

به نام خدا

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**

بازاریابی، فروش و برندسازی تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)

علی خویه

مدرس شرکت های معتبر در حوزه ی تجهیزات پزشکی مانند

آرمان طب، آبادیس طب، آپادانا، آتلانتیک، درمان گستر، خسرو طب، آذران طب، آرمان طب

آرمان پرتو، پیشرو طب، پویش طب، آوا پزشک، کاسپین، پویا طب، ماهان، آریا، آرتو

و...



معرفی، رزومه و خدمات

علی خویه

مدرس دانشگاه، مدرس دوره های کاربردی و اجرایی در زمینه مدیریت، ایزو، بازاریابی، فروش، تبلیغات و خلاقیت
با ۱۸ سال تجربه اجرایی، مولف و مترجم ۱۲ عنوان کتاب تخصصی مرجع و کاربردی
عضو انجمن های ملی و بین المللی
مدرس MBA, DBA
تدریس و آموزش در صدها کارخانه و شرکت در سراسر کشور و خاورمیانه
سخنران برتر ده ها سمینار مختلف

مدرس نمونه در چندین موسسه آموزش عالی کشور، مشاوره و آموزش در بیش از صدها کارخانه و شرکت، مجری بیش از ۲۰۰ پروژه در سراسر کشور، مشاور و مجری افزایش فروش و سهم بازار بیش از صدها شرکت و سازمان، دارای سابقه بیش از ۴۵۰۰۰ نفر ساعت دوره ها و کارگاه های آموزشی و کاربردی و اجرایی به سازمانها شرکت ها و موسسات ملی و بین المللی و همکاری های مختلف اجرایی و تخصصی با برندهای معتبر و مشهور بین المللی، مشاور ارشد مدیران عامل مطرح و برندهای معتبر، با ارایه بیش از ۱۰۰ ها عنوان مقاله تخصصی، سخنرانی در بیش از صد سمینار مختلف و سخنران برتر ده ها سمینار، مهمان و کارشناس برنامه های صدا و سیما، عضو انجمن های معتبر اروپا و آمریکا، ریاست انجمن مهندسی فروش ایران، ریاست انجمن برند ایران، موسس و بنیانگذار آکادمی مذاکره در ایران، موسس مدرسه فروش و بازرگانی ایران و....
۰۹۱۲۲۹۹۱۶۰۸

گروه تحقیق، مشاوره و آموزش Gmas

گروهی از اساتید دانشگاه، مدیران با سابقه و با تجربه، متخصصان حرفه ای و کارشناسان خبره و نخبه در زمینه های مدیریت، بازاریابی، برند، تبلیغات، ارتباطات، فروش، CRM و IMC و MBA و DBA و سیستم های کیفیت QS و ... تحت لیسانس 1to1 آمریکا با بهره گیری از تجربیات و دانش اساتید و دانش آموختگان مدیریت داخل و خارج از کشور، مجموعه ای از خدمات مشاوره و آموزش مدیریت را ارائه می نماید. عمده خدمات ارائه شده عبارت است از:

مشاوره فروش، مشاوره راهکارهای افزایش فروش، مشاوره مهندسی فروش، تشکیل دپارتمان فروش و بازاریابی، اجرای پروژه های مهندسی فروش، راه اندازی و استقرار فروش و بازاریابی مویرگی، راه اندازی و استقرار فروشگاه، اجرای پروژه های چیدمان فروش، تربیت فروشنده و ویزیتور، استخدام فروشنده و بازاریاب، راه اندازی پخش و توزیع مویرگی، استقرار نرم افزارهای فروش، مشاوره نرم افزار و سخت افزار فروش، فروش آنلاین، مشاوره فروشگاه مجازی، مشاوره ارتقا فروش، مشاوره ترفیع فروش، اجرای جشنواره های فروش،

