



مهارات الدعاية الطبية



ما الذي يجب ان تعرفه وتفعله كي تحقق ما تريد

Practical Guide

د علاء عمر

اليك يا صديقي
نسخة ديمو من الكتاب
: فيها

الفهرس كامل ل 270 صفحة
ومقدمات وفلسفة الكتاب
وكيفية الاستفادة منه
والشابتير الاول كامل
واجزاء من الشابتير الثاني
مع بعض آراء من استفاد
من منهجية الكتاب

ابحث عن مشاكل الارياء في الفهرس

مهارات الدعاية الطبية

Double Visit 2.0

د. علاء عمر

📖 الطبعة السادسة 📖

1448هـ - 2026 م

عنوان الكتاب:	مهارات الدعاية الطبية Double Visit 2.0
اسم المؤلف :	د. علاء عمر
الترقيم الدولي :	978-977-95-6545-3
رقم الإيداع :	(2026 / 8582)

الطبعة الأولى: 2021

الطبعة الثانية: 2022

الطبعة الثالثة: 2023

الطبعة الرابعة: 2024

الطبعة الخامسة: 2025

الطبعة السادسة: 2026 - Double Visit 2.0

حقوق الطبع والنشر - لهذا المصنف محفوظة للمؤلف، ولا يجوز بأي صورة إعادة النشر- الكلي أو الجزئي، أو نسخه أو تصويره أو ترجمته أو الاقتباس منه، أو تحويله رقمياً، وإتاحته عبر شبكات الإنترنت، إلا بإذن كتابي مسبق من المؤلف و الا سيتعرض للمسائلة القانونية.

www.Doublevisit.co



+ 2 01020900019

الفهرس

1	الإهداء
3	مقدمة أولى
4	مقدمة المؤلف
5	مقدمة طبعة 2.0 DOUBLE VISIT
6	تمهيد
6	كيف نقرأ الكتاب:
10	الجزء الأول:
10	مهارات ومعلومات أساسية
11	ترسانة المندوب المحترف (INTERPERSONAL SKILLS)
15	مهارات التواصل الفعال COMMUNICATION SKILLS
16	1- إزالة المعوقات REMOVE BARRIERS
18	2- الإرسال SENDING INTERPERSONAL MESSAGES
21	3- الاستماع ACTIVE LISTENING
22	7 قواعد ذهبية للإنصات البيعي
27	2- مهارات الإقناع PERSUASION SKILLS
28	إطار "بُرْهَان" (BU.R.H.A.N)
28	القسم الأول: أدوات الإثبات — مثلث الإقناع (Rhetoric)
29	ب - بيان رقمي وتباين (LOGOS)
31	ر - رصيد السلطة (ETHOS)
35	هـ - هواجس الخسارة (PATHOS)
36	القسم الثاني:

- 37 ا - استعارة وصورة (METAPHOR)
- 38 ن - نبذة خاطفة (BRIEF):
- 43 (3) مهارات التنظيم (TERRITORY MANAGEMENT)
- 44 (4) مهارة النزاهة (INTEGRITY):
- 45 (5) مهارة بناء الألفة والمجاملات (RAPPORT BUILDING)
- 45 (6) مهارة التحفيز الذاتي (SELF-MOTIVATION)
- 45 (7) مهارة إجادة اللغة الإنجليزية
- 46 (8) معادلة الخبير:
- 51 محطة الانطلاق: طبيب الامتياز (الاستثمار الذهبي)
- 53 الوحدات الصحية:
- 55 الجزء الثاني
- 57 رحلة الاشتباك الذكي وصناعة القرار SALES CALL
- 58 SALES CALL
- 62 مصفوفة المندوب: أين تقف أنت في عقل الطبيب؟
- 67 PRE-CALL PLANNING
- 70 SMART OBJECTIVES :الـ
- 70 (1) Specific 
- 71 (2) Measurable
- 71 (3) Agreed 
- 71 (4) Realistic : 
- 72 (5) Time limited 
- 72 كيف يمكنك ان تحول هدف الذي الي هدف أذكى SMART TO SMARTER : E, R

72		E: Evaluated	
73		R: Recorded	
76		PURE :	
77		CLEAR	
79		- STEPS OF PRE-CALL PLANNING	
79		Identify the Customer	(1) اعرف انت ستتعامل مع مين وطبيعة شخصيته ومطه
79		(Collect Information - The Pharmacy Feedback)	(2) جمع المعلومات الاستخباراتية:
80		(Assurance)	(3) التأكيد والملاحظة:
80		أسرار الدقائق الأخيرة قبل فتح الباب	
86		CALL STEPS	
87		(A) OPENING	
88		Parts of Opening	
88		(1) Greeting	
89		التحية والسلام في زمن الأوبئة:	
89		AM work:	كيف اقولها في:
91		Opening	أخطاء شائعة في:
93		(2) - Touch Point	
94		(3) Purpose of visit	
95		FLASH CALL	
101		(B) SPIN	
101		FEATURES & BENEFITS	: الخصائص والمميزات:
102		(FAB):	الخصائص المزايا المنافع:
103		هل يجب ان نذكر كل المنافع للعميل في نفس الزيارة الواحدة؟	

104	Features & Benefits	بعض الملاحظات على
104		ماذا تقول عندما يسألك الطبيب عن السعر؟
106	How do you Understand the Dr?	كيف افهم الطبيب؟
107	Recognize the disease (1)	كيف يشخص المرض
107	Categories (2)	كيف يقسم مرضاه ويصنفهم
107	Classification (3)	كيف يصنف الأدوية لمرضاه
113	SPIN	نموذج
115		القاعدة الذهبية للمبيعات الطبية (فهم الاحتياجات)
122		التطبيقات العملية وامثلة حية:
127	QUESTIONING (PROBING)	
127		مهارات طرح الأسئلة
129	FAST AND SLOW THINKING	التفكير السريع والبطيء
132	IMPORTANCE	أهمية الأسئلة
133	PRINCIPLES	مبادئ طرح الأسئلة
133	PRECAUTIONS	محاذير
134		المعينات الثلاث للقدرة على طرح الأسئلة
134	CONDITIONS TO ASK	شروط طرح الأسئلة
135	WHY WE ASK ?	الاهداف من الأسئلة
135	Extra Skills	مهارات إضافية متعلقة بالاسئلة
136	HOW TO ASK	كيف اطرح السؤال
136		التطبيق العملي داخل العيادة
137	COMMONS MISTAKES IN ASKING	أخطاء شائعة تتم في الأسئلة
139		إذا قال الطبيب انه يكتب وهو لم يكتب بعد؟

139	تكتيك "مقبض الباب (The Doorknob Confession): كيف تكتشف الاعتراض الخفي؟
143	مسرح العمليات (اين تسأل)
144	كيف نطبق SPIN في زيارة المتابعة (Follow-up Visit) ؟
147	ثانياً: فنيات للتطوير والتدريب الشخصي (على الاسئلة)
151	(C)- HANDLING OBJECTIONS
152	ما هو الاعتراض؟
152	الظروف مقابل الاعتراضات (Conditions vs. Objections)
152	قواعد الاشتباك (محظوران وتوصية ذهبية)
153	6 مخاطر بتشغل دماغ الدكتور في عمق أفكاره..
157	رباعية الاعتراضات (MILD FRAMEWORK)
158	القلب النابض للمبيعات: التعاطف التكتيكي (Tactical Empathy)
159	الوصفة السحرية: نموذج (OMAR) للرد على الاعتراضات
160	تطبيقات حية لنموذج (OMAR) من قلب الفيلد
163	مواقف محرجة: ماذا أفعل إذا رمى الطبيب البروشور أمامي؟
163	الرد على الإساءة المباشرة (المنهج الاحترافي والأخلاقي)
166	نصيحة خارج العيادة: هندلة أسئلة (الإنترفيو) الصعبة
166	"سبت شركتك ليه؟"
166	"أختارك ك (فريش) ليه ومخدش مندوب خبرة؟"
166	"أختارك كخبرة ليه ومخدش فريش؟"
166	"الشركة اللي كنت فيها معروف إنها مش بتاعة شغل!"
173	(D) CLOSING
173	ما هو الإغلاق (CLOSING) ؟
174	متى تغلق البيعة (WHEN TO CLOSE) ؟

175	لماذا نخاف من الإغلاق CLOSING ؟
176	كوارث الإغلاق في الفيلد (أسباب الفشل)
179	القاعدة الذهبية للإغلاق (SHUT UP AND CLOSE) :
180	(MOST 4 COMMON MISTAKES IN CLOSING)
182	الإغلاق الاحترافي: ثلاثية (SIMPLE, EASY, RISK-FREE)
183	كيف نتدرج في الإغلاق؟ (TYPES OF CLOSING)
185	خطوات الإغلاق الناجح (STEPS TO CLOSE)
186	7 خطوات لإتقان فن الإغلاق (MASTERING THE ART OF CLOSING)
190	أفكار إبداعية لإتمام البيع (IDEAS FOR CREATIVE CLOSING)
193	4 تقنيات إغلاق من الأكثر صعوبة واحترافية
199	POST CALL ANALYSIS:(3)
199	القائمة المرجعية للتقييم الذاتي:(Self-Audit Checklist)
200	(4) FOLLOW UP
201	سُلّم تبني الدواء:(The Adoption Ladder)
204	الجزء الثالث
204	SUPPORTIVE SKILLS
205	ما هي ال Visual Aids
206	كيف نستخدم ال Visual Aids
208	كيف نتدرب على استخدام "التاب" بنموذج (PETTLEP) ؟
212	إدارة المنطقة والوقت (AREA & TIME MANAGEMENT)
212	كيف تدير منطقتك كـ "رئيس تنفيذي (CEO) ؟"
212	استراتيجية "المحيط الأزرق (Blue Ocean Strategy) "
223	IMS (INTERCONTINENTAL MARKETING STATISTICS)

227	OTC SELLING
227	منطق الأرقام ولغة المكسب
228	كيف أركز على العميل لا على جيبه؟ (6 قواعد ذهبية)
229	💰 حساب القيمة الاستراتيجية للصيدي Lifetime Value
230	(PHARMACY FEEDBACK)
233	تكتيكات اخذ الفيدباك و توفير الدواء وحرب البدائل
238	🔄 الموزعون والمخازن (DISTRIBUTORS)
244	PLANNING (1) التخطيط
244	(I) Why Presentation?
244	(II) Who the Audience
244	(III) How Long?
246	PREPARATION: (2) الإعداد
246	👤 كابوس الوقوف أمام الجمهور
250	وسائل العرض: الداتا شو والشرائح
252	كيف ترتب للحصول علي AV action:
253	🔪 الأسلحة اللوجستية (لا تضع رقبك في يد أحد):
254	كانفا: Canva
255	4 أمور لاتقان فن الإلقاء بأسرع وقت
255	أساسيات الإلقاء عالي التأثير:
256	PATTERN: (3) التسلسل
257	(4) PRESENTATION
257	ليه بنشوف اشكال في السحاب ؟
258	(5) PERFORMANCE EVALUATION

260	 15 فخاً في العروض التقديمية:
264	 نصائح ذهبية للتعامل مع الشخصيات الصعبة
269	 المصادر والمراجع
272	 شركاء النجاح:
274	 الخاتمة:

الإهداء

إلى بابا **عمر** وماما **نوال**،

أهدي لكما جزءاً من ثمرة تعبكما وبذلكما من جهد وحرمان،
لتوفيركما لي ولإخوتي حياة كريمة.

جزاكما الله خيراً كثيراً.

شكر خاص:

إلى زوجتي الحبيبة **مايسة**، أعلم أنني أرهقتك كثيراً في حياتنا،
وانشغلتُ عنك وعن بناتي، وتحملتِ الكثير في سبيل تفوقي في
مجالِي - خاصة كمدرّب. ممتنٌ لك ولجهدك وصبرك عليّ.

بناتي العزيزات:

ياسمين، يمنى، وسلمى،

أشكركنّ من كل قلبي على تحملكنّ عناء انشغالي.

عسى الله أن يعوضنا خيراً كثيراً.

دمتم لي منارة حبٍ وقبلة اهتمام.

