

شیوه های برگزاری همایش و کنفرانس

Effective Managing Seminar



مدرس: دکتر کامران صحت

[Dr. Kamran Sehat](#)

Mobile: 0912 100 8545 - [Info@SehatLearning.ir](mailto:Info@SehatLearning.ir)

[www.SehatLearning.ir](http://www.SehatLearning.ir)

Without Learning, No Success!



دکتر کامران صحت متولد ۲۴ خردادماه سال ۱۳۵۳ دارای مدرک دکترای DBA گرایش بازاریابی از انگلستان می باشد. عمده فعالیت های اجرایی وی آموزش و مشاوره در زمینه های مرتبط با مباحث بازاریابی، تبلیغات، فروش و خدمات پس از فروش می باشد. همچنین مباحث پیشرفته ارتباطات نیز از جمله زمینه های آموزشی او می باشد. دکتر کامران صحت در سال ۱۳۸۲ مبحث پیشرفته "منشیگری مدرن" را در ایران طراحی نموده است و تاکنون هزاران منشی و مسوول دفتر تحت آموزش های پیشرفته او تعلیم دیده و در سازمان های مختلف مشغول به فعالیت می باشند. همچنین ده ها عنوان مقاله از او در نشریات معتبر کشور به چاپ رسیده است و ده ها عنوان کتاب از او به عنوان تالیف یا ترجمه چاپ رسیده است. او دارای بیش از یکصد عنوان DVD آموزشی و CD صوتی آموزشی می باشد.

عمده مباحث قابل آموزش توسط دکتر کامران صحت عبارت است از:

بازاریابی تلفنی - بازاریابی دیجیتال - تکنیک های افزایش فروش - ارتباطات موثر - زبان بدن - تکنیک های نفوذ در دیگران با NLP - مهندسی فروش - بازاریابی شبکه ای - فروش و فروشندگی حرفه ای - تکنیک های متقاعد کردن مشتری - لباس رسمی مذاکرات فروش - تکنیک های موثر پذیرایی در مذاکرات فروش - مدیریت ارتباط با مشتریان CRM - تکنیک های موثر مذاکرات - مدیریت موثر زمان در مذاکرات بازرگانی - اصول روابط عمومی در سازمان های مدرن - مکاتبات اداری و تجاری به زبان انگلیسی - اصول گزارش نویسی پیشرفته به زبان فارسی و انگلیسی - نگارش ایمیل موثر - نگارش متن ها و نامه های بازاریابی و فروش - آیین نگارش مکاتبات اداری - اصول روش های بایگانی اسناد و مدارک فروش - منشیگری مدرن - مسوول دفتر موثر - اصول تبلیغات نوین در ایران و ده ها عنوان آموزشی دیگر

عمده شرکت هایی که از خدمات آموزشی و مشاوره ای دکتر کامران صحت استفاده نموده اند عبارتند از:

بانک ملت - بانک مسکن - ایران خودرو - سایپا - مرسدس بنز ایران - هاکوپیان - زیراکس - دانشگاه آب و برق وزارت نیرو (شهید عباسپور) - مرکز آموزش بازرگانی - انستیتو ایزایران - بورس اوراق بهادار - دخانیات - استیل البرز - داده ورزشان هامون - مبلمان اداری ماندگار - مرکز تحقیقات و آموزش وزارت نیرو - نیروگاه کازرون - مناطق نفتخیز جنوب - نفت مناطق مرکزی ایران - شرکت پخش فرآورده های نفتی - شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی - نفت و گاز گچساران - گروه ملی فولاد - آب و فاضلاب استان تهران - ارتباطات سیار (همراه اول) - سازمان ثبت احوال - ال جی - فروشگاه های زنجیره ای رفاه و ده ها شرکت معتبر دیگر

## نکات مهم در برگزاری همایش و کنفرانس ها را بیاموزید!

### فروش یخچال به اسکیمو

بارش‌های نوین دکتر کامران صحت  
دارای مدرک دکترای از آریایی از انگلستان  
خود را به روز نمایید.  
روشی نو، اثری چند برابر!  
به راحتی می‌توان از رقبای پیشی  
گرفت. کمر بندها را ببندید.  
لحظه‌ای درنگ نکنید.  
زمان در حال گذر است.  
**اهمیت صدم ثانیه را از نفر دوم  
مسابقه دوی صد متر بپرسید.**  
پس هم اکنون تماس بگیرید...

