



اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية

مشروع التجمعات العنقودية لتطوير القطاع الخاص

دليل تنظيم لقاءات الأعمال المتخصصة

أيار 2016



اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية

مشروع التجمعات العنقودية لتطوير القطاع الخاص

دليل تنظيم لقاءات الأعمال المتخصصة

أيار 2016

تم إعداد هذا الدليل بدعم من مشروع التجمعات العنقودية الممول من الوكالة الفرنسية للتنمية والذي تنفذه وزارة الاقتصاد الوطني بالشراكة مع اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية. حيث قامت شركة مزايا لخدمات الأعمال بتطوير هذا الدليل لصالح المشروع من اجل مساعدة القائمين من موظفي اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء و المؤسسات الداعمة للتجمعات العنقودية في فلسطين على تنظيم لقاءات الأعمال من خلال خطوات واضحة ومحددة تم تقديمها في الدليل على شكل أنشطة متتالية ومفصلة ومرفقة بنماذج توضيحية لاستخدامها من قبل الموظفين المعنيين.

يعتبر هذا الدليل ومحتواه ملكا لاتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، ولا يعبر بالضرورة عن رأي الوكالة الفرنسية للتنمية أو الحكومة الفرنسية.



تم طباعة هذا الدليل بدعم من
الوكالة الفرنسية للتنمية

المحتويات

5	تعريفات
6	المقدمة
7	لقاءات الأعمال
8	2.1 أهمية لقاءات الأعمال
9	2.2 التخطيط لتنظيم لقاءات الأعمال
10	1. مرحلة ما قبل اللقاءات
10	1.1 تحديد القطاع والأسواق المستهدفة
18	1.2 إعداد خطط العمل التفصيلية
20	1.3 احتساب التكلفة الإجمالية وإعداد الميزانيات
22	1.4 تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها
23	1.5 تعبئة طلبات المشاركة من الشركات
25	1.6 تقييم طلبات الشركات واختيار الشركات المناسبة
26	1.7 تحويل الرسوم
27	1.8 تحديد مزودي الخدمات المختلفة
28	1.9 إعداد العطاءات
29	1.10 تذاكر السفر والإقامة في البلد المستضيف
30	1.11 جلسات التوجيه للمشاركين
32	1.12 السفر والوصول لمقرات الإقامة
32	2. مرحلة تنفيذ وإدارة الحدث
33	2.1 خطة العمل
34	2.2 الإشراف
34	2.3 التقييم والمتابعة
37	2.4 التوثيق

38

38

38

40

3. مرحلة ما بعد الحدث

3.1 خطة ما بعد الحدث

3.2 كتابة التقرير

3.3 التقييم



تعريفات

الترويج:

هو ذلك العنصر المتعدد الأشكال والمتفاعل مع غيره من عناصر المزيج التسويقي والهادف إلى تحقيق عملية الاتصال الناجمة بين ما تقدمه الشركات من سلع أو خدمات أو أفكار تعمل على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين من أفراد أو مؤسسات أو شركات ووفق إمكانياتهم.

ترويج التجارة:

وهو ذلك الجهد الذي تقوم به جهات متخصصة بهدف دعم جهود الشركات في تعريف المستهلكين بالمنتجات والخدمات من وقت لآخر وبما يساهم في إيصال الشركات لفئات المستهلكين المختلفين في الأسواق المحلية والخارجية.

التسويق:

مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات المستهلكين وتطوير مجموعة من المنتجات والخدمات ذات قيمة تعادل أو تضاهي متطلباتهم، وبالتالي هو الرابط بين الاحتياجات المادية للمجتمع وبين الاستجابة لتلبية تلك الحاجات.

لقاءات الأعمال

وهي لقاءات تجمع شركات ترغب بالتعاقد مع شركات أخرى في أسواق محددة بهدف تمثيلها أو اعتمادها كوسيط لمنتجات وخدمات الشركة في السوق المستهدف.

الثنائية:

مزودي الخدمات:

وهي شركات متخصصة في خدمات محددة تساهم في إنجاح تنظيم لقاءات الأعمال ومن الأمثلة عليها في هذا المجال خدمات تنظيم الحدث وخدمات التسويق والترويج.

جلسات التوجيه:

وهي لقاءات أو ندوات ينظمها منظم اللقاءات بهدف نقل المعلومات للمشاركين وتزويدهم بالأدوات الترويجية اللازمة لطبيعة اللقاءات وتعريفهم بخطة الحدث وأي معلومات ضرورية بهدف إنجاح مشاركتهم في اللقاءات الثنائية.

المقدمة

تعتبر العلاقات الاقتصادية بين الدول من أهم دعائم الاقتصاد التي تسعى إليها كافة الدول المتطورة والنامية على حد سواء، إذ أن العلاقات الاقتصادية الجيدة والمتينة والمبنية على أسس الاستفادة للجميع تعتبر رافدة للاقتصاد وداعمة له، من حيث كونها مصدرا مهما من مصادر الدخل للدولة والأفراد على حد سواء، ويقود تكوين العلاقات الاقتصادية بين الدول مجموعة من الشركات العاملة في القطاعات الاقتصادية المختلفة في تلك الدول، ترتبط مع نظيراتها بعلاقات عمل وتبادل تجاري يسهم في زيادة التدفق النقدي في بلاد الشركات، وزيادة فرص العمل وتخفيض مستويات الفقر وزيادة عائدات الدولة من الرسوم الجمركية والضرائب على الأفراد والشركات.

وكذلك يساهم التبادل التجاري في رفاهية الشعوب والأفراد وزيادة خياراتها وتنوعها من الخدمات والسلع التي تريدها، فعن طريق التبادل التجاري تتوفر أصناف وخدمات قد لا تكون متوفرة بشكل طبيعي في بلد معين، أو قد تكون متوفرة ولكن بخيارات محددة أو أسعار أعلى، ويحدث التبادل التجاري نتيجة حاجة الأسواق في بلد محدد لسلعة أو خدمة ما بشكل معين تكون متوفرة في بلد آخر، وبذلك يتم الاتفاق على جلب هذه السلعة أو الخدمة من البلد الآخر وفق شروط وأحكام معينة للبلد الذي يحتاجها، فتزيد بذلك الخيارات المتاحة للأسواق، ويتوفر للشركات التي تقوم بالتبادل التجاري الربح المنشود من عملياتها التجارية.

وتقوم الغرف التجارية والصناعية والزراعية عادة بعملية التبادل التجاري بالتعاون مع الحكومة في الكثير من بلدان العالم التي تتبع الاقتصاد الحر، ويكون دور الحكومات في صياغة الاتفاقيات التجارية بين البلدان وتوفير التسهيلات والحوافز لأصحاب الأعمال من الجهتين من أجل إبرام صفقات تعاون تجاري تعود بالنفع على كافة الأطراف، أما الغرف التجارية والصناعية، فيكون دورها في استغلال هذه الاتفاقيات التجارية وتحويلها إلى فرص حقيقية تعود بالنفع على الاقتصاد، وتقوم الغرف بتحديد السلع والخدمات الممكن تصديرها والبحث عن أسواق مستهدفة لهذه السلع والخدمات.

تعتبر الغرف عنوانا ووجهة معروفة عالميا على أنها تمثل العديد من الأعمال التي من الممكن مخاطبتها لتحقيق التعاون المنشود، وتتواجد الغرف في معظم دول العالم إن لم يكن جميعها، وينظم عملها قوانين تحدد أدوارها المنوطة ومسؤولياتها وشروط الانضمام إليها، بل وتخصص بعض الحكومات ميزانيات ضخمة للغرف من أجل تسهيل عملها في دعم الاقتصاد على المستويين المحلي والخارجي، وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي المرجو لهذه البلدان.

ويتعدد دور الغرف التجارية والصناعية والزراعية، فمن دور قانوني يتمثل مصالح أصحاب وصاحبات الأعمال أمام الحكومات، إلى دور تنموي وفني يتمثل بتأهيل الشركات العاملة على المستويات التسويقية والإنتاجية والإدارية، عن طريق تنفيذ برامج بناء القدرات والتحديث الصناعي وتوفير المعلومات التجارية لأصحاب العلاقة.

وكذلك تقوم الغرف بالعمل على الترويج لمنتجات وخدمات الشركات الأعضاء فيها عن طريق تنظيم العديد من النشاطات الترويجية على المستويين المحلي والعالمي، من أجل تعزيز فرص هذه الشركات في الوصول للأسواق العالمية وتقوية وتعزيز مكانتها وانتشارها في الأسواق المحلية.

وتستخدم الغرف العديد من الأدوات من أجل تسويق منتجات وخدمات أعضائها، ومن هذه الأدوات المعارض التجارية الشاملة والمتخصصة، ولقاءات أو اجتماعات العمل الثنائية، والبعثات التجارية. وفي هذا الدليل المعد لاتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، نسلط الضوء على إحدى أهم أدوات التسويق المتبعة عالمياً، وهي لقاءات الأعمال الثنائية.

لقاءات الأعمال

تعتبر لقاءات العمل الثنائية بين أصحاب الأعمال من دول مختلفة من أهم الوسائل التي تؤدي إلى عقد صفقات وتبادل تجاري، إذ أن اجتماعات العمل تتيح لكلا الطرفين فرصة واسعة للنقاش والتفاوض والاطلاع على العروض المقدمة ومناقشة الشروط بشكل أشمل، بل وحتى الاستفسار عن إمكانية تكييف وتعديل المنتج أو السلعة حسبما يريد الطرف الراغب في الشراء، وتتميز لقاءات الأعمال عن المعارض التجارية في كونها تركز على اللقاءات بين الجانبين المعنيين، وليس على عرض المنتجات أو الخدمات والزحام المرافق للمعارض، وكذلك كافة الأمور اللوجستية المتعلقة بالشحن والتحميل والتنزيل فتكون وجها لوجه، مع معرفة كل طرف من الطرفين أن الفرصة متاحة ومريحة لمناقشة متطلباته وحاجاته مع الطرف الآخر، الذي يعرف مسبقاً أن لديه احتياجاته أو ما يشابهها بشكل كبير، وما يتبقى هو مناقشة التفاصيل الفنية والشروط والأحكام.

تشكل الغرف العنوان الاقتصادي الأبرز لشركات القطاع الخاص على مستوى دول العالم أجمع، فهي تمثل تجمعات أصحاب التجارة والأعمال، والمظلة الممثلة لهم، ومصدر غني للمعلومات عن كل ما يتطلبه أصحاب وصاحبات الأعمال من دول أخرى، وتتمتع بكم هائل من العلاقات مع نظيراتها على مستوى العالم، وأسهمت هذه العلاقات ولا زالت تسهم في الكثير من التعاون الاقتصادي على مستوى الدول، بل وتعزيز العلاقات السياسية في بعض الأحيان، وتنظم الغرف على المستوى الفردي أو على مستوى الاتحادات الممثلة لها الكثير من الاجتماعات مع نظيراتها لبحث سبل التعاون الاقتصادي وإمكانية استفادة كل طرف من الآخر.

وتمثل لقاءات الأعمال أو اجتماعات الأعمال أداة تسويقية مهمة تستخدمها الغرف من أجل الترويج لمنتجات وخدمات منتسبيها، ولقاءات الأعمال هي عبارة عن حدث ترويجي ينظم مسبقاً بعد دراسة مستفيضة للقطاعات الاقتصادية القادرة على تصدير منتجاتها أو خدماتها بطريقة تلائم الأسواق المستهدفة التي يتم أيضاً تحديدها بعد دراسة حركة التجارة العالمية واتجاهات السلع والخدمات على مستوى العالم، ومن ثم تحديد مجموعة من

الأسواق على أنها أسواق مستهدفة، ويأتي ذلك دراسة لتلك الأسواق من ناحية حجمها ومستوى المنافسة ومن هم المنافسين وتفضيلات المستهلكين والأمور الإجرائية والقانونية واللوجستية الخاصة بتلك الأسواق.

ومن ثم يأتي دور استثمار العلاقات بين الغرف التجارية المحلية والغرف في تلك الأسواق من أجل طلب عقد اجتماع استكشافي على مستوى البلدين لبحث إمكانية عقد لقاءات أعمال بين القطاعين المستهدفين، ويتم تحديد المشاركين من الطرفين وفق آلية معينة يتفق عليها الطرفين كما سنتطرق إليه لاحقا في هذا الدليل، وقد تقوم غرفة تجارية أو صناعية منفردة بعقد لقاءات أعمال لأعضائها، أو قد يقوم اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية بتنظيم هذه اللقاءات على مستوى الوطن، على أن تكون هذه اللقاءات مخصصة لقطاع اقتصادي منفرد، ولا تكون شاملة لكافة القطاعات، إذ أن شموليتها تعني تشتت الجهود وعدم القدرة على التركيز على قطاع اقتصادي محدد من أجل تحقيق الاستفادة المرجوة.

