

ريادة الأعمال



تعلم ريادة الأعمال



داخل ريادة الأعمال



سلوك ريادة الأعمال



ثقافة عمل ريادة الأعمال

VAPAAEHTOINEN- JA PAKKOYRITTÄJYYS

رائد أعمال بدوام جزئي

رائد أعمال
بصورة متقطعة

رائد أعمال بدوام
كامل



مندوب
مبيعات

منظم حقوق
الامتياز
والوكالات

امتلاك | شراء
أعمال جاهزة

رائد أعمال
بفكرة جديدة

النجاح يحتاج الكثير



الخطوات الأولى السهلة

موظف بدوام جزئي

العمل بأماكن عمل
مختلفة

رائد أعمال بدوام
كامل



MONIMUOTOISET TYÖSUHTEET

عمل اعتيادي مدفوع

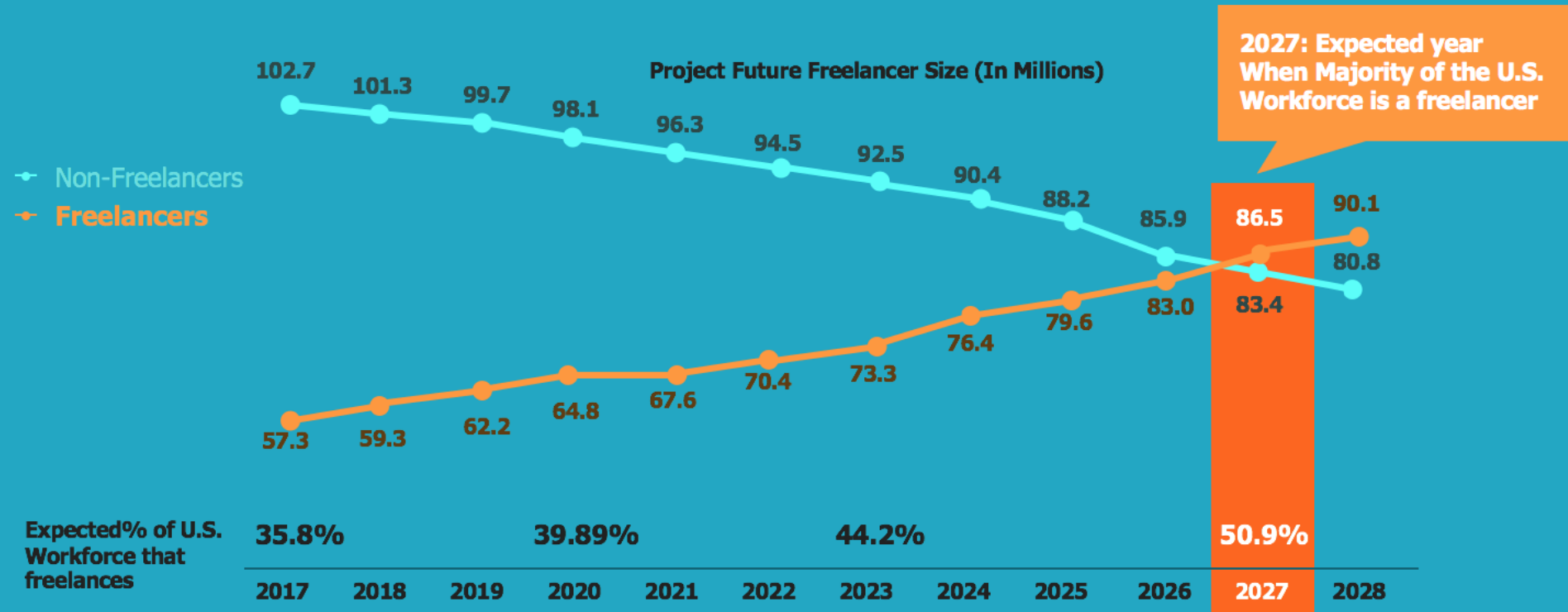
منصات أو شركات عمل
الفواتير

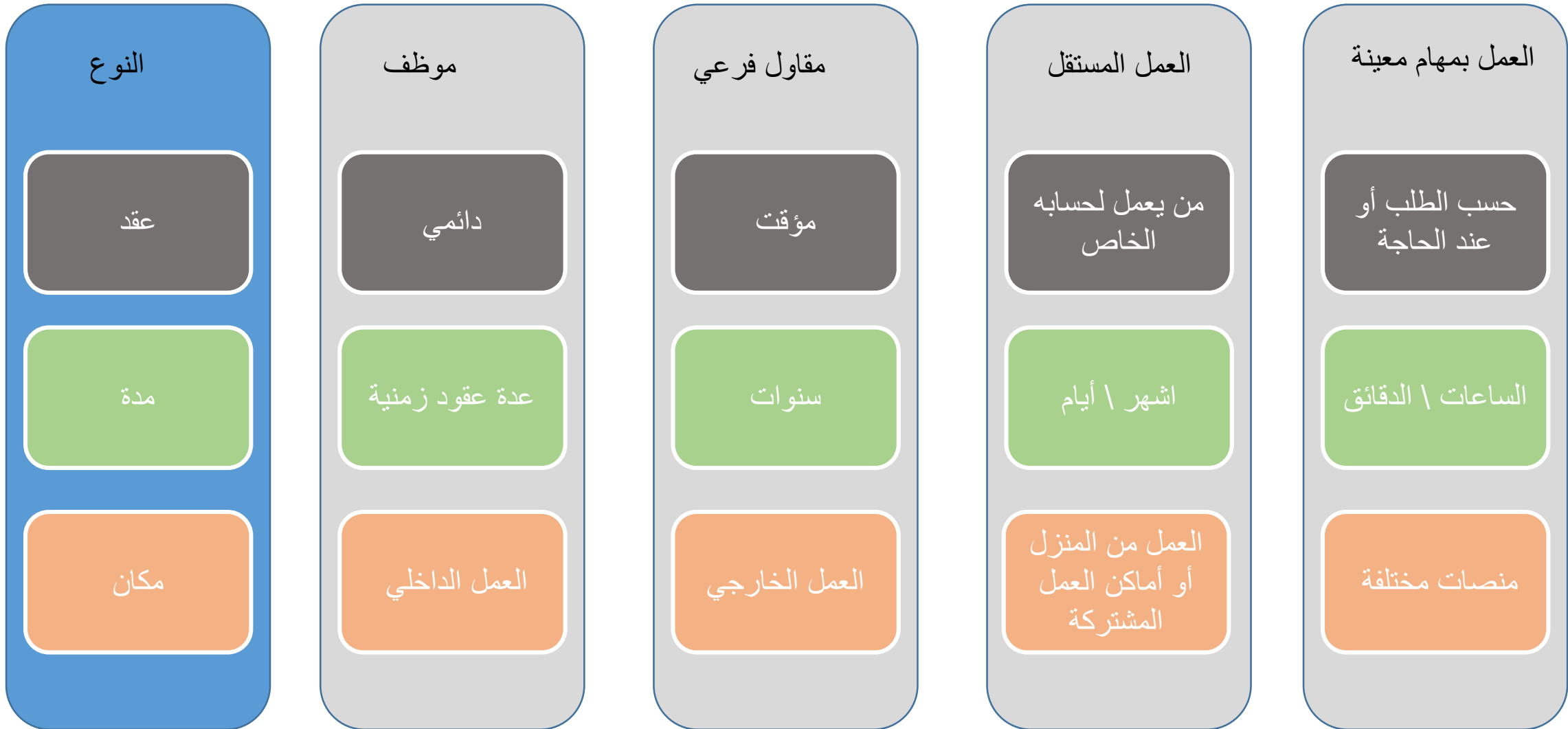
منصات الاقتصاد

الاقتصاد المشترك

The Rise of the Freelance Economy

Around 50% of American residents would be independent contractors by 2027





أمثلة على العمل الخاص والمستقل

- المستشارين
- بائعين العقارات (الدلال)
- لاعبي كرة القدم
- مصمم ديكورات داخلية
- الباحثين الاجتماعيين
- أختصاصي مواقع تواصل اجتماعي
- مدونين مواقع التواصل الاجتماعي
- مربيات الأطفال أو رعاية المسنين
- مختصين تسويق و علاقات عامة
- الفنانين
- عارضي الازياء
- خبراء الأرصاد الجوية
- المحققين الجنائين
- الراقصين و الفرق الموسيقية
- مغنين دار الاوبرا
- مدرب يوغا
- المعالج الفيزيائي
- مختصين تكنولوجيا المعلومات
- المترجمين
- اختصاص توظيف
- مساعدين المصممين
- مدربين بناء الاجسام
- الممثلين والمخرجين السينمائيين
- المرشدين السياحيين
- الفلاحين والمزارعين
- مصممي المواقع الالكترونية
- الصحفيين والاعلامين
- لاعبي الخفة ومؤدي العروض الاستعراضية
- المدقق اللغوي والصوري
- الاطباء النفسيين
- المصورين
- مصممي الألعاب
- قارئ القصص (الحكواتي)
- المدربين الشخصيين
- مختصي عملة البتكوين

العمل في المستقبل

1. فهم العمل كموظف عادي مدى الحياة يعود الى الماضي وليس حالياً

2. ستكون بالمدرسة طوال حياتك

3. الأيام التي ستكون فيها مدير شركة ستكون معدودة, ستكون مدير نفسك فقط.

4. أستاذ, قد لا تترقى في وظيفتك أبداً

5. الروبوتات لن تأخذ جميع الوظائف

مهامك في المستقبل