شرکتی که فقط در اسد ایجاد می نماید به طور یقین دچار مشکل خواهد شد.  
(هتزی خورد)



Without Learning No Success®

things to DO Today

Kamran Sehat  
PhD in Business Administration, D.B.A.  
from American University of London  
2. mob (498) 912 100 85 45  
3. www.SehatLearning.com  
4. www.SehatLearning.persianblog.ir  
5. info@SehatLearning.com  
6. drsehat@yahoo.co.uk

سمینار

دوره

مشاوره

CD صوتی

DVD تصویری

by 5DeDS.com

بی شک برگزاری همایش‌ها که با اهداف خاص برگزار می‌گردند با توجه به حضور متخصصین در آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و نیاز به تخصص ویژه‌ای دارد. با تجربه برگزاری بیش از ۱۰۰۰ سمینار و کنفرانس ملی و بین‌المللی، جهت برگزاری سمینارهای تبلیغاتی، علمی و آموزشی که مبتنی بر اثرگذاری بر مخاطب می‌باشد، ضرورت تهیه این مقاله را ضروری می‌دانم. لذا استفاده از لفظ همایش جایگزین کلیه واژه‌های معادل همچون سمینار، کنفرانس، کنگره و ... می‌باشد.

### تقسیم بندی انواع همایش

همایش‌ها و کنفرانس‌های را به دسته‌های مختلفی می‌توان تقسیم بندی نمود. یکی از این تقسیم بندی مبتنی بر محدوده جغرافیایی همایش می‌باشد. در این تقسیم بندی می‌توان همایش‌ها یا کنفرانس‌های ملی، منطقه‌ای یا بین‌المللی تقسیم بندی نمود.

تقسیم بندی دیگر را می‌توان براساس تعدد تکرار همایش یا کنفرانس فوق دانست؛ از این رو می‌توان همایش یا کنفرانس‌ها را با عنوان اولین، دومین و ... معرفی نمود. بدیهی است **تعدد برگزاری به نوعی به اعتبار همایش می‌افزاید.**





## اهداف برگزاری همایش

پیش از برگزاری هر همایش، بهتر است هدف از برگزاری همایش را مشخص نمایید. عمده ترین اهداف همایش ها عبارتند از:

- علمی
- آموزشی
- تبلیغاتی

## محل برگزاری

محل برگزاری با توجه به شهرت محل می تواند از جاذبه های حضور پر رنگ مخاطبین شما باشد. محلی که بیشترین امکانات را در بردارد از اهمیت بیشتری برخوردار است. در تعیین محل برگزاری همایش به دسترسی محلی، پارکینگ، فضای پذیرایی و وعده غذایی، وسایل و تجهیزات کمک آموزشی، فیلم برداری، ترجمه همزمان، سالن های همجوار، فضای نمایشگاهی، فضای خبرنگاران نیز توجه نمایید. البته همایش های زیادی وجود دارند که در شهرستان ها و یا اماکن توریستی برگزار می شوند.



## زمان برگزاری

زمان برگزاری همایش نیز بسیار اهمیت دارد. در کشور ما بیشتر متخصصین و صاحبان نظران روزهای پنجشنبه را به عنوان بهترین روز برگزاری این گونه همایش ها بیشتر می پسندند. البته آمارها مبین این واقعیت هستند که بیشتر همایش ها در فصل زمستان برگزاری می شوند. به خاطر داشته باشید که حداقل زمان اجرای هر همایش از زمان شروع اطلاع رسانی می بایست حداقل یک ماه تا زمان برگزاری همایش فاصله باشد.

## مدت برگزاری

مدت برگزاری همایش نیز دارای اهمیت خاصی است. بهترین مدت زمان برگزاری همایش ها با توجه به مخاطبان ایرانی بین یک تا سه روز متوالی و ۴ تا ۷ ساعت در هر روز می باشد. البته همایش های زیادی وجود دارند که کارگاه های آموزشی مختلفی نیز دارند که این کارگاه ها با توجه به نوع همایش ها تا ۷ روز پس از برگزاری همایش نیز ادامه خواهند داشت.



