MERCURY

دورة التأثير دون سلطة رسمية بين الإدارات: خريطة أصحاب المصلحة والتبادل والتحالفات

3 – 7 يناير 2027

القاهرة (مصر)

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

دورة التأثير دون سلطة رسمية بين الإدارات: خريطة أصحاب المصلحة والتبادل والتحالفات

المرجع: 185069_120545 **التاريخ:** 3 – 7 يناير 2027 **المكان:** القاهرة (مصر) **الرسوم:** Euro 3500

دورة التأثير دون سلطة رسمية بين الإدارات دورة تدريبية متوسطة المستوى مدتها أسبوع، تتناول كيف تحصل على تعاون زملاء وإدارات أخرى لا تملك عليهم صلاحية مباشرة. وهي موجهة إلى من يقودون مبادرات أو مشاريع تعتمد على إدارات لا تتبعهم. وتعود منها بخطة حملة التأثير لطلب حقيقي تعمل عليه في مؤسستك. وتقدم هذه الدورة من ميركوري للتدريب.

نبذة عن الدورة

تحتاج موافقة إدارة المالية وتعاون المشتريات ووقت فريق تقنية المعلومات، ولا يملك أي منهم سببا لأن يقدم طلبك. لمتابعة الدورة يجب أن تكون ممن يعتمد عملهم على إدارات أخرى. وتتدرب على طلب حقيقي تحضره معك، تبني له خريطة أصحاب المصلحة وخطة التبادل يوما بعد يوم.

لمن هذه الدورة

- المسؤولون عن مشاريع تشارك فيها فرق من إدارات مختلفة دون تبعية مباشرة
- المسؤولون عن وظائف مساندة مثل الموارد البشرية والجودة يطلبون تطبيق سياسات في إدارات أخرى
- المسؤولون عن تحليل الأعمال وتحسين الإجراءات الذين يحتاجون إلى قبول المستخدمين
- المسؤولون عن المبادرات الاستراتيجية الذين ينسقون بين القطاعات
- المتخصصون الذين يقدمون توصيات لزملاء في مستواهم أو أعلى منهم

لا تناسب هذه الدورة من يبحثون عن مهارات العرض والخطابة أمام الجمهور، فالأنسب لهم دورة في العروض التقديمية، ولا المديرين الذين يريدون تحفيز مرؤوسيهم المباشرين، فالأنسب لهم دورة في قيادة الفرق وإدارة الأداء.

الكفاءات المستهدفة

- رسم خريطة أصحاب المصلحة: تحدد من يقرر ومن يؤثر ومن يعطل في كل إدارة معنية بطلبك
- قراءة الاحتياجات: تعرف ما يقدره كل زميل وما يخشاه قبل أن تطلب منه شيئا
- بناء التبادل: تقدم ما يحتاجه الطرف الآخر مقابل التعاون الذي تحتاجه
- المصداقية والثقة: تفي بما تعد به وتبني سمعة تسهل طلباتك القادمة
- بناء التحالفات: تجمع الداعمين من عدة إدارات حول هدف مشترك
- معالجة الممانعة: تتعامل مع الرفض والتأجيل دون التصعيد إلى الإدارة العليا في كل مرة

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

ما ستتمكن من إنجازه

بنهاية الدورة ستتمكن من:

- انطلاقا من طلب يحتاج موافقة عدة إدارات، رسم شبكة التأثير وترتيب الأطراف حسب النفوذ والموقف
- باستخدام نموذج Cohen-Bradford للتبادل، تحديد العملات التي يقدرها كل طرف وما تستطيع تقديمه
- بالنظر إلى زميل معارض، صياغة محادثة تبدأ بمصلحته وتنتهي باتفاق محدد
- انطلاقا من سجل علاقاتك الحالي، تحديد العلاقات التي تحتاج استثمارا قبل أن تحتاجها
- بالنظر إلى طلب مرفوض، تحليل سبب الرفض وإعادة بنائه مع مؤيدين جدد
- باستخدام خطة حملة التأثير، ترتيب اللقاءات والرسائل والمواعيد حتى الموافقة

محتوى الدورة

اليوم 1: مصادر النفوذ خارج التسلسل الإداري

- الفرق بين السلطة الرسمية والنفوذ في المؤسسات متعددة الإدارات
- مصادر النفوذ الشخصي: الخبرة والمعلومة والعلاقات
- تقييم قاعدة نفوذك الحالية في المؤسسة
- التأثير في الزملاء النظراء وفي من هم أعلى منك
- اختيار الطلب الحقيقي الذي تبني عليه خطة حملة التأثير