أسهمت اجتماعات الأعمال في العديد من الصفقات التجارية الناجحة على مستوى العالم، وكذلك في تبادل المعرفة الفنية والخبرات بين العديد من الدول، وهي أداة تسويقية فعالة بكل المقاييس حتى لو لم يتم عقد صفقات أو الاتفاق على تبادل تجاري، فالمشاركة في اجتماعات الأعمال تكسب أصحاب وصاحبات الأعمال الخبرة في التجارة الدولية ومتطلباتها، وكذلك حاجات وتفضيلات الأسواق والمستهلكين في دول أخرى.

2.1 أهمية لقاءات الأعمال

تقوم العديد من دول العالم بتنظيم لقاءات أعمال لشركاتها عن طريق غرفها التجارية أو اتحادات الغرف التجارية فيها مع شركات نظيرة أو مستهدفة على مستوى العالم، بعد دراسة هذه الأسواق والخروج بنتيجة كونها مفيدة ومجدية تجاريا للشركات المحلية من عدمه، وتكمن أهمية لقاءات الأعمال في ما يلي:

1. تعتبر لقاءات الأعمال أهم منصة لترويج التجارة بسبب كونها توفر منصة للنقاش والتفاوض المباشر وجها لوجه بين أصحاب وصاحبات الأعمال من البلدين المعنيين وبحث إمكانيات التبادل والاتفاق على الشروط والأحكام.
2. تعزيز فرص الشركات المحلية والمصدرة في رفع حجم صادراتها.
3. ترويج المنتجات والخدمات في الأسواق العالمية.
4. إيجاد أسواق تصديرية جديدة للمنتجات والخدمات المنتجة محليا.
5. رفع كفاءة الشركات المحلية من خلال تبادل المعرفة والخبرات خلال لقاءات الأعمال.
6. تنويع المنتجات والخدمات المحلية لتلبية طلبات الأسواق العالمية.

7. زيادة فرص رفع حجم التبادل التجاري بين الدول مما يسهم في تنمية الاقتصاد وزيادة فرص العمل.

8. تعزيز العلاقات الثقافية بين الدول وتقويتها.

ولكل ما ذكر من فوائد أعلاه، تحرص الحكومات ومؤسسات القطاع الخاص على منح كافة التسهيلات لشركات القطاع الخاص وممثليها لعقد لقاءات أعمال فيما بينها بهدف تنمية العلاقات التجارية ومساعدة الشركات على تصدير منتجاتها بما يخدم المصلحة الوطنية للدولة.

2.2 التخطيط لتنظيم لقاءات الأعمال

يتطلب تنظيم لقاءات الأعمال الكثير من العمل والجهد للخروج بلقاءات أعمال مثمرة وناجحة لكلا الطرفين، ويتمحور العمل في لقاءات الأعمال في شقين فني ولوجستي، ويتمثل الشق الفني في تحديد القطاع الاقتصادي المحلي المستهدف وكذلك الشركات المستهدفة ضمن هذا القطاع وفق دراسات فنية واقتصادية لقدرة هذا القطاع والشركات المحددة على تلبية الطلبات في الأسواق المستهدفة، وكذلك دراسة الأسواق بشكل عام لتحديد الأسواق المستهدفة لهذا القطاع الاقتصادي، وبعد تحديد القطاع المستهدف والأسواق المستهدفة يبدأ العمل اللوجستي والتنسيقي بين الغرف أو الغرفة منفردة أو اتحاد الغرف مع نظرائهم في الأسواق المستهدفة لتنظيم لقاءات أعمال ناجحة بين القطاعين الاقتصاديين في كلا البلدين، وتتطلب هذه الجهود عناية فائقة والانتباه لأدق التفاصيل والإعداد لها باحترافية عالية مع منحها الوقت الكافي من التخطيط.

ويعتبر التخطيط الاحترافي الجيد لتنظيم هذه اللقاءات من أهم عوامل النجاح إن لم يكن أهمها على الإطلاق، ويؤدي التخطيط الاحترافي إلى نجاح الحدث وتحقيق الأهداف المرجوة منه، وكذلك يساهم في جعل الغرفة التجارية أو اتحادها المنظم قبلة لقطاعات اقتصادية أخرى ترغب في تنظيم لقاءات مشابهة.

وفي حال الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، فقد يكون المنظم للحدث هو غرفة تجارية محددة مثل غرفة الخليل أو نابلس أو غيرها لشركاتها المنتسبة لها ضمن قطاع اقتصادي معين، أو أن يكون المنظم هو اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية لأحد القطاعات الاقتصادية على مستوى الوطن، وفي كلا الحالتين، لا بد من تضافر الجهود من كلا الطرفين من أجل إنجاح الحدث، فيسهم كل طرف بدوره المحدد، وفي حال كون غرفة معينة تنظم الحدث، فيمكنها الاستفادة من المعلومات الاقتصادية حول الأسواق والخبرات الفنية المتوفرة في الاتحاد من أجل مساعدتها على تنظيم الحدث، وقياس قدرات الشركات الفنية من حيث قدرتها على تلبية طلبات الأسواق الخارجية، أما في حال كون الاتحاد هو المنظم لهذا الحدث، فتساهم الغرف منفردة بترشيح بعض من منتسبيها للمشاركة في هذا الحدث مع تسهيل الأمور اللوجستية المتعلقة.

وتماثل مثل المعارض التجارية، يقسم محترفو تنظيم لقاءات الأعمال تنظيم الحدث إلى ثلاث مراحل رئيسية:

1. مرحلة ما قبل الحدث.
2. مرحلة تنفيذ الحدث.
3. مرحلة ما بعد الحدث.

ونستعرض في هذا الدليل الأنشطة والمهام التفصيلية الواجب أخذها بعين الاعتبار عند تنظيم حدث لقاءات الأعمال.

1. مرحلة ما قبل اللقاءات

1.1 تحديد القطاع والأسواق المستهدفة

مما لا شك فيه أن الغرف التجارية والصناعية والزراعية واتحادها هي الجهة الأقدر على تحديد القطاعات الاقتصادية القوية القادرة على التصدير وتلبية متطلبات الأسواق الخارجية، إذ أن كم المعلومات التجارية الذي تتمتع به الغرف التجارية لا يتوفر لأي مؤسسة ممثلة لمصالح القطاع الخاص، فوزارة الاقتصاد الوطني هي الوزارة المنظمة لعمل القطاع الخاص، وتسعى إلى تقديم كافة التسهيلات الممكنة لها، ولكنها ليس الجهة الممثلة لمصالح هذا القطاع، بل يمثلها الغرف التجارية والصناعية والزراعية المنتخبة من قبل الجمعيات العمومية للغرف، والتي بدورها تتكون من منتسبي الغرف التجارية والصناعية والزراعية على مستوى الوطن.

ونتيجة لتوفر هذه المعلومات لدى الغرف واتحادها، ولوجود الكادر الفني المؤهل، تقوم الطواقم الفنية في الاتحاد والغرف بدراسة القطاعات الاقتصادية المحلية، أو بتحديث دراساتها الموجودة لديها، من أجل معرفة نقاط القوة والضعف، ولغايات التحديث والتمكين الصناعي والفني، ومن ثم تقوم هذه الطواقم الفنية بمقاربة هذه القطاعات مع مجموعة من القطاعات الاقتصادية المستهدفة في دول العالم من أجل تحديد السوق أو مجموعة الأسواق الأكثر ملاءمة للقطاعات المستهدفة، ويعتبر تحديد الأسواق من أهم النقاط الواجب دراستها بعناية فائقة من أجل ضمان نجاح الحدث ووجود شريحة من الزبائن الدوليين المحتملين الراغبين في عقد صفقات تجارية تعود بالنفع عليهم، هذا وتسهم الشركات المنتسبة إلى الغرف التجارية والصناعية والزراعية بدرجة كبيرة في تحديد الأسواق المستهدفة، إما عن طريق مراجعة شهادات المنشأ الصادرة عن الغرف، أو عن طريق تعبئة نموذج احتياجات الشركات والذي يقوم على معرفة القدرات الفنية للشركات ويحدد احتياجاتها في المجالات المختلفة وكذلك يحدد أسواقها الحالية والمستهدفة، ويعبأ هذا النموذج من قبل الأعضاء المنتسبين للغرف التجاري والذين لديهم شهادات تعامل بالتجارة الخارجية.

نموذج تحديد احتياجات الشركات	
	اسم الشركة
	العنوان
	رقم الهاتف
	الشخص المسؤول
	رقم الفاكس
	البريد الإلكتروني
	الموقع الإلكتروني
	منتجات الشركة
	الأسواق الحالية (الرجاء ذكر جميع الأسواق)
	الأسواق المستهدفة (الرجاء ذكر جميع الأسواق)
تحليل القدرات	
الإنتاج	

1. هل لديكم القدرة على إنتاج كميات كافية للتصدير؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم توفر المواد الخام
- ☐ عدم توفر المعدات والألات اللازمة
- ☐ ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج
- ☐ عدم توفر المساحات الكافية
- ☐ عدم توفر شروط التخزين
- ☐ غياب الكادر الفني المؤهل
- ☐ عدم وجود السيولة الكافية
- ☐ غير ذلك:

2. هل لديكم القدرة على تلبية متطلبات السوق الخارجي من ناحية الجودة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب إجراءات ضبط الجودة.
- ☐ عدم توفر المواد الخام المطلوبة.
- ☐ غياب الكادر الفني المؤهل.
- ☐ صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية الفنية.
- ☐ صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية المالية.
- ☐ غير ذلك:

3. هل لديكم القدرة على الإنتاج في الوقت المحدد؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم توفر عدد كاف من العمال.
- ☐ عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة.
- ☐ عدم توفر مدخلات الإنتاج في الوقت الملائم.
- ☐ عدم توفر السيولة النقدية.
- ☐ غير ذلك:

4. هل لديكم القدرة على الإنتاج بأسعار مقبولة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ ارتفاع كلفة المواد الخام.
- ☐ ارتفاع كلفة العمالة.
- ☐ ارتفاع كلفة مصادر الطاقة والمياه.
- ☐ عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة.
- ☐ غير ذلك:

التسويق

5. هل لديكم القدرة على التواصل مع مشتريين محتملين؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ عدم توفر المعلومات التجارية
- ☐ غير ذلك:

6. هل لديكم القدرة على الوصول لشرائح مختلفة من الزبائن المحتملين؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ عدم توفر المعلومات التجارية
- ☐ غير ذلك:

7. هل لديكم منشورات توضح منتجاتكم بتفاصيلها الفنية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

8. هل لديكم أدوات تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

9. هل لديكم خطة تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

10. هل لديكم دائرة تسويق أو موظفين تسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم وجود ضرورة.
- ☐ عدم وجود كادر مؤهل للتوظيف.
- ☐ غير ذلك:

11. هل لديكم معرفة بقنوات التسويق المتبعة في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب المعلومات التجارية.
- ☐ عدم وجود حاجة لذلك.
- ☐ غير ذلك:

12. هل لديكم القدرة على إنشاء قنوات توزيع؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم وجود القدرات الفنية.
- ☐ عدم المعرفة بقنوات التسويق.
- ☐ غياب الحاجة.
- ☐ غير ذلك:

13. هل لديكم معرفة بالمنافسين في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم توفر المعلومات التجارية.
- ☐ عدم معرفة مصادر المعلومات التجارية.
- ☐ عدم الحاجة.
- ☐ غير ذلك:

14. هل لديكم الطاقم المؤهل لإدارة المفاوضات التجارية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ غياب التدريب.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

15. هل لديكم المعرفة بإجراءات التسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

16. هل لديكم معرفة حول التعامل بالتجارة الخارجية؟

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

17. هل لديكم معرفة بإجراءات التصدير والوثائق المطلوبة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

18. ما هي الخدمات التي تتطلع شركتكم للحصول عليها من الغرفة لترويج تجارتكم في الأسواق الخارجية وفتح أسواق جديدة؟

19. هل ترغبون المشاركة في معارض وبعثات تجارية ولقاءات عمل ثنائية محددة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة نعم، الرجاء تحديدها:

20. الغرض من مشاركتكم في لقاءات الأعمال الثنائية هو:

- ☒ إيجاد وكيل لمنتجاتكم أو خدماتكم.
- ☒ إيجاد موزع لمنتجاتكم أو خدماتكم.
- ☒ الاستثمار المشترك في مشروع قائم.
- ☒ الاستثمار المشترك في مشروع جديد.