## مخاطبان

مخاطبان هر همایش هدف اصلی از ایجاد هر همایش هستند. تعیین مخاطبان هر همایش نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. لذا در تعیین و مشخص نمودن ایشان نیز نهایت دقت را داشته باشید. ممکن است مخاطبان همایش مدیران منابع انسانی، مدیران روابط عمومی، پزشکان، بازاریابان و یا هر گروه دیگری باشند. در این بخش باید یک بانک اطلاعاتی از مخاطبان تهیه نمایید. پیشنهاد می شود از بانک های اطلاعاتی معتبر در داخل یا خارج از کشور استفاده شود. ثبت این اطلاعات در نرم افزار Outlook از مجموعه نرم افزارهای Office توصیه می شود.

## هیات اجرایی

پیش از برگزاری هر همایش می بایست هیات اجرایی همایش را نیز مشخص نمایید. این هیات می بایست کلیه فرآیند بازاریابی تا تهیه گزارش خاتمه همایش را اجرا نمایند. پیشنهاد می شود این هیات از افراد باتجربه انتخاب گردند یا دوره های آموزشی حرفه ای در این خصوص را بگذرانند. البته تهیه کارت شناسایی قابل نصب روی لباس هیات اجرایی در حین برگزاری همایش توصیه می شود. البته طرح و رنگ این کارت می بایست با طرح و رنگ کارت شرکت کنندگان متفاوت باشد.



## عنوان سمینار

یکی از عوامل تحریک کننده مخاطبان، موضوع همایش است. تلاش نمایید تا موضوعی جذاب، متناسب با مخاطبان انتخاب نمایید تا ترغیب مخاطب را برانگیزد. البته همایش های زنجیره ای از این بخش معاف هستند چرا که می بایست از عنوان همایش قبلی و شاید حتی با اندک تغییراتی استفاده نمایند. برخی از عناوین همایش ها عبارتند از: منشیگری مدرن، تکنیک های افزایش فروش.

## زمینه های موضوعی

زمینه های موضوعی، محورهای اصلی هر همایش هستند که تمرکز و هدف همایش را نیز مشخص می نمایند. کلیه کلیه زمینه های موضوعی در هر همایش الزامی است. تلاش نمایید تا در این بخش از سخنرانان یا اعضای هیات علمی نیز کمک بگیرید. موضوعات جدید و نو را نیز از یاد نبرید. این موضوعات می توانند به صورت ویژه ای توجه مخاطبان را به خود جلب نمایند.

## هزینه ثبت نام

بیشتر همایش ها به صورت معمول دارای هزینه جهت ثبت نام می باشد. این هزینه متناسب با عواملی همچون مخاطبین، تعداد روز و ساعت برگزاری و هزینه های اجرایی مشخص می گردد. در این بخش ذکر شماره حساب جهت واریز وجه در بانک های متعدد توصیه می گردد.

## سخنران

سخنران یا سخنرانان همایش که در برخی از همایش ها به عنوان هیات علمی معرفی می شوند از دیگر عوامل مهم ترغیب کننده مخاطبان شما هستند. بهتر است حداقل از دو سخنران برای همایش های دو روزه و چند روزه استفاده گردد. در ضمن زمان سخنرانی هر یک از سخنرانان نباید بیش از ۹۰ دقیقه باشد. پس از آن پذیرایی میان وعده می تواند در شادابی مجدد شرکت کنندگان موثر باشد. پیشنهاد می گردد در یک جمله تا دو جمله شرح مختصری از سوابق تحصیلی، علمی و اجرایی سخنرانان اعلام گردد. البته به خاطر داشته باشید که دریافت رزومه کامل سخنرانان و تهیه یک آرشیو از رزومه ایشان ایجاد نمایید. بسیاری از مخاطبان پیش از اعلام آمادگی در خصوص حضور در همایش، رزومه سخنرانان را از شما می خواهند. از سخنرانان بخواهید با استفاده از نرم افزار های رایجی مثل Powerpoint یا Flash به همراه نمایش فیلم، به جذابیت سخنرانی خود بیافزایند.



**Dr. Kamran Sehat**

Mobile: 0912 100 8545 - Info@SehatLearning.ir

[www.SehatLearning.ir](http://www.SehatLearning.ir)

Without Learning, No Success!



