاکره، ارتباطات و فروش
اصول بازاریابی و مذاکره تلفنی
ارتقای بینش و نگرش
مدیریت تلفن
نگرش و بینش بازاریابی تلفنی
تفکر و بینش استفاده از تلفن در بازاریابی
بینش و نگرش ارتباطات مذاکره و فروش تلفنی
ارتقای مهارت و فن تکنیکی
مهارت پاسخگویی به تلفن
مهارت مدیریت تلفن
تکنیک گرفتن اطلاعات
تکنیک پاسخگویی به تلفن
تکنیک کار با تلفن
تکنیک سفارش گیری تلفنی
تکنیک مذاکره تلفنی
تکنیک درخواست تلفنی
تکنیک مدیریت زمان در بازاریابی تلفنی
تکنیک ارائه مؤثر تلفنی
تکنیک های رفتاری در بازاریابی تلفنی
تکنیک کار با تلفن ثابت در فروش و بازاریابی
تکنیک تهیه چک لیست های بازاریابی تلفنی
زبان بدن در بازاریابی تلفنی
تکنیک تعامل با مشتریان در فروش و بازاریابی تلفنی (صدور دستور، پاسخ به نظرات، درخواستها و اعتراضات، گزارش دهی، دستورپذیری، ارائه ایده، نظر و پیشنهاد)

مدت دوره:

16 ساعت (دو روزه)



آکادمی مذاکره ایران Negotiation Academy

با مدیریت : علی خویه

آکادمی مذاکره ایران
Negotiation.blog.ir

NegotiationAcademy.ir
khooeyeh@gmail.com
09122991608

Negotiation Academy

دوره اصول و فنون مذاکره تجاری

مدیر آکادمی مذاکره ایران

مدرس: علی خویه

Negotiation Academy

دوره های تخصصی اصول و فنون مذاکره

همراه با اعطای مدرک رسمی



فنون مذاکرات اثربخش- تکنیک های مذاکره- کارگاه و کلاس اصول موفقیت در مذاکره- اصول و فنون مذاکره
رگانی- اصول و فنون مذاکره در فروش بازاریابی و مشتری مداری- اصول مذاکره حرفه ای - زبان بدن در مذاکرات-
پیش مذاکرات اثربخش-آموزش فروش-آموزش بازاریابی- مذاکره موفق- زبان بدن (Body Language) آموزش
ن بدن- شیوه ی برخورد با مشتریان- ارتباطات اثربخش ارتباطات در مذاکره



روز اول کارگاه

موضوع	ساعت	زمان	مجری
		۲۰ دقیقه	افتتاحیه کارگاه و بیان اهداف
—		۳۰ دقیقه	معارفه و انجام پیش آزمون
		۳۰ دقیقه	مروری بر اصول جلب حمایت همه جانبه
		۴۰ دقیقه	اصول مذاکره و آمادگی برای انجام آن
—		۲۰ دقیقه	استراحت و پذیرایی
شرکت کنندگان		۶۰ دقیقه	انجام کار گروهی ۱
دبیران گروه ها		۴۰ دقیقه	ارائه نتایج کار گروهی ۱
—		۶۰ دقیقه	ناهار و نماز
		۴۰ دقیقه	مهارت های انجام یک مذاکره اثربخش
شرکت کنندگان		۶۰ دقیقه	انجام کار گروهی ۲
دبیران گروه ها		۴۰ دقیقه	ارائه نتایج کار گروهی ۲
		۱۰ دقیقه	جمع بندی مطالب روز اول کارگاه

روز دوم کارگاه

موضوع	ساعت	زمان	مجری
—		۱۰ دقیقه	مروری بر مطالب روز اول
		۴۰ دقیقه	اصول چانه زنی و کسب آمادگی برای انجام آن
شرکت کنندگان		۶۰ دقیقه	انجام کار گروهی ۳
دبیران گروه ها		۴۰ دقیقه	ارائه نتایج کار گروهی ۳
—		۲۰ دقیقه	استراحت و پذیرایی
		۴۰ دقیقه	اجرای تکنیک چانه زنی اثربخش
—		۶۰ دقیقه	ناهار و نماز
شرکت کنندگان		۶۰ دقیقه	کار گروهی ۴
دبیران گروه ها		۴۰ دقیقه	ارائه نتایج کار گروهی ۴
		۴۰ دقیقه	مهارت های جلب حمایت رسانه ها
—		۴۰ دقیقه	جمع بندی مطالب و ارزشیابی پایانی