من المهم بدرجة كبيرة للجهة المنظمة للحدث أو للمشاركة به، تحديد السوق المستهدف لمعرفة إن كان هذا السوق يلبي الغرض أو الأغراض المرجوة منه، ولا يمكن الفصل بين دراسة القطاع الاقتصادي المستهدف والأسواق المستهدفة، إذ أن لكل سوق متطلباته الخاصة الواجب دراستها ومقاربتها مع قدرات القطاع الاقتصادي المستهدف من الحدث، إلا إذا كانت الدراسة لأغراض أخرى غير إقامة حدث معين في هذا السوق أو الأسواق، فحينها يمكن إجراء الدراسات الفنية للقطاعات الاقتصادية على حدة من أجل التعرف على إمكانياتها وقدراتها الإنتاجية والتسويقية واحتياجات التنمية الفنية فيها، ونلخص هنا أهم النقاط الواجب دراستها حين التخطيط لتنظيم لقاءات أعمال:

1. دراسة المنتج أو الخدمة المراد تسويقها من خلال لقاءات الأعمال، وإمكانية تطويرها وتفصيلها لملاءمة احتياجات الأسواق المستهدفة.
2. ومن ثم دراسة القدرات الإنتاجية للقطاع الاقتصادي المستهدف.
3. دراسة الأسواق المستهدفة لهذا القطاع، ومدى ملائمتها للمنتج أو للخدمة المقترحة.
4. حجم المنافسة في هذه الأسواق.
5. المنافسين المصدرين لهذه الأسواق وأسعار السلع والخدمات المستهدفة بهذه الأسواق.
6. تفضيلات المستهلكين الدوليين في هذه الأسواق.

وفي موضوع تحديد الأسواق، هناك الكثير من المواقع الإلكترونية العالمية المجانية التي تعطي لمحة عامة عن الأسواق العالمية واستهلاكها وحجم التجارة فيها والمصدرين لهذه الأسواق مثل موقع مركز التجارة العالمي وموقع الأمم المتحدة الإحصائي للتجارة وغيرها¹، هذا وتتوفر لدى الغرف التجارية والصناعية حول العالم العديد من المعلومات الاقتصادية الممكن تبادلها مع نظيراتها مما يحقق استفادة نوعية للغرف الفلسطينية واتحادها، إلا أن نموذج تحديد احتياجات الشركات أعلاه يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق هذه الغاية.

ولا تقتصر عملية تحديد الاحتياجات على الاستبيان المرفق أعلاه، بل هناك العديد من أدوات ووسائل تحديد الاحتياجات والتي نوصي أن تقوم كل غرفة باتباعها بشكل دوري لضمان التواصل مع الأعضاء وتصميم خدمات تلبي حاجاتهم، ومن تلك الوسائل:

- ورشات العمل: وهي لقاءات دورية تدعو لها الغرفة أعضائها للمشاركة وطرح افكارهم واحتياجاتهم ونقاشها على مستوى الحضور، ويمكن أن تقوم الغرفة بالإعداد لتلك الورشات من خلال تحضير مواضيع محددة للنقاش، كأن تخصص ورشة لخدمات التصدير، وورشة أخرى لتطوير الإنتاج وهكذا. كما يمكن أن تعقد الغرفة ورشات عمل متخصصة على مستوى القطاع الواحد وليس لكافة القطاعات مجتمعة، وهنا يمكن نقاش أكثر من موضوع في الورشة للقطاع الواحد مثل التصدير والتسويق والإنتاج وغيرها من المواضيع التي تهم القطاع.
- المجموعات البؤرية: وهي لقاءات عمل مصغرة تعقد لنقاش موضوع محدد وبمشاركة عدد قليل من الأعضاء (في العادة لا يتجاوز العدد 15 مشاركاً)، بحيث تقوم الغرفة باختيار عدد من الأعضاء من قطاع محدد لنقاش قضية تعتبر هامة للقطاع، وتقوم بطرح الأفكار ونقاشها مع الحضور بهدف الخروج بتوصيات حول تلك القضية المطروحة.
- اللقاءات الثنائية: وهي لقاءات تعقد بين ممثلي الغرفة وممثلي شركة محددة، بحيث يتم نقاش قضايا ذات علاقة بحاجات الشركة، وغالباً ما تكون هذه القضايا تهم شركات أخرى من نفس القطاع، ولكن يتم نقاشها على مستوى ثنائي بهدف التعمق في النقاش وطرح الأفكار بشكل أوسع، ويمكن تعميم نتائج وتوصيات اللقاءات الثنائية لخدمة القطاع بأكمله وليس فقط لشركة واحدة.

1 مواقع إحصائية عالمية يمكن الاستفادة منها في معرفة حجم الأسواق حسب المنتج:

<http://unstats.un.org/unsd/default.htm>

<http://comtrade.un.org>

<http://www.trademap.org>

<http://www.macmap.org>

1.2 إعداد خطط العمل التفصيلية

من أجل ضمان نجاح اللقاءات الثنائية، لا بد من توافر جميع العناصر في المكان والزمان المحدد لها وبالطريقة المخطط لها، وإعداد خطط العمل التفصيلية هو الخطوة الأكثر أهمية عند تنظيم لقاءات العمل، إذ أن العمل لتنظيم لقاءات ثنائية يتضمن الكثير من النقاط والعمليات والمراحل التي يجب تحديدها وبيانها بدقة ووضوح والتخطيط لها بعناية فائقة مع توزيع واضح للأدوار والمسؤوليات ووضع جدول زمني للتنفيذ للتأكد من ابتداء العمل في النشاط المعين والانتهاء منه في الوقت المحدد من أجل الوصول للقاءات الأعمال بجهوزية واستعداد تامين.

ويقسم محترفو لقاءات الأعمال خطة العمل إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

1. خطة ما قبل الحدث.

2. خطة التنفيذ خلال الحدث.

3. خطة ما بعد الحدث.

وتشكل الأقسام الثلاثة مجتمعة الخطة التفصيلية الشاملة للحدث، وفيما يلي نستعرض لكم خطة العمل الأولى: ما قبل اللقاءات، تحتوي على كافة الأنشطة مصنفة بدقة وضمن إطار زمني مع تحديد مسؤولية كل شخص عامل في الجهة المنظمة للحدث:

خطة ما قبل اللقاءات					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
تحديد الجهة الشريكة ومخاطبتها					
	تحديد الجهة الشريكة				
	الاتفاق على تنفيذ الحدث				
	تحديد الموقع والوقت				
	تحديد عدد الشركات من كل طرف				
	تحديد نوعية الشركات من الطرف المستضيف				
	الحصول على قائمة الشركات عند انتهاء التسجيل				
تسجيل الشركات					
	الإعلان عن اللقاءات				
	إعداد نموذج التسجيل للقاءات				
	إعداد نشرة معلومات عن اللقاءات				

				إرسال الدعوات	
				متابعة الشركات وجمع نماذج التسجيل	
				تجميع النبذات عن الشركات	
				تجميع جوازات السفر والصور الشخصية	
				احتساب وتحصيل رسوم المشاركة	
توظيف الجهة المزودة لخدمة اللقاءات في البلد المضيف					
				كتابة عطاء خدمة اللقاءات ومراجعته	
				طرح العطاء في البلد المضيف أو في فلسطين	
				استلام العروض الفنية والمالية	
				تحليل العروض	
				ترسية العروض	
				إصدار أمر الشراء وتوقيع الاتفاقية	
				تحويل الدفعة	
السفر والإقامة					
				إعلان الجريدة - عطاء السفر والإقامة	
				فتح العطاءات، التحليل والترسية	
				حجز التذاكر	
				إصدار التذاكر	
				حجز وسائل المواصلات للمطار	
				حجز الفندق	
				إبلاغ المشاركين بتفاصيل السفر والطيران والإقامة	
				تحويل الدفعة	
إصدار التأشيرات					
				الحصول على دعوة المشاركة من الجهة الشريكة	
				معرفة إجراءات الحصول على التأشيرات من الجهة الشريكة ومدى استعدادها للمساعدة	
				مخاطبة سفارة البلد المضيف	

				التأكد من تعبئة طلبات التأشيرات للمشاركين واستكمال الوثائق
				تعبئة طلبات التأشيرات لموظفي الجهة المنظمة
				متابعة إصدار التأشيرات
				استلام وتسليم جوازات السفر للمشاركين
الورشة التوجيهية				
				تحضير المادة التوجيهية - حقائق عن الأسواق المستهدفة، آليات البيع والشراء، المفاوضات
				تحديد موعد الورشة
				إرسال الدعوات للشركات
				تأكيد الحضور
				عقد الورشة

يدرك المحترفون في مجال تنظيم لقاءات الأعمال أن معظم العمل في هذا المجال هو في المرحلة الأولى، أي ما قبل النشاط، وتعتبر المرحلتان التاليتان رغم أهميتهما، استكمالاً للجهود المبذولة في المرحلة الأولى، وتسمى أيضا مراحل النتائج، أي الاستفادة من التحضيرات التي تم إعدادها مسبقا.

1.3 احتساب التكلفة الإجمالية وإعداد الميزانيات

وتشكل أحد أهم المراحل في تنظيم الأحداث، حيث تعاني العديد من المؤسسات من عدم قدرتها على احتساب التكاليف بالدقة المطلوبة، وغالبا ما تتحمل نفقات إضافية لم تكن محسوبة خلال إعداد الميزانيات، وفي هذا القسم نورد كافة البنود المالية من أجل احتساب كافة التكاليف المتعلقة بالنشاط.

فيما يلي، نستعرض لكم ميزانية تفصيلية لكافة بنود اللقاء، تم بناء الميزانية على أساس تنظيم نشاط لقاءات أعمال ثنائية لقطاع خدمات السياحة في ألمانيا، تشارك فيه 8 شركات من قطاع السياحة ممثلة بـ 8 أشخاص، بالإضافة إلى 2 من موظفي الغرفة أو اتحاد الغرف الذي يدوم لمدة يومين، علما أن التفاصيل الواردة قد تتغير تبعا لعدد الشركات وأجور وأثمان ورسوم الخدمات في البلد المستضيف وغيرها:

الرقم	البيان	وصف الوحدة	عدد الوحدات	تكلفة الوحدة	المجموع
1	إعلانات الجرائد - عطاء التذاكر والإقامة	مرة واحدة	1	300	300.00
2	إعلانات الجرائد - عطاء شركة تنظيم الحدث	مرة واحدة	1	700	700.00
3	إعلانات الجرائد - مكان الاجتماعات	مرة واحدة	1	700	700.00
4	أتعاب الشركة المنظمة للقاءات	مرة واحدة	1	50,000	50,000.00
5	تذاكر طيران المشاركين	شخص	8	650	5,200.00
6	تذاكر طيران الجهة المشرفة	شخص	2	650	1,300.00
7	تكاليف الإقامة بالفندق للمشاركين	ليلة	24	270	6,480.00
8	تكاليف الإقامة بالفندق للمنظمين	ليلة	10	270	2,700.00
9	أجور قاعات الاجتماعات	قاعة	2	2000	4,000.00
10	تكاليف المواصلات للمطار للمشاركين - ذهابا	شخص	8	0	-
11	تكاليف المواصلات للمطار للمنظمين - ذهابا	مرة واحدة	1	150	150.00
12	بدل الأجور اليومية للموظفين	يوم	10	115	1,150.00
13	تنقلات داخلية للمشاركين من الفندق لمكان الاجتماعات وبالعكس	يوم	2	200	400.00
14	تنقلات داخلية للمنظمين	يوم	10	100	1,000.00
15	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمشاركين	شخص	8	70	560.00
16	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمنظمين	شخص	2	70	140.00
17	تكاليف المواصلات للمطار للمشاركين والمنظمين - عودة	مرة واحدة	1	200	200.00
مجموع التكاليف					
18	احتياطي طوارئ		4%		2,624.30
	المجموع مع احتياطي الطوارئ				77,604.30
19	التكاليف الإدارية للجهة المنظمة		10%		7,498.00
المجموع الكلي					
85,102.30					

نلاحظ من بنود الميزانية، أن كل الأمور المتعلقة باللقاءات قد تم احتسابها وبناء على التكلفة الحقيقية والمأخوذة بدقة من محترفي تنظيم الاجتماعات، وتم مراجعتها مع الأسعار الحقيقية لمزودي الخدمات.

وباحتساب هذه التكلفة، يتضح أن تكلفة مشاركة كل شركة تحتسب كالآتي:

$$10,637.78 = 8 / 85,102.30 \text{ دولارا أمريكيا.}$$

علما بأنه يتم احتساب المعادلة التالية في حال عدم استخدام بند احتياطي الطوارئ:

$328.03 = 8 / 2,624.30$ دولارا أمريكيا، وهذا يمثل المبلغ الذي سيتم إرجاعه لكل شركة مشاركة في حال عدم استخدام ميزانية الطوارئ.

وعليه، فإن كل شركة عليها أن تدفع المبلغ المبين من أجل مشاركتها في اللقاءات الثنائية، ويبقى القرار متروكا للشركة لتقييم مدى استفادتها من اللقاءات مقارنة بالمبلغ المالي الذي ستدفعه في المقابل.