## حامیان مالی

بسیاری از همایش ها که از تعداد شرکت کنندگان ویژه ای برخوردارند یا اعتبار خاصی دارند می توانند از حمایت حامیان مالی برخوردار شوند. جهت جذب حمایت مالی شرکت ها، می بایست نامه های موثر به شرکت های هدف نوشته شود و آنها را متقاعد به حمایت نمایید. بهتر است حمایت مالی را در جدولی طبقه بندی نموده و انواع حامیان را در سه گروه طلایی، نقره ای و برنز طبقه بندی نموده و شرایط حمایت مالی را به حامیان احتمالی اعلام نمایید تا آنها بدانند چه مزایا و منافع در قبال حمایت خود دریافت خواهند نمود. بدیهی است بیشترین مزایا و منافع می توانند تبلیغات روی سن، تبلیغات داخل مجموعه مقالات، تبلیغات بصری حین پذیرایی، تبلیغات روش پوستر و کلیه مکاتبات، ثبت نام رایگان و ... باشند. ذکر نام یا لوگوی حامیان مالی در پوستر، مجموعه مقالات و مکاتبات همایش الزامی است.

## همکاران همایش

استفاده از مجموعه های علمی همچون دانشگاه ها یا مراکز آموزشی و تحقیقی و یا وزارت خانه هایی که ارتباط مستقیم با مخاطبان یا هدف همایش دارند به عنوان همکاران همایش نیز بر اعتبار علمی همایش شما می افزاید. در این بخش جهت کسب موافقت همکاران احتمالی، می بایست نامه موثری به مجموعه های هدف نوشته شود و آنها را متقاعد به همکاری نمایید. ذکر نام یا لوگوی همکاران در پوستر، مجموعه مقالات و مکاتبات همایش الزامی است.

## تجهیزات کمک آموزشی

وسایل کمک آموزشی به شما کمک می کند تا انتقال اطلاعات و رسیدن به اهداف برگزاری همایش بهتر و بیشتر باشد. فراموش نکنید در این راه از پیشرفته ترین ابزار ارتباطی استفاده نمایید. پیش بینی تجهیزات جایگزین را نیز به خاطر داشته باشید چرا که خرابی تجهیزات کمک آموزشی معمولن غیر مترقبه خواهد بود.





### پذیرایی

پذیرایی از شرکت کنندگان نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است. ارایه سرویس یک وعده غذایی نیز فراموش نشود. نحوه پذیرایی از میهمانان بسته به نوع همایش و مخاطبین در نظر گرفته می شود. به طور معمول به ازای هر یک ساعت ونیم سخنرانی، پانزده تا بیست دقیقه پذیرایی لازم است. بهتر است در پذیرایی و وعده غذایی از انواع متنوعی انتخاب شود تا شرکت کنندگان حق انتخاب داشته باشند. امروزه در بسیاری از همایش هایی که وعده غذایی در خارج از محل برگزاری همایش انجام می شود، می توان از ژتون غذایی با سقف خرید و انتخاب نوع رستوران نیز وجود دارد. پخش یک موزیک ملایم بدون کلام در حین پذیرایی و ابتدا و انتهای هر بخش از سخنرانی توصیه می شود.

### هدایای تبلیغاتی

پس تنها چیزی که در آینده از همایش نزد شرکت کنندگان باقی می ماند هدایای تبلیغاتی است که در شروع برنامه به ایشان ارایه می شود. این هدایا می بایست با توجه به نوع همایش طرح ریزی شده باشند. فراموش نکنید که هر آنچه به شرکت کنندگان تحویل می گردد، می بایست مزین به اطلاعات شرکت شما و روش های برقراری ارتباط با شما باشد.



**Dr. Kamran Sehat**

Mobile: 0912 100 8545 - Info@SehatLearning.ir

[www.SehatLearning.ir](http://www.SehatLearning.ir)

Without Learning, No Success!

## جزوه یا مجموعه مقالات

یک فرد معمولی بلافاصله بعد از یک سخنرانی، فقط نصف آنچه را که گفته شده می فهمد و در حافظه نگه می دارد و ظرف ۴۸ ساعت بعدی، فقط ۲۲ درصد مطالب را به خاطر می آورد. پس ارایه یک جزوه آموزشی به صورت چاپ شده یا سی دی از اهمیت ویژه های برخوردار است. البته در کنفرانی های ملی یا بین المللی جزوه به صورت مجموعه مقالات چاپ می شود و در اختیار شرکت کنندگان قرار می گیرد. البته در این حالت بسیاری از مقالات پذیرفته شده که زمان ارایه برای آن وجود نداشته بر روی دیوارها نصب می گردند تا در حین برگزاری توسط شرکت کنندگان خوانده شود.