1. أبدأ في تعلم ريادة الاعمال وفتح المشاريع

2. تعلم مهارات عمل مختلفة لكي تتجنب الأجور المنخفضة مستقبلاً

3. أبدأ بتعلم الإدارة الشخصية

4. أبدأ بالتخطيط لمستقبلك

5. أبدأ بالتعلم عن الذكاء العاطفي

أمثلة عن منصات تدعم العمل المستقل

- Solved (<https://www.solved.fi/>)
- Sumpli (<https://sumpli.com/>)
- WorkPilots (<https://workpilots.fi/>)
- IndustryHacks (<https://industryhack.com/>)
- SkillsHive (<http://www.skills-hive.co.uk/>)
- Treamer (<https://www.treamer.com/>)
- Freska (<https://www.freska.fi/>)
- Wolt (<https://wolt.com/fi/>)
- Freelanser (<https://www.freelancer.com/>)
- Fiverr (<https://www.fiverr.com/>)
- Uber (<https://www.uber.com/fi/fi/>)
- Amazon (<https://www.amazon.com/>)
- Airbnb
(https://www.airbnb.fi/s/Helsinki/experiences?refinement_paths%5B%5D=%2Fexperiences&query=Helsinki&place_id=ChIJkQYhscLkkYRYfiO4S9Ts0&search_type=autocomplete_click)



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

التصدير نحو العالمية

Antti Sekki



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

أنا ارغب في التصدير ولكن
الى أين؟





LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

دراسة وبحث الاسواق

الخطوة الأولى هو دراسة وتقييم الفرص في الأسواق المستهدفة

وتتضمن دراسة ومتابعة دول وأسواق عدة للوصول الى قائمة بدولتين الى ٥ دول أو مناطق

اختيار الدول أو الأسواق النهائية يجب ان يكون على أساس سهولة عمليات التصدير في الدول والأسواق المختارة



مجموعة من المعلومات المطلوبة

- الطلب على الخدمة أو المنتج
- حجم الفئة المستهدفة التي تحتاج الخدمة أو المستهدفة
- هل الفئة المستهدفة بإمكانها شراء الخدمة او المنتج
- ماهي الامور التنظيمية التي تؤثر على عملية تصدير المنتج
- سهولة الوصول الى هذا السوق الشحن | الوصول
- هل هنالك قنوات توزيع فعالة للمنتج في السوق المستهدف
- بيئة النشاط الاقتصادي للبلد المستهدف. لغوياً, ثقافياً, اجتماعياً, سياسياً... الخ
- هل المنتج مناسب مالياً للتصدير الى السوق أو البلد المستهدف.