الكتاب متاح في نسختين

ديجتال

من خلال موبايل ابليكاشن

Double Visit

بنعمل لك اكسيس عليها

او

ورقي

نسخة ملونة بتوصلك لحد عندك

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة أولى

على درب (كوتلر) و(هوبكنز) و(ماكاي) و(جيرارد) و(جيتومر) بادر واجتهد كاتبنا العزيز عبر أوراقه التي تنساب بروح العملية الممزوجة بالابتكار المقاسة بمعايير الإنتاج الأمثل. وعمل (د علاء) في كتابه البيعي الفريد في العمل على ثلاث مستويات (التفكير الأمثل) فكان يعنيه عقلية العاملين في حقل المبيعات وخدمة العملاء بما يلائم مهمتهم.. و(الانجاز الأمثل) بتعزيز إكساب القارئ سعة حيلة في مقابلة مختلف المواقف البيعية والأنماط البشرية.. و(التطوير الأمثل) في كسر الأنماط التقليدية للبيع وأخذه لفضاءات جديدة غير متوقعة

يفيض علينا كاتبنا المبدع من حصاد نقاط قوته الخمسة ارتكازا على مقياس (غالوب):

✍ فيفيض علينا أملا وعملا Positivity

✍ فيصمم لنا أفكارا فريدة غير متوقعة Ideation

✍ فينشطنا ويحفزنا للعمل عبر خطواته الفارقة Activator

✍ فيسافر بنا للجديد والفريد والمثير من أبحاث العالم Learner

✍ فيقدم لنا حلولاً مستقبلية لمواقف مبتكرة Futuristic

عبر أكثر من 11 عام التقيت فيها (د علاء) بمختلف المواقف والمحن والسياقات التدريبية؛ كان من أحدثها اختياري له كمدرّب مساعد في إعداد (القادة والمديرين الدوليين) لمجموعة شركات (هائل سعيد).. أظهر مدربنا الهمام وكاتبنا العزيز اتساقا بين ما يؤمن به وما يمارسه.

سعيد بهذه الدرة التي بين أيدينا.. وممتن لرحلتنا العلمية التي قضيناها سويا ولا زلنا.. وداعيا قارئ العزيز لرشقات من القهوة لتمتزج مع وحدات السكر من الفهم الموزع عبر صفحات سقّرنا الجميل.

لكم تحياتي

د. الباهي محمد جاد

محاضر دولي ومدرب وكوتش

مقدمة المؤلف

عندما تخرجت من كلية الطب البيطري لم تكن هناك أي مراجع مطبوعة وعملية ارجع إليها وأنا في العيادة البيطرية غير الموجودة على أرفف المكتبات الجامعية وكانت فترة عصيبة جدا ان تعمل بدون اي مرجعية ولا حتى هاتف محمول يسعفك إذا اردت استشارة من أحد وجعلتني انصرف سريعا عن ممارسة المهنة

وكذلك تكرر الموقف عندما بدأت في الدعاية الطبية ولم تكن هناك أي مراجع في البيع غير الكتب الاجنبية أو المترجمات وكانت كلها خاصة بالبيع بوجه عام ولم تلمس فنية وآلية مهنتنا المتفردة في نموذجها. ولم أجد الا مؤخرا غير كتاب واحد فقط هندي متخصص بالدعاية الطبية.

وكذلك مواقع الانترنت الاجنبية لم يكن هناك موقع يلمس احتياجات المهنة في مصر وخاصة ان لك بيئة عمل تنفرد بها المنطقة العربية بوجه عام والمصرية بوجه خاص..

وبعد أن رأيت الكثير من تساؤلات الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي ينشدون النصيحة والإرشاد وضياح تلك النصائح من الزملاء القيمة بين المنشورات المتتالية ولوجود زملاء يبدأون عملهم بدون مدير مباشر يقدم لهم التوجيه أو التفويض لاحقا مبينا لهم الصواب من الخطاء وما الخطوات المطلوبة

هداني الله عز وجل أن أجمع ما مررت به من تجارب سواء مني شخصيا أو من زملاء تشرفت بالنزول معهم في العمل بالعيادات والمستشفيات كمدرب على رأس العمل (كوتشج) أو زملاء حضروا تدريبات لي وشاركوني تجاربهم الخاصة وبالإضافة الى التدريبات التي حضرتها سواء خاصة أو عامة. وكذلك منهجيات علمية وكتب تصب في كل مراحل العملية البيعية ومن تطوير الذات.

فجمعت تلك التجارب من خلال خطوات علمية ممنهجة مرتكزا في كل الفقرات والخطوات في عملنا على كتب قرأتها ولها قواعد علمية وأسس نظرية ارتكن إليها بعد فضل الله العليم . وسميت الكتاب " **Double Visit** " كأحد ادوات النجاح ان يصحبك احد ويكون رفيقك في كل خطواتك.

أرجو من المولى عز وجل أن يتقبل عملي هذا لوجه الكريم مساعدا بيه زملائي للارتقاء في عملهم وحياتهم الخاصة.

والله من وراء القصد

دمياط الجديدة: 3 صفر 1443هـ

الموافق الجمعة 10 سبتمبر 2021 م

مقدمة طبعة Double visit 2.0

الحمد لله وكفى وصلاة وسلاما على نبيه المصطفى

"من التجربة الميدانية.. إلى المنهجية الاحترافية"

في عام 2021، صدرت الطبعة الأولى من "Double Visit" بهدف بسيط: أن أكون الرفيق الذي افتقدته في بداياتي، وأن أضع بين يدي الزملاء بوصلة ترشدكم في العيادات. لكن ما حدث بعد ذلك فاق كل توقعاتي :

بعد فضل الله عز وجل، غمرتني رسائل الزملاء وتجاربهم الميدانية؛ نتائجهم كانت مبهرة، وتطبيقهم للأساسيات قفز بأرقامهم لمستويات غير مسبوقة. أما أصبحوا الـ Best Achiever والي انتقل لشركات اعلى ومالتي ناشونال والي اتقال له " عاوز كام وتيجي عندنا " و عاوز اريا ايه " والي تم توزيعه في مناطق اكثر أهمية للشركة ... وغيرها من الأمثلة والحمد لله .. والأهم من النجاح ده :كانت "الأسئلة". استفسارات الزملاء العميقة، والتحديات المعقدة التي واجهوها بعد إتقان المستوى الأول، جعلتني أدرك حقيقة واحدة: السوق يتطور بشراسة، والمندوب المصري والعربي يحتاج إلى تسليح أقوى بكثير. وخاصة في ظل تغير معلوماتي رهيب في وجود الـ AI Platforms.

لذلك، هذه ليست مجرد "طبعة مزيده ومنقحة" كعادة الكتب. هذا هو "Double Visit 2.0".

في هذا الإصدار، خلعنا عباءة "التوجيه الأساسي" وارتيدينا قبعة "الخبر الاستراتيجي". قمت بتشريح كل التساؤلات التي وصلتني، وتلافيت أي فجوات واجهتكم، وتوسعت بشكل جذري في الفنيات المعقدة والتطبيقات العملية المباشرة. (Step-by-Step) حولنا التجارب الفردية إلى "Frameworks" (أطر عمل) صارمة لا تقبل الخطأ. من واقع عملياتي ثبتت التجارب على فاعليته وجدواه العملية .

هذا الكتاب صُنع منكم ولكم.

الفضل لله أولاً، ثم **لنجاحاتكم** التي كانت الوقود الحقيقي لهذا التطور. استعدوا.. لأننا هنا نلعب في مستوى الـ **Pro** - عمق واستراتيجية.

ونسأل الله السداد والعمل لوجه الكريم

دمياط الجديدة

الجمعة 28 ذو القعدة 1447

الموافق 15مايو 2026

تمهيد

كانت وما زالت مهنة البيع من أقدم وأهم المهن على مدار التاريخ، وهي ليست قاصرة على بيع منتج.. بل أن تباع نفسك وأفكارك لمن حولك، وأنت طفل كنت تباع احتياجاتك لوالديك كي يوافقوا على طلباتك وعندما كنت تريد الخروج في نزهة وتقنع أصحابك أو تقنعي صديقاتك.. كنتي تستخدمين مهارات البيع والإقناع وعندما تريد الخطوبة - أو مقبل علي الزواج بأذن الله - ستبيع نفسك (بمعنى أن يقتنعوا بك).. ستبيع شخصيتك ومواهبك وقدراتك كي تفوز بقلب محبوبتك وأهلك؛ لذا أجمل ما في مهارات البيع، أنها مهارة متنقلة Transferable Skills مهما كانت المهن التي سوف تمتثلها من الآن ستستخدم كل فنيات البيع.

كل مندوب بيع - دعاية يعرف كل ما يتعلق بمنتجه من الداخل والخارج (محتوياته، خصائصه، ونقاط تميزه) وكذلك يعرف احتياجات العميل وماذا يريد ويعرف كيف يقدم " قيمة Value " لعميله، والهدف من الكتاب هو تسليط الضوء على بعض المهارات والفنيات كي تعرف ذاتك وتعرف خطواتك نحو قلب العميل لا إلى جيبه ومن ثم تحقق مرادك وترتقي ماديا ومعنويا ومهاريا بأذن الله.

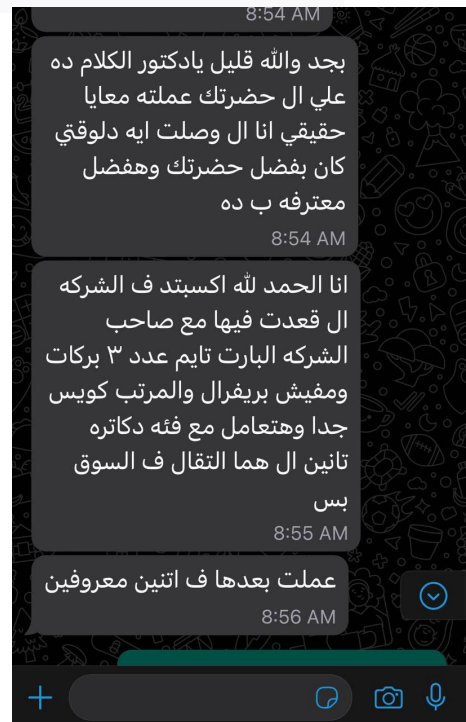
كيف نقرأ الكتاب:

هذا الكتاب صُمم ليكون مرناً ويتشكل حسب خبرتك واحتياجك:

- **نصيحة ذهبية للجميع :**
قبل أن تبدأ، قم بعمل "مسح سريع (Quick Scan) " للفهرس وتصفح العناوين. خذ فكرة عامة عن التكتيكات والأدوات المتاحة بين يديك.
- **للحديث أو المُقبل على المهنة :**
أنصحك بقراءة الكتاب بالترتيب متأنياً. اجعله رحلة متسلسلة، وجهز ورقة وقلم لتدوين ملاحظاتك وخطتك للتطبيق.
- **لذو الخبرة (أكثر من سنة) :**
تعامل مع هذا الكتاب كـ "صندوق أدوات (Toolkit) " يمكنك قراءته كفصول مستقلة تماماً. اختر الفصل الذي يحل التحدي الذي تواجهه اليوم في الميدان وادخل إليه مباشرة.

خريطة الكتاب (الأجزاء الثلاثة):

- **الجزء الأول (الأساسيات والبوصلة) :**
يضع الأساس الذي ستبني عليه رحلتك. يشمل مهارات التواصل الفعال، التغلب على عوائق الحديث، وكيف تصبح خبيراً ومقنعاً في مجالك. كما نأخذك في رحلة عميقة داخل عقل الطبيب (من فترة الامتياز وحتى يصبح استشارياً)، لتعرف كيف تختار المنتج وطريقة العرض المناسبة لكل مرحلة مهنية.
- **الجزء الثاني (الميدان والتشريح البيعي) :**
هنا يبدأ العرض المسرحي! نرافقك خطوة بخطوة؛ بدءاً من التخطيط للزيارة (Pre-call) ، مروراً بالدخول القوي (Opening) ، ثم استخدام نموذج (SPIN) لاستكشاف المشاكل وتقديم الحلول. نتعلم كيف نروض الاعتراضات (Handling Objections) ، نغلق البيعة (Closing) ، ونهني الرحلة بتحليل احترافي للزيارة (Call Analysis) لضمان الاستمرارية ومن ثم المتابعة (Follow Up).
- **الجزء الثالث (الأسلحة المتقدمة) :** ننتقل للاحتراف الميداني: كيف تدير منطقتك (Routing) ، تفهم لغة الأرقام (IMS) ، تباع في الصيدلية (OTC) ، وتستخدم أدواتك الرقمية (التابلت) ببراعة.
وعليك التفقه في دينك واي خطوة مقبل عليها تشك فيها :تذكر قول سيدنا عمر بن الخطاب: «لا يبيع في سوقنا إلا من تفقه في الدين»، لتضمن أن نجاحك المهني يتوافق مع مبادئك وبيارك لك في رزقك.
- **الفنيات :** تم وضع أربعة جداول في نهاية كل فصل تشمل أسئلة ذهنية تتعمق معك في فهم المحتوى وأسئلة للمدير يسألها في الـ Coaching Visit وكذلك دعمت لك الطبعة بـ Ai Prompts مجرد تعطي الكود للبوت وينطلق معك في رحلة تعليمية وتدريبية ثم مربع ذهبي باهم مبادئ الفصل
كذلك دعمت الفصول بكثير من الـ Infographic مستندا الى قوة التكنولوجيا التي حدثت لتبسيط الأفكار ورفع مستوى التذكر.