## صدر گواهینامه

یکی دیگر از عوامل تاثیرگذار شرکت کنندگان، دریافت گواهینامه حضور در همایش است. برای محصولاتی که دارای نمایندگی خارجی هستند، تایید شرکت خارجی نیز بسیار اهمیت دارد. به خاطر داشته باشید که گواهینامه مذکور می بایست به امضای سخنران یا دبیر علمی همایش نیز برسد. این گواهینامه معمولن پس از برگزاری همایش برای شرکت کنندگان ارسال خواهد شد. در برخی از همایش ها، گواهینامه در همان محل همایش و در خاتمه ارایه می شود. البته این کار دارای مشکلاتی نیز خواهد بود.



## فرم های همایش

انواع فرم های مورد نیاز همایش عبارتند از:

### فرم ثبت نام

فرم ثبت نام مهمترین فرم هر همایش محسوب می شود. بهتر است کلیه اطلاعات مورد نیاز، در فرم همایش درج گردد. اطلاعات شرکت متقاضی، لیست متقاضیان، هزینه، شماره حساب و نحوه واریز، شماره های تماس شرکت کنندگان از اطلاعات ضروری هر فرم ثبت نام می باشد.

### برنامه زمان بندی

برنامه زمانبندی همایش نیز دارای اهمیت ویژه ای است. اعلام ساعت شروع، تلاوت آیاتی چند از کلام .. مجید، سرود ملی، زمان های شروع و خاتمه سخنرانی و ذکر موضوعات قابل ارایه، زمان های پذیرایی و صرف وعده غذایی، زمان اقامه نماز را ذکر نمایید.



### فرم ارزشیابی

جهت ارزیابی رضایت شرکت کنندگان از همایش، تهیه فرم ارزیابی هر همایش الزامی است. هر شرکت کننده می بایست این فرم را تکمیل نموده و به همکاران شما تحویل نماید. بهتر این فرم بدون ذکر نام و نام خانوادگی باشد تا شرکت کنندگان به راحتی نظرات واقعی خود را اعلام نمایند. این فرم حتمن می بایست به صورت انتخاب گزینه

های باشد تا شرکت کنندگان حداقل زمان را صرف تکمیل آن نمایند. پیشنهاد می گردد گزینه ها برخلاف تصویر زیر، زوج انتخاب گردند. البته در انتهای فرم، مکانی جهت درج پیشنهادات، انتقادات یا سایر نظرات پیش بینی شده باشد. پس از تکمیل فرم ها، آنها را جمع آوری نموده و فرم میانگین تهیه نمایید تا برآورد کلی نظرات شرکت کنندگان آماده شود.



#### فرم حمایت مالی

جهت حمایت مالی حامیان، تهیه فرم حمایت مالی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بهتر است کلیه اطلاعاتی که در بخش حامیان مالی ذکر شده را در این فرم درج نمایید.

#### فرم همکاران همایش

جهت همکاران همایش، تهیه فرم همکاری نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بهتر است کلیه اطلاعاتی که در بخش همکاران همایش ذکر شده را در این فرم درج نمایید.



## فرم حضور و غیاب

این فرم در روز برگزاری همایش توسط همکاران شما جهت حضور و غیاب شرکت کنندگان استفاده می شود.



## پوستر و بروشور

اکنون که اطلاعات اصلی همایش آماده گردیده است، زمان تهیه پوستر و بروشور همایش فرا رسیده است. اطلاعاتی که تاکنون گفتیم را در قالب یک پوستر یا بروشور تهیه نمایید. برای این کار نرم افزار Publisher از مجموعه نرم افزارهای Office توصیه می شود. استفاده از تصویر در طراحی پوستر یا بروشور را فراموش نکنید. البته این پوستر یا بروشور می بایست به صورت چاپ شده و فایل تهیه گردد. در ضمن تهیه فایل های Pdf که اطلاعات کامل همایش در آن ذکر گردیده است فراموش نشود. این فایل ها کمک می کند تا با کاهش هزینه و افزایش سرعت در ارسال اطلاعات به متقاضیان، اطلاع رسانی صحیح و دقیقی انجام پذیرد.

# چگونه در فروش بهترین شویم

## فروش یخچال به اسکیمو

شرکت ایده پردازان خلاق برگزار می نماید . . .  
بزرگترین سمینار آموزشی در زمینه تکنیکهای فروش حرفه‌ای



## مدرس و سخنران دکتر کامران صحت

دارنده دکترای DBA و فوق لیسانس MBA از انگلستان

با حضور در این سمینار به راحتی می‌توان از رقبا پیشی گرفت  
زمان در حال گذر است لحظه ای درنگ نکنید.  
اهمیت صدم ثانیه را از نفر دوم مسابقه دوی صدمتر بپرسید.