مجموعة من المعلومات المطلوبة

أمثلة عن القيام في دراسة سوق البلد المستهدف

- حجم السوق
- مقدار النمو الاقتصادي
- الأكثر شيوعاً في السوق
- الشائع في التكنولوجيا
- نظرة الزبون
- متطلبات المنتج
- المنافسة (الشركات, التكنولوجيا)
- مقدار تسعير المنتج
- العوائق المحتملة لبيع المنتج في السوق المستهدف
- إيجاد الزبائن الحقيقيين
- الزبائن النهائيين وظروف مختلفة لاستخدام المنتج
- شريحة الزبائن المستهدفة
- أين يقضي الزبائن أوقاتهم
- أين يبحث الزبائن عن المعلومات أو حلول أو منتجات جديدة

- توقعات الزبائن
- الوقت الأمثل للدخول للسوق أو البدء في حملة البيع
- سلوك الزبون, الأكثر شيوعاً (ترند), آراء المؤثرين بالمجتمع
- العوامل المؤثرة على صناعة قرار الشراء للزبون
- منتجات أخرى, قنوات توزيع للمنتجات, التكنولوجيا, أنواع أخرى من الشركات... الخ
- المجال و الشركاء أو الحلفاء المحتملين
- كيفية القيام بالأعمال
- الأعمال التنظيمية
- العوامل الثقافية



تحليل - PESTE(C)

- تحليل سياسي
- تحليل اقتصادي
- تحليل اجتماعي
- تحليل تكنولوجي
- تحليل بيئي
- تحليل المستهلك



تحليل – PESTE(C)

سنة 2019

ألمانيا السويد دول بحر البلطيق روسيا العراق

- سياسي

- اقتصادي

- اجتماعي

- تكنولوجي

- بيئي

- المستهلك



أدوات اخرى لعمل المقارنة

الدول المستهدفة	+	-
1. _____	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
2. _____	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
3. _____	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____



نقاشات اخرى..