وعادة ما تكون هذه النشاطات مدعومة من قبل المانحين أو مصادر التمويل المختلفة، ويكون التمويل على أساس المشاركة في التكاليف، ولدينا مشاريع للمانحين تقوم بتغطية من 50 إلى 70% من التكاليف، وعند أخذ المتوسط وهو 60% تغطية من المانحين تكون تكلفة النشاط كالتالي:

$$51,061.38 = 60\% * 85,102.30$$

$51,061.38 - 34,040.92 = 17,020.46$ دولارا أمريكيا، وهو المبلغ الذي يتوجب على مجموع الشركات دفعه، أي أن كل شركة ستدفع:

$$4,255.12 = 8 / 34,040.92 \text{ دولارا أمريكيا}$$

1.4 تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها

يتم تحديد الشركات ضمن القطاع الاقتصادي المستهدف بناء على معايير واضحة ومحددة مسبقا من قبل إدارة العرفة المنظمة للاجتماعات أو الاتحاد، وتوضع المعايير من أجل ضمان تحقيق الهدف أو الأهداف الموضوعة للمشاركة في النشاط، وتختلف المعايير من جهة إلى أخرى ولكنها تتشارك جميعها في مجموعة من المعايير الرئيسية وهي:

1. وجود منتج أو خدمة لدى الشركة قابل للتصدير.
2. وجود طلب في الأسواق الخارجية على الخدمة أو المنتج.
3. تسجيل الشركة وحصولها على رخصة مزاولة الأعمال التجارية الخارجية.
4. قدرة الشركة على إنتاج الكميات المطلوبة لأسواق التصدير.

وتقوم الجهة المنفذة للنشاط باستهداف الشركات بطريقتين:

1. الإعلان عن النشاط والقطاع المستهدف في وسائل الإعلام المحلية.

2. الاتصال المباشر بالشركات.

وتلجأ الجهات المنفذة للمشاركة في الاجتماعات للإعلان عن النشاط في الصحف أو وسائل الإعلام المحلية في حال كون عدد الشركات القادرة على المشاركة في القطاع المستهدف كبيراً، أما في حال كون عدد شركات القطاع المستهدف قليلاً فإن الجهة المنظمة للمشاركة في النشاط تقوم باستهدافها عن طريق الاتصال المباشر، وفي كلا الحالتين، يتم إعلام الشركات بالنشاط وأهدافه وشروطه والفوائد المرجوة منه والرسوم المتعلقة.

وتتوافر لدى الغرف التجارية والصناعية واتحادها قوائم بالشركات العاملة في القطاعات الاقتصادية المختلفة والأسواق التي تستهدفها، وقدراتها التصديرية، وتشكل هذه القوائم قاعدة البيانات التي تنطلق بموجبها في مخاطبة الشركات.

1.5 تعبئة طلبات المشاركة من الشركات

تقوم الجهة المنفذة للنشاط بعد احتساب تكاليف المشاركة على كل شركة بالإعلان عن النشاط في وسائل الإعلان المحلية (عادة الصحف) أو من خلال التواصل المباشر مع مجموعة من الشركات المستهدفة، ويوضح الإعلان شروط المشاركة وقيمة الرسوم المشاركة والموع النهائي لاستلام طلبات التسجيل وطريقة دفع رسوم المشاركة، وتخصص الجهات المنفذة للقاءات أكثر من موظف واحد لمتابعة تسجيل الشركات وتحصيل رسوم المشاركة منها، وتكون لدى هذه الجهات نماذج تسجيل محددة تشمل الشروط ورسوم المشاركة والوثائق المطلوبة من كل شركة، ويعتبر طلب التسجيل أو المشاركة النشاط وثيقة قانونية ملزمة بمجرد التوقيع عليها وإعادتها أو إرسالها إلى الجهة المنظمة للقاءات، وتعتبر من أهم الخطوات في تنفيذ الأنشطة الخارجية، ويراعى في هذه العملية ما يلي:

1. الإعلان عن اللقاءات عبر التواصل المباشر مع الشركات المعنية.

2. كتابة طلبات التسجيل والمشاركة على أن تشمل ما يلي:

أ. شروط المشاركة وكذلك الشروط القانونية المترتبة على المشاركة.

ب. الموعد النهائي لاستلام طلبات التسجيل وتحويل الرسوم.

ت. الوثائق المطلوبة من كل شركة.

ث. طريقة دفع رسوم المشاركة وتفاصيل الحسابات البنكية والعملة.

3. تخصيص موظف واحد أو أكثر لمتابعة تسجيل الشركات وتحصيل رسوم المشاركة منها ومتابعة استلام كافة الوثائق المطلوبة.

ويعتبر طلب التسجيل أو المشاركة في الحدث وثيقة قانونية ملزمة بمجرد التوقيع عليها وإعادتها أو إرسالها إلى الجهة المنظمة للمعرض أو للمشاركة به، ويعتبر نموذج تسجيل المشاركة من أهم الوثائق المطلوبة والتي يجب الاحتفاظ بها وإرفاق نسخ أو صور عنها في تقرير اللقاءات النهائي.

وفيما يلي نموذج تسجيل الشركات لاجتماعات أو لقاءات أعمال:

نموذج تسجيل واشتراك - اجتماعات العمل في فرانكفورت - قطاع الخدمات السياحية			
اسم الشركة	اسم الشخص المسؤول		
المنصب في الشركة	العنوان		
رقم الهاتف	رقم الفاكس	البريد الإلكتروني	
الرسوم			
الرسوم بالدولار الأمريكي			
4500 دولار أمريكي		يعبأ ويعاد قبل تاريخ	
تشمل الرسوم ما يلي:			
تذاكر الطيران ذهابا وعودة على الدرجة الاقتصادية.		الإقامة لشخص واحد في فرانكفورت فندق 4 نجوم لمدة 3 ليالي.	
المواصلات من مكان الإقامة إلى قاعة الاجتماعات وبالعكس طيلة أيام الاجتماعات.		الهدايا الدعائية المقدمة من المنظم.	
شروط وأحكام المشاركة في اجتماعات الأعمال			
1. تلتزم الشركة بتسديد كامل تكلفة المشاركة المقررة وذلك فور التوقيع على هذا النموذج 2. في حال إلغاء المشاركة من قبل الشركة قبل موعد النشاط ب 20 يوم فسوف يتم خصم 85% من الرسوم وتصبح حق من حقوق المنظم 3. يلتزم المشاركون بدفع كافة انواع الضرائب و/أو الجمارك المفروضة وأية رسوم أو غرامات تفرض نتيجة لمشاركته لأي سبب كان وتُدفع مسبقا 4. يلتزم المشاركون التزاما كاملا بكافة تعليمات إدارة الجهة المنظمة للنشاط 5. لا يتحمل المنظمون للمشاركة أي مسؤولية قانونية أو مالية نتيجة إلغاء المشاركة أو تأجيلها من قبل المنظمين أو الداعمين ولأية اسباب 6. تنحصر مسؤولية المنظم بتنظيم وإدارة وترويج النشاط فقط وهو غير مسؤول عن حجم مبيعاتها 7. يتحمل المشاركون مسؤولية تأمين نفسه وموظفيه ولا يتحمل المنظم أية مسؤولية قانونية أو غيرها عن ذلك 8. يعتبر توقيع و/أو ختم هذا العقد يعتبر موافقة عليه وعلى كل ما جاء به وأنه ملزم إلزاما كاملا لمقدمه			

بيانات ممثل الشركة لغايات إصدار التأشيرات وحجز الفندق			
الاسم باللغة الإنجليزية حسب جواز السفر	رقم جواز السفر		
تاريخ صدور الجواز	تاريخ انتهاء الجواز		
إقرار			
أشهد أنا الموقع أدناه بأن كافة المعلومات الواردة في هذا الطلب صحيحة، كما وأتني أؤكد وأوافق وألتزم بكافة شروط الاشتراك الموضحة أعلاه وأتعهد بالالتزام بها كاملة.			
الاسم: المنصب: التوقيع والخاتم الرسمي: التاريخ:			
يرجى ايداع الرسوم المقررة في حساب المنظم رقم (.....) / بنك فرع وإرسال نسخة من الايداع على البريد الإلكتروني: مع الإشارة لاسم النشاط.			
يرجى تزويدنا ب: نبذة عن الشركة ومنتجاتها باللغة الإنجليزية، شعار الشركة عالي الجودة، صورة جواز سفر ممثل الشركة.			
ملاحظة هامة: تعبئة نموذج تقييم الجاهزية المرفق شرط أساسي للموافقة على طلب الشركة.			
الأولوية لمن يسجل ويدفع الرسوم أولا			

1.6 تقييم طلبات الشركات واختيار الشركات المناسبة

تقوم الغالبية العظمى من الجهات المنظمة للأنشطة الترويجية بتقييم طلبات المشاركة الواردة إليها من الشركات المختلفة، وذلك لاختيار الأنسب منها لضمان مشاركة أنجح في اللقاءات، حيث أن الشركات الجاهزة للمشاركة من كافة النواحي لديها فرصة أكبر في عقد صفقات تجارية ناجحة من الشركات الصغيرة التي قد تكون غير قادرة على تلبية طلبات الأسواق الخارجية.

والخطوات العملية لتقييم طلبات الشركات واختيار الشركات المناسبة هي:

1. إعداد نموذج جاهزية أو استعداد الشركات للتصدير أو تحديد احتياجات الشركات على أن يشمل ما يلي:
 - أ. قدرة الشركة على تلبية طلبات التصدير من ناحية جودة المنتج وموافقته للمعايير المطلوبة في الأسواق المستهدفة.
 - ب. قدرة الشركة على تلبية طلبات التصدير من ناحية الكميات المطلوبة وفي الأوقات المحددة.
 - ت. معرفة الشركة بإجراءات التصدير والوثائق المطلوبة.
 - ث. قدرة منتجات هذه الشركات على منافسة أسعار المنتجات النظيرة في الأسواق المستهدفة.
 - ج. وجود كادر الموظفين القادر على أداء هذه المهام وإدارتها بكفاءة عالية.

2. زيارة الشركة الراغبة في المشاركة لتقييم جاهزيتها للتصدير وتعبئة نموذج احتياجات الشركات.
 3. تحليل وتقييم طلبات المشاركة بناء على نموذج الجاهزية للتصدير أو الزيارة الميدانية للشركة الراغبة في المشاركة، وفي كلا الحالتين، تكون المعايير واضحة وشفافة للجميع من أجل تجنب أي نوع من أنواع المساءلة.
- وتخدم نماذج الجاهزية للتصدير أو تحديد احتياجات الشركات اتحاد الغرف أو الغرفة من ناحية تحديد احتياجات الشركات بشكل دقيق ووضع خطط العمل للتدخل والرفع من كفاءة وقدرة هذه الشركات على كافة المستويات الإنتاجية والتسويقية، إذ تعمل هذه النماذج مثل قواعد بيانات عن الشركات المختلفة واحتياجاتها من أجل تنفيذ مشاريع بناء قدرات أو مشاريع ترويجية في المستقبل لهم، هذا وتحفظ نماذج الجاهزية للتصدير لإرفاقها ضمن التقرير النهائي للحدث.

1.7 تحويل الرسوم

تحويل الرسوم ينقسم إلى قسمين رئيسيين هما:

1. تحويل الرسوم من الشركات الراغبة في المشاركة للجهة المنظمة للمشاركة.
 2. تحويل الرسوم للجهات الخارجية المزودة للخدمات المختلفة.
- بمجرد الموافقة على الشركات وتحديثها، تبدأ الخطوات العملية لتحويل الرسوم وتشمل ما يلي:
1. إبلاغ الشركة بالموافقة على طلب الاشتراك.
 2. الطلب من الشركة القيام بتحويل الرسوم المترتبة عليها وفقا لحسابات التكاليف أعلاه.
 3. إعلام الشركة بجميع البيانات المصرفية المطلوبة لتقوم بتحويل الرسوم المطلوبة بسهولة ويسر ودون عقبات إجرائية.
 4. تحديد موعد نهائي لتحويل الرسوم
 5. تعيين موظف من اتحاد الغرف أو الغرفة لمتابعة التحويلات والتأكد من دخولها في الحساب المعد لذلك.
- ويجب أن تقوم الجهة المنظمة للنشاط بتحديد موعد دقيق ونهائي للتحويل، بحيث يكون هذا الموعد سابقا لموعد تحويل الرسوم للجهات المزودة للخدمات المختلفة، لضمان وجود السيولة الكافية لتحويل الرسوم المترتبة على الجهة المنظمة للنشاط.

1.8 تحديد مزودي الخدمات المختلفة

يتضمن تنظيم اللقائات الثنائية الكثير من التحضيرات والخدمات، والكثير منها يتم عن طريق جهات أخرى غير الجهة المنظمة للحدث سواء كانت الغرفة أو اتحاد الغرف، وهي جهات أو مؤسسات متخصصة ومحترفة في مجالاتها، ولذا فإن الغرف التجارية الصناعية واتحاداتها يكون لديها شبكة واسعة من العلاقات مع المؤسسات المزودة للخدمة، وغالبا ما يتم شراء الخدمة عن طريق طرح عطاءات للعمل المطلوب إنجازه، وليس من الضرورة اختيار أقل العروض سعرا، بل يجب تقييم عروض الأسعار اعتمادا على عاملين رئيسيين:

1. العامل المالي: وهو السعر المطروح مقابل تقديم الخدمة أو إنجاز العمل.

2. العامل الفني: وهو التفاصيل الواضحة والدقيقة للعمل أو الخدمة التي ستقدم.