**پس هم اکنون تماس بگیرید . . .**

دورنگار: ۶۷۰۸۹۳۸ تلفن: ۶۶۲۴۶۲۷ همراه: ۰۹۱۲۵۵۳۲۱۵۶

نشانی دبیرخانه سمینار: قم، ۳۰ متری گیوانفر، ۲۴ متری مطهری، مجتمع تجاری تندیس، طبقه اول، واحد ۳۱۲۰  
پایگاه اطلاع رسانی شرکت ایده پردازان خلاق [www.idepardazan.net](http://www.idepardazan.net)



زمان: جمعه ۱۶ اسفند ماه ساعت ۸:۳۰ الی ۱۴  
مکان: قم، خیابان ۱۹ دی، میدان جهاد، تالار بزرگ قدس، مدرسه عالی امام خمینی (ره)

### اطلاع رسانی

اقدامات اطلاع رسانی در قالب فعالیت های روابط عمومی و تبلیغات، مهمترین بخش هر همایش محسوب می شود  
چرا که می بایست صدای همایش شما به گوش مخاطبان رسانیده شود. این اطلاع رسانی می تواند به روش های زیر  
انجام شود:

- نصب پوستر همایش در دانشگاه ها، سازمان ها، امکان عمومی و سایر مراکز مرتبط. در این هماهنگی با واحد روابط عمومی هر سازمان از طریق ارسال یک نامه توصیه می شود.
- ارسال بروشور همایش از طریق فکس به سازمان های مخاطبان که در این بخش استفاده از کامپیوتر جهت ارسال فکس توصیه می شود. در این بخش اطلاعات مندرج در نرم افزار Outlook از مجموعه نرم افزارهای Office که بیشتر در مورد آن گفتیم، توصیه می شود.
- ارسال فایل پوستر یا بروشور از طریق پست الکترونیکی به سازمان های هدف که در این بخش اطلاعات مندرج در نرم افزار Outlook از مجموعه نرم افزارهای Office که بیشتر در مورد آن گفتیم، توصیه می شود.
- درج اطلاعات همایش در صفحه اول وب سایت شرکت شما به عنوان مهمترین رویداد و امکان ثبت نام از طریق وب سایت توصیه می شود. البته با هدف ترغیب مخاطبان جهت ثبت نام الکترونیکی، می توانید درصدی تخفیف برای ثبت نام الکترونیکی در نظر بگیرید.
- درج اطلاعات همایش در سایت های مرتبط که به صورت رایگان پذیرای آگهی شما هستند. در این بخش حدود ۴۰۰ سایت اینترنتی همچون [Istgah.com](http://Istgah.com) یا [Eforoosh.com](http://Eforoosh.com) وجود دارد که می توانید از این فرصت نیز استفاده نمایید. البته سایت های تخصصی همایش همچون [Doreh.com](http://Doreh.com) نیز می توانند بسیار موثر باشند.

### پاسخ گویی به مشتریان

پس از اطلاع رسانی، تماس متقاضیان شروع خواهد شد. اکنون زمان استفاده از پرسنل کارآمد و موثر در پاسخگویی به مشتریان احتمالی فرا رسیده است. تهیه یک بانک اطلاعاتی از مشتریان احتمالی و مشتریان قطعی توصیه می شود. شما می توانید این بانک اطلاعاتی را روی نرم افزار Outlook یا نرم افزار Excel از مجموعه نرم افزارهای Office که استفاده نمایید.



## ارسال دعوت نامه

اکنون که ثبت نام آغاز شده و برگزاری همایش قطعی گردیده است، ارسال دعوت نامه شرکت در همایش به صورت نامه یا کارت توصیه می شود. اگر همایش دارای هزینه است و اگر ارسال دعوت نامه از طریق نامه انجام می شود، توصیه می گردد تا در متن نامه مجددن واریز هزینه به حساب ذکر گردد. البته پس از ارسال دعوت نامه، تماس تلفنی با شرکت کنندگان و اطلاع رسانی قطعی از برگزاری و حضور ایشان توصیه می گردد.