الخدمة \ المنتج

لماذا؟

1. _____

2. _____

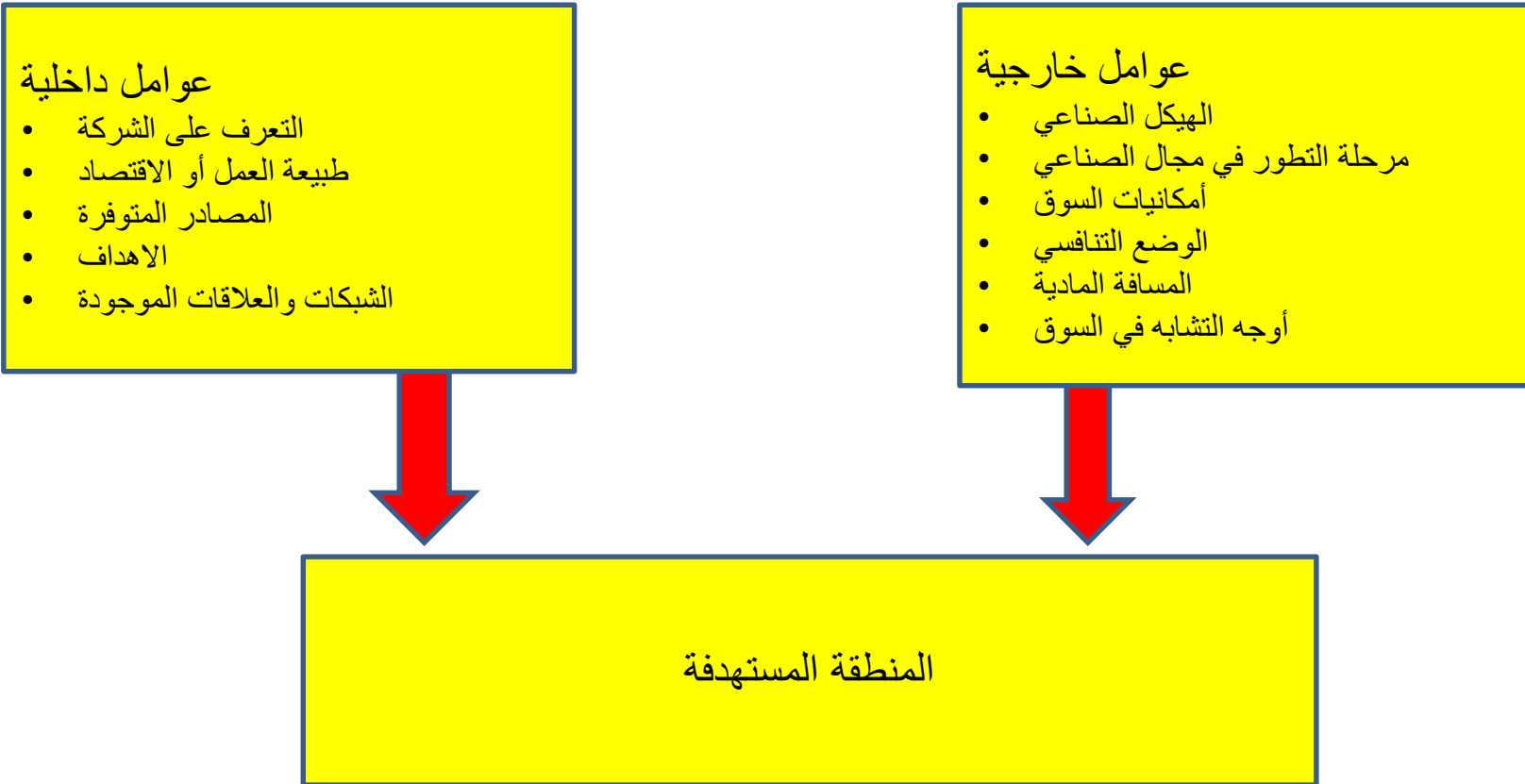
3. _____

4. _____

5. _____

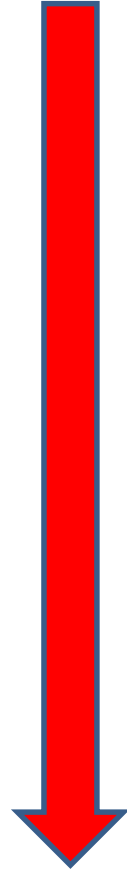


اختيار المنطقة أو البلد المستهدف





اختيار المنطقة أو البلد المستهدف



”جميع البلدان”
نظرة عامة أولية
مجرد عوامل مؤثرة عامة للبلد

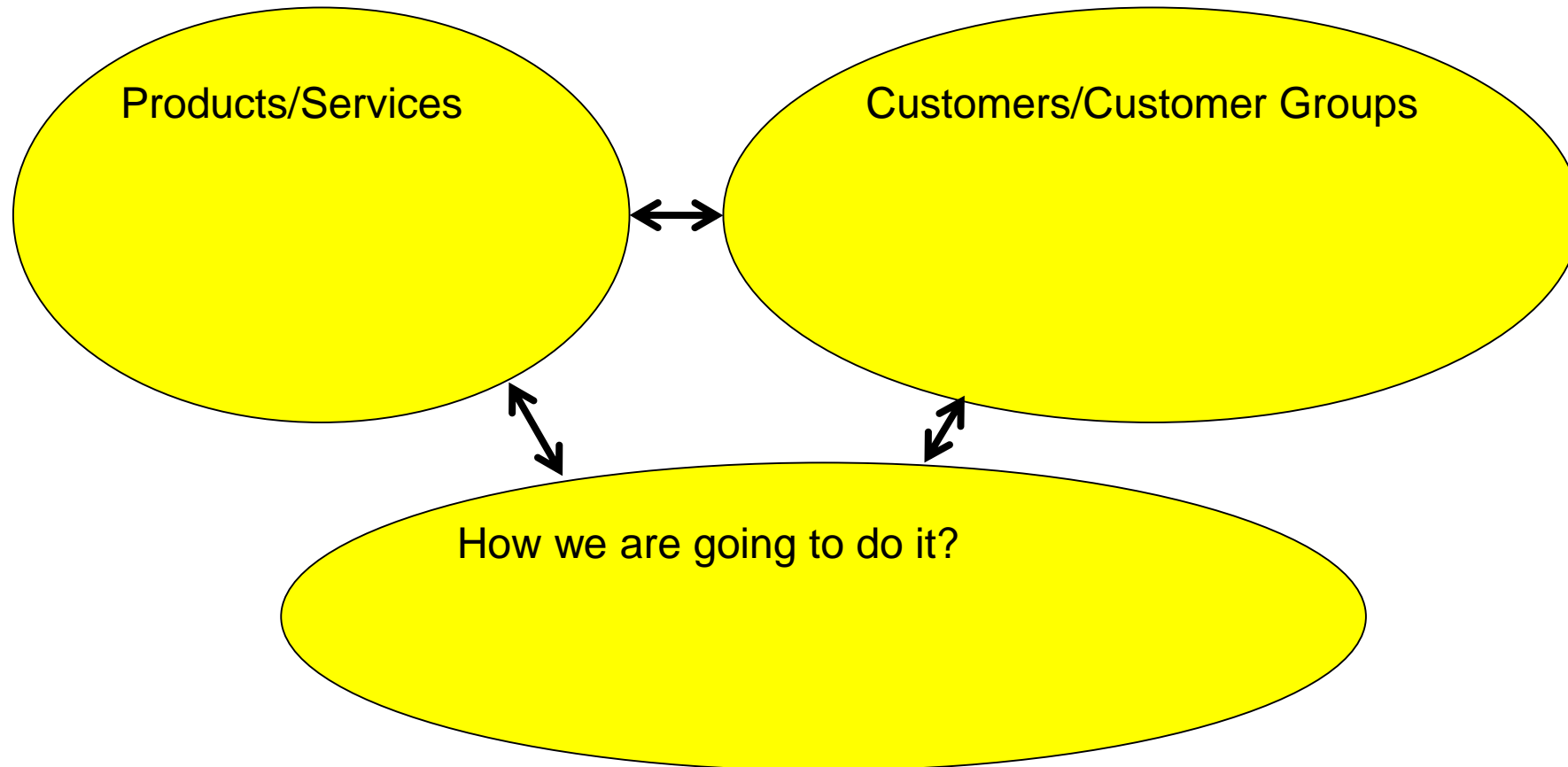
البلدان المستهدفة المحتملة
حجم السوق
امكانيات السوق

إمكانيات الأسواق لثلاث بلدان (1-3)
مقدار المبيعات بصورة تقريبية
مقارنة مع المنتجات الموجودة في السوق والمنافسين المحتملين
تحليل الزبون -المستهلك
تحليل قنوات التوزيع للمنتج