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 های معتبر دنیا، مولف و مترجم 12 عنوان کتاب تخصصی، اولیه بیش از 5000 ساعت مشاوره تخصصی به سازمان ها و برندهای معتبر، اجرای بیش از صدها پروژه تحقیقات بازار، برندسازی، رفتار مصرف کننده، کلوپ مشتریان، CRM، مهندسی فروش و بازاریابی، تبلیغات، برنامه های ارتباطات بازاریابی IMC و روابط عمومی، دپارتمان بازاریابی و فروش، فروشگاه، مدیریت پخش و توزیع، فروش مویرگی، هدفگذاری، تقسیم بازار، راه اندازی دپارتمان فروش و بازاریابی، کلینیک بازاریابی، برنامه بازاریابی و



مشاور بازاریابی و فروش

تجزیه تحلیل برنامه ریزی اجرا و کنترل
واقعیه اشکالات هیوه اجرا تکنیک تکنیک استراتژی دانش
تجربه و مهارت مشاور و مشاوران
بازاریاب فروش برنامه ریزی و تبلیغات
نویسنده و مترجم
مهندس علی خویه و فهیبه احمد



مدیریت برند

نویسنده: علی خویه، فهیبه احمدی



اسرار تجارت بین الملل

نویسنده: علی خویه



مدیریت استراتژیک توزیع و پخش

نویسنده: علی خویه، فهیبه احمدی



بازاریابی ملک و مستغلات

نویسنده: علی خویه، فهیبه احمدی



تبلیغات تریزی

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



مدیریت فروشگاه چیدمان و مهندسی فروش

نویسنده: علی خویه



مهندسی ذهن و ان ال بی

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



دکتری بازاریابی و فروش

تألیف و ترجمه: علی خویه



تکنیک های تبلیغات

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



مدیریت بازاریابی

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



سیک های تبلیغات

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



مدیریت استراتژیک تبلیغات

نویسنده: دکتر احمد روستا و مهندس علی خویه



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

مشاوره فروش،

مشاوره راهکارهای افزایش فروش،

مشاوره مهندسی فروش،

تشکیل دپارتمان فروش و بازاریابی،

اجرای پروژه های مهندسی فروش،

راه اندازی و استقرار فروش و بازاریابی مویرگی،

راه اندازی و استقرار فروشگاه،



اجرای پروژه های چیدمان فروش،
تربیت فروشنده و ویزیتور،
استخدام فروشنده و بازاریاب،
راه اندازی پخش و توزیع مویرگی،
استقرار نرم افزارهای فروش،
مشاوره نرم افزار و سخت افزار فروش،
فروش آنلاین، مشاوره فروشگاه مجازی،
مشاوره ارتقا فروش،
مشاوره ترفیع فروش،
اجرای جشنواره های فروش،
مشاوره جهت تدوین اهداف فروش و استراتژیهای هدفگذاری در فروش و برنامه های زمانبندی اهداف فروش و بازاریابی
نظارت بر اجرای برنامه های فروش و بازاریابی،
تنظیم روش ها و جداول پیش بینی فروش به روشهای حرفه ای و علمی،
تدوین و ایده پردازی برنامه های افزایش فروش،
اجرای جشنواره های فروش و بازاریابی،
ارائه راهکارهای ارتباطی و تعاملی در جهت سازی سیستم های سخت افزاری و نرم افزاری و فکر افزایی فروش،
استخدام گزینش و مصاحبه با نیروهای فروش،
به کارگیری نیروهای موثر فروش، تشکیل دپارتمان فروش و بازاریابی،
بررسی دلایل کاهش مشتریان و افت فروش و دلایل نارضایتی مشتریان،
بررسی دلایل ناکارآمدی نیروهای فروش،
شناسایی عوامل وفادار نبودن مشتریان و گرایش آنها به رقبای،
روش های افزایش میزان وفاداری مشتریان و تکنیک های وفادارسازی مشتریان،
بررسی ویژگی های محیط های مختلف فروش
تدوین شرح وظایف سطوح مدیریتی و مهندسی فروش،
پیاده سازی و بهینه سازی سیستم های جامع مدیریت فروش و بازاریابی در سازمان،
طراحی تدوین و استقرار فرآیندهای فروش،
تدوین سیاست ها و استراتژی های فروش سازمان با هماهنگی مدیران،
بررسی و آنالیز روانشناسی خرید و روان شناسی فروش،
تحقیقات رفتار مصرف کنندگان،
اجرای جشنواره های فروش و بازاریابی،
آنالیز دلایل شکست روشهای اجرایی در جذب مشتریان جدید،
بهبود سطح حفظ مشتری جهت افزایش فروش و ایجاد جریان درآمد اضافی،