9:19 PM

ربنا ينفع بيك دايما

9:17 PM



أكيد ينفع

❤️😊 وبإسم لو تحب كمان

9:19 PM

عاوز اقول لحضرتك مديري في
ماركيرل قالى احنا عملنا 4
waves على ال Vacant بتاعك و
كان فيه ناس جاية من شركات
أفضل من شركتك بس انت كنت
أفضلهم كخبرة وأداء في
الانترفيو و كده
فعلا الكتاب فرق معايا في طريقة
تفكيرى حتى و طريقة مواجهة
المشاكل في الشغل
شكرا ❤️🙏

PM

السلام عليكم
ازاي حضرتك يا دكتور
والله يا دكتور
الكتاب والتدريبات فرقت معايا جدا
وظهر اثره في شغلى ولله الحمد
أنا بشتغل selas
التحصيلات عندي الشهر الى فات
فوق ال 70 الف تقريباً
بعد قراءة الكتاب والتدريبات
ولله الحمد أنا بقيت ببيع كاش
وفى أقل من 15 يوم في التحصيلات
تخطت ال 170 الف جنيه



ربنا يبارك لك يا رب
تسلم
ويوسع عليك



ألف شكر لحضرتك على تعبك
معايا والله
وفعلأ فرقت معايا جداً جداً



عاوز اقولك كنت في شركة
Stemya كتابك فرق معايا في
البيع وفي تحسين أدائي و الآن أنا
في Marcyrl

9:17 PM

ربنا ينفع بيك وشكرا على الكتاب
الجميل ده ❤️

9:18 PM



Mon, 18 Nov

مساء الخير د علاء

12:41 AM

اكسبتد في يوتوبيا كمان الحمد
لله

12:42 AM

لكن ان شاء الله انا خلاص مع
نرهادو

12:42 AM

كدة انا اكسبتد في ال 3 شركات
اللي اخترت اني اروح الفاينال
انترفيو بتاعهم الشهر ده ومنهم
Top 30 شركتين

12:43 AM



12:43 AM



Aa



الجزء الأول:

مهارات ومعلومات أساسية

ترسانة المندوب المحترف (Interpersonal Skills)

إزاي تظبط أسلحتك الشخصية قبل ما تنزل الفيلد

كمندوب دعاية طبية، العيادات والمستشفيات هي "رقعة الشطرنج" الخاصة بك. المهارات الشخصية (Interpersonal Skills) هي قطع هذا الشطرنج، وكلما أدركت قدرات كل قطعة ومتى تحركها، استطعت الفوز في تنقلاتك وإغلاق صفقاتك بنجاح.

لكن، قبل أن نتحدث عن تحريك القطع، لنحدث عن "اللاعب" نفسه.. أنت!

لعلك تتذكر القصة الشهيرة للدجاجة التي كانت تبيض ذهباً لصاحبها؛ كان يبيع بيضتها يومياً ليعيش في ثراء، حتى غلبه الطمع وقرر ذبح الدجاجة ليحصل على كل الذهب دفعة واحدة، فخسر. الذهب وخسر. الدجاجة.

في عالمنا، جسدك وعقلك هما الدجاجة التي تبيض لك الذهب وتحملك نحو أهدافك. لن تستطيع الفوز في رقعة الشطرنج إذا لم تعتني بهذه الماكينة:

- **جسدياً:** من خلال الرياضة والتغذية، فنحن كـ "مندوبين" نسير كثيراً، ونصعد السلم وننزلها طوال اليوم.
- **نفسياً:** أن تدرك أن هذه المهنة هي أعظم "مدرسة حياة" لمن أراد التطور، سواء اعتبرتها محطة مؤقتة في مسارك المهني، أو غاية وصول.
- **عقلياً:** أن تسليح نفسك بمهارات حياتية تكسبك الرزانة والحكمة في التعامل مع مختلف الشخصيات.

مثلث التفوق البيعي (The KSA Model):

أساس أي تفوق مهني يُبنى على ثلاثة أركان (KSA):

- **المعرفة (Knowledge):** هي المادة العلمية وتفاصيل دوائك أو جهازك.
- **المهارة (Skill):** هي قدرتك على تحويل هذه المعرفة إلى حوار شيق وإغلاق للبيعة.

- التوجه الذهني (Attitude): هو قناعتك الداخلية وحماسك، وصمودك عندما ترفض العيادة استقبالك.

كي تتقن أي مهارة بيعية، يجب أن تفهم الإطار النظري (المعرفة)، ثم تطبق الخطوات في الفيلد (المهارة)، وكل هذا يقوده تفكيرك الإيجابي (التوجه الذهني).

ماذا سنتعلم في هذا الجزء؟

هناك مهارات لا حصر لها تساعدك على التفوق، ولكننا سنركز في هذا الجزء على الأعمدة السبعة الأساسية التي لا غنى عنها لأي مندوب محترف:

(1) مهارات التواصل الفعال. (2) مهارات الإقناع (أسلحة أرسطو).

(3) مهارة التنظيم وإدارة المنطقة. (4) النزاهة والمصادقية (Ethos).

(5) بناء الألفة (المجاملات الذكية). (6) التحفيز الذاتي.

(7) إجادة اللغة الإنجليزية (مفتاح الخير).

المهارات المساندة (The Support Skills):

(لا يشترط أن تكون محترفاً فيها كلها منذ اليوم الأول، ولكنها تنمو مع الخبرة والاحتكاك):

- عائلة الصلابة النفسية: الصبر والمثابرة، تحمل مشاق الفيلد، العمل تحت الضغط، والتحكم العاطفي في ردود الأفعال عند التعرض للرفض.

- عائلة الذكاء الاجتماعي: فهم الأنماط الشخصية للأطباء، المرونة، والحدس. بالإضافة إلى (الحزم - Assertiveness): وخاصة مع الطبيب الذي يدّعي أنه يكتب لك، أو الطبيب «اللي معمول له أكتيفيتي» ويماطل في الوفاء بوعده!

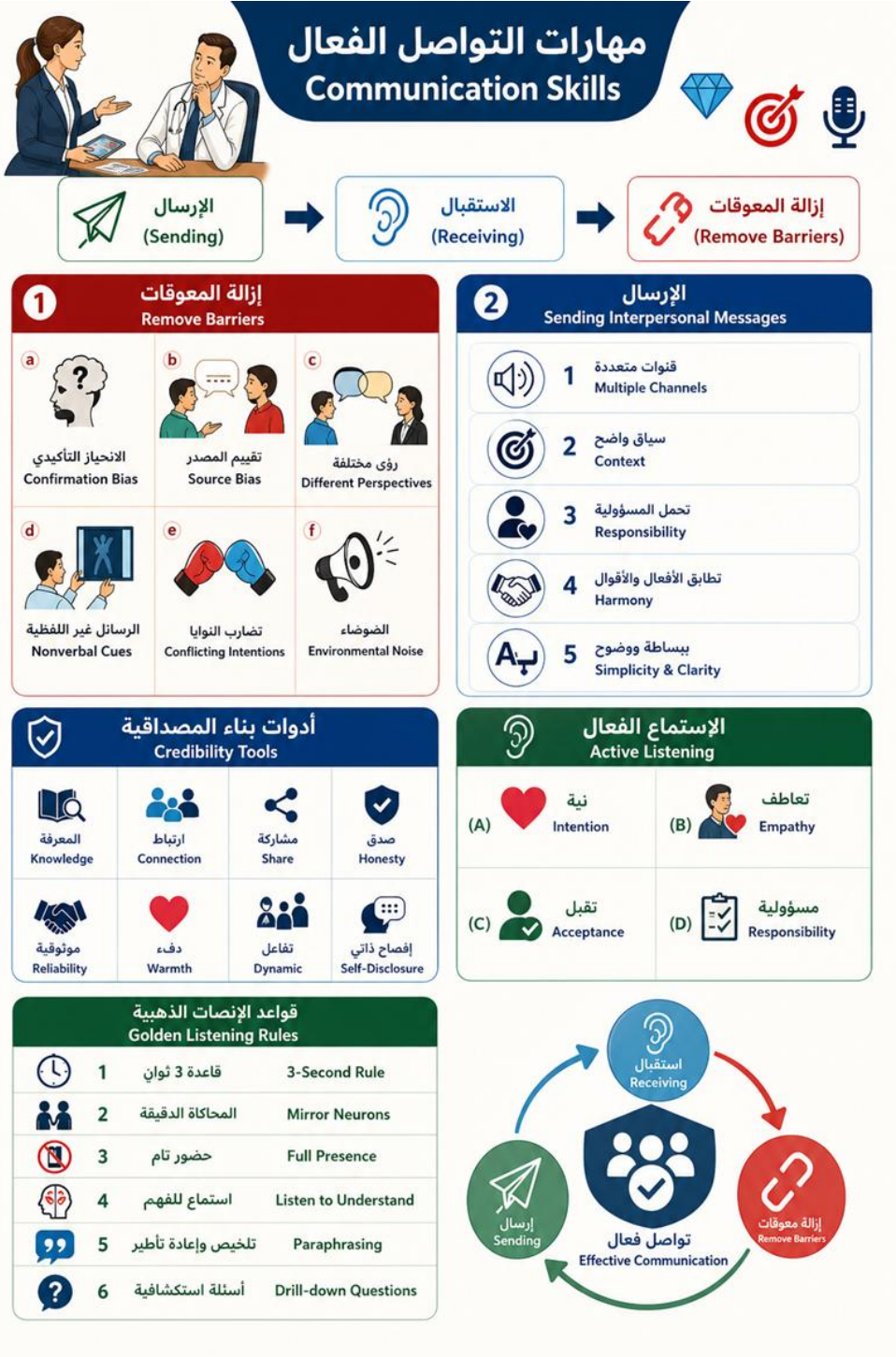
- عائلة التفكير الاستراتيجي: التخطيط، ترتيب الأولويات، التركيز، والمبادرة.

للمزيد - www.DoubleVisit.Co

آب ستور

وتحميل ابلبيكاشن Double Visit من جوجل بلاي &





مهارات التواصل الفعال Communication Skills



"قول اسم الدواء وسيب البروشور وسعرك واتفضل"

مهارات التواصل الفعال ليست رفاهية لك بل وسيلة بقاء : كثير سيكون الدكتور يقي مشغول بالكشف او بدفتر الروشحات وسايك تتكلم.

وللأسف منتجك ممتاز وسعر ملوش مثيل بس انت مش عارف تخليه يسبب الي ايده وينتبه لك.الدوا ساعتها ومميزاته مش طوق النجاة .. بل اسلوبك ومهارات تواصلك.
عشان كده هانبتي القسم الأول من الكتاب في رحلة متكاملة عبر ثلاث محطات رئيسية:

سنتعلم أولاً كيف:

- 1- نرسل (Sending) رسالتنا بوضوح ومصداقية، ثم كيف
- 2- نستقبل (Receiving) رد فعل العميل- الدكتور بإنصات حقيقي.
- 3- نزيل المعوقات (Remove Barriers) التي تدمر البيعة دون أن نشعر.

🗣️ من الفيلد: إيه الطريقه اللي أخلي بيها دكتور **يسمع الكول** بتاعتي لآخرها وميوقفنيش ويقول ده أنا بكتب الدواء ده من وإنتي لسه في ابتدائي...
الدوا معروف وقديم ف أول ما بنتكلم تلقائي بيحس إنني مش محتاجة أكمل كلامي، وفي نفس الوقت هو مش بيكتبه بالكلميه اللي أنا محتاجها"

🔍 **التشخيص العلمي:** الطبيب هنا يغلق قناة (الاستقبال) لأنه **يتوقع** ما ستقولينه. لتخطي هذا، يجب إزالة "معوقات الاتصال" وتغيير طريقة (الإرسال) باستخدام أدوات التواصل الفعال لكسر هذا النمط.