البلد المستهدف
قد يتميز و اختيار الفئة أو الفئات المستهدفة
أبدء بتصدير وبيع المنتج إذا كانت صحيحة بعد التحليل



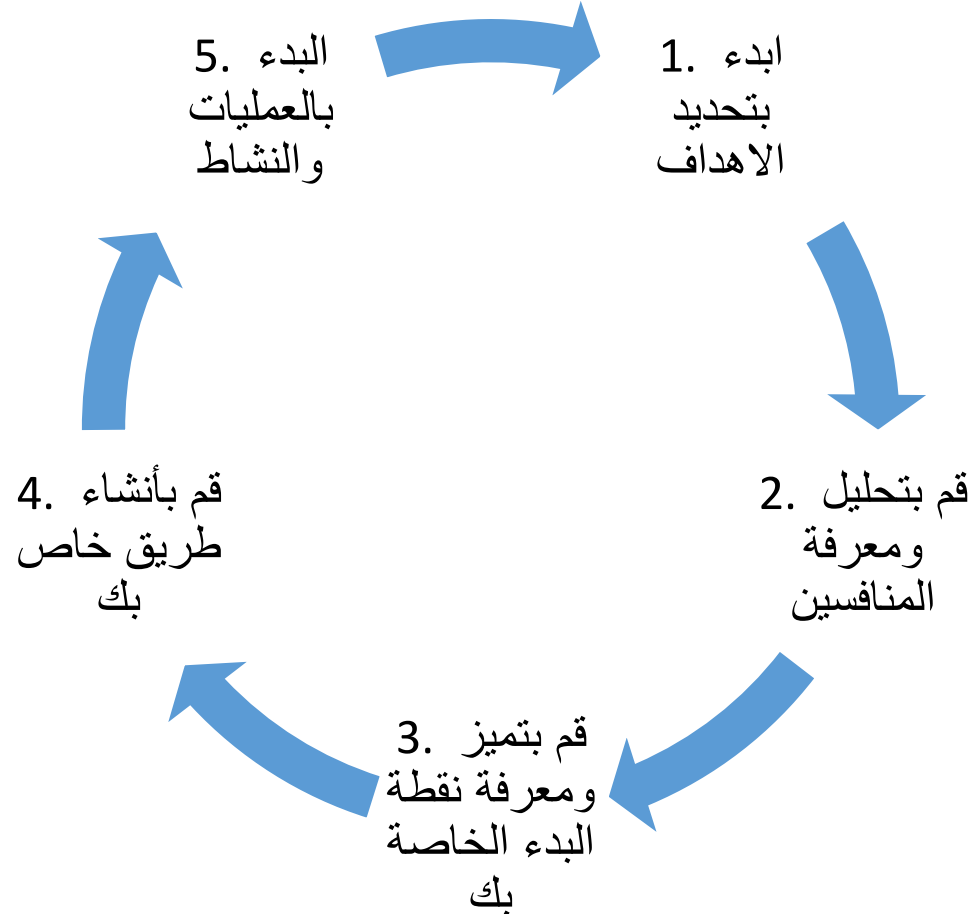
The Business Idea of Internationalisation