ایجاد واحد crm اثربخش و اجرایی در شرکت سازمان ،
شناسایی نیازهای مشتریان و جلب اعتماد آنها برای خرید،
آموزش تیم فروش در جهت بهبود عملکرد،
تکنیک های رفتار شناسی و رفتارسنجی مشتریان در فروش،
طبقه بندی انواع مشتریان و تکنیک های فروش به آنها،
طراحی و نظارت بر چرخه عملیات فروش، طراحی عملیات ستادی فروش،
اجرای مناسب ترین و ساده ترین روشهای فروش وبازاریابی،
مشاوره در جهت کاهش هزینه های بازاریابی و فروش

- *مشاوره در زمینه افزایش و بهبود فروش شرکت
- *مشاوره در زمینه بازاریابی بازارسازی بازارسنجی بازارگردی بازرگرمی کلیه محصولات و خدمات شرکت
- *مشاوره در زمینه های مدیریتی به مدیران
- *مشاوره در زمینه منابع انسانی شرکت
- *مشاوره در زمینه پیشرفت و پیشبرد اهداف شرکت
- *مشاوره در زمینه های تبلیغات روابط عمومی برند و پروموشن پلن
- *مشاوره در زمینه مهندسی فروش
- *آسیب شناسی و عارضه یابی شرکت در تمامی زمینه های علمی عملی و تخصصی
- *پیش بینی مسائل آینده شرکت و ارائه مشاوره های لازم جهت آینده شرکت
- *در صورت صلاح دید مدیران مشاوره در زمینه های تخصصی به پرسنل
- *ارایه راهکارهای لازم جهت کنترل و نظارتو پیگیری موارد مختلف به مدیران و پرسنل
- *برنامه ریزی جهت اجرای سیستم های فروش و بازاریابی با کمک مدیران
- *انتقال دانش و تجربیات مختلف به مدیران و پرسنل
- *انتقال مشکلات سازمان به مدیران و ارایه راهکارهایی برای رفع آنها
- *نظارت کامل به کلیه عملیات پروژه های مطرح شده
- *آموزش های لازم به مدیران و پرسنل
- *توانمندسازی مدیران و پرسنل جهت رسیدنبه اهداف شرکت
- *پیگیری و ارایه مشاوره های لازم برای پیشبرد و بهبود شرکت و سازمان
- *اصلاح دیدگاه های اشتباه در سازمان
- *تشکیل یک دپارتمان بازاریابی و فروش حرفه ای
- *اصلاح و استقرار نرم افزارها و سخت افزارهای لازم برای پیشبرد اهداف شرکت
- *نظارت بر امور استانداردسازی هویت سازمان هویت برند و ...



• بررسی و ارزیابی وضعیت موجود

• بازبینی و تحلیل فعالیتهای و خط مشی بازاریابی

• بررسی سوابق و مستندات بازاریابی، فروش و تبلیغات

• تعیین و تحلیل شاخصهای استاندارد بازاریابی و فروش

• تعیین نقاط قوت و ضعف سیستم بازاریابی

• شناسایی فرصتها

• هدف گذاری و برنامه ریزی

• اجرای برنامه های اصلاحی سیستم بازاریابی

مشاوره جهت تدوین اهداف فروش و استراتژی های هدفگذاری در فروش و برنامه های زمان بندی اهداف فروش و بازاریابی نظارت بر اجرای برنامه های فروش و بازاریابی، تنظیم روش ها و جداول پیش بینی فروش به روش های حرفه ای و علمی، تدوین و ایده پردازی برنامه های افزایش فروش، اجرای جشنواره های فروش و بازاریابی، ارائه راهکارهای ارتباطی و تعاملی در جهت سازی سیستم های سخت افزاری و نرم افزاری و فکر افزاری افزایش فروش، استخدام گزینش و مصاحبه با نیروهای فروش، به کارگماری نیروهای موثر فروش، تشکیل دپارتمان فروش و بازاریابی، بررسی دلایل کاهش مشتریان و افت فروش و دلایل نارضایتی مشتریان، بررسی دلایل ناکارآمدی نیروهای فروش. شناسایی عوامل وفادار نبودن مشتریان و گرایش آنها به رقبا، روش های افزایش میزان وفاداری مشتریان و تکنیک های وفادارسازی مشتریان، بررسی ویژگی های محیط های مختلف فروش

در حوزه مدیریت، بازاریابی، فروش، تبلیغات، برند و خلاقیت

مدرس دوره MBA, DBA در دانشگاه تهران، اقتصاد و...