1- إزالة المعوقات Remove Barriers

أي تواصل ناجح يتطلب بيئة خالية من التشويش. هناك 6 فخاخ رئيسية تقع فيها وتسبب سوء الفهم مع الطبيب:

(a) أن تسمع ما تتوقع أنت سماعه - Confirmation Bias (الانحياز التأكيدي)

" معروض عليا شغل ميديكال ريب في شركة... بس اللالين فيتامين أطفال وسعره غالي حوالي ٤٠٠ جنيه، ف حاسة إني مش هعرف أحقق تارجت... تخليني في الصيدلية أحسن؟"

 **التشخيص العلمي:** زميلتنا هنا وقعت في فخ التوقع المسبق (Confirmation Bias) افترضت أن السعر سيكون عائقاً بناءً على تقييمها الشخصي، مما يخلق حاجزاً في التواصل قبل أن تبدأ حتى واي كلام هايقوله الطبيب هانفسره انه عاوز اكتفتي وانه مستحيل يكتب ده من اجل لا شئي.



- ⚠️ 1. ادخل العيادة بـ "فرضية صفرية" (Null Hypothesis)
- 2 .. لما يعترض، اسأل نفسك فوراً: "هل ده اعتراض حقيقي ولا أنا اللي بفسره كده بناءً على مخاوفي؟"
3. استخدم تقنية Labeling اذهب الى شابت Handling Objections

(b) تقييم المصدر

وأنا بسمع من زميلي الثقة: فكل كلامه عن الدكتور أو الصيدلية هو حق اليقين فهنا وقفت عقلك عن التفكير اعتماداً على المصدر دون تقييم المعلومة نفسها والتيقن من جدواها ومصداقيتها.

دكتورة آليات عبيد بتحكي وبتقول وهي مديرة نازلة اربا في الصعيد ، الريب قالت لها يا دكتورة خدي بالك " الدكتور دي متجهمة دايما ومش بتتكلم مع حد خالص، وبتقول انا اتخضيت من حدية الشخصية قبل ما اشوفها لكن بطبعتي اول ما دخلت عند الدكتورة لقيتها كبيرة في السن ورغم ذلك لابسة طقم اصفر جميل لقتني بتلقائيه قلت لها "ايه اللون الجميل ده يا دوك ده انا اللي كبرت والمفروض من النهارده ارجع البس زي حضرتك كده ، قامت الدكتورة وحضنتني وقعدت تبوس فيا وصارت علاقة وطيدة وزميلتي واقفة منبهة من اللي حصل.

💡 حذرنا النبي ﷺ من بناء الأحكام على الافتراضات أو كلام الناس دون تثبت شخصي، لأن ذلك يدمر التواصل الصادق. قال رسول الله ﷺ: (إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ) - متفق عليه.

ادخل العيادة بعقلٍ صافي كالصفحة البيضاء.

رؤى مختلفة :

(c)

أحياناً ترى الأمور من زاويتك انت ... لا من زاوية الطبيب. مثلاً قد ترى أن الدواء مرتفع الثمن. بينما الطبيب يراه مناسباً جداً مقارنة بفائدته للمريض. لذلك التواصل الجيد يتطلب أن تسأل نفسك دائماً: "كيف يرى الطرف الآخر هذه الفكرة؟"

تجاهل الرسائل غير اللفظية :

(d)

" بدأت الكول بسرعة وبعطيله البروشور، راح واخده رامي على جنب، وسابني بتكلم وراح فاتح الأشعة يبص ولا كأني بتكلم أصلاً.. فروحت سكت وقالي كملي، قولتله تمام شكراً وروحت سايية الزيارة وطلعت أعيط من الإحراج "

 **التشخيص العلمي:** زميلتنا تجاهلت لغة الجسد القوية جداً (الانشغال بالأشعة). استمرارها في الحديث كان خطأ في التواصل. كان يجب التوقف فوراً واستخدام تقنية التفهم والانسحاب التكتيكي. "جزء كبير من الانطباع يتكون من النبذة ولغة الجسد، خصوصاً في المواقف العاطفية أو الغامضة، لكن الكلمات تفضل عنصر أساسي لمعنى الرسالة.."

تضارب النوايا

(e)

من أكبر معوقات التواصل أن يدخل الطرفان الحوار بنوايا مختلفة تماماً. المندوب يفكر: "كيف أجعل الطبيب يكتب المنتج؟" بينما الطبيب يفكر: "كيف أنهي هذه الزيارة بسرعة لأكمل الكشف على المرضى؟" عندما لا يدرك المندوب هذا الفرق... يتحول الحوار إلى صراع خفي. المندوب يضغط... والطبيب يهرب. أما المندوب المحترف فيفهم أن مهمته ليست: إقناع الطبيب أن يكتب الدواء. بل مساعدته على : اتخاذ قرار علاجي أفضل للمريض.. تذكر الآن ردات فعل الاسيستنتات وفسرها طبقاً لهذا المعيار في النوايا.

وجود ضوضاء حولك :

(f)

أو دخول مريض في الصيدلية أو العيادة معك يششت من أمامك يصرف بصره عنك فلن تستطيع التواصل بفاعلية أو الضوضاء من موبايلك من رسائل أو رنات). وبلاش تبقى ماسك تلفونك وانت بتعمل الكوول والزميلات نخبي التلفون لما يكون عليه accessories وجرايات ملفته . دخولك في عيادة الصبح والدنيا بتضرب تقلب وانت مصر تتكلم في وسط الزحمة دي كلها لمجرد تخلص أداء مهمتك (فيه بعض الأطباء بتقدر تفصل ذهنيا وهو الريب ويتكلموا عادي وسط الحشد ده كله) لكن لو متقدرش : متحسبهاش على نفسك وشركتك زيارة)

2- الإرسال Sending Interpersonal Messages

كي تكون رسالتك واضحة فيما تقول يجب أن تراعي نقطتان -زيادة الوضوح و المصادقية

[أ] زيادة الوضوح : A- Clarity

1. **نوع طرق كلامك : Use Multiple Channels**
فغَيَّر من نبرات صوتك حسب الموقف برفعه وخفضه وإظهار الامتنان أو الحدة وكذلك تعبيرات وجهك. مثال " أحمد مكي " في مسلسل " الكبير " تراه يغير من كلماته ونبرات صوته وتعابير وجهه طبقا للشخصية سواء كان " الكبير اوي " " جوني " أو " حزلثوم".
2. **ابدأ بسياق واضح :**
من الأخطاء الشائعة " الدخلة المبتورة " **دكتور انا جاي أكلم حضرتك على** " وبتقول اسم الدوا على طول بدون مقدمات " وبعد كده بنشتكي انه مش بيفتكرنا. قبل أن تبدأ حوارك يجب عليك أن تعطي خلفية بسيطة عما تود أن تقوله وتشرح المفهوم أو أصل الفكرة (اذهب مباشرة لشابتر. (SPIN)
3. **تحمل المسؤولية: Take Responsibility**
عند الحديث عن مشاعر تتكلم بضمير المتكلم وليس بضمير المخاطب، فأنت لست محتاجا أن تقول لمن أمامك " اكيد تشعر بالحزن أو تشعر بالسعادة لكذا... أو اكيد حضرتك توافقني في.... " وارجوك بلاش الجملة الاخيرة دي."
4. **تطابق أفعالك أقوالك Be Compatible Harmony**
لا يصح أن تتحدث عن ألم المريض بنبرة باردة...
ثم تتحدث بحماس شديد عند ذكر السعر.
لغة الجسد يجب أن تدعم كلامك.
5. **بسط جملك واستخدم تعبيرات بسيطة :**
وابتعد دائما عن استخدام المصطلحات الفنية **Jargons** في حواراتك مع غير المتخصص. وان كان ولا بد ان تقولها فاشرح معناها أولا ثم اذكر المصطلح؛ فلا يصح أن تقول للدكتور: عاملين **لونش** علي الدوا.. الدوا بتاعي ده اهم دوا في **لاين**.. مستنين موافقة **البيزنيس يونت**، أو تقول للدكتور **IMS**، أو الصيدلي بييجيب من **فارما** او " **محروق**".
ومهم جدا ذكر المصطلحات الطبية داخل الكوول وتبان انك فاهم ميديكال كويس .

الناس لو صدقتك.. بتكتب لك على طول.. طب نعمل ايه عشان يصدقني من اول مرة ؟ ثمانية أدوات:

1. اعرف عن ماذا تتكلم جيداً

واقرا وابحث عنه بتمعن قبل أن تتكلم فيه فإذا سألك أحد كنت قادرا على الرد على أي سؤال أو قادر علي الرد بعدم معرفتك بتلك النقطة.. فليس مهماً ألا تكون ملماً بكل الأمور ولكن الأهم كيفية الرد في عدم معرفة تلك النقطة الجديدة.

2. ابحث عن صداقات مشتركة Establish Mutual Trust

مع من تتحدث معه وأخُلق روابط قوية، ولنتذكر موقف الرسول ﷺ في حادثة الطائف لما سأل الغلام: «من أي البلاد أنت وما دينك؟» فقال عداس: أنا نصراني من مدينة نينوى، فقال ﷺ: «من قرية الرجل الصالح يونس بن متى؟» فقال عداس: ومن أين عرفت يونس بن متى؟ فقال ﷺ: «ذاك أخي كان نبياً وأنا نبي» فهوى عداس إلى قدمي النبي ﷺ ورأسه فقبلهما، ثم آمن بهما جاء به.

فأبسط الأسئلة أن تعرف من أمامك واسمه ومن أي محافظة - خاصة في العمل الصباحي، واساله ان كان قد فتح عيادة ام لا وان كان ينوي أين ستكون. وإنشاء روابط علاقات كأن تقول - بصدق - أعرف فلان هناك، أعرف المركز الفلاني أو القرية الفلانية.. فكل ذلك يبنّي روابط وثيقة ومن ثم مصداقية في الحوار. وحديثاً عندما يأتينا طلب صداقة في الفيس بوك ولا نجد أصدقاء مشتركين **Mutual friends** فننتوجس خيفة من هذا الأكاونت (الحساب) وننظر من هو وعندما يكون هناك أصدقاء مشتركين في طلب الصداقة سيظهر لك الفيس صورة أقرب صديق مشترك تتفاعل معه على هذه القائمة كي تطمئن له.. ولو منهم ثقات لنا أو العكس / لحظتها نقرر بسهولة نقبله أم لا؟!!!

3. شارك كل المعلومات: Share All Relevant Information

عندما تضع باسورد على موبايلك أمام المقربين يشعرون أنك تخفي شيئاً عنهم وكذلك الناس إذا شعروا في الحديث إنك تخفي بعض المعلومات - وقد لا تكون مهمة - ولكن إذا شعروا أنك تخفي شيئاً فقدوا جزء من مصداقية الحوار معك، لذا حوارك مع العميل يجب ألا يظهر أنك تخفي شيئاً أو يظهر من سؤالك عن فيديباك (تغذية راجعة) أنك هناك أمراً جليلاً أو عيب في منتجك.



4. كن أميناً: Be Honest

في بحث تم سؤال الموظفين عن الصفة التي ترغبها في المدير أو القائد.. دائماً تتصدر صفة الصدق - المصدر " جالوب " وأول صفة اتصف بها رسولنا الكريم ﷺ " الصادق الأمين. "

5. يمكن الاعتماد عليك : Be Reliable

ويثقوا في كلامك وقرارتك واحكامك ويتوقعوا العدل منك دائماً.

6. كن دافئاً : Be Warm

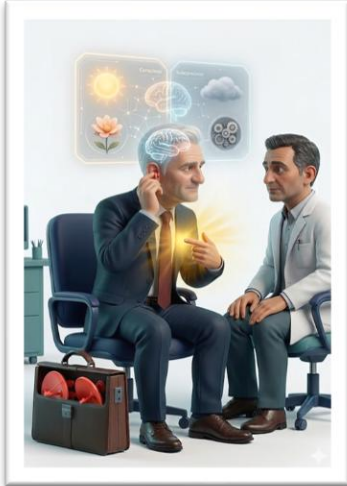
ودوداً فالناس تحب أن تتحدث الى الصديق ومن يظهر انه بسيط أكثر من المتحكم أو المتعالي أو من يحب أن تكون له سلطة الكلام. وطبق هذا جيداً على أطباء الامتياز أو الجونيور الموجودين في العيادة ملتفتاً إليهم وأنت تتحدث مع أكبرهم .

7. كن متفاعلاً : Be Dynamic

فلا يصح ان تبقي ك الدمية صامتة ولا تحركك مقولات من أمامك بل أظهر تعابيرك وانفعالاتك ووضح وجهة نظرك اولا باول. وتفاعل مع ما يقوله المتحدث ولا تبدو كمن ينتظر فرصة صمت الآخر كي تتكلم انت.