والخطوات العملية لتحديد مزودي الخدمات واستجلاب عروض الأسعار هي:

1. تحديد الأمور التي سيتم تكليف مزودي خدمات بالقيام بها بالإضافة للجهات المزودة للخدمات وهي:

الرقم	الخدمة	الجهة المقدمة للخدمة
1	خدمة تسجيل الشركات في البلد المستضيف	شركات إدارة الحدث / الجهة النظيرة
2	تذاكر الطيران	شركات السياحة والسفر
3	الإقامة في البلد المستضيف	شركات السياحة والسفر
4	الحملة الترويجية	شركات العلاقات العامة والدعاية
5	تصميم وتنفيذ الهدايا الدعائية	شركات العلاقات العامة والدعاية

2. إعداد قائمة أو مجموعة من القوائم بتفاصيل مزودي الخدمات المذكورة أعلاه وفق الجدول التالي:

شركات التصميم الهندسي					
الرقم	اسم الشركة	البلد / الموقع	الشخص المسؤول	أرقام الهاتف	البريد الإلكتروني
شركات إدارة الحدث					

شركات السياحة والسفر					
شركات العلاقات العامة					

3. تحديث هذه القوائم باستمرار لتوفير خيارات أكثر بصورة مستمرة.

4. ويمكن للغرفة أو الاتحاد اتخاذ قرار فيما إذا ترغب بشراء كل خدمة من الخدمات المطلوبة بشكل منفرد أو شراء كافة الخدمات المطلوبة للحدث من مزود واحد في حال توفر مزودي خدمات باستطاعتهم تلبية كافة الاحتياجات، وهذا قرار يعود لمنظم الحدث، فإما شراء كل خدمة من الخدمات المطلوبة من مزود خدمات أو شراء كافة الخدمات معا من نفس المزود. وهنا يجب أن يؤخذ ذلك بعين الاعتبار عند إعداد كراسة العطاء وطرحه وتقييمه وترسيته.

1.9 إعداد العطاءات

كتابة العطاءات لاستقدام العروض المالية والفنية هي عملية فنية دقيقة يقوم بها الموظفون المتخصصون في دائرة المشتريات بالتنسيق مع الموظفين الفنيين في دائرة ترويج التجارة، وتتم عملية العطاءات بالالتزام الكامل بنظام المشتريات المعتمد من قبل اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء، على أن تراعى الأمور التالية عند كتابة الشروط المرجعية للعطاءات:

- أ. كتابة الشروط الفنية الدقيقة للقيام بتنفيذ الخدمة من ناحية الكمية والعدد والنوعية والطريقة.
- ب. تحديد أدوار ومسؤوليات كلا من الطرفين، الجهة المزودة للخدمة والجهة المقدمة لها.
- ت. تاريخ البدء للخدمة وتاريخ الانتهاء منها.
- ث. شروط وأحكام تنفيذ الخدمة.
- ج. نوع وقيمة التعويضات في حال عدم تنفيذ الخدمة أو في حال تنفيذها بشكل غير سليم.
- ح. جهة التحكيم في حال الاختلاف أو الإخلال بشروط الاتفاق.
- خ. عرض العطاءات قبل نشرها على جهة استشارية قانونية للتأكد من سلامة وقانونية البنود.

وبعد الانتهاء من كتابة العطاءات يتم نشرها في وسائل الإعلام أو إرسالها عبر قنوات التواصل للشركات المزودة للخدمة مع تحديد مواعيد نهائية لاستلام العروض وكذلك بيان آلية استلام العروض.

وتوضع آلية لاستلام العروض وتحليلها وترسيبتها كالتالي:

1. تحديد موعد نهائي لاستلام العروض.
 2. تحديد الموظف الذي سيستلم العروض.
 3. تحديد موعد فتح العروض المقدمة وتحليلها.
 4. تشكيل لجنة لتحليل العطاءات على أن تشمل شخصا من المتخصصين في المعارض، أحد موظفي المشتريات، وأحد موظفي المحاسبة أو الدائرة المالية.
 5. تقييم العروض وفق الآتي:
 - أ. السعر وآلية الدفع.
 - ب. التفاصيل الفنية والالتزام بالشروط.
 - ت. الخبرة في تقديم الخدمة.
- ويتم ترسية العطاء على الجهة الحائزة على أفضل تقييم في الجوانب المذكورة أعلاه، وكذلك يتم إصدار أمر بشراء الخدمة وإرساله مباشرة للجهة الفائزة بالعطاء.

كذلك يتم حفظ محاضر العطاءات كاملة لإرفاقها في التقرير النهائي.

1.10 تذاكر السفر والإقامة في البلد المستضيف

عادة ما تقوم الجهات المنظمة للنشاطات بتوفير هذه الخدمة عن طريق شركات السياحة والسفر، إذ تقوم بطرح عطاء تذاكر الطيران مقترنا بعطاء الإقامة في الفنادق، إلا أن هناك بعض الجهات تقوم بطرح عطاءين منفصلين، والخطوات العملية اللازمة للحصول على هذه الخدمة هي:

1. تحديد مواعيد الوصول والإياب.
2. تحديد عدد مقاعد الطيران وعدد الغرف الفندقية.
3. تحديد نوع وتصنيف الطيران والفنادق حسب الميزانية المتاحة.
4. كتابة عطاء لتذاكر الطيران والإقامة الفندقية مع إيضاح كافة التفاصيل.

5. طرح العطاء في وسائل الإعلام المحلية أو إرساله مباشرة لمزودي الخدمة المحددين مسبقا.
 6. استلام العروض وتحليلها وترسية العطاء على الشركة التي يتم اختيارها وفقا للمعايير.
 7. إصدار أمر الشراء.
 8. متابعة الشركات الفائزة بالعطاء والحصول على التذاكر ومواعيد السفر والوصول وأسماء الفنادق وأرقام الغرف الفندقية.
- وتأخذ لجان تقييم العطاءات بالاعتبار الأمور التالية:

أولا: الفنادق

1. قرب المسافة بين الفندق وبين مكان النشاط أو الجهة المستضيفة.
2. سهولة الذهاب والعودة من الفندق إلى مكان الاجتماعات وبالعكس.
3. الخدمات المقدمة من الفندق للنزلاء.
4. أسعار الإقامة.

ثانيا: تذاكر الطيران

1. شركة الطيران.
2. الخطوط المتبعة.
3. أوقات الوصول والعودة.
4. أسعار التذاكر.

1.11 جلسات التوجيه للمشاركين

لا تكون معظم الشركات الراغبة بالمشاركة في اجتماعات العمل على خبرة ودراية كافيتين بالأسواق المستهدفة، أو في التعامل مع مشترين دوليين، أو قد تكون خبراتها تشمل أسواقا وأشخاصا غير الذين يستهدفهم النشاط، أو في الأمور اللوجستية المتعلقة بالأنشطة الترويجية الخارجية، ولذلك من الضرورة عقد جلسات توجيهية للمشاركين في اجتماعات الأعمال لتعريفهم بالأمور الفنية واللوجستية التي تسهل من مشاركتهم، وتزيد من احتمال نجاحهم في عقد صفقات تجارية تعود بالربح والفائدة على شركاتهم، وهو الهدف الأساس من مشاركتهم في النشاط، ولذلك تقوم الجهة المنظمة للنشاط سواء كانت الغرفة أو اتحاد الغرف بعقد جلسة أو جلستين توجيهيتين إن

اتسع الوقت للمشاركين، ويقوم موظفوها المحترفون في مجالي التسويق والأمور اللوجستية بتوجيه المشاركين حول ما يجب فعله لضمان مشاركة أنجح في النشاط، وتشمل الجلسات شقين رئيسيين:

الجانب الفني (التسويقي):

1. تفضيلات المشترين الدوليين: وهي عبارة عن معلومات حول تفضيلات المشترين في السوق المستهدف، تتعلق بالأحجام والمواد المستخدمة والطبيعة السكانية والدخل والثقافات في البلاد المستهدفة وتوضح ما يمكن فعله لتلبية هذه التفضيلات.
2. المنافسة في الأسواق المستهدفة: وهي معلومات عن حجم المنافسة في الأسواق المستهدفة ونوعها من ناحية كونها سعرية أو تعتمد على عوامل أخرى مثل الجودة والكمية وغيره.
3. إبراز الميزات الإيجابية للمنتج: وهي إعداد المشاركين بشكل جيد لإبراز الجوانب الإيجابية في منتجاتهم أو خدماتهم وما يميزها عن منتجات المنافسين.
4. تحضير أدبيات البيع: وهي عبارة عن المواد الدعائية والنشرات والتفاصيل الفنية للمنتج ومواصفاته وطرق استخدامه، والزبائن الدوليين ومدى تفوق المنتج أو الخدمة عن المنافسين وبطاقات الأعمال للمشاركين مبينا فيها عناوين الاتصال بوضوح.
5. توجيه الشركات المحلية المشاركة لمخاطبة نظيراتها في البلد المستضيف لحضور اللقاءات إن كان لديها عناوين اتصال أو زبائن مستهدفين في البلد المستضيف.
6. المفاوضات التجارية: وهي عبارة عن إكساب المشاركين بعض المعلومات حول طرق التفاوض الدولية المتبعة في المعارض وكيفية إقناع المشتري المحتمل والوصول لاتفاق مربح للطرفين.
7. التسعير من أجل التصدير: وهي عبارة عن المهارات الأساسية اللازمة لوضع أسعار أو المنتجات المراد تسويقها بعد أن يؤخذ بالحسبان تكاليف الشحن المرتبطة والتعرفة الجمركية وغيرها.
8. تبادل عناوين الاتصال: وهي ضرورة تبادل أرقام الهواتف والبريد الإلكتروني مع مشترين محتملين لإكمال عرض الشركة لهم وإيصاله بالطريقة الملائمة.

الجانب اللوجستي:

1. مواعيد السفر والوثائق المطلوبة.
2. أوقات التجمع للتوجه لمكان الاجتماعات والعودة منه والمواصلات المتوفرة.
3. كيفية الحصول على الخدمات المختلفة.

وعادة ما تعقد جلسات التوجيه للمشاركين قبل موعد الاجتماعات بفترة أيام معدودة، وتقوم بعض الجهات المنفذة للقاءات بإعداد نشرات خاصة تشمل كافة التفاصيل الفنية واللوجستية وتوزيعها على المشاركين.

1.12 السفر والوصول لمقرات الإقامة

الخطوات العملية للسفر ولوصول لمقرات الإقامة تشمل ما يلي:

1. تعيين أحد موظفي الاتحاد أو الغرفة لمتابعة كافة الأمور المتعلقة بسفر الأفراد المشاركين في اللقاءات.
2. جمع جوازات السفر وكتابة طلبات الحصول على تأشيرات الدخول للبلد المستضيف وإرسالها للسفارات المعنية.
3. متابعة إصدار تأشيرات الدخول وختم الجوازات.
4. إرسال الجوازات للمشاركين.
5. إعلام المشاركين بمواعيد الطيران الدقيقة وأوقات السفر والوصول لمطار الإقلاع وأرقام الرحلات والتأكد الموثق من استلام كل مشارك لهذه المعلومات.
6. إعداد قائمة تفصيلية بأسماء المشاركين في اللقاءات عن كل شركة، مع أرقام هواتفهم الخلية، وأرقام خلوية في حالة الضرورة لكل شخص، ووسيلة الوصول للمطار، وساعة الوصول، ورقم رحلة الطيران لكل مشارك في حال كون أحد المشاركين أو أكثر مسافرين باستخدام خطوط طيران أخرى أو رحلات أخرى، وكذلك محطات التوقف إن وجدت، وأرقام غرفهم الفندقية.

ونوضح هنا نموذجاً لللائحة تفصيلية تعطي للموظف المسؤول حالة كل مشارك فيما يتعلق بالسفر:

الرقم	اسم المشارك	الشركة	رقم المحمول	رقم الطوارئ	ساعة الوصول للمطار	الحالة	رقم الرحلة	ساعة الوصول	الحالة	وسيلة الوصول للفندق	الحالة	الفندق / رقم الغرفة	الحالة

توضح اللائحة أعلاه تفاصيل رحلات المشاركين ومواعيد وصولهم وأرقام الاتصال بهم وتتيح للموظف المسؤول متابعة كافة التفاصيل بدقة بالغة للتأكد من أن كل المشاركين وصلوا في المواعيد المحددة لهم ومحطات التوقف المختلفة تلافياً لأي طارئ.

7. توزع هذه اللائحة على موظفين اثنين من الجهة المنفذة للمشاركة في المعارض وتحدث باستمرار لمتابعة سفر المشاركين ووصولهم لمقرات إقامتهم في البلد المستضيف.