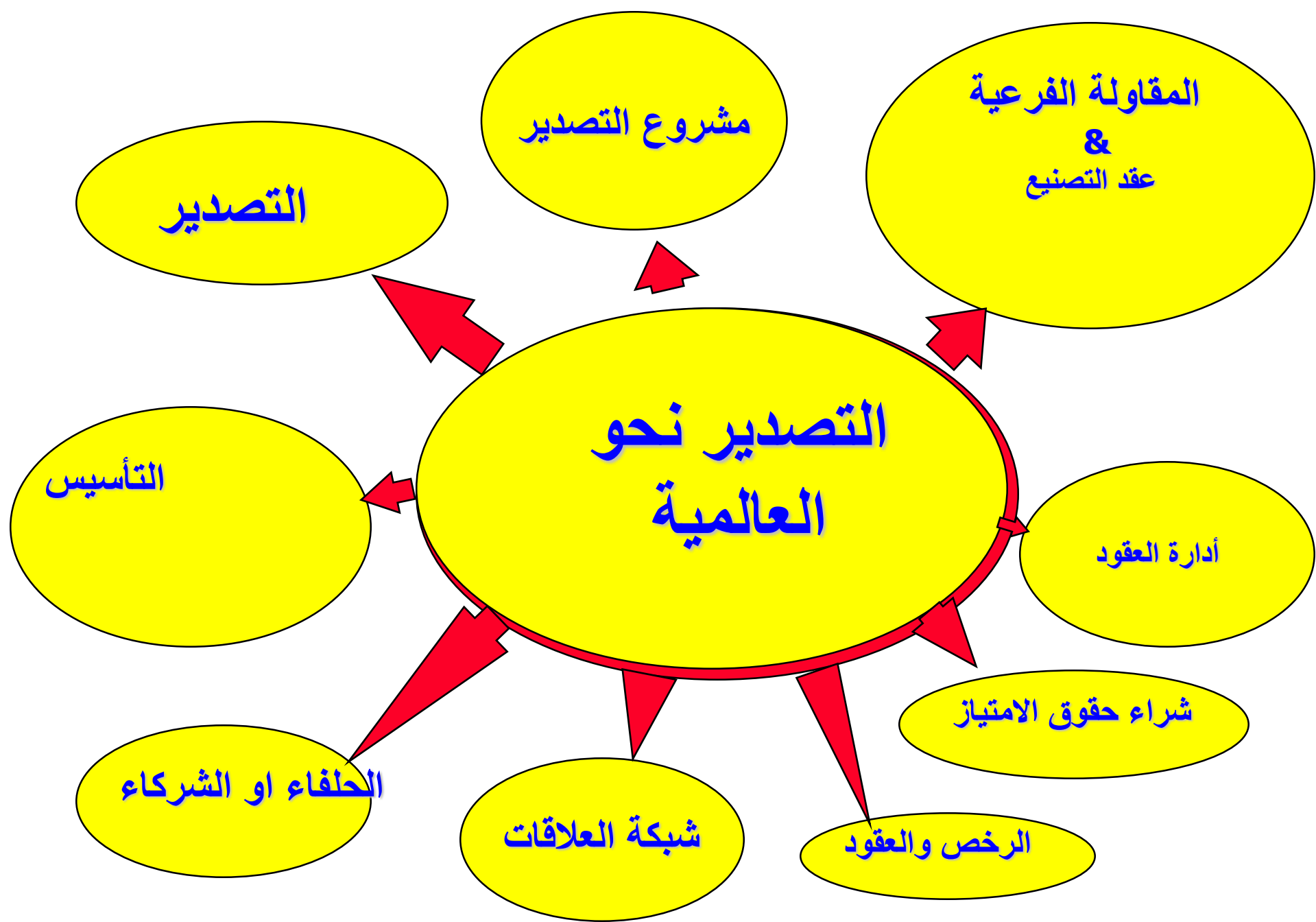






خمسة خطوات للبدء بالتصدير







LAUREA

AMMATTIKORKEAKOULU

Yhdessä enemmän

عوامل النجاح



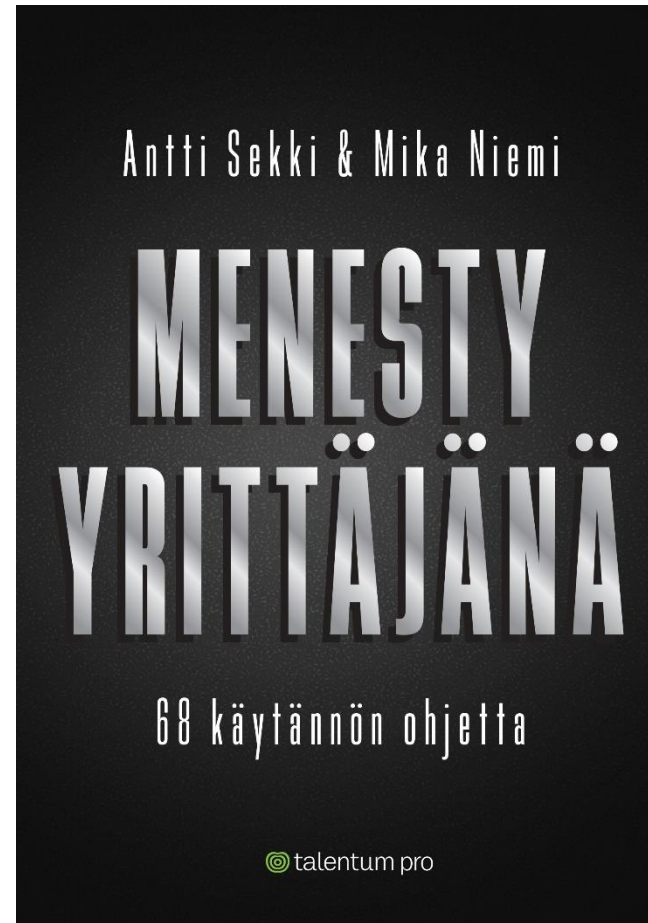
ما هو النجاح؟

- ▶ السؤال الأكثر شيوعاً في مجال ريادة الأعمال هو ”لماذا بعض الشركات تنجح والبعض الآخر لا؟“
- ▶ لكن ما هو النجاح؟



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

البحث التفصيلي الخاص بي عن 300 شركة





كُن رائد أعمال ناجح - 68 نصيحة عملية

- ▶ **14 نصيحة ثلاثة نجومات (★★★)**
 - ▶ فهم علمي صلب بين جميع الباحثين
- ▶ **21 نصيحة نجمتان (★★)**
 - ▶ دليل علمي كمي
- ▶ **33 نصيحة نجمة واحدة (★)**
 - ▶ دليل علمي نوعي



نصائح ثلاث نجومات

- ▶ الفريق, الفريق, الفريق
- ▶ أخذ ردود افعال من زبائن زبائنك
- ▶ جرب أولاً بأموال الاخرين
- ▶ استراتيجية منطقة التركيز - أوجد تخصصك
- ▶ أستراتيجية منطقة التركيز - اشركت المستعدة للنمو
- ▶ الاختلاف, الاختلاف, الاختلاف
- ▶ أفهم مرحلة التطور في مجالك
- ▶ أهتم في مجالك المالي
- ▶ أوجد شغفك
- ▶ أستفد من شخصيتك ونفسك
- ▶ عَرَف عن رؤيتك المستقبلية \ ابدء بتخطيط رؤيتك
- ▶ المكان, المكان, المكان
- ▶ أبذل جهد عند توظيفك للأخرين
- ▶ أحصل على شهادة

التسعير

Antti Sekki

التسعير

قرار التسعير تؤثر على السعر والشروط التي يتم بيع المنتج أو الخدمة عندها السعر هو العامل الاستراتيجي الأهم الذي تقوم الشركة باختياره وذلك لأنه يؤثر على عدة عوامل أهمها:

- صورة المنتج بعين الزبون
- حجم مبيعات الزبون
- ادوات التسويق الاخرى
- الربح الاقتصادي

واجبات التسعير

- ضمان مبيعات كافية
- ضمان حصة كافية بالسوق
- ضمان الربح الاقتصادي
- منع المنافسة السعرية المدمرة
- خلق وانشاء صورة المنتج بالسعر المرغوب به

التسعير

السوق التجاري هو من يقوم بتحديد السعر

التكاليف تقوم بتحديد الحدود الأدنى لبيع المنتج

تسعير مهارتك وكفاءاتك

مستشفى المقاطعة يُنضم طلب عمومي لشراء خدمات شركة صحية وإعادة تأهيل لمدة اربع ساعات. الخدمة تكون في منازل المرضى وتتضمن تكاليف النقل. جميع علاجات المرضى في ضمن نطاق مستشفى المقاطعة.