موسس و مجری مدرسه بازاریابی و فروش ایران

موسس و مجری مدرسه بازرگانی و بازاریابی ایران

مدرس دوره های مختلف انجمن فارغ التحصیلان دانشگاه های مختلف

تدریس دوره های آموزشی مختلف از جمله دوره های زیر در مراکز آموزش عالی متعدد از جمله سازمان مدیریت صنعتی،

موسسه آموزش عالی آزاد ماهان، موسسه آموزشهای بازرگانی، آکادمی توف ایران-آلمان، موسسه مشاوران،

آموزشگاه EMBU مالزی، موسسات آموزش عالی آزاد نگاره و...

دوره اصول بازاریابی و مدیریت بازار و دروس مرتبط و...

دوره استراتژیهای بازاریابی و دروس مرتبط و...

دوره مدیریت خلاقیت و نو آوری و دروس مرتبط و...

دوره قیمت گذاری و اصول قیمت گذاری و دروس مرتبط و...

دوره مهندسی فروش و فروش حضوری و دروس مرتبط و...

دوره مدیریت امور فروش و فروشندگی حرفه ای و دروس مرتبط و...

دوره اصول و مبانی تدوین طرح کسب و کار (Business Plan) و دروس مرتبط و...

دوره ارتباطات یکپارچه بازاریابی (IMC) و دروس مرتبط و...

دوره طراحی و تدوین طرح بازاریابی (Marketing Plan) و دروس مرتبط و...



دوره تکنیکهای فرصت یابی در بازار و دروس مرتبط و...
دوره مدیریت برند و دروس مرتبط و...
دوره اصول و فنون تبلیغات تجاری و دروس مرتبط و...
دوره مدیریت تبلیغات اینترنتی و دروس مرتبط و...
دوره مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و دروس مرتبط و...
دوره اصول و فنون مذاکره و دروس مرتبط و...
و...

علی خویه

مدرس شرکت های معتبر در حوزه ی تجهیزات پزشکی مانند

آرمان طب، آبادیس طب، آپادانا، آتلانتیک، درمان گستر، خسرو طب، آذران طب، آران طب
آرمان پرتو، پیشرو طب، پویش طب، آوا پزشک، کاسپین، پویا طب، ماهان، آریا، آرتو

و...



مدیریت بازاریابی تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی
فروش و بازاریابی تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی
تکنیکها و تاکتیک های بازاریابی و فروش صنعت تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم
پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی

راهکارهای علمی و عملی در بازاریابی فروش و تبلیغات
بازاریابی تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی

علی خویه

مدرس دانشگاه، مشاور محقق و مجری پروژه های مختلف در سراسر کشور، مدرس و مشاور مدیران عامل مطرح کشور،
مدرس شرکت های معتبر در حوزه ی تجهیزات پزشکی مانند آرمان طب، آبادیس طب؛ آپادانا، آتلانتیک، درمان گستر،
خسرو طب، آذران طب، آرمان پرتو، پیشرو طب، پویش طب، آوا پزشک، کاسپین، پویا طب، ماهان، آریا، آرتو و غیره