کارگاه آموزشی کاربردی و اجرایی زبان بدن (Body Language)

کارگاه آموزشی کاربردی و اجرایی

سرفصلهای دوره

زبان بدن (Body Language)

مدرس : استاد علی خویه

محتوای دوره :

- اهمیت و ضرورت ارتباطات کلامی و غیر کلامی
- نقش و اهمیت زبان بدن در زندگی روزمره و کسب و کار
- علت به وجود آمدن زبان بدن
- دلایل موفقیت انسان های موفق
- مهارت های استفاده از زبان بدن در موفقیت
- درک مبانی و آشنایی با فرهنگ واژگان زبان بدن
- قواعد خواندن دقیق زبان بدن
- قلمرو و آداب فاصله گذاری
- زبان بدن در فروش و بازاریابی
- آشنایی با حرکات و معانی مختلف دست ها و انگشتان
- آشنایی با تعاریف و مبانی زبان بدن و رفتار های غیر کلامی
- مفهوم شیوه های مختلف دست دادن و اشاره های کف دست
- مفهوم واکنش ها و اشاره های دست و بازو
- مفهوم اشاره های دست روی صورت
- مفهوم شیوه های مختلف نشستن و قرار گرفتن پاها
- انواع اشاره های سرو صورت
- ترتیب میز گفتگو و شیوه های مختلف نشستن
- زبان چهره و کلیدهای تشخیص دروغ
- نشانه ها و معانی بازو
- لبخندها و خنده ها
- نشانه های چشم
- ارتباط چشمی و نقش آن در موفقیت ارتباطات
- موی سر و مفهوم اشکال مختلف آن
- مفهوم واکنش ها و رفتارهای کلی انسان
- مفهوم اشاره ها و واکنش های چشم
- اصول و تکنیکهای بازتابی در زبان بدن
- نشانه ها و معانی پاها



ارتباطات غیر کلامی

— علائم منفی زبان رفتار و بدن

— قواعد بهبود ارتباطات غیر کلامی

نکات مربوط به نشستن (کجا بنشینم و چرا؟)

تفاوت های فرهنگی و سوء تفاهم ها

رازهای زبان بدن جذاب

اصول موفقیت زبان بدن

نمونه های موفق زبان بدن

همراه با نمایش فیلم و تحلیل زبان بدن تاجران و سیاستمداران موفق دنیا



تکنیک‌ها و شیوه‌های برخورد با مشتریان ناراضی

هدف از دوره: ارتقا مهارت برخورد با مشتریان ناراضی و افزایش مهارت ارتباطات اثربخش با مشتریان ناراضی

سرفصل‌های دوره:

- انواع مشتریان و شیوه‌های برخورد با آنها
- انواع مشتریان و شیوه‌های جلب رضایت و ایجاد وفاداری در آنها
- تکنیک‌های برخورد با مشتریان
- تکنیک‌های جذب مشتریان بیشتر
- تکنیک‌های ارتباطی در خدمات پس از فروش
- مهارت‌های برخورد با مشتریان در ارائه خدمات پس از فروش
- تکنیک‌های شناخت مشتریان
- آسیب شناسی نارضایتی برخی از مشتریان
- تکنیک‌های رضایت سازی مشتریان سخت
- تکنیک‌های وفادار سازی مشتریان
- روشهای رضایت سنجی مشتریان
- آسیب شناسی میزان رضایت مشتریان
- تکنیک آسیب شناسی ارتباطات و روابط عمومی در خدمات پس از فروش
- 10 تکنیک ارتباطات خلاق با مشتریان
- مهندسی ذهن و ان ال پی در ارتباطات خلاق
- زبان بدن در ارتباطات و روابط عمومی خلاق (creative body lang)
- اصل تصویر سازی ذهنی
- اصل مدلسازی در برخورد با مشتریان
- کارگاه کارگروهی
- بررسی نمونه مطالعاتی و اجرایی کلپ مشتریان یک شرکت
- نمایش فیلم