الشركة لديها تكاليف ثابتة بمقدار سبعمائة يورو شهريا و رائد الاعمال مستعد ان يدفع الفان وخمسمائة يورو شهرياً. عند أي سعر يستطيع رائد الاعمال ممكن ان يقدم هذه الخدمة ومن الممكن ان تكون مقبولة؟



المرحلة الخامسة:
السعر الذي يتضمن
مقدار الربح الكافي
والمُجزي لرائد الاعمال



المرحلة السادسة:
القيمة المضافة أو
ضريبة الاستيراد



المرحلة السابعة:
السعر الذي يتضمن
الربح بعد حساب
الضريبة ومقدار ربح
رائد الاعمال



المرحلة الأولى:
احسب التكاليف الثابتة



المرحلة الثانية:
حساب التكاليف المتغيرة



المرحلة الثالثة:
مقدار الفاتورة أو
عمل الفاتورة



المرحلة الرابعة:
سعر تكاليفك
الشخصية





المرحلة الرابعة:
الربح الذي يضمن حق
رائد الاعمال



المرحلة الخامسة:
مقدار القيمة المضافة أو
ضريبة الاستيراد



المرحلة السادسة:
ربح رائد الاعمال بعد
حساب الضريبة

تسعير منتج معين

انت تتصرف كمندوب مبيعات. لقد قمت بالموافقة على اساسيات وضوابط شراء كالأتي. تقوم بشراء المنتج بخمسين يورو (بدون القيمة المضافة) وتقوم ببيع المنتج بسبعين يورو (بدون القيمة المضافة) للقطعة الواحدة. مقدار الربح المستهدف (الهامش الإجمالي) هو ٤٠٪. ما مقدار المبيعات التي تحتاجها لكي تدعم نفسك؟
لقد اشتريت سيارة تأجير لشركتك بمقدار ١١٠٠ يورو شهرياً. وتبلغ التكاليف الثابتة الأخرى حوالي ٤٠٠ يورو



المرحلة الأولى:
حساب التكاليف الثابتة



المرحلة الثانية:
حساب التكاليف المتغيرة



المرحلة الثالثة:
حساب سعر
التعادل الاقتصادي

يجب ان نفهم أهمية الربح المستهدف (الهامش الإجمالي)

هيكلية التكاليف	الربح المستهدف (الهامش الإجمالي)	مقدار المبيعات التي تحتاجها
91 605 €	20 %	458 025 €
91 605 €	30 %	305 350 €
91 605 €	40 %	229 013 €
91 605 €	50 %	183 210 €
91 605 €	60 %	152 675 €



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

عمل المبيعات

Antti Sekki



العناصر الأساسية للمنافسة

المنتج الخدمة (الدعم الأساسي الإضافي)	
السعر (رخيص - متوسط الرخص - غالي - غالي جداً)	التواصل <ul style="list-style-type: none">- إعلانات- عمل المبيعات- الرعاية- علاقات عامة-
الوفرة (سهل - سريع - مرن)	



التعريف عن مندوب المبيعات

► ”مندبة المبيعات هو تبليغ الزبون و اقناعهم بشراء منتج معين أو تبديل المنتج بشيء اخر يحتاجه مندوب المبيعات”

► (Dibb et al. 1998)

► ”هو ليس شيء عمله لشخص معين هو شيء عمله مع شخص معين”

► ”المبيعات تبدأ عندما تقوم ببيع شخصيتك للزبائن (جعل الزبائن الوقوع في اعجاب شخصيتك)”



واجبات مندوب المبيعات

• عوامل نجاح مندوبي المبيعات

- ▶ الحماسة 51 %
- ▶ معلومات المنتج 15 %
- ▶ مهارات التواصل الاجتماعي 19 %
- ▶ المنتج \ السعر 15 %

• كن صادقاً!

• تأكيد واظهار الاشياء التي تعمل جيداً!

• تقليل من اهمية الأشياء التي لا تعمل بصورة جيدة!

• تذكر الفرق بين السلطة والتهديد, وتذكر أهمية التواضع!

• مندوب المبيعات هو مسؤول عن نفسه, النتائج و قرارات الزبون والشراء

• قم بمعرفة أين يمكنك إيجاد احسن النتائج!