## آخرین هماهنگی ها

صدور کارت شناسایی قابل نصب روش سینه جهت هیات اجرایی و شرکت کنندگان، هماهنگی نهایی و عقد قرارداد با سخنرانان، هماهنگی نهایی و عقد قرارداد با سالن محل برگزاری، محل و نحوه پذیرایی، محل و نحوه وعده غذایی، هماهنگی با مجری و قاری قرآن، تهیه سرود ملی و موزیک مناسب بی کلام، تهیه پارچه نویسی یا پرینت جهت راهنمایی و خوش آمد گوی به شرکت کنندگان، تماس با مسوول سمعی بصری همایش، تماس با فیلم بردار و عکاس، تزئین سالن همایش، تهیه و کنترل فرم ها، تهیه پوستر یا بروشور همایش بعدی از آخرین هماهنگی های برگزاری همایش محسوب می شود.



## سایر نکات مهم در برگزاری سمینارهای تبلیغاتی

- صدور کارت دعوت یا ارسال دعوت نامه ویژه مدعوین یک ماه پیش از برگزاری
- یادآوری برگزاری همایش یک هفته پیش از برگزاری و تهیه لیست احتمالی از شرکت کنندگان
- صدور کارت شناسایی جهت نصب روی سینه مدعوین در روزهای برگزاری
- تعیین فردی جهت مسوول سالن های برگزاری همایش
- انتخاب مجری مناسب جهت مدیریت، برنامه ریزی و دعوت از سخنرانان
- طراحی، دکوراسیون، نورپردازی و تزیینات محل برگزاری
- تهیه و چاپ پارچه نویسی و استندهای مختلف جهت راهنمایی مدعوین و تبلیغات محیطی
- موزیک مناسب جهت پیش برنامه و یا میان برنامه ها مطابق با نوع برنامه
- تهیه برنامه های تبلیغاتی معرفی محصولات و خدمات جهت میان برنامه ها
- فیلمبرداری، میکس و مونتاژ سمینار
- عکسبرداری و تهیه یک پوستر تبلیغاتی از اولین همایش تبلیغاتی جهت نصب در داخل شرکت
- تدارک فضایی هر چند کوچک به عنوان نمایشگاهی از توانمندی ها و خدمات شرکت
- انتخاب پرسنل همکار آموزش دیده جهت هدایت و راهنمایی مدعوین که به ازای هر ۵۰ نفر شرکت کننده ۱ نفر لازم می باشد.
- پوشش مناسب و یکسان یعنی پرسنل نمایشگاهی مزین به کارت شناسایی (نام و نام خانوادگی و سمت) روی سینه ایشان
- وسایل کمک آموزشی و صدابرداری
- تدارک وضعیت پذیرایی مناسب با شان شرکت کنندگان
- هدایای تبلیغاتی مطابق با شان شرکت کنندگان
- ارایه نوشت افزار جهت یادداشت برداری مدعوین مطابق با شان ایشان
- درج کلیه مشخصات شرکت روی تمامی اطلاعات ارایه شده به مدعوین شامل نام شرکت، لوگو، شماره های تماس، نشانی، پست الکترونیکی، شعار تبلیغاتی و ...



- چاپ متن سخنرانی سخنرانان به دو زبان فارسی و انگلیسی
- تهیه رزومه سخنرانان و شرکت جهت معرفی هر چه بهتر ایشان توسط مجری
- تهیه لیستی جهت حضور و غیاب مدعوین پیش از ورود به سالن همایش
- تهیه برنامه زمان بندی سمینار و ارایه به شرکت کنندگان
- مدیریت زمان برنامه طبق برنامه زمان بندی شده
- حضور پرسنل همایش پیش از حضور اولین نفر از مدعوین حداقل ۲ ساعت پیش از شروع همایش
- هدایت مدعوین به سالن همایش و هدایت افراد VIP به محل های خاص از پیش تعیین شده در جلوی سن
- سرود جمهوری اسلامی
- تلاوت آیاتی چند از کلام ا... مجید
- هدایت مدعوین به سالن های پذیرایی و ناهار
- هدایت مجدد مدعوین به سالن برگزاری همایش
- پرسنل همکار توجه داشته باشند که: جویدن آدامس، صحبت با یکدیگر، نشستن پشت میز، خندیدن، پوشیدن کفش کتانی، لباس اسپورت، استفاده از تلفن همراه، مطالعه روزنامه و هر حرکت اضافی به جز ارایه خدمت به مدعوین ممنوع می باشد.
- سخنرانان همایش می بایست با بهترین نوع پوشش در محل سخنرانی راس ساعت مقرر و طبق معرفی مجری جهت سخنرانی حضور یابند. شروع سخنرانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در ابتدای سخنرانی از کلمات و جملاتی استفاده شود که توجه همگان را جلب نماید. استفاده از زبان بدن، توجه به زبان بدن شرکت کنندگان، نگاه مستقیم به شرکت کنندگان، تقسیم نگاه بین شرکت کنندگان، شنود موثر، ارایه نکات از مهم به کم اهمیت و ... از مهمترین ویژگی یک سخنران ممتاز محسوب می شود.
- سخنران می بایست با مقدمه چینی اولیه، ارایه مطالب اصلی و در نهایت جمع بندی و نتیجه گیری، سخنان خود را خاتمه دهد.
- برگزاری جلسات کوتاه در فاصله میان برنامه ها جهت عقد قراردادهای کاری
- ثبت اطلاعات مورد نیاز مشتریان احتمالی جهت ارسال اطلاعات درخواستی پس از برگزاری همایش
- تشکر از حضور مدعوین