حوزه آموزشی	محتوای آموزشی
ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی	- مفهوم فروش و جایگاه آن در بازاریابی صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی - مقایسه ویزیتور بازاریاب فروشنده و ... - اصول طرح ریزی و بهبود روش کار فروشنده - اصول فروشندگی
ارتقای بینش	- مدیریت در فروش صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - تفکر خلاق و سیستمی - مهندسی فکر
ارتقای مهارت	- مهارت مهندسی فروش (هدفگذاری، مهندسی منطقه، مهندسی مشتریان و ...) - مهارت مدیریت فرایند فروش و تصمیم گیری در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت مدیریت کارکنان فروش در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت های ویزیتوری و سرپرستی فروش حرفه ای - مهارت های مدیریت انگیزه در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت های ایجاد هماهنگی در عوامل فروش در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت های نظارت و کنترل موثر در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت مدیریت زمان در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت ارائه مؤثر مطالب در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت های رفتاری در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - زبان بدن - مهارت تعامل با مدیران مافوق (گزارش دهی، دستورپذیری، ارائه ایده، نظر و پیشنهاد)
ارتقای فن و تکنیک های کاربردی	- برقراری تماس با مشتریان و راه های ایجاد آن - فرآیند خاتمه فروش و ویزیت صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - انواع سوالات در فروش و تکنیک های سوال کردن از مشتری - مدیریت اعتراضات مشتریان صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته



- نکات مهم برای جذب مشتری صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مدیریت ارتباط با مشتری crm ۱۰ نقطه کور فروش و ویزیت صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته ۱۰ اشتباه فروش و ویزیت صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته ۱۰ تکنیک خلاق جذب مشتریان صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - دام ها و کابوس های فروشندگان و ویزیتورها - تکنیک های فروش تلفنی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - پیگیری و ارزیابی فروش در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - جلوگیری از حيله گری های فروش و ویزیت صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - چاشنی های فروش در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - فروش خلاق در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته	
کارگاه	کارگاه اجرای و کاربردی مدیر فروش حرفه ای و نقش های وظیفه ای و اجرایی

این دوره در ۲۴ ساعت و به شکل خصوصی و عمومی در موسسه شما قابل برگزاری می باشد

بازاریابی تجهیزات پزشکی

khooyeh.ir

علی خویه، مشاور برندینگ، بازاریابی و فروش

۱۸ سال تجربه اجرایی و مولف ۱۲ عنوان کتاب تخصصی



دوره تخصصی، کاربردی و کارگروهي

مشتری شناسی، مشتری سازی صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی

سبک ها و شیوه های برخورد با مشتریان در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته

همراه با تکنیک هایی از مهندسی ذهن وان ال پی
با متدهای جدید آموزشی و اساتید مجرب گروهی

هدف از دوره:

آشنایی مخاطبان با موثرترین و خلاق ترین تکنیک های ارتباطی با دیگران، ذهن
خوانی مشتریان، مشتری شناسی، مشتری سازی، مشتری مداری، روشهایی برای ارتباطات و مهندسی عوامل ارتباطی برای هر
چه بهتر شدن ارتباطات فردی، سازمانی و شرکتی
برخی از سرفصل های دوره:



- تیپ شناسی مشتریان در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- روانشناسی مشتریان در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- شیوه شناسایی افراد در هنگام ارتباط در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- روش های ارتباط بهتر با افراد در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و
- انواع مشتریان و روشهای برخورد با آنها
- مشتریان بد اخلاق و شیوه برخورد با آنها
- مشتریان و افراد مغرور و روش برخورد با آنها
- مشتریان و انسان های احساسی و شیوه برخورد با آنها
- مشتریان سردرگم و شیوه برخورد با آنها
- مشتریان با هوش و شیوه برخورد با آنها
- مشتریان یک دنده و شیوه معامله با آنها
- مشتریان پرحرف و روشهای برقراری ارتباط با آنها
-
-
- ... در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- ان ال پی در ارتباطات خلاق در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- تکنیکهای مشتری سازی تلفنی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- مشتری مداری تلفنی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- روابط عمومی خلاق و موثر در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- تکنیک های بهبود روابط عمومی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- دام های روابط عمومی موثر و اثربخش
- ۱۰ تکنیک ارتباط خلاق در فروش صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- زبان بدن در ارتباطات خلاق (creative body lang)
- مهندسی ذهن در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته



- الف) اعصاب و شبکه های عصبی
- ب) زبان و زبانشناسی
- ج) برنامه ریزی
- نقش اعصاب در تبلیغات
- ضمیر خود آگاه و ناخود آگاه مشتریان
- اصل استفاده از قدرت تمرکز برای مشتریان در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- اصل استفاده از قدرت سوال
- اصل استفاده از جملات تاکیدی و تصدیقی مثبت
- اصل تصویر سازی ذهنی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- بازاریابی هیپنوتیزمی، تبلیغات هیپنوتیزمی
- اصول مهندسی ذهن و ان ال پی در فروش بازاریابی تبلیغات و ارتباطات
- اصل مدلسازی برای مشتری سازی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- فرایند مدلسازی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته
- اصل باورها و ارزش ها در مشتری مداری
- اصل (SMART) در برقراری ارتباط با مشتریان
- اصل چارچوب ها، قواعد؛ تکنیکها
- اصل خطوط زمانی
- اصل مدل TOTE در فروش بازاریابی تبلیغات و ارتباطات
- اصل مدل ROLE در فروش بازاریابی تبلیغات و ارتباطات
- اصل مدل متا در فروش بازاریابی تبلیغات و ارتباطات
- اصل مدل Score در مشتری مداری و مشتری سازی
- زبان بدن و تکنیک های آن در مشتری سازی و مشتری گرایی
- اصل مدل میلتون در ارتباط با دیگران

(در صورت تمایل این دوره به صورت خصوصی و نیمه خصوصی در محل شرکت شما برگزار خواهد شد)

سرفصل دوره آموزشی کاربردی

مدیریت برند در صنعت تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته

مدیریت برند در صنعت تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی

نام و نشان سازی کاربردی

مدرس: مهندس علی خویه



محتوای آموزشی	حوزه آموزشی
- مفهوم برند و نام و نشان تجاری در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - اصول برند سازی حرفه ای در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - اهمیت ضرورت و اهداف نام و نشان تجاری در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته	ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی
- تفکر برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - تعریف جدید اصول مدیریت برند - تغییر نگرش به سوی واقعیت برند - تفکر خلاق در برند سازی	ارتقای بینش و نگرش
- مهارت های برند سازی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت برند داری در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت برند شناسی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت ساخت و مدیریت عناصر یک برند - فرایند تصمیم گیری مشتریان و مصرف کنندگان درباره برند - مهندسی ارزش برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت پیشبرد و ترفیع برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت تحقیقات برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت حفظ برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت کنترل برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت هویت سازی برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - مهارت شخصیت سازی برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته - شیوه تهیه و تحلیل اطلاعات برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته	ارتقای مهارت



— معاینه فنی برند در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته — سبک های برندسازی در صنایع تجهیزات پزشکی (Medical Equipment)، لوازم پزشکی، آزمایشگاهی، بیمارستانی و خدمات وابسته — تفکر خلاق در مدیریت نام و نشان تجاری	
— کارگاه طراحی ساخت و مدیریت یک برند در بازار فرضی	کارگاه

مدرس دوره

مدرس: علی خویه ۰۹۱۲۲۹۹۱۶۰۸

علی خویه

استاد دانشگاه، مشاور، محقق و مدرس در زمینه های مدیریت، بازاریابی، فروش، برندسازی، تبلیغات، اصول و فنون مذاکره با ۱۸ سال تجربه ی اجرایی موفق
 تالیف و ترجمه ۱۲ عنوان کتاب تخصصی و مرجع

علی خویه

مدرس شرکت های معتبر در حوزه ی تجهیزات پزشکی مانند

آرمان طب، آبادیس طب، آپادانا، آتلانتیک، درمان گستر، خسرو طب، آذران طب، آران طب
 آرمان پرتو، پیشرو طب، پویش طب، آوا پزشک، کاسپین، پویا طب، ماهان، آریا، آرتو

و...