عملية المبيعات

1. المرحلة التحضيرية

+

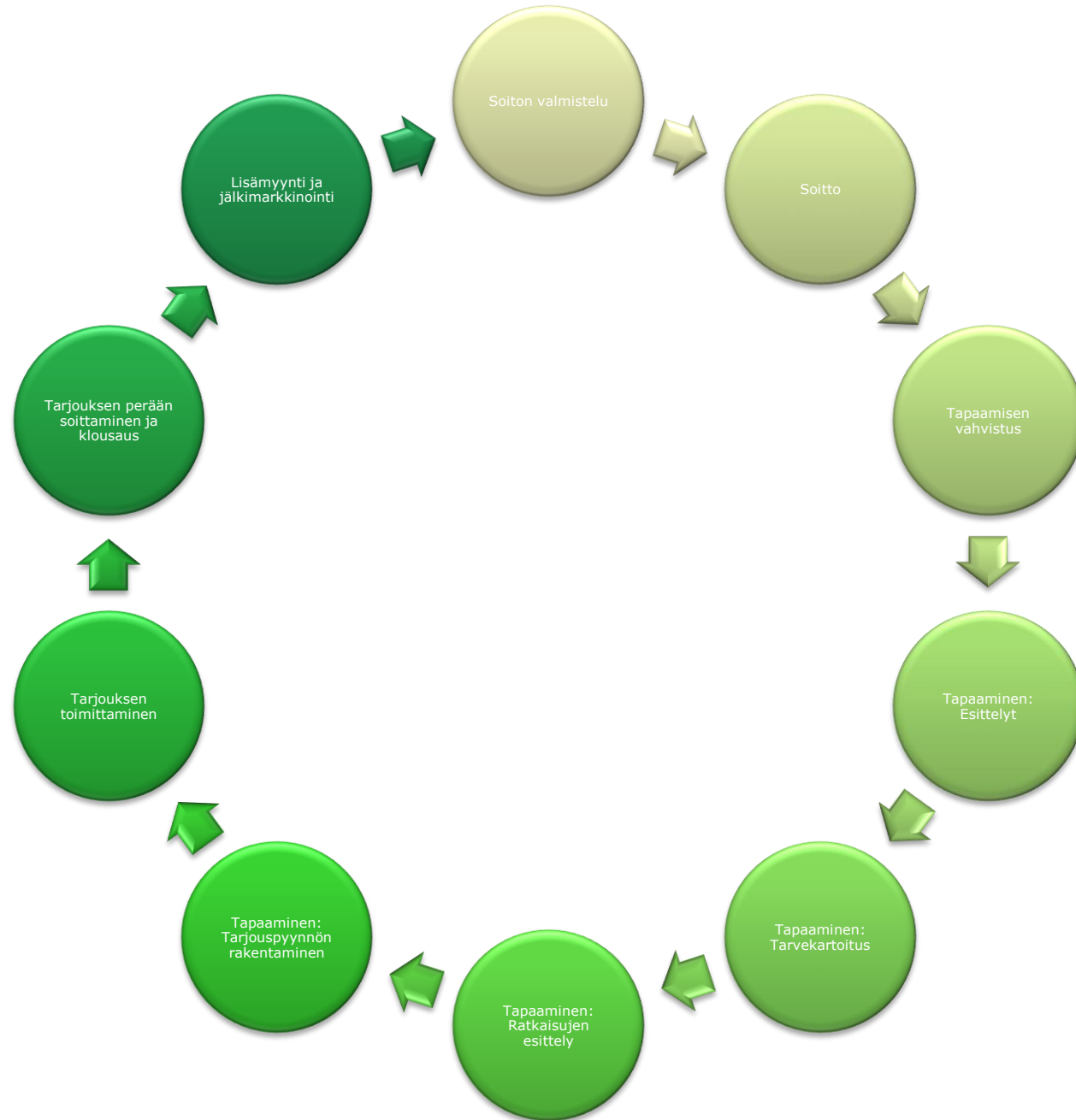
2. مرحلة البيع

+

3. بعد البيع

=

عمل المبيعات



عمل المبيعات "طلب شراء"

M (مرحلة التخطيط)	100 %
M (تقديم اقتراح المبيعات)	70 %

D (تجريبي)	50 %
C (الاحذ بالاعتبار)	30 %
C (الانتهاء تقريباً)	15 %
O (الطلب)	8 %

- مندوبي المبيعات والمبيعات تتطلب عمل جدي ومثابرة
- النجاح هو الجائزة



من هو مندوب المبيعات الجيد؟

- يؤمن في منتجه الخاص
- يمكنه قراءة الموقف وفهمه بشكل صحيح
- ودود
- مبرمج وموجه لخدمة معينة
- صادق
- محترم
- يحترم العملاء أو الزبائن
- يميز الأخطاء والسلبيات



عملية اغلاق صفقة أو عملية معينة

الهدف هو البدء بتجارة

عملك هو:

تميز اللحظة الصحيحة لعملية صنع القرار

مساعدة وتشجيع الزبائن في صنع القرار

بناء بيئة واجواء جيدة للمناقشات

اخذ صنع القرار كوضع طبيعي دائماً



تقنيات اغلاق الصفقات

- سؤال مباشر
- اشياء اثنين ايجابية
- التأكد من وضوح التجارة

اشارات الشراء

- الاسئلة
- اشارات وحركات الجسد
- اراء الزبون



اساسيات علم نفس المبيعات

- ليس المنتج ولكن المنفعة
- المنتج يجب ان يُلامس احتياجات الزبون (في بعض الأحيان تكون مخفية يجب اظهارها)
- ليس السبب ولكن العاطفة
- الاهداف والتوجه سليم
- تجنب المناقشة الحادة مع زبونك!
- تذكر التجربة ومهارات الاستماع!
- تأكد من توقعات الزبائن واقعية وملموسة ويمكن حلها



لماذا يتم فشل صفقات المبيعات؟

- مندوب المبيعات يتحدث كثيراً
- مندوب المبيعات يتباهى بنفسه
- مندوب المبيعات لا يفهم مجاله أو اختصاصه
- مندوب المبيعات يمدح منتجته كثيراً
- مندوب المبيعات يقوم بتقليل من شأن منافسيه كثيراً
- مندوب المبيعات أو الزبون يملكون يوماً سيئاً
- المنتج لا يلائم احتياجات الزبائن



مطلوب من مندوب المبيعات

السلوك السليم والمناسب

- لأنفسهم
- لعملهم

السلوك الايجابي

- لأنفسهم
- لعملهم



وضع المبيعات

تعيين للتفاوض:

1. الهدف الرئيسي

2. الهدف الثانوي



نشاطات تمرين داخل القاعة

- ▶ ناقش داخل مجموعة
- وضعية عملية بيع ناجحة, ماذا عمل مندوب المبيعات؟
- وضعية عملية بيع فاشلة, ماذا عمل مندوب المبيعات؟
- ▶ هل هكذا نشاطات أثرت على قرارك في عملية الشراء؟



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

شكراً