اليوم 2: خريطة أصحاب المصلحة وشبكة التأثير

- تحليل أصحاب المصلحة حسب النفوذ والاهتمام والموقف
- رسم شبكة التأثير والمسارات غير الرسمية إلى متخذ القرار
- مصفوفة العلاقات وتقدير درجة الثقة مع كل طرف
- أهداف الإدارات الأخرى ومؤشراتها وضغوطها
- التمييز بين المعارض والمتردد وغير المبالي

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

اليوم 3: التبادل والمصداقية

- نموذج Cohen-Bradford للتبادل والعملات بين الزملاء
- عملات المهمة والعلاقة والإلهام والمكانة الشخصية
- بناء المصداقية بالوفاء بالوعود والشفافية
- الاستثمار في العلاقات قبل الحاجة إليها
- ترجمة الطلب إلى مكسب للإدارة الأخرى

اليوم 4: التحالفات ومعالجة الممانعة

- تكوين تحالف داعم من عدة إدارات
- ترتيب اللقاءات الثنائية قبل الاجتماع المشترك
- أسباب الممانعة والتأجيل وطرق التعامل مع كل منها
- متى وكيف يرفع الخلاف إلى الراعي دون إفساد العلاقة
- الحفاظ على التعاون بعد الموافقة وخلال التنفيذ

اليوم 5: تطبيق حملة التأثير

- تمرين مراجعة خريطة أصحاب المصلحة لطلبك مع زميل
- تمرين محادثة تبادل مع مدير إدارة أخرى
- تمرين الرد على اعتراض من طرف معارض
- تمرين ترتيب اللقاءات والرسائل في جدول زمني
- استكمال خطة حملة التأثير وعرضها للنقاش

دراسات الحالة والتمارين

فيما يلي أنشطة مقترحة خلال الدورة.

- دراسة حالة: مسؤول جودة في مستشفى يحتاج إلى امتثال الأقسام الطبية لإجراء جديد، فتحدد من يبدأ به وماذا يقدم لكل قسم.
- دراسة حالة: مدير مشروع رقمي في بنك يتأخر عليه فريق تقنية المعلومات، فترسم شبكة التأثير وتقرر بمن تستعين.
- تمرين: مسؤول موارد بشرية في مصنع يطرح سياسة تقييم جديدة ويرفضها مدير الإنتاج، فتصوغ عرض تبادل يناسبه.
- تمرين: جهة حكومية تحتاج مبادرتها إلى موافقة المالية والشؤون القانونية، فتبني تحالفا وترتب اللقاءات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

ما ستعود به إلى عملك

تعود بخطة حملة التأثير، مبنية على طلب حقيقي في مؤسستك. وتستخدمها في شهرك الأول للعودة إلى العمل لبدء اللقاءات الثنائية بالترتيب الذي وضعته، ومتابعة موقف كل طرف حتى تصل إلى الموافقة.

- خريطة أصحاب المصلحة وشبكة التأثير
- جدول العملات لكل طرف وما تقدمه له
- خطة التحالف والرد على الاعتراضات المتوقعة
- الجدول الزمني للقاءات والرسائل

إجابات سريعة عن الأسئلة الشائعة

ما الذي أحتاج إلى معرفته قبل دورة التأثير دون سلطة رسمية؟

يجب أن يعتمد عملك على تعاون إدارات أو زملاء لا يتبعونك، وأن تحضر معك طلبا حقيقيا تعمل عليه. ولا يلزم أن تكون في منصب إشرافي.

بم يختلف التأثير دون سلطة رسمية عن دورات مهارات التواصل العامة؟

تركز دورات التواصل العامة على الأسلوب الشخصي في الحديث والعرض. أما التأثير دون سلطة رسمية فيتناول خريطة أصحاب المصلحة والتبادل والتحالفات بين الإدارات، وينتهي بخطة لطلب محدد.

كيف يعمل نموذج التبادل في التأثير بين الزملاء؟

يعتبر النموذج التأثير تبادلا: تعرف ما يقدره الزميل، كإنجاز مهمته أو الاعتراف بجهده أو العلاقة معك، وتقدم منه ما تستطيع مقابل التعاون الذي تحتاجه.

ماذا أعود به من دورة التأثير دون سلطة رسمية بين الإدارات؟

تعود بخطة حملة التأثير لطلب حقيقي، وتضم خريطة أصحاب المصلحة وجدول العملات وخطة التحالف والجدول الزمني للقاءات.

لمديرك

بعد الدورة سيتمكن الموظف من الحصول على تعاون إدارات لا يملك عليها صلاحية، برسم خريطة أصحاب المصلحة وبناء التبادل والتحالفات ومعالجة الممانعة، مما يقلل حاجته إلى التصعيد. ويعود بخطة حملة التأثير، ويستخدمها أولا في الطلب الذي بناها عليه خلال الدورة.