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 11to 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
- روانشناسی 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



کارگاه آموزشی اجرایی و کاربردی مدیریت و سرپرستی اثربخش

مدرس: علی خویه

مخاطبان: کلیه مدیران و سرپرستان

مدت: ۱۴ ساعت

سرفصل دوره آموزشی کاربردی

سرپرستی اثربخش



حوزه آموزشی	محتوای آموزشی
ارتقای اطلاعات و دانش کاربردی	— مفهوم مدیریت
	— مفهوم سرپرست و سرپرستی و جایگاه آن در مدیریت
	— مقایسه رهبر، مدیر و سرپرست و نقشهای رهبری و مدیریتی در سرپرستی اثربخش
	— حیطه نظارت (سرپرستی) و روش های تعیین آن
	— اختیار و مسئولیت در سرپرستی اثربخش
	— اصول طرح ریزی و بهبود روش کار
	— اصول مربی گری و نقش آن در سرپرستی اثربخش
	— اصول و روشهای توانمندسازی و توسعه منابع انسانی



- مدیریت تغییر در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای) - مدیریت استرس در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای) - تفکر خلاق و سیستمی در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای) - مهندسی فکر و مثبت اندیشی در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای)	ارتقای بینش
- مهارتهای سرپرستی کارکنان حرفه ای در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای) - مهارتهای انگیزه در کارکنان و روش های آن - روش بهینه تفویض اختیار و اصول آن - مهارتهای ایجاد هماهنگی در زیردستان - مهارتهای نظارت و کنترل موثر - مهارت مدیریت زمان در سرپرستی اثربخش - مهارتهای گزارش نویسی فنی و مدیریتی - مهارت ارائه مؤثر مطالب - مهارت های رفتاری برای سرپرستان در شرکت های شرکت های خدمات تبلیغاتی و رسانه ای (آژانس های تبلیغاتی و رسانه ای) - مهارت تعامل با زیردستان (صدور دستور، پاسخ به نظرات، درخواستها و اعتراضات) - مهارت تعامل با مدیران مافوق (گزارش دهی، دستورپذیری، ارائه ایده، نظر و پیشنهاد)	ارتقای مهارت



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
پاییش از ۱۸ سال سابقه ی اجرایی
مؤلف ۱۲ عنوان کتاب تخصصی
عضو انجمن های ملی و بین المللی
مشاور بیش از صد ها 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 شباهت های غرفه 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

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



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)

علی خویه

مدرس شرکت های معتبر در حوزه ی تجهیزات پزشکی مانند

آرمان طب، آبادیس طب، آپادانا، آتلانتیک، درمان گستر، خسرو طب، آذران طب، آران طب

آرمان پرتو، پیشرو طب، پویش طب، آوا پزشک، کاسپین، پویا طب، ماهان، آریا، آرتو

و...



- 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:

فروشنندگان، 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، فروشنندگان، 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 فروشنندگان 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، نماینده گی 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
khodyeh@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 -
آپشن 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



کارگاه آموزشی اصول و فنون مذاکره

به شکل عملی و کاربردی

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 **فروش** **فروش** و قبل 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



دوره اصول و فنون مذاکره حرفه ای در وصول مطالبات و تکنیک های و تاکتیک های وصول

مطالبات

محتوای دوره:

آکادمی مذاکره ایران:

مدرس: علی خویه

تعریف مذاکره و انواع آن اصول علمی و عملی مذاکره

علل لزوم یادگیری و مهارت در علم، فن و هنر مذاکره

کاربردهای اصول و فنون مذاکره

روشهای مختلف مذاکره برای وصول مطالبات

انواع مذاکره

روش های جلوگیری از حيله و نیرنگهای مذاکره کنندگان

آشنایی با شیوه های فریب گونه و حيله های مذاکره کنندگان نا حرفه ای

روش های وصول مطالبات اثربخش به صورت علمی و عملی

روش های وصل مطالبات غیر علمی

نحوه مذاکره با مشتریان ناراضی

تاکتیک های و تکنیک ها و استراتژی های مذاکره

ابزارهای وصول مطالبات

محیط مذاکره در وصول مطالبات

فرایند مذاکره حرفه ای

مذاکرات به روش سنتی

مذاکرات مبتنی بر موضع گیری

مذاکره نرم و ملایم

مذاکره سخت و تهاجمی ۲ ساعت

مذاکرات به روش علمی پیشرفته

ارکان مذاکره علمی در وصول مطالبات

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 وصول مطالبات

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 برای وصول مطالبات
شناخت مذاکره کنندگان