8. الإفصاح عن الذات : Self-Disclosure

هو فعل نابع عن كل من العقل الواعي والعقل اللاواعي، والذي يعني الكشف عن مزيد من المعلومات حول الذات للآخرين.
أفصح عما بداخلك من سرور وفرح أو حزن وغضب - طبعاً بهدوء وعدم انفعال - أو أفصح عن عدم قبولك أو تحفظك لما يقال أو أبدي ترحيبك به. يثبت أنك إنسان حقيقي ولست آلة بيع مبرمجة. تكلم بوضوح والفاظ صريحة واحط كلماتك بأدوات المصادقية وتأكد من وصول المعلومة بشكل صحيح للمستقبل "



3- الاستماع Active Listening



وقراءة اللغة الغير منطوقة

هل تعلم يا صديقي أن قدرتك على التفكير تصل إلى 900 كلمة/دقيقة، بينما قدرة العميل على الكلام 125 كلمة/دقيقة فقط؟ أنت أسرع في التفكير بـ 8 أضعاف، وهذا الفائض قد يجعلك تتشتت إذا لم تنصت بفاعلية.

هناك نوعين من الاستماع:

الاستماع السلبي: كما المسجل تحاول أن تمتص كل المعلومات لكن ستكون غير كاملة أو غير دقيقة.

1. **الاستماع الفعال:** يستلزم تفاعل مع المتحدث: هناك بذل جهد سواء ذهني أو بدني واعتقد هو

الانصات.

(فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ) سورة الأعراف:204، أي أن الإنصات درجة أعلى من

الاستماع.

(الانصات) له 4 اركان:

- **(أ) النية:** تعني أن تكون ناوياً بصدق أن تستمع لمن هو أمامك وخاصة إذا علمت أن سرعة تفكير المستمع ثمانية أضعاف المتكلم؛ لذا يجب عليك الحرص على التركيز مع المتكلم وألا تشتت ذهنك بعيداً عنه وتعيد وتلخص ذهنياً كل ما يقال؛ كي لا تتوه

تطبيق عملي: فكر كمندوب شاطر أو محاضر ماذا تفعل كي لا يتشتت الطبيب منك؟

- **(ب) التعاطف:** ضع نفسك مكانه واشعر بما يقوله ولماذا وتفهم ماذا يريد أن يقول، لا ماذا تريد أنت أن تفهمه منه. و وقّف مشاعرك تجاهه سواء من حب أو عدمه كي لا يؤثر على الاستماع. (سيتم شرحها بعمق في نموذج OMAR في الرد على الاعتراضات)
- **(ج) التقبل الكامل:** وان تسمع دون تحيزات أو أن تحكم عليه مسبقاً (أحد اخطاء التفكير).

- **(د) المسؤولية الكاملة:** للاستماع للنهاية وللفهم الكامل لا أن تكون مجرد جهاز كاسيت يسجل فقط بدون فهم وتستفسر وتسأل. وعليك دور مهم وهو الاستماع والاستيضاح.

7 قواعد ذهبية للإنصات البيعي

💡 **أدب قرآني في الإنصات:** قال تعالى في سورة فصلت:

(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ).

- المقاطعة واللغو أثناء الحديث هي حيلة الضعيف، أما الواثق من رسالته فهو من ينصت باهتمام.

الاستماع هو أداتك لجمع المعلومات لاختيار سلاح الإغلاق (ال Closing) المناسب.

ازاي تخلي سكوتك أقوى من كلامك :



🇲🇪 "تحليلات Gong Labs على أكثر من 25 ألف مكالمة مبيعات لقت إن أعلى نسب الإغلاق حصلت لما المندوب كان بيتكلم حوالي 40-45% من الوقت، ويسمع حوالي 55-60%. المندوب اللي بيتكلم فوق 65% غالبًا بيخسر البيعة".

بمجرد أن تنجح افتتاحيتك ويبدأ الطبيب (أو الصيدلي) في

التحدث، تقع كارثة المندوب المبتدئ: (هو لا يستمع ليفهم، بل يسكت ليجهز رده القادم!). إتقان

الاستماع النشط هو سلاحك لامتنصص الاعتراضات وبناء الألفة.

1. قاعدة «الثواني الثلاث» الذهبية (The 3-Second Rule)

عندما ينهي الطبيب جملته، امنح الحوار توقفًا واعيًا لمدة حوالي ثلاث ثوانٍ قبل أن ترد. هذا الصمت القصير يعطيه فرصة ليضيف تفاصيل أعمق، ويُشعره أنك تستوعب حديثه فعلاً ولا تبحث عن أول فرصة للكلام فقط. هذه الوقفة المدروسة تعكس ثقة، واتزان، وقدرة على الإنصات، وهي من أهم سلوكيات المستمع المحترف.

2. الحضور الجسدي والذهني الكامل (Full Presence)

الاستماع الفعال يبدأ من احترام «المساحة الذهنية» للطبيب؛ أغلق المشتتات التقنية تمامًا (إخفاء الهاتف، إغلاق الإشعارات، تجهيز العينات والتابليت قبل الدخول)، ثم حضر ذهنك من غير أحكام مسبقة أو أفكار دفاعية عن شركتك أو دوائك. هذا الحضور الكامل يجعلك قادرًا على التقاط التفاصيل الدقيقة في كلامه، ويُشعره أنه في مركز اهتمامك طوال دقائق الزيارة.

3. محاكاة لغة الجسد والعواطف (Micro-Mirroring)

استخدم الـ Micro-Mirroring بشكل خفيف وطبيعي؛ حرك رأسك بطريقة مشابهة، حافظ على نفس مستوى الجدية أو التعاطف في تعابير وجهك، وكرّر أحياناً آخر كلمتين أو ثلاث من عبارته لتشجيعه على الاسترسال. أبحاث التواصل غير اللفظي تشير إلى أن هذا النوع من المحاكاة الدقيقة يزيد الإحساس بالألفة والثقة، ويُسهّل بناء رابّور قوي بين المندوب والعميل.

4. الاستماع التعاطفي للفهم لا الرد (Empathic Listening)

مهمتك ليست تجهيز «الرد المثالي»، بل فهم «الصورة الكاملة» لواقع الطبيب ومرضاه. ضع نفسك مكانه، وحاول التقاط الـ Pain Points الحقيقية خلف جملة واعتراضاته، مع تعليق مؤقت لرغبتك في إقفال البيعة أو الدفاع عن الشركة. هذا النوع من الاستماع التعاطفي يرتبط في الأبحاث بزيادة الثقة في المندوب، وتحسين جودة العلاقة، ورفع احتمالية استمرار التعامل معه مستقبلاً.

5. قوة إعادة الصياغة والتلخيص (The Power of Paraphrasing)

بعد أن ينتهي الطبيب من شرح موقف أو شكوى، أعد صياغة خلاصته بأسلوبك، ثم اطلب تأكيده، مثل: «يعني اللي فهمته من كلام حضرتك يا دكتور إن المشكلة الأساسية مع الدواء ده هي شكوى المرضى من الطعم، صح كده؟». هذه الخطوة البسيطة تؤكد له أنك كنت منصتاً بدقة، وتساعدك على تصحيح أي سوء فهم، وتمنح عقلك فرصة لتنظيم طريقة الرد.

6. توجيه الحوار بالأسئلة الاستكشافية (Drill-Down Questions)

الاستماع الفعال لا يعني الصمت التام، بل يعني استخدام أسئلة ذكية تعمّق فهمك لما وراء الكلام. عندما يذكر الطبيب مشكلة عامة، اسأله بهدوء: «مممكن توضّح لي أكثر يا دكتور؟» أو «إيه أكثر موقف عملي واجهته مع الحالة دي؟». هذه الأسئلة الاستكشافية تنقل الحوار من السطح إلى العمق، وتساعدك على تحديد أنسب زاوية تقدم منها حلّك أو دواءك.

7. سؤال «وإيه كمان؟» لتفريغ كل الاعتراضات : and so What?

عندما يعبّر الطبيب عن اعتراض أو انزعاج، قاوم رغبتك في الرد الفوري، واسأله بهدوء: «وإيه كمان مزعل حضرتك من الشركة أو من الدواء؟». هذا السؤال المفتوح يعمل كصمام أمان نفسي؛ يسمح للطبيب أن يفرغ كل ما في ذهنه، ويمنحك صورة كاملة عن أسباب رفضه أو غضبه، بدل أن تعالج «عرعراً واحداً» وتترك باقي الأسباب تحت السطح. بعد أن يفرغ كل ما عنده، يصبح أكثر استعداداً لسماع وجهة نظرك وحلولك.

لك يا صديقي 🗨️ (Self-Reflection):

- 1- لما الدكتور قال "كمل أنا سامعك"، هل كملت كلامي بدافع الخوف من ضياع الزيارة ولا عشان كنت فاكركه مهتم بجد؟
- 2- هل أنا بدخل العيادة بـ "توقع مسبق (Confirmation Bias)" بيخليني أفسر أي سؤال أو استفسار من الدكتور على إنه رفض لمنتجي؟
- 3- في آخر زيارة، هل كنت برد على احتياج الدكتور الحقيقي (Pain point) ولا كنت برد على الـ "سكربيت" اللي مبرمج في دماغي؟
- 4- هل استخدمت "الصمت التكتيكي" كأداة مقصودة لاسنفاز إجابة، ولا سكت لإن الكلام هرب مني أو خفت من رد فعله؟
- 5- كام مرة حاولت أحلل وأفلتر كلام الدكتور (Sense-making) لمساعدته، بدل ما أكون مجرد "راديو" بيذيع مميزات الدوا؟

للمدير: 🗨️ (Coaching in Double Visit):

1. "يا بطل، لاحظت إنك سرعت رتم كلامك جداً لما الدكتور بص في ساعته. تفنكر لو كنا سكتنا وقولنا له 'دكتور تحب نأجل كلامنا لزيارة تانية؟' كان رد فعله هيبقى إيه؟"
2. " لما الدكتور قال 'الدوا ده قديم'، إنت دخلت في ديفينس فوراً. إيه السؤال اللي كان ممكن نسألوه عشان نخليه هو اللي يشرح لنا قصده بـ 'قديم؟' "
3. " إنت استهلكك 80% من وقت الزيارة في شرح الـ Features. تفنكر إيه الاحتياج الخفي اللي الدكتور كان بيحاول يوصلهولنا من بين السطور وإحنا تجاهلناه؟"
4. شفتك بتحاول تعمل Eye contact مبالغ فيه رغم إن الدكتور كان بيقرأ تقريراشعة. إيه منعك ما تستخدمتش الـ (Mirroring) في لغة الجسد عشان تريحه وتخلق ألفة لا واعية؟"
5. " إزاي نقدر نعمل (Paraphrasing) وإعادة صياغة أحسن للاعتراض اللي قاله الدكتور في نص الزيارة، عشان نحسسه إننا فاهمين مش مجرد بنبيع؟

5 شفرات للتدريب مع الذكاء الاصطناعي: (Prompt Codes)

S01 لاخترق تجاهل الطبيب اللي بيكتب رويشة ومش باصصلك. (Pattern Interrupt)

S02 للتدريب على الإرسال بسلطة (Authority) لما الدكتور يقطعك ويقولك "هات من الآخر."

R01 للتعامل مع الاستقبال العدائي، وكسر الانحياز التأكيدي (Confirmation Bias) مع دكتور متجهم.

L01 للتدريب على الاستماع وإعادة الصياغة (Paraphrasing) وسط شكوى معقدة وعشوائية من الدكتور.

L02 لضبط انفعالاتك واستخدام "الانسحاب التكتيكي" صح لما الدكتور يمسك موبايله ويرد على رسالة في نص الكول.

المخلص التنفيذي: (Bulletproof Points)

- التواصل ليس نقلاً للمعلومات، بل إدارة للعبء المعرفي: (Cognitive Load) لو الدكتور مشغول، رسالتك قيمتها صفر. الانسحاب التكتيكي قوة، وليس ضعفاً.
- احذر الانحياز التأكيدي: (Confirmation Bias) لا تدخل العيادة وأنت تحمل إجابات مسبقة عن رفض الطبيب لسعرك أو منتجك. ادخل بفرضية صفرية واختبرها بالأسئلة.
- تطابق الإيقاع (Mirroring) يغلب لغة الجسد المفتعلة: لا تحسب ثواني النظر والتحديق. خالك إيقاع الطبيب وحالاته المزاجية لتخلق ألفة لا واعية.
- الإنصات ليس صمتاً، بل توجيه: (Sense-Making) المستمع المحترف لا يصمت فقط، بل يعيد تأطير كلام الطبيب (Paraphrasing) ويفلتر له المعلومات لمساعدته على اتخاذ قرار، وليس لإقناعه بمنتج.
- نسبة 57/43: هي النسبة الذهبية للـ Top Performers (43% تحدث / 57% استماع). الأسئلة الاستكشافية هي الأداة الوحيدة لضبط هذا الميزان.

أغلق الكتاب الآن، وفكر في طبيب واحد فشلت معه أكثر من مرة. من خلال ما قرأته في هذا الفصل — ما الذي كنت ستفعله بشكل مختلف في أول زيارة؟ اكتب جملة واحدة فقط.

الجملة الواحدة الصادقة أثمن من صفحات من التحليل

كرر هذا مع نهاية كل فصل في الكتاب

لا اجيز اطلاقا
تداول كتبي باي شكل
غير الشراء
واي تجاوز
سيكون خصيمي يوم القيامة
اللهم هل بلغت.. اللهم فاشهد

2- مهارات الاقناع Persuasion Skills



قبل ما نبدأ — اسمع ده

🗣️ أنا بدخل للدكاتره مهزوزة جداً ومش ببيقوا عايزين يسمعوا كول — والكومبيتياتور كتير وكلنا زي بعض غير في السعر — مش عارفة اشتغل ازاي".

ده مش ضعف شخصي. ده سؤال فلسفي عمره 2400 سنة — وأرسطو عنده الإجابة.

بس قبل ما نوصل للإجابة — خليني أسألك سؤال واحد:

آخر مرة اقتنعت فيها بحاجة — إيه اللي خلاك تشتريها؟

مش السعر. مش المواصفات. في حاجة تانية حصلت جوا دماغك.

أرسطو سماها من 2400 سنة — واحنا في 2026 عارفين إنه كان صح.

ديني".

ر (وهو
مامك

قس
قا.
ال"



ب - بيان رقمي وتباين : (Loaos)

إيه اللي بيحصل فعلاً في ال Double Visit ؟

نفس الموقف .. مدرين مختلفين .. نتيجتين مختلفتين

مدير يوجه ويفرق بالنصائح ❌

إيه ما ركزش على الفوائد؟
كان المفروض تقول كذا
أنت بتتكلم كثير
لازم Detailing كامل
الدكتور عنده 25 مريض برا
أنت ما بتجهز كويس
أنت لازم تبقي أدكي
أنت دايما بتكرر نفس الأخطاء

النتيجة؟

- المنسوب يشتت
- يفقد الثقة
- يتحول آلة تنفيذ أوامر
- لا يتعلم من الموقف
- يخاف من الزيارة التالية

مدير يسأل ويستفهم كوتش ✅

إيه كان هدفك من الزيارة دي؟
إيه أكثر حاجة كانت ناجحة؟
إيه اللي كان ممكن تعلمه بشكل مختلف؟
إيه اللي منك تقول النقطة دي؟
إيه هي خطوتك التالية؟
كيف ممكن أساعدك؟

النتيجة؟

- المنسوب يفكر
- يتقن في نفسه
- يتعلم من الموقف
- يتخذ قرارات أفضل
- يحقق نتائج مستمرة

50

Q

المنسوبون ييقنوا:

تخاف من Double Visit ال
أكثر من ال KPI

"كل زيارة بتنتهي بجملة: "كان المفروض..."

"بعد الزيارة بخرج مرهق... ومش عارف "أعمل إيه"

"عندما يسألني مدبرتي... أفكر وأتعلم "وأتحسن"

"الفرق مش في قدراتي... الفرق في طريقة "التوجيه"

“الهدف من ال Double Visit مش تقييم الأداء... “
"الهدف بناء مندوب قادر يفكر، يقرر، وينجح."

DOUBLE VISIT 2.0
Beyond Observation. Toward Development.

50 سؤال كوتشينج للمدبرين

أسئلة كوتشينج للمندوب

AI Coach يدريك على المواقف

إنفوجرافيك لكل شايفر

50 متابعة وأرشيف للتعليم والتطبيق

المنطق وال
يمثل المنطق
يجب مراعاة

قاعدة 1 :

عندما تعبر
المشاكل
يستخدم
قشرة في ش
التطبيق :
دكتور، المر
التقلصات
لبيل أو يغ

الناس
من ال
(002)

من أرض ال
يعترض طر
الرسالة تلة



! يقول توم هوبكنز في كتابه: "المنطق في المبيعات عبارة عن مسدس بدون زناد! يمكنك التلويح به كما تشاء لكنك لا تستطيع الضغط على الزناد."

5 Coaching Questions in the end of every Chapter

قاعدة 2 : الناس لا تعترض على ما تبيده من قناعات: Commitment & Consistency

يعني لازم استخرج الحل منه يعني :

طبيب من خبرة حضرتك : تنصحنى اشغله ازاي ؟

انهي مريض مناسب ليه الدواء ده

موقف آخر للتطبيق : لما الدكتور يقولك بكتبه " طب استأذن حضرتك تكتب او تعلم بالأحمر جنب الصنف بتاعي عشان الصيدلي ميطلعش بديل (انت بتستند هنا فقط الى كلامه)

Social Proof :

في لغة المنطق : العلم هنا بيتحدث : معاك دراسات علمية موثقة و Guidelines ومرجعيات علمية تستند اليها

او رئيس القسم بيكتب الصنف ده (لو انت في مستشفى جامعي) او KOL مشهود له بالكفاءة والريادة والكل في منطقتك بيسمع له (او في مجاله من اسكندرية لاسوان)

. ونختم بقوله تعالى: {لِكَيْلَا تَأْسَوْا عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا آتَاكُمْ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ} [سورة الحديد:23].

المولي عز وجل -ولله المثل الأعلى- ذكر البكاء على الخسارة مقدما على جلب المنفعة، هذا والله اعلم.

وننتقل الان الى الركن الثاني :



مداقية
يشترى

نجاح مبني على المعرفة والتطبيق

من كتابنا وتدريبنا... إلى القمة

” ده كان نص رسالتها: “

الشهر الرابع ليا او اول شهر يعتبر
بنتحاسب فيه عال تحقيق كنت
الأولى عالجمهورية 140%
الحمد لله و كملت على نفس
المستوى دايمًا تحقيقي عالي
أعلى من ال 100%

”



لم يقصا
المتحدث
في عالم
الدواء أ
لكي يفت
يجب أ

الـ

في تشكيل
ار منافسة

أنت اللي

فسة اسم

هـ

(ق).



نتائج حقيقية..
تحقيق فوق المستهدف

140%
الأولى
عالجمهورية

100%
أعلى من
المستهدف



AI Coach
مساعد ذكي
يوجهك خطوة بخطوة



Manager Tools
للمدير
تدعم الأداء اليومي



Follow Up
متابعة مستمرة
لضمان الاستمرارية



Performance Tracking
تتبع الأداء وتحليل
النتائج بذكاء

المعرفة تطلق إمكانياتك... والتطبيق يصنع النتائج

هي بوصلتك الأخلاقية وشفافيتك التامة. المندوب الموثوق هو الذي يملك الشجاعة ليقول للطبيب: «يا دكتور، هذا المنتج قد لا يكون الخيار الأنسب لحالة هذا المريض تحديدًا». هذه الأمانة المطلقة هي ما تحولك من بائع إلى مرجع طبي. يعني لو طلب كمية اكبر من احتياجاته تعرفه تقول له لا هاتبقي كثير. (ما ترزّعش طلبية في صيدلية وتجري)

التطبيق العملي: كنت باقول لدكتور (كنت شغال على كيتولاكك حقن) الدوا ده مينفعش اكر من يومين والا هايحصل مشاكل مع الكبد والكلية والمعدة ..قالي طب وانا اكتبه ازاى ده : قلت له في حالات الطوارئ فقط عشان يسكن الألم كبديل آمن مكان المورفين واروح ساليه ع طول .. " هل الطوارئ ده ممكن تستمر اكر من كده ؟ يقولي فوراً لا ده لازم عمليات غالباً .. ارد : تمام كده انا في اليومين دول مفيش مني أي خطورة ..وكنت اصر دايماً أقوله " مكتنبوش اكر من يومين " وعمرهم ما حد نساها ابدا .

ابحث مركز Spiegel للأبحاث – جامعة Northwestern على عشرات فئات المنتجات أظهرت أن احتمالية الشراء بتوصل لأعلى مستوى لما يكون متوسط تقييم المنتج بين 4.2 و 4.5 نجمة، وبتبدأ نَقْل لما التقييم يقترب من 5.0 مثالي؛ لأن كثير من العملاء ببشوفوا الكمال "حلو زيادة عن اللزوم" فيشكوا في مصداقية التقييمات. الرسالة: العميل بيبحت عن **مصداقية حقيقية** فيها شوية ملاحظات طبيعية، مش عن صورة مثالية مصطنعة.

الكمال مبيبيعش؛ التقييم اللي فيه شوية عيوب هو اللي بيظمن العميل (بتضرب الثقة في مقتل والعميل بيعتبرها. "Fake!

💡 هدي نبوي: (وأوصاني أن أقول الحقَّ وإن كان مُراً) صحيح ابن حبان.

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ..) [النساء:135].

المصداقية ليست استراتيجية — هي منهج حياة يُترجم في كل زيارة) .
راجع معوقات الاتصال في الشابتر السابق

النية الحسنة (Eunoia) ▲

Unity - Aligned Outcomes توحيد الأهداف / شريك ال ROI

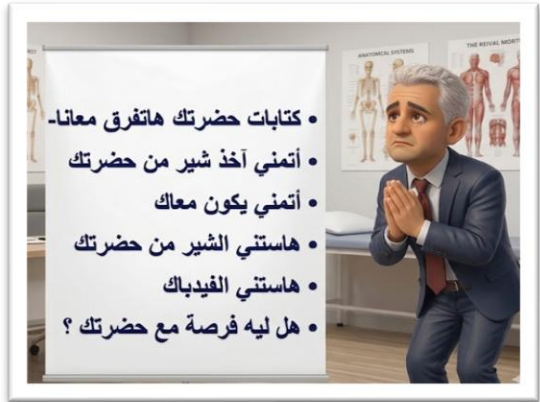
- أن يشعر المستمع أنك تريد مصلحته حقاً، وليس مصلحتك الشخصية فقط. هل يرى الطبيب أنك مهتم بنجاح عيادته؟ وان البيشنت بتوعه يتحسنوا ولا يشعر أنك تتحدث فقط «عشان تخلص البيعة وتقفل التارجت»؟

🕒 — "انا شركتى بتشتغل ethical بس.. مفيش عندهم اوبشن الديلات خالص.. وفى دكاترة نصاً قالتلى مقدرش ادخلها لك المستشفى حتى لو سعرها مناسب وكفائتها معروفه لكن مش هتدخل لأنكم مش بتدوا لينا اى support ادخلها ليكم ليه!! المفروض اتصرف ازاى ف المواقف اللى زى دى؟"

 **التشخيص العلمي:** الطبيب هنا يفتقد الشعور بـ) النية الحسنة. (Eunoia - لأنه لم يلمس "المنفعة الحقيقية" لمرضاه (St) الحل هو إبراز (WIIFM) المعنو ←

قاعدة (WIIFM - ماذا سأستفيد أنا؟): (What's In It For Me)

المهارة هي أن ك.



حط نفسك مكان الدكتور : ممتاز.. كلامك ده ومننتجك ده او كلامك ده هينفعني أنا في إيه؟»
عشان كده لازم تراعي الي ادامالك في احتياجاته وتقولها الأول وبعد كده تقول الي انت عاوزه
مش العكس : هياعتبره تبرير

حلل ده :

زوجي... أنا كدة استفتدت إيه؟»
هناك موقف مامتك
شوف

كم مرة سمعت الكوول بالشكل ده : «أنا فلان الفلاني من شركة كذا، هي شركة مصرية عاملة لونها جديد
وبتصنع في مصنع كذا...» او احنا الشركة 3 لاین و هاکلم حضرتک علی بورتفولیو الشركة..

 **تطبيق عملي:** يبقي عشان اخلي الصيدلي يوفّر او يديني فيدياك حقيقي لازم أتكلّم باللي يهمه هو .

(انا هنا دورت على مصلحته هو أولا ومش بتكلم عن أي حاجة تخصني.)

- بعدها طيب بالنسبة للدوا الفلاني (اللي هو متوفر عنده بالفعل) عشان ميفضلش مركون: حضرتك تقترح اكلم عليه مين.
- طيب هو بيكتب مجموعات أي ثاني. (يبقي هنا انا كل حوارى ونقاشى عشان مصلحته هو مش مصلحتى انا)

طبيب ازاي اخليه يوفر بدون ما يتكتب: 📌



هـ - هواجس الخسارة (Pathos)



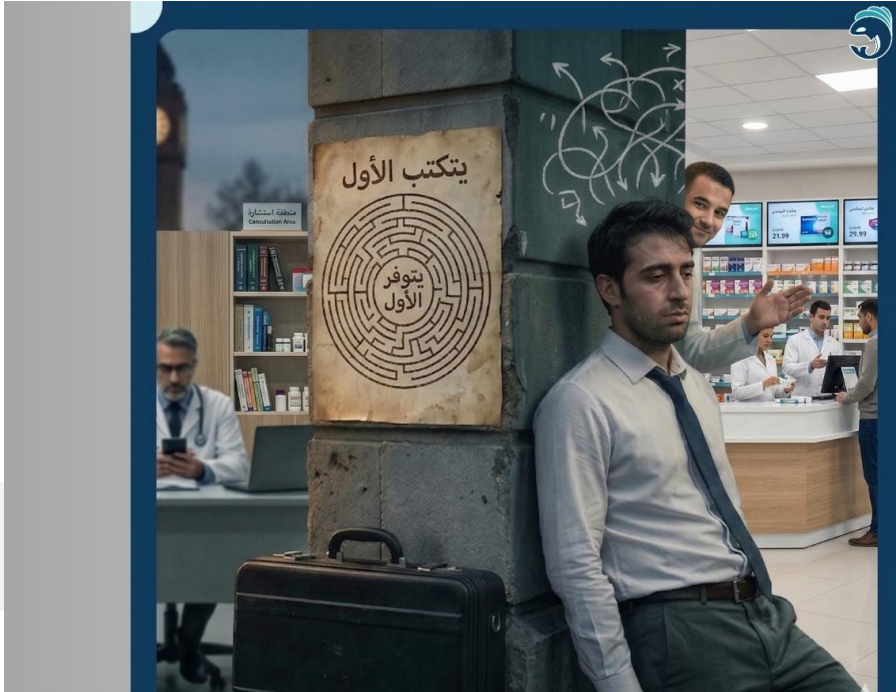
1. التخويف المبطن بضياح الفرصة والبريستيج

Loss Aversion & Scarcity

تكلم بلغة المشاعر وخاطب القلب والاشعور.
كلما كنت متحمساً لمنتجك وعينك تلمعان إيماناً
به، كنت قادراً على نقل هذا الحماس لمن تتحدث
إليه.

🇸🇦 قرارات الشراء تُتخذ بواسطة العقل اللاوعي
(المشاعر) بنسبة 95%، بينما يتدخل العقل الواعي
(المنطق) بنسبة 5% فقط لتبرير القرار
(Gerald Zaltman – Harvard).

دي مش معناها نروح نطبل" للدكتور ، المشاعر في البيع الطبي = الأمان والثقة (Psychological Safety)
مش "الحب". لو الدكتور "يحبك" بس مش "واثق" في علمك، مش هيكبتلك. 🦎



البشر مبرمجين يردّوا الجميل؛ لما حد يعمل لك حاجة، بتحس بالتزام داخلي إنك ترد.

• يعمل بقوة في: الهدايا الصغيرة، الخدمات، المجاملات المعنوية.

- أقوى لما: الهدية تكون "مخصصة" و"مفاجئة" و"قبل الطلب"، مش بعده.



- خطأ شائع: تحويلها لتملق أو "نفاق"؛ فيفقد تأثيره.

القسم الثاني:

أسلوب الحوار (The Style of Presentation)

لكي تنجح أدوات الإثبات السابقة، أكد أرسطو أن أسلوب عرضك لها يجب أن يخضع لقاعدتين:

١ - استعارة وصورة (Metaphor)

التشبيهات التي تتوفر وقت الفهم.



وحي فين؟»،
يكي». وكذلك

او ركبت
ستعرفش أنت
في الشارع

سل إلى
بالميكانيكية

(Met قوي،

ن الجو حر

حالي العادة

بطاريتة

ارسم صورة في دماغ الدكتور تثبت الفكرة: بعد أن نتحدث بالحقائق المجردة، يجب أن تستخدم الاستعارات لضرب أمثلة تُجسم كلامك، فهذا الأسلوب يُشبع العقل ويجعل الفكرة قابلة للتخيل الفوري.

مثال تود

عندما ت
فأجابت:
أنت يا
هذه الت

"القصة".
المواصلة
رايح لل
هو خسا

است
%
الم
العم
نسب

تص

•
•
•



مبتدئة.

ن - نبذة خاطفة (Brief):

ال Pitch السريع



يقول أرسطو: "يجب التعبير عن أي حجة باستخدام أكثر الصيغ اختصاراً". بما أن الناس في عصرنا تتشتت بسرعة، فإن فرصتك الحقيقية تكمن في تقديم فكرتك في الدقائق أو الثواني الأولى.

ابدأ كلامك بقوة، وادخل في صلب الموضوع مباشرة، وابتعد تماماً عن المقدمات الطويلة والمملة. واحنا بيكون اداมนา 30 ثانية فقط مع الدكتور عشان يسمع لنا فلو كنت مختصر وعارف بتقول أي كويس سهل جدا يستكمل معاك اكثر من دقيقتين .

🗣️ "نفسى قصير جدا فال calls بتاعتي.. فاهمه الدوا كويس وعارفه كل تفاصيله لكن مبقدرش اتكلم كتير فالكول حتى لو الدكتور مديني المساحة.. فا ده مخليني مبعرفش اخذ كومتنت واضح وبحس جزء كبير من زياراتي "useless"

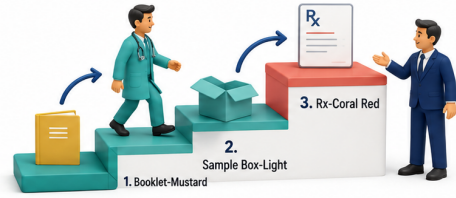
🔍 **التشخيص العلمي:** قصر النفس ليس عيباً بل هو جوهر

(الإيجاز! Brief) - الخطأ هنا هو ظنك أن البيع يحتاج إلى ثثرة. استخدمي قصر نفسك لطرح "أسئلة إغلاق" مركزة (مثل: إذن يا دكتور متفقين نبدأ الحالات اليوم؟) ثم اصمتي تماماً دعى الصمت هو ما

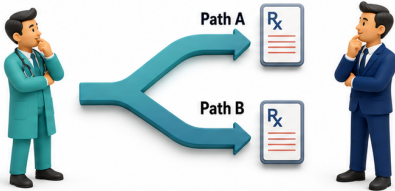
1. Direct Request



2. Incremental Close/Advance



3. Diagnostic/Either-Or Close



4. The Calendar Close



مهارات الإقناع



إزالة المعوقات
(Remove Barriers)



الاستقبال
(Receiving)



الإرسال
(Sending)

العلاقة هرمية

نموذج برهان



Vodafone EG 6:29 PM 16% Vodafone EG 6:28 PM 17%

< 145 < 145

صعوبه ف حفظه مع دكاتره
صغيرين
1:09 PM

الغريب أن صحبتي كان قابلي
بتكلمها ع كذه صنف قالتلي صعب
احفظ ده كله
أنا دخلت لقيتها ا
و قولتليها ا
وبدأت اكلها علي الصنف
الي لسه متحفظش وبعدين قولت
كلمتين علي الصنف الثاني ب
ع كذا بنفس الكول الي
قولتها لحضرتك ف السيشن فضلت
مركزه ف اسم وف الماستر فايل
وكتبته ف النوت بتاعها
أنا كنت متفاجئه أنا لسه صحبتي
قدامي قالتها مش هقدر احفظ

2

1:09 PM

Today

كنت عاوزه احكيلك كنت بزور
دكتوراه هي كبيره ف السن
وبتاخذ وقت جامد ع ما تحفظ
الأصناف ولو حد كلمها علي
صنفين ف هي بتكتبلي صنف
التانيه حاولت احفظها بس كان
لسه
من يومين كلمتها ع. الصنف
الثاني الي اسمه اصلا طويل
ويقال لسه صعوبه ف حفظه مع
دكاتره صغيرين

1

1:09 PM

الغريب أن صحبتي كان قابلي
بتكلمها ع كذه صنف قالتلي
صعب احفظ
أنا دخلت لقيتها
و قولتليها ا

+ + + + + +

الخلاصة

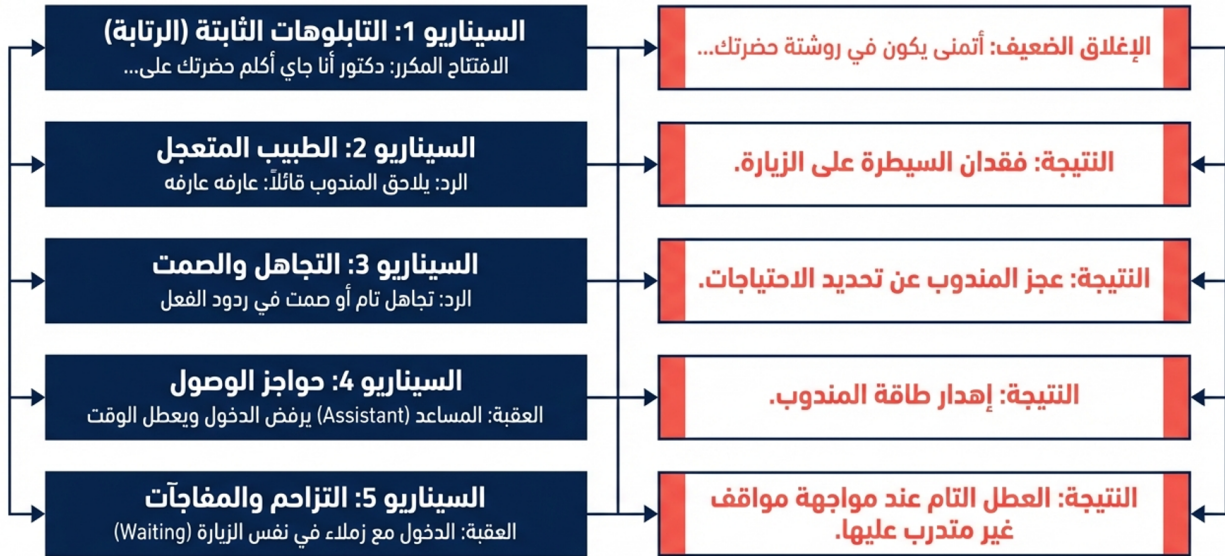
إقناع فعال = قدم بإيجاز شديد (ن) (Brief) + غلف بتشبهات (ا) (Metaphors) + أشعل حماس العميل (هـ) (Pathos) + أطر المشكلة (ب) Logos + ابن مصداقيتك (ر) Ethos

(Self-Reflection):



1. لما دخلت أبيع الدوا الغالي) زي الـ (Vonaprazan ، هل استخيتت ورا المادة الفعالة (Logos) ولا قدرت أبني قصة حوالين راحة المريض النفسية وتوفير فلوس الانتكاسات (Pathos) ؟
2. هل بستخدم الـ (Radical Transparency) وبقول عيوب أو موانع استخدام منتجي بشجاعة، ولا ببان زي "بياع الوهم" الي دواه بيعالج كل حاجة؟
3. هل التشبيهات (Metaphors) الي بستخدمها بتسهل على الدكتور فهم الآلية في 5 ثواني، ولا بستخدم مصطلحات مكلكة بتزود الـ Cognitive Load عليه؟

تشخيص الواقع: نقاط الاحتكاك في الزيارات البيعية (Calls)



عشان نزود الـ (Ethos) بتاعنا ونخليه يصدقنا أكثر؟"

4. "في الكول دي، إنت اتكلمت 80% من الوقت. إزاي نستخدم الـ (Brief) في الزيارة الجاية عشان نطرح سؤال إغلاق قوي ونسكت تماماً؟"
5. " لاحظت إنك بتعتمد على الـ (Liking) من خلال الضحك والمجاملات. إزاي نقدر نحول الـ Liking ده لـ (Professional Respect) عن طريق توفير وقت الدكتور في فترة المعلومات؟"

5 شفرات للتدريب مع الذكاء الاصطناعي (Prompt Codes):

1. **P01** للتدريب على الإقناع بـ (Pathos) لما دكتور يرفض منتجك عشان "سعره غالي على العيان" والمنافس أرخص.
2. **E01** لتبني الـ (Ethos) وتجربة تكتيك الـ (Radical Transparency) لإخبار الدكتور بقصه، مع: في، دهاءك لزيادة الثقة.



للحصول على الكتاب

للنسخة
الديجتال

بعد انشاء حساب على ابليكاشن

Double Visit

تواصل مع تيم د علاء عمر من خلال الواتس
وعرفهم بالرقم اللي انشأت بيه حساب ع الابليكاشن

واطلب فتح الكتاب

وتشوفه كامل

وبعدها تحويل القيمة المعلنة في وقتها

للنسخة الورقية

اسم ثلاثي وعنوان تفصيلي وتلفون التواصل

ممكن تبدي بالاصدار الاول من الكتاب

طبعة 2025 حاليا ديجتال

للتسهيل

ثم بعد فترة تطلب الانتقال للاصدار الجديد

Double Visit 2.0

او تطلب مباشرة بعدها

النسخة الورقية وبندفع الفرق + الشحن

(3) مهارات التنظيم (Territory Management)

إزاي تخلي التقارير بوصلتك مش سجنك

Vodafone EG 11:32 PM 16%

وتتحلى
خاطبك
ن مجرد

< 144



11:26 PM ✓✓

إذا أردت أن
مهارات الت
أنت يا صا
"أجندة أني
عقلك الثاني
والأهم: أن
تقول: "التغ
of Heroes
مهنياً دون

Dubai

بيرة



ندر
إليه؟"
هل

قيقة
عر

خلالها
الطبية

مساء الخير دكتور علاء
الحمد لله للشهر الثاني علي التوالي
حققت التارجت رغم أنه كان تارجت
تعجيزي بس بفضل ربنا ثم
توجيهاتك حضرتك
هو تارجت العياده والسيلز الشهور
الي قبل ما اروح فيها اقصي حاجه
كان توتال البيع من ٣٠ الي ٣٢ الف
درهم لان التارجت كان ٣٥ الف
درهم
هما حطولي تارجت ٤٥ الف درهم
كنوع من التعجيز واني محققش
بس بفضل ربنا انا حققت التارجت
الي هما كانوا حاطينه 🥰❤❤
لان بصراحه السيشن الي مع
حضرتك كل مره بستفيد حاجه في
طريقه التعامل مع البيشنت وازاي
اقنع البيشنت بالبرودكت وطريقه
الكلام ازاي

مرور
ولن يذ

ال CRM
لما بتكتب
تعمل (ing)
بل هتكون
لسه المشكا

تقرير
من انذ
والاعا

شركة
استري

التش



Vodafone EG 11:37 PM 43%

108

Mon, 25 May

Thursday

ازيك يا دكتور اخبارك حضرتك ايه ؟

الفترة اللي فاتت انشغلت شوية وحسيت اني دوست بنزين زيادة وانضغطت بس الحمد لله Best achiver Q1 وقبضت incentive

مش بتسـ هتلاقي التـ المند ! ينتهون منو كابوسا.

النزاهة هـ مجال مهم في عالم المبي أو سلوك د أو شهرين،

Vodafone EG 8:32 AM 48%

116 Sales Core 7elmy, A'laa, Abdelrahman...

Friday

شكرا جدا ي دكتور ع كل التدريب والمعلومات اللي استفدتها بجد واللي فرقت معنا ع ارض الواقع ، والجوكر model بمجرد تطبيق لي غير طريقه تعامل الدكاترة وخلي بينا discussion ، نتايجه مُذهله حقيقي سواء ع ارض الواقع واون لاين كمان والله 😊

9:50 PM

كان هنا أن يص بعض ف تناولها تناول اما ولكن... ر المغزى البيعي "فضلات الآخرين ،

جرة عالية، وتمنى ر ماكر بتناول ، بدأ الديك ري اليوم التالي حتى وصل في اليوم الرابع لقمة ال نابة، فأطلق عليه النار وأرداه صريعاً. علك إلى القمة سريعاً،

تذكر دائماً قول المولى عز وجل في محكم التنزيل، واجعلها منهجك في البيع والحياة: {وَأَنْ لَّوِ اسْتَقَامُوا عَلَى الطَّرِيقَةِ لَأَسْقَيْنَهُمْ مَاءً غَدَقًا} [سورة الجن: 16]. الاستقامة هي الضمان الوحيد للرزق الوافر والمستدام.

زونه.
(من

حدداً
كتور،
بيع

كتور
"ند"
(عـ

من

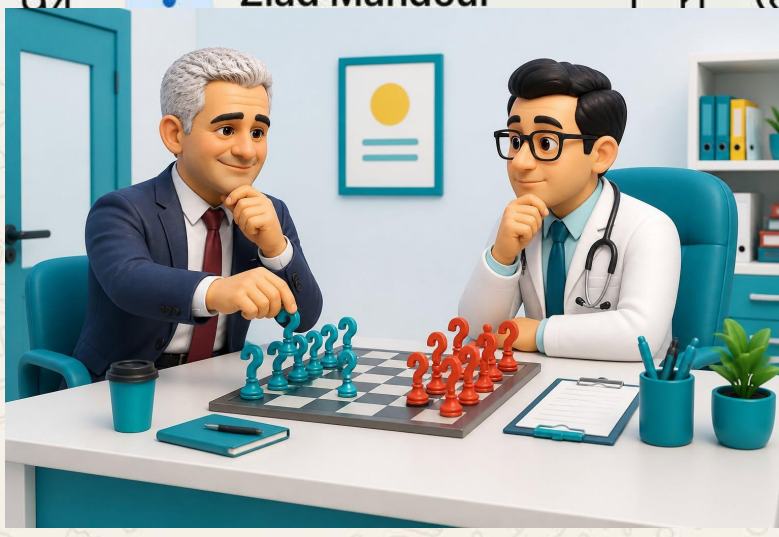
وية،
ومية

راً
د.

يج
ول
الذ
لك
بس
كت
الار
وم
فلا
ما

الت
لا
مح
الغ
الر
أم
>

80
حف
سا

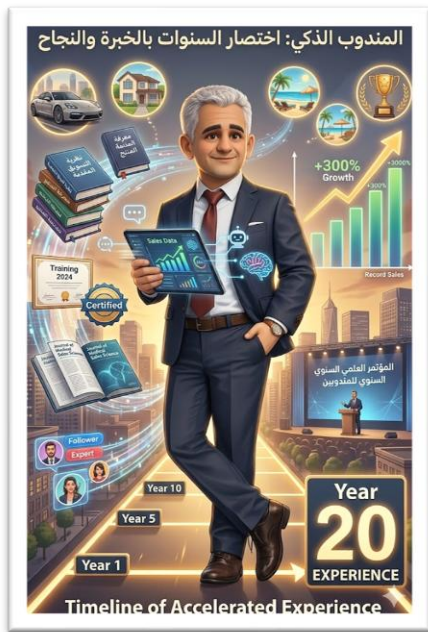


السلام عليكم يا دكتور علاء
أنا قرأت من كتاب double visit
لحد شابتر spin مع الفيديوهات
اللي حضرتك بعتهالي وحسيت
بفرق فعلا كاستجابة بيبي وبين
الدكتور خلال الكوول وبقى الكوول
من طرفين مش طرف واحد زي
الاول
كل ده بدأت اطبقه من بداية
الأسبوع ده وان شاء الله هعرف
حزرتك بالنتيجة كاملة لما اخلص
الكتاب إن شاء الله

8:50 PM

(8) معادلة الخير:

كيف تختصر 10 سنوات من التخييط؟



يتراجع أداء مندوبي الدعاية الطبية بنسبة 15-25% بعد سنتين الى 4 سنوات بدون *Deliberate Pactice*، مما يُسمى 'plateau effect'

هناك مفهوم مغلوط في عالمنا العربي يربط "الخبرة" بمجرد "تراكم السنوات". إذا قيل لك «هذا مندوب خبرة 10 سنوات»، فإليك المفاجأة: هذه المهنة (مثل غيرها) يمكنك أن تلم بمعظم أمورها وتحدياتها في سنة إلى سنتين فقط بتركيز شديد. وما سيمر عليك بعد ذلك هو مجرد "تكرار" لنفس التجربة بأسماء ومفردات مختلفة؛ فمعظم مشاكل الأطباء والعلماء وحلولها تكاد تكون واحدة. فلا يغرنك مَنْ يدّعي أنه خير لمجرد مرور الزمن عليه.

إذن، مَنْ هو الخير الحقيقي؟ لكي تصبح خيراً يُشار إليه بالبنان في مجالك (كما يوصي الخبراء ومنهم د. طارق السويدان)، يجب أن تلتزم بهذا "الحد الأدنى" من الخطة الخماسية:

تدخل العيادة بتكتيك محدد -> تفشل فيه -> تطلع تحليل الفشل (Feedback loop) -> تعدل التكتيك وتجربه في العيادة اللي بعدها. ده اللي بيحرق الـ 10 سنين في سنة. (Deliberate Practice).

الى يساعدك في التنفيذ العلمى التالى :

القراءة المنهجية: قراءة كتابين شهرياً (حوالي 200 صفحة للكتاب). أحدهما في صميم تخصصك (Selling/Marketing)، والآخر في مجال عام (علوم إنسانية/نفسية). ودقق دائماً في سنة الإصدار وخبرة المؤلف. (اكتب في بوت ال **AI** : BB)

المجلات العلمية المتخصصة: متابعة مجلتي شهرياً أو ربع سنوياً. في مجالنا، تعتبر مجلة (هارفارد بيزنس ريفيو HBR) كنزاً لا يقدر بثمن لمتابعة أحدث ما توصل إليه علم الإدارة والمبيعات. (المجلة متوفرة إلكترونياً باشتراك رمزي عبر تطبيق "مجرة"، وتقدم عروضاً ممتازة في المناسبات).

التدريب المستمر: حضور 3 دورات تدريبية سنوياً (مجموع 45 ساعة). خصص 30 ساعة منها لمجالك المباشر، و15 ساعة لغيرك.

Tom F

SUN 6:15 AM

متابعة ا

Tracy

أو ig.io

المؤتمرات

(خارج با

الماضي.)

مُسرع ا

الإنترنت،

والوصول

الأدوات

صباح الخير يدكتور علاء 🍀❤️

مُبراً دولياً

ليوم من

يارب حضرتك تكون بخير ❤️

مع ثورة

الإنجاز

لك لهذه

صباح الفل يا دكتور

اخبارك اي

عندي خبر يمكن يفرح حضرتك
حببت اقوله لك قبل ما يتم باذن
الله 🙏

ط...
ان تاني

لا تُقاس

انا في طريقي دلوقتي رايح إن
شاء الله

ستبدأ

(I

أمضي في
District manager

دعوات حضرتك 🙏❤️

بس

بس

الذ

مهرور الأ:

قا. ⚠️

في الغرق



ماشاء الله
الله اكبر



كيسولة مهنية (جامعة السيارة / المواصلات) :

متوسط الوقت الذي تقضيه في القيادة أو المواصلات يومياً هو ساعتين
في السنة نتحدث عن أكثر من (600 ساعة) مهدرة

قم بتحميل الكورسات، أو البودكاست (مثل: الإدارة في السيارة، أو مجرة)، أو ملخصات الكتب كملفات (MP3/Offline) حول سيارتك أو مقعدك في الباص إلى (جامعة متنقلة).

العائد المعرفي والمادي من هذه العادة سيذهلك خلال أشهر قليلة.

من الهدى النبوي:

لقد وضع رسول الله ﷺ دستوراً لإدارة الوقت وصناعة النجاح عندما قال لرجل يعظه:

«اغْتَنِمْ خَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ:
شَبَابَكَ قَبْلَ هَرَمِكَ،
وَصِحَّتَكَ قَبْلَ سَقَمِكَ،
وَعِثَّكَ قَبْلَ فَقْرِكَ،
وَقَرَأَتَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ،
وَحَيَاتَكَ قَبْلَ مَوْتِكَ».

تواصل الان
وشوف الكتاب كامل قبل الشراء
01020900012

وأكد على خطورة إهدار الوقت قائلاً:
«نِعْمَتَانِ مَغْبُوتٌ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ: الصَّحَّةُ وَالْفَرَاغُ».

لذا: طريق الخبراء مليء بالتحديات، وتطبيق كل ما سبق يحتاج لجهد استثنائي، ولكن القاعدة الإدارية القاسية تقول: "تجدد أو تبدد" (Innovate or Evaporate).

اختر لنفسك الطريق الذي ترضيه،

وتذكر دائماً وعد الله الحق:

{يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ} [سورة المجادلة: 11].