2. مرحلة تنفيذ وإدارة الحدث

2.1 خطة العمل

وهي المرحلة التي تحكم بنجاح أو فشل لقاءات الأعمال، وتعتمد بالأساس على قدرة المشاركين في إقناع الزوار بمنتجاتهم أو خدماتهم، وبميزاتها التنافسية وبقدرتهم على تطوير المنتج أو الخدمة ليتفق مع متطلبات الراغبين بالشراء، وتبدأ حال الوصول للبلد المستضيف ، وتتلخص بخطة العمل التالية:

خطة أثناء الاجتماعات (الحدث)					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
1	إعداد جدول اللقاءات بشكل احترافي بحيث لا يحتوي على تضارب في مواعيد أي شركة.				
2	التأكد من مكان اللقاءات وتوزيع الطاولات بشكل يضمن الخصوصية للمجتمعين.				
3	التأكد من وجود اسم كل شركة من البلد المضيف على الطاولة المخصصة لها.				
4	استقبال الشركات من الطرف الآخر وتسجيلها وتوجيهها حسب برنامج اللقاءات				
5	مراقبة أداء الشركات خلال الاجتماعات وتعقب الصفقات المحتملة				
6	توزيع وتعبئة نماذج التقييم				
7	المتابعة مع الصحافة				
8	التصوير				

وتشمل هذه المرحلة ما يلي:

1. وصول موظفي اتحاد الغرف أو الغرفة المنظمة للبلد المستضيف.
2. التأكد من كافة التفاصيل التي تم الاتفاق عليها مع شركة إدارة الحدث، ومنها توفير وسائل المواصلات للمشاركين من الفندق لمكان اللقاءات وبالعكس، والتبليغ الفوري عن أي مخالفة أو عدم مطابقة للشروط المتفق عليها.

3. التأكد من استلام جميع المشاركين لغرفهم الفندقية.
 4. الإشراف على تسجيل الشركات الراغبة بعقد اجتماعات عمل مع ممثلي الشركات الزائرة ووضع الجداول الزمنية لذلك والتأكد من حضور الجهات المسجلة وتبديل وتعديل المواعيد في حالة الضرورة لذلك.
 5. تقديم المساعدات الفنية من ناحية الترجمة وغيره إذا كانت هناك حاجة لذلك.
- من المهم جداً أثناء الحدث أن يكون موظفو الجهة المنظمة للمشاركة باللقاءات منتبهين جداً للمشاركين وتفاعلهم مع الزوار لتقديم الاستشارة الفورية وكذلك لتلافي أي مشاكل.

2.2 الإشراف

ويشمل الإشراف على التنفيذ الفعلي للنشاط من ناحية:

1. التأكد من وجود المشاركين في قاعات الاجتماعات المخصصة في الأوقات المحددة.
 2. التأكد من توفير وسائل النقل للمشاركين في الأوقات المحددة.
 3. الإشراف على الخدمات المقدمة لهم حسب المتفق عليه مع الجهات المزودة للخدمات المختلفة.
 4. الإشراف على الاجتماعات والتأكد من حضور جميع الجهات المسجلة للحضور بالتعاون مع الجهة المزودة للخدمة.
- من المهم جداً أثناء النشاط أن يكون موظفو الاتحاد أو الغرفة منتبهين جداً للاجتماعات وتفاعلهم مع نظرائهم لتقديم الاستشارة الفورية وكذلك لتلافي أي مشاكل غير متوقعة.

2.3 التقييم والمتابعة

ويشمل التقييم والمتابعة ما يلي:

إعداد وتوزيع نموذج تقييم يومي طيلة أيام النشاط على المشاركين لتعبئته من قبلهم، ويشكل هذا النموذج:

- أ. أداة لقياس نجاح اللقاءات وتحقيقها للأهداف المرجوة.
- ب. يبنى عليه قرار المشاركة فيه مرة أخرى من عدمه.
- ت. يشمل النموذج عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم.
- ث. أداة لقياس جدية المشاركين.

ج. أداة لمعرفة عدد الصفقات الناجحة والصفقات المحتملة.

ح. قياس أداء موظفي الاتحاد أو الغرفة المنظمة لمشاركتهم.

وفيما يلي نموذج تقييم يومي يعبأ من قبل الشركات بعد نهاية الاجتماعات كل يوم:

نموذج تقديم لقاءات عمل - يومي				
اسم الشركة				
هل تمكنتم من عقد صفقات خلال اليوم		نعم لا		
الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اليوم حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة		قيمة الصفقة	البلد المصدر له	المنتج
الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم				
الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام		جيد جدا	جيد	مقبول
				مضیعة للوقت
هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب		لا		
مستوى الخدمات المقدمة من قبل الجهة المنظمة للمشاركة		جيد جدا	جيد	مقبول
				سيء
مستوى الخدمات المقدمة من الجهة المنظمة للمشاركة		جيد جدا	جيد	مقبول
				سيء
أي ملاحظات ترغبون باطلاعنا عليها				

وقد تكتفي الجهة المنظمة للنشاط بتقييم واحد يعبأ في آخر يوم من أيام النشاط، ومن المهم جدا أن يراعى في نموذج التقييم اليومي أن يكون مختصرا ويتطرق بشكل مباشر إلى الأمور الفنية الخاصة بالاجتماعات.

ويكون نموذج التقييم النهائي أكثر شمولية من أجل الحصول على تقييم شامل للاجتماعات وما يجب أخذه بالاعتبار حين يتم تنظيم اجتماعات أخرى.

وفيما يلي نموذج تقييم نهائي للاجتماعات:

اسم الشركة أو المؤسسة					
تاريخ تعبئة الاستمارة					
هل هذه المشاركة الاولى لكم في اجتماعات الأعمال؟		نعم		لا	
هل هذا النشاط هو الاول لكم في هذه الدولة؟		نعم		لا	
هل تلقيتم جميع المعلومات التي تهكمكم حول النشاط قبل المشاركة؟		نعم		لا	
إذا كان أمكن، الرجاء الإشارة إلى/ أو ذكر التغييرات التي يمكن أن تطبق في عملكم نتيجة لمشاركتكم في هذا النشاط:		1.			
		2.			
		3.			
ممتاز	راضي جداً	راضي	متوسط	غير راضي	سيئة
ما هو مستوى رضاكم عن اجتماعات العمل بشكل عام؟					
ما هو مستوى رضاكم عن قدرتكم لمعرفة توجهات السوق المستهدف من خلال مشاركتكم في اللقاءات؟					
ما هو مستوى رضاكم عن الخدمات من الجهة المنظمة للمشاركة في اللقاءات فيما يخص الترتيبات الادارية والتحضيرات؟					
1. تحسن مستوى معرفتكم حول الأسواق المستهدفة وإجراءات الدخول لهذه الأسواق					
2. هل قابلت مشتريين أو مستوردين أو موزعين محتملين خلال المشاركة؟					
1. سوق لمنتج أو خدمة جديدة					
2. سوق لمنتج أو خدمة موجودة					
3. شريك لتطوير منتج جديد					
4. موزع أو وكيل					
5. نقل المعرفة جديدة عبر عقد صفقات					
الرجاء ذكر أية جوانب فنية يجب تحسينها لزيادة تأثير ونتيجة اللقاءات الثنائية					

هل تمكنتم من عقد صفقات خلال الاجتماعات		نعم		لا
الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اللقاءات حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة		قيمة الصفقة		البلد المصدر له
				المنتج
الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال النشاط				
الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام		جيد جدا	جيد	مقبول
		مضیعة للوقت		
هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب		نعم		لا

2.4 التوثيق

من المهم جدا أثناء النشاط تصوير اجتماعات العمل وكذلك توثيق الصفقات والصفقات المحتملة، وعدد الاجتماعات اليومية، من أجل المتابعة مع الشركات لاحقا حول الصفقات المحتملة وإدراج هذا كله في تقرير النشاط التفصيلي، وكذلك لدراسة التنفيذ وأخذ الدروس ومعرفة المعوقات والمشاكل إن وجدت وتحديد أنسب الطرق لتلافيها في الأنشطة المستقبلية.

3. مرحلة ما بعد الحدث

3.1 خطة ما بعد الحدث

عادة ما تكون لقاءات الأعمال الثنائية الخارجية مدعومة من جهات معينة، وهذه الجهات تتطلب تقارير تفصيلية حول ما تم إنجازه في النشاط، ونتائج النشاط والآثار الحالية والمتوقعة له، وحتى لو لم يكن النشاط مدعوماً من أي جهة، فمن المهم كتابة التقارير أو التقرير التفصيلي لتوضيح الإنجاز الذي تم عمله، والاستفادة من الدروس وبيان قصص النجاح، وفيما يلي نموذج لخطة ما بعد النشاط:

خطة ما بعد اللقاءات					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	الموعد الأولي	الموعد النهائي	حالة النشاط
1	توزيع استمارات التقييم الثانية				
2	البدء بإعداد التقرير				
3	المتابعة مع الصحافة				
4	جدولة متابعة الشركات لقياس النتائج				
5	توزيع وتعبئة نماذج التقييم الدورية				

3.2 كتابة التقرير

قد تبدو مهمة شاقة للبعض، إلا أن التوثيق لكل الأنشطة التي تمت قبل وخلال النشاط يساعد كثيراً ويجعل من هذه المهمة سهلة ولا تأخذ وقتاً طويلاً، إذ أن كل ما تم عمله موثق ومكتوب وما يتبقى هو تحويله إلى صورة تقريرية، ويختلف محتوى وشكل التقارير من مؤسسة إلى أخرى، إلا أن المكون العام لتقارير النشاط يكون بالذکر التفصيلي لكل ما تم في المراحل الثلاثة للنشاط، مع الكشوفات المالية والميزانيات ونتائج تحليل التقييمات المختلفة، والدروس المستفادة والتوصيات حول تنظيم أنشطة مشابهة مرة أخرى من عدمه، ويتم كتابة ثلاث تقارير كالآتي:

1. تقرير اللقاءات النهائي للجهة المانحة، ويشمل:

أ. حاجة القطاع المستهدف للترويج لمنتجاته.

ب. دراسة الأسواق المتاحة.

ت. اختيار المعرض وأهميته وأسباب اختياره والأسواق التي يخدمها.

ث. الشركات المشاركة مع نبذة عن كل شركة.

ج. جهوزية الشركات لدخول الأسواق الخارجية.

ح. الجهد المبذول في استقطاب الشركات.

خ. الخدمات والجهود المبذولة من قبل طواقم الاتحاد أو الغرفة أو كليهما معا.

د. آلية شراء الخدمات والعطاءات والمحاضر الخاصة بها وقرارات الترسية.

ذ. عدد الشركات المشاركة في البلد المستضيف.

ر. النتائج المتحققة.

ز. النتائج المرجوة.

س. آليات التقييم والمتابعة خلال وبعد اللقاءات.

ش. البيانات المالية التفصيلية.

ص. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحة.

ض. صور.

2. تقرير اللقاءات النهائي للشركات، ويحتوي التقرير على:

أ. مقدمة عن الحدث وأهميته.

ب. آلية اختيار البلد أو السوق المستهدف والأسباب.

ت. تحديد الجهة الشريكة وأسباب اختيارها.

ث. الخدمات الداخلية التي تم تقديمها للشركات من قبل موظفي الاتحاد أو الغرفة.

ج. الخدمات الخارجية التي تم تقديمها لتنظيم الحدث وأسباب اختيار مقدمي الخدمات.

ح. الجهد المبذول في دعوة الشركات من البلد المستضيف.

خ. عدد الشركات من البلد المستضيف.

د. نتائج اللقاءات بدون الإشارة إلى أسماء الشركات أو مع الإشارة إليها في حال موافقة الشركات المعنية.

ذ. التقييم النهائي للقاءات.

ر. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحين.

3. التقرير الإعلامي للقاءات، ويحتوي:

أ. أهمية اللقاءات في البلد المستضيف.

ب. الإشارة إلى القطاع المستهدف في اللقاءات.

ت. الإشارة إلى الجهة المنظمة والجهة الشريكة والمانحين.

ث. نتائج اللقاءات مع عدم الإشارة إلى أسماء الشركات.

3.3 التقييم

ومن أهم مكونات خطة ما بعد اللقاءات، عنصر المتابعة والتقييم مع الشركات، بحيث تتم المتابعة مع الشركات فور انتهاء اللقاءات من ناحية تعبئة استمارات التقييم لقياس نتائج الاجتماعات مباشرة، ومن ثم إعداد جدول للمتابعة الدورية مع المشاركين لقياس النتائج، حيث أن نتائج اللقاءات لا تظهر عادة مباشرة، بل تحتاج إلى فترة من الإعداد لكلا الطرفين حتى يتم إنجاز الصفقة بشكلها النهائي، ومن أفضل طرق المتابعة مع الشركات هي الاتصال المباشر وتعبئة نماذج المتابعة، وتكون مقسمة بحيث تتم أول متابعة بعد النشاط مباشرة، ومن ثم بعد شهر، وبعد ثلاثة أشهر، وبعد ستة أشهر، ما لم يتم إبلاغ الجهة المنظمة من قبل أحد المشاركين أو أكثر أن هناك تطورات تقضي بمتابعة يومية لهم لإنجاز صفقة أو اتفاق معين.



اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية

مشروع التجمعات العنقودية لتطوير القطاع الخاص

خطوات تنظيم لقاءات الأعمال المتخصصة

أيار 2016



اتحاد الغرف التجارية الصناعية الزراعية الفلسطينية

مشروع التجمعات العنقودية لتطوير القطاع الخاص

خطوات تنظيم لقاءات الأعمال المتخصصة

أيار 2016

تم إعداد هذا الدليل بدعم من مشروع التجمعات العنقودية الممول من الوكالة الفرنسية للتنمية والذي تنفذه وزارة الاقتصاد الوطني بالشراكة مع اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية. حيث قامت شركة مزايا لخدمات الأعمال بتطوير هذا الدليل لصالح المشروع من أجل مساعدة القائمين من موظفي اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء و المؤسسات الداعمة للتجمعات العنقودية في فلسطين على تنظيم لقاءات الأعمال من خلال خطوات واضحة ومحددة تم تقديمها في الدليل على شكل أنشطة متتالية ومفصلة ومرفقة بنماذج توضيحية لاستخدامها من قبل الموظفين المعنيين.

يعتبر هذا الدليل ومحتواه ملكا لاتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، ولا يعبر بالضرورة عن رأي الوكالة الفرنسية للتنمية أو الحكومة الفرنسية.



تم طباعة هذا الدليل بدعم من
الوكالة الفرنسية للتنمية

المحتويات

4	المقدمة
5	أقسام الدليل
7	خطوات العمل الرئيسية
10	القسم الأول
16	القسم الثاني
29	القسم الثالث
34	القسم الرابع

المقدمة

تشكل هذه الوثيقة أداة هامة لمنظمي لقاءات الأعمال الثنائية أو الجماعية، حيث تزود منظمي اللقاءات بخطوات عملية حول تنظيمها خطوة بخطوة، بداية من مرحلة تحديد الاحتياجات وتحديد القطاعات والأسواق المستهدفة لتنظيم اللقاءات فيها، مروراً بمرحلة التخطيط والإعداد لتنظيم اللقاءات، إلى إنجاز اللقاءات وتقييم أثرها بعد الإنجاز وإعداد التقارير اللازمة.

تمثل لقاءات الأعمال أو اجتماعات الأعمال أداة تسويقية مهمة تستخدمها الغرف التجارية والصناعية من أجل الترويج لمنتجات وخدمات منتسبها، ولقاءات الأعمال هي عبارة عن حدث ترويجي ينظم مسبقاً بعد دراسة مستفيضة للقطاعات الاقتصادية القادرة على تصدير منتجاتها أو خدماتها بطريقة تلائم الأسواق المستهدفة التي يتم أيضاً تحديدها بعد دراسة حركة التجارة العالمية واتجاهات السلع والخدمات على مستوى العالم، ومن ثم تحديد مجموعة من الأسواق على أنها أسواق مستهدفة، ويأتي ذلك دراسة لتلك الأسواق من ناحية حجمها ومستوى المنافسة ومن هم المنافسين وتفضيلات المستهلكين والأمور الإجرائية والقانونية واللوجستية الخاصة بتلك الأسواق.

ومن ثم يأتي دور استثمار العلاقات بين الغرف التجارية المحلية والغرف في تلك الأسواق من أجل طلب عقد اجتماع استكشافي على مستوى البلدين لبحث إمكانية عقد لقاءات أعمال بين القطاعين المستهدفين، ويتم تحديد المشاركين من الطرفين وفق آلية معينة يتفق عليها الطرفين كما سنتطرق إليه لاحقاً في هذا الدليل، وقد تقوم غرفة تجارية أو صناعية منفردة بعقد لقاءات أعمال لأعضائها، أو قد يقوم اتحاد الغرف التجارية والصناعية بتنظيم هذه اللقاءات على مستوى الوطن، على أن تكون هذه اللقاءات مخصصة لقطاع اقتصادي منفرد، ولا تكون شاملة لكافة القطاعات، إذ أن شموليتها تعني تشتت الجهود وعدم القدرة على التركيز على قطاع اقتصادي محدد من أجل تحقيق الاستفادة المرجوة.

أقسام الدليل

يقسم الدليل إلى أربعة أقسام رئيسية

1 تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

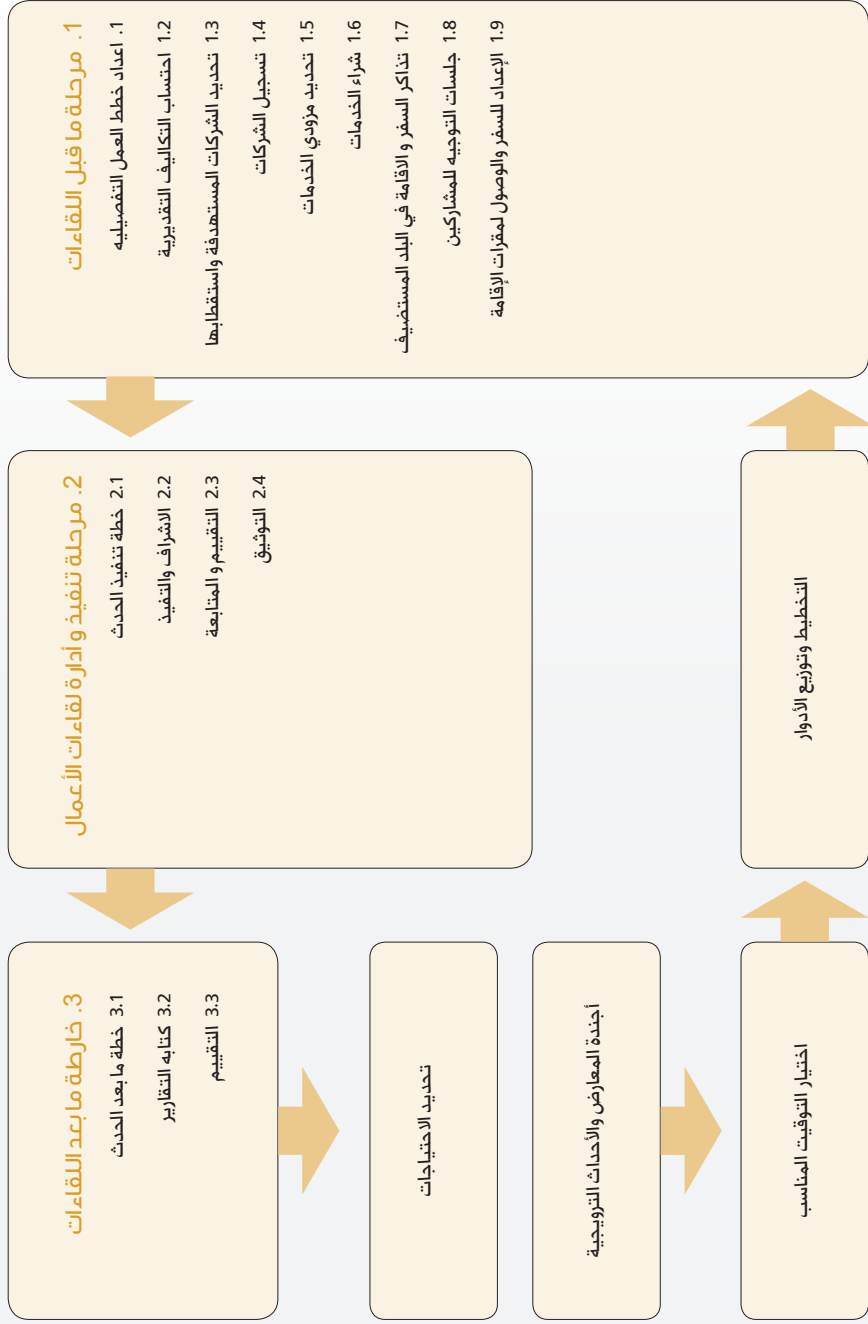
2 التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل لقاءات العمل

3 التنظيم والإشراف أثناء لقاءات العملاء لعمل

4 المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء لقاءات العمل

ويمثل الشكل التالي رسماً توضيحياً بخطوات كافة المراحل الأربعة المذكورة أعلاه.

خارطة تنظيم وإدارة لقاءات الأعمال



خطوات العمل الرئيسية

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الأول:

1 تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

استطلاع آراء أعضاء الغرفة حول احتياجاتهم من خدمات ترويج التجارة بشكل عام ولقاءات الأعمال بشكل خاص. وتتم هذه الخطوة باستخدام نموذج محدد مرة واحدة في السنة أو حسب الحاجة ومن خلال دراسة وتحليل المعلومات المتوفرة لدى الغرفة والاتحاد حول الأسواق الأخرى.

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الثاني:

2 التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل اللقاءات

إعداد خطة العمل التفصيلية

خطة عمل تفصيلية لكافة المهام الواجب إنجازها لضمان إنجاح اللقاءات، وتحتوي على الأنشطة والمهام لمراحل تنظيها وتعتبر خطة العمل بمثابة قائمة تفقد لضمان تنفيذ كافة الأنشطة والمهام الموكلة للمنظم.

احتساب التكاليف وإعداد الموازنة

وضع موازنة تقديرية لتكلفة تنظيم الحدث حسب نموذج الموازنة المرفق في الدليل. يمكن تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو الاستفسار عن بعض الأسعار من موردين معروفين لدى الاتحاد والغرف.

تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها (مرحلة التشبيك)

تحديد المعايير اللازمة للشركات المستهدفة للمشاركة في اللقاءات ضمن القطاع المستهدف لها، والاتصال بالشركات إما بشكل مباشر أو من خلال الإعلان عن الحدث في وسائل الإعلام المحلية.

تعبئة طلبات المشاركة من الشركات

باستخدام نموذج طلب المشاركة، تقوم الشركات بتعبئة الطلب وإرساله للاتحاد أو الغرفة ويحتوي على معلومات كاملة عن الشركة الراغبة بالمشاركة

دراسة طلبات الشركات وتطبيق معايير الاختيار لاختيار الشركات المشاركة	تقييم الطلبات
وتشمل جمع رسوم الاشتراك من الشركات المشاركة	تحويل الرسوم
بعض أنشطة وخدمات لقاءات الأعمال تقدم بالعادة من قبل مزودي الخدمات من القطاع الخاص، وهنا يجب تحديد الجهات القادرة على تزويد الخدمات اللازمة للحدث سواء في فلسطين أو في الدولة التي تنظم بها اللقاءات	تحديد مزودي الخدمات
باتباع نظام المشتريات الخاص بالاتحاد والغرف، استدراج العروض وإنجاز معاملات الشراء لكافة الخدمات اللازمة لتنظيم الحدث	شراء الخدمات
حجز تذاكر السفر وأماكن الإقامة للمشاركين في الحدث، وهي من الخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال موردين وشركات متخصصة	تذاكر السفر والإقامة
وهي لقاءات هامة لتعريف المشاركين بالمعلومات الهامة لإنجاح تجربتهم في اللقاءات الثنائية، وقد يكون هناك جزء تدريبي للمشاركين حسب الحاجة	جلسات التوجيه
المتابعة مع المشاركين لتسهيل سفرهم ووصولهم واستلامهم لغرف إقامتهم في الدولة المستضيفة للقاءات الأعمال	الإعداد للسفر والوصول لمقرات الإقامة

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الثالث:

التنفيذ وإدارة تنظيم اللقاءات

3

خطوة تنفيذ الحدث	خطوة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه أثناء فترة تنظيم اللقاءات
الإشراف والتنفيذ	استقبال الشركات الزائرة وتسجيلها والإشراف على سير العمل أثناء الاجتماعات ومتابعة قضايا المشاركين ونظرائهم من شركات الطرف الآخر
التقييم والمتابعة	جمع نموذج التقييم اليومي للمشاركين، ونموذج التقييم النهائي بعد نهاية اللقاءات بالكامل
التوثيق	تصوير اللقاءات وتوثيقها بوسائل مختلفة

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الرابع:

المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء الحدث

4

خطوة ما بعد اللقاءات	خطوة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه بعد الانتهاء من أيام اللقاءات
كتابة التقرير	تقرير شامل حول اللقاءات وتوثيق كافة المراحل
التقييم النهائي	متابعة تقييم الشركات للقاءات في مراحل مختلفة ولفترة زمنية لا تقل عن ستة أشهر لتحديد تأثير اللقاءات على أداء المشاركين

القسم الأول

تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

استطلاع آراء أعضاء الغرفة حول احتياجاتهم من خدمات ترويج التجارة بشكل عام ولقاءات الأعمال بشكل خاص. وتتم هذه الخطوة باستخدام نموذج محدد مرة واحدة في السنة ومن خلال دراسة وتحليل المعلومات المتوفرة لدى الغرفة والاتحاد حول الأسواق الأخرى.

تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

يعبأ النموذج رقم 1 أدناه مرة واحدة في السنة أو بشكل دوري لتمكين الغرفة من تحديد احتياجات أعضائها وبالتالي تحديد الأسواق المستهدفة، ويمكن استخدام أدوات أخرى لتحديد الاحتياجات إلى جانب الاستثمارة مثل ورشات العمل والمجموعات البؤرية واللقاءات المباشرة

تقوم الطواقم الفنية في اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء بدراسة القطاعات الاقتصادية المحلية، أو بتحديث دراساتها الموجودة لديها، من أجل معرفة نقاط القوة والضعف، ولغايات التحديث والتمكين الصناعي والفني، ومن ثم تقوم هذه الطواقم الفنية بمقاربة هذه القطاعات مع مجموعة من القطاعات الاقتصادية المستهدفة في دول العالم من أجل تحديد السوق أو مجموعة الأسواق الأكثر ملاءمة للقطاعات المستهدفة، ويعتبر تحديد الأسواق من أهم النقاط الواجب دراستها بعناية فائقة من أجل ضمان نجاح الحدث ووجود شريحة من الزبائن الدوليين المحتملين الراغبين في عقد صفقات تجارية تعود بالنفع عليهم هذا وتسهم الشركات المنتسبة إلى الغرف التجارية والصناعية والزراعية بدرجة كبيرة في تحديد الأسواق المستهدفة، إما عن طريق مراجعة شهادات المنشأ الصادرة عن الغرف، أو عن طريق تعبئة نموذج احتياجات الشركات والذي يقوم على معرفة القدرات الفنية للشركات ويحدد احتياجاتها في المجالات المختلفة وكذلك يحدد أسواقها الحالية والمستهدفة، ويعبأ هذا النموذج من قبل الأعضاء المنتسبين للغرف التجاري والذين لديهم شهادات تعامل بالتجارة الخارجية.

نموذج رقم 1: نموذج تحديد الاحتياجات

نموذج تحديد احتياجات الشركات	
	اسم الشركة
	العنوان
	رقم الهاتف
	الشخص المسؤول
	رقم الفاكس
	البريد الإلكتروني
	الموقع الإلكتروني
	منتجات الشركة
	الأسواق الحالية (الرجاء ذكر جميع الأسواق)
	الأسواق المستهدفة (الرجاء ذكر جميع الأسواق)
تحليل القدرات	
الإنتاج	

1. هل لديكم القدرة على إنتاج كميات كافية للتصدير؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم توفر المواد الخام
- ☐ عدم توفر المعدات والآلات اللازمة
- ☐ ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج
- ☐ عدم توفر المساحات الكافية
- ☐ عدم توفر شروط التخزين
- ☐ غياب الكادر الفني المؤهل
- ☐ عدم وجود السيولة الكافية
- ☐ غير ذلك:

2. هل لديكم القدرة على تلبية متطلبات السوق الخارجي من ناحية الجودة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب إجراءات ضبط الجودة.
- ☐ عدم توفر المواد الخام المطلوبة.
- ☐ غياب الكادر الفني المؤهل.
- ☐ صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية الفنية.
- ☐ صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية المالية.
- ☐ غير ذلك:

3. هل لديكم القدرة على الإنتاج في الوقت المحدد؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم توفر عدد كاف من العمال.
- ☐ عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة.
- ☐ عدم توفر مدخلات الإنتاج في الوقت الملائم.
- ☐ عدم توفر السيولة النقدية.
- ☐ غير ذلك:

4. هل لديكم القدرة على الإنتاج بأسعار مقبولة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ ارتفاع كلفة المواد الخام.
- ☐ ارتفاع كلفة العمالة.
- ☐ ارتفاع كلفة مصادر الطاقة والمياه.
- ☐ عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة.
- ☐ غير ذلك:

التسويق

5. هل لديكم القدرة على التواصل مع مشترين محتملين؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ عدم توفر المعلومات التجارية.
- ☐ غير ذلك:

6. هل لديكم القدرة على الوصول لشرائح مختلفة من الزبائن المحتملين؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ عدم توفر المعلومات التجارية
- ☐ غير ذلك:

7. هل لديكم منشورات توضح منتجاتكم بتفاصيلها الفنية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

8. هل لديكم أدوات تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

9. هل لديكم خطة تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ غياب الحاجة لها.
- ☐ عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها.
- ☐ عدم معرفة من يقوم بإنتاجها.
- ☐ غير ذلك:

10. هل لديكم دائرة تسويق أو موظفين تسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم وجود ضرورة.
- ☐ عدم وجود كادر مؤهل للتوظيف.
- ☐ غير ذلك:

11. هل لديكم معرفة بقنوات التسويق المتبعة في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ غياب المعلومات التجارية.

☐ عدم وجود حاجة لذلك.

☐ غير ذلك:

12. هل لديكم القدرة على إنشاء قنوات توزيع؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود القدرات الفنية.

☐ عدم المعرفة بقنوات التسويق.

☐ غياب الحاجة.

☐ غير ذلك:

13. هل لديكم معرفة بالمنافسين في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم توفر المعلومات التجارية.

☐ عدم معرفة مصادر المعلومات التجارية.

☐ عدم الحاجة.

☐ غير ذلك:

14. هل لديكم الطاقم المؤهل لإدارة المفاوضات التجارية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ غياب التدريب.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

15. هل لديكم المعرفة بإجراءات التسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

☐ عدم وجود ضرورة لذلك.

☐ عدم الممارسة.

☐ عدم وجود الكادر المؤهل.

☐ غير ذلك:

16. هل لديكم معرفة حول التعامل بالتجارة الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم وجود ضرورة لذلك.
- ☐ عدم الممارسة.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ غير ذلك:

17. هل لديكم معرفة بإجراءات التصدير والوثائق المطلوبة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب:

- ☐ عدم وجود ضرورة لذلك.
- ☐ عدم الممارسة.
- ☐ عدم وجود الكادر المؤهل.
- ☐ غير ذلك:

18. ما هي الخدمات التي تتطلع شركتكم للحصول عليها من الغرفة لترويج تجارتكم في الأسواق الخارجية وفتح أسواق جديدة؟

19. هل ترغبون المشاركة في معارض وبعثات تجارية ولقاءات عمل ثنائية محددة؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة نعم، الرجاء تحديدها:

20. الغرض من مشاركتكم في لقاءات الأعمال الثنائية هو:

- ☐ إيجاد وكيل لمنتجاتكم أو خدماتكم.
- ☐ إيجاد موزع لمنتجاتكم أو خدماتكم.
- ☐ الاستثمار المشترك في مشروع قائم.
- ☐ الاستثمار المشترك في مشروع جديد.

ويمكن للغرفة أن تشمل بعض لقاءات الأعمال ضمن أجندة المعارض الأنشطة الترويجية السنوية كما هو موضح في دليل تنظيم المعارض. ويمكن عقد لقاءات الأعمال في حدث منفرد ومتخصص للقاءات أو على هامش معرض تجاري.

القسم الثاني

التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل اللقاءات

إعداد خطة العمل التفصيلية

خطة عمل تفصيلية لكافة المهام الواجب إنجازها لضمان إنجاح اللقاءات، وتحتوي على الأنشطة والمهام لمراحل تنظيمها. وتعتبر خطة العمل بمثابة قائمة تفقد لضمان تنفيذ كافة الأنشطة والمهام الموكلة للمنظم.

من أجل ضمان نجاح الحدث، لا بد من توافر جميع العناصر في المكان والزمان المحدد لها وبالطريقة المخطط لها، وإعداد خطط العمل التفصيلية هو الخطوة الأكثر أهمية عند تنظيم لقاءات العمل، إذ أن العمل لتنظيم لقاءات العمل يتضمن الكثير من النقاط والعمليات والمراحل التي يجب تحديدها وبيانها بدقة ووضوح والتخطيط لها بعناية فائقة مع توزيع واضح للأدوار والمسؤوليات ووضع جدول زمني للتنفيذ للتأكد من ابتداء العمل في النشاط المعين والانتهاء منه في الوقت المحدد من أجل الوصول للقاءات الأعمال بجهوزية واستعداد تامين.

ويقسم محترفو لقاءات الأعمال خطة العمل إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

1. خطة ما قبل الحدث.

2. خطة التنفيذ خلال الحدث.

3. خطة ما بعد الحدث.

وتشكل الأقسام الثلاثة مجتمعة الخطة التفصيلية الشاملة للحدث، وفيما يلي نستعرض لكم خطة العمل الأولى: ما قبل اللقاءات، تحتوي على كافة الأنشطة مصنفة بدقة وضمن إطار زمني مع تحديد مسؤولية كل شخص عامل في الجهة المنظمة للحدث:

نموذج رقم 2: خطة العمل التفصيلية

خطة ما قبل اللقاءات					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
تحديد الجهة الشريكة ومخاطبتها					
	تحديد الجهة الشريكة				
	الاتفاق على تنفيذ الحدث				
	تحديد الموقع والوقت				
	تحديد عدد الشركات من كل طرف				
	تحديد نوعية الشركات من الطرف المستضيف				
	الحصول على قائمة الشركات عند انتهاء التسجيل				
تسجيل الشركات					
	الإعلان عن اللقاءات				
	إعداد نموذج التسجيل للقاءات				
	إرسال الدعوات				
	متابعة الشركات وجمع نماذج التسجيل				
	تجميع النبذات عن الشركات				
	تجميع جوازات السفر والصور الشخصية				
	احتساب وتحصيل رسوم المشاركة				
توظيف الجهة المزودة لخدمة اللقاءات في البلد المستضيف					
	كتابة عطاء خدمة اللقاءات ومراجعته				
	طرح العطاء في البلد المستضيف، أو في فلسطين				
	استلام العروض الفنية والمالية				
	تحليل العروض				
	ترسية العروض				
	إصدار أمر الشراء وتوقيع الاتفاقية				
	تحويل الدفعة				

الأمر اللوجستية				
السفر والإقامة				
				إعلان الجريدة - عطاء السفر والإقامة
				فتح العطاءات، التحليل والترسية
				حجز التذاكر
				إصدار التذاكر
				حجز وسائل المواصلات للمطار
				حجز الفندق
				إبلاغ المشاركين بتفاصيل السفر والطيران والإقامة
				تحويل الدفعة
إصدار التأشيرات				
				الحصول على دعوة المشاركة من الجهة الشريكة
				معرفة إجراءات الحصول على التأشيرات من الجهة الشريكة ومدى استعدادها للمساعدة
				مخاطبة سفارة البلد المستضيف
				التأكد من تعبئة طلبات التأشيرات للمشاركين واستكمال الوثائق
				تعبئة طلبات التأشيرات لموظفي الجهة المنظمة
				متابعة إصدار التأشيرات
				استلام وتسليم جوازات السفر للمشاركين
الورشة التوجيهية				
				تحضير المادة التوجيهية - حقائق عن الأسواق المستهدفة، آليات البيع والشراء، المفاوضات
				تحديد موعد الورشة
				إرسال الدعوات للشركات
				تأكيد الحضور
				عقد الورشة

خطة أثناء الاجتماعات (الحدث)					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
	إعداد برنامج اللقاءات بشكل محترف بحيث لا يتقاطع لقاءين لنفس الشركة في نفس الوقت				
	إعداد مكان اللقاءات والتأكد من توفر الطاولات الملائمة مع وجود اسم كل شركة مشاركة على طاولة منفردة				
1	استقبال الشركات من الطرف الآخر وتسجيلها وتوجيهها حسب برنامج اللقاءات				
2	مراقبة أداء الشركات الاجتماعات وتعقب الصفقات المحتملة				
3	توزيع وتعبئة نماذج التقييم				
4	المتابعة مع الصحافة				
	التصوير				

خطة ما بعد اللقاءات					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	الموعد الأولي	الموعد النهائي	حالة النشاط
1	البدء بإعداد التقرير				
2	توزيع استمارات التقييم الثانية				
3	المتابعة مع الصحافة				
4	جدولة متابعة الشركات لقياس النتائج				
5	توزيع وتعبئة نماذج التقييم الدورية				

وضع موازنة تقديرية لتكلفة تنظيم الحدث حسب نموذج الموازنة المرفق في الدليل. يمكن تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو الاستفسار عن بعض الأسعار من موردين معروفين لدى الاتحاد والغرفة

احتساب التكاليف وإعداد الموازنة

على موظف الغرفة أو الاتحاد تحديد بنود التكلفة اللازمة والواردة في نموذج رقم 3، تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو من خلال الاتصال بموردين الخدمات والاستفسار عن التكاليف التقديرية.

القيام بتعبئة النموذج رقم 3 لتحديد التكاليف الإجمالية لتنظيم اللقاءات وتحديد تكلفة الشركة الواحدة حسب نسبة التغطية من الجهة المانحة (إن وجدت)

نموذج رقم 3: موازنة تنظيم اللقاءات

الرقم	البيان	وصف الوحدة	عدد الوحدات	تكلفة الوحدة	المجموع
	إعلانات الإعلان عن اللقاءات	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - عطاء التذاكر والإقامة	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - عطاء الشركة الألمانية	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - مكان الاجتماعات	مرة واحدة			
	أتعاب الشركة المنظمة للقاءات	مرة واحدة			
	تذاكر طيران المشاركين	شخص			
	تذاكر طيران الجهة المشرفة	شخص			
	تكاليف الإقامة بالفندق للمشاركين	ليلة			
	تكاليف الإقامة بالفندق للمنظمين	ليلة			
	أجور قاعات الاجتماعات