- ارایه گواهینامه های حضور
- پذیرایی نهایی با حداکثر امکانات
- حضور پرسنل برگزار کننده تا خروج آخرین نفر از مدعوین
- حفظ تماس با مدعوین پس از برگزاری همایش در دوره های برنامه ریزی شده
- تهیه گزارش از همایش

لازم به ذکر است تهیه فراخوان های تبلیغاتی که از طریق فکس برای مدعوین ارسال می گردد نیز می بایست شامل این اطلاعات باشد. البته بسیاری از میهمانان می بایست از طریق کارت دعوت به سمینار دعوت گردند. میهمانان خاص و برجسته را نیز فراموش نکنید. ذکر نام ایشان در فراخوان ارسالی، عاملی تحریک کننده می باشد. بهتر است زمانی برای سخنرانی ایشان در نظر بگیرید.



**Dr. Kamran Sehat**  
 Training, Researching & Consulting  
 Tel/Fax: (+98)21 44425886  
 Mob: (+98)912 100 85 45  
 e-mail: dr.sehat@yahoo.co.uk  
 weblog: www.SehatLearning.persianblog.ir

مدرس:  
 دکتر کامران Sehat - دکترای مدیریت بازرگانی، انگلیسی  
 بیش از ۱۴ سال سابقه تدریس، مدیریت و مشاوره

# سمینار آموزشی - کاربردی مهارت های برقراری ارتباط موثر

Effective Communication

هدفه امروزه میتوان گفت که ارتباطات، تمامی فعالیت های یک فرد را تحت الشعاع خود قرار داده است. نوع برقراری ارتباط در دستیابی به اهداف ارتباطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این سمینار تلاش خواهیم نمود تا انواع مختلف ارتباطات را اعم از ارتباطات کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار داده و نقش هر یک را در دستیابی به اهداف ارتباطی بررسی نماییم.



- محتوای آموزشی سمینار:**
- تصریف ارتباطات - نگامی گذرا به
  - تاریخچه ارتباطات - دسته بندی انواع
  - ارتباطات از مهات مختلف - انواع
  - ارتباطات غیر مضموری - ارتباطات مضموری
  - نقش ظاهر در مخاطب - آئینه کاری -
  - ارتباطات کلامی - ارتباطات غیر کلامی -
  - ارتباطات - NLP - Body language - ارتباطات
  - بدون سازمانی و بدون سازمانی -
  - ارتباطات شفاهی، مکتوب، تصویری و
  - ترکیبی - معرفی انواع میخاهای ارتباطی
  - عوامل موثر در ایجاد ارتباط موثر -
  - روانشناسی مخاطب - چه کنیم تا به
  - اهداف ارتباطی دست یابیم - تقسیم
  - بندی افراد در گروه های سه گانه جهت
  - ایجاد ارتباطات موثر - تکنیک های نفوذ
  - در دیگران - الگوهای برمود با انواع تیپ
  - های رفتاری مخاطب - اهداف ارتباطی -
  - مفا اعتماد به نفس - تفریب مخاطب
  - دریافت اطلاعات از مخاطب -
  - مودشناسی - بهانه های ارتباطی -
  - معرفی نرم افزارهای عرضه ای در
  - ارتباطات - پیش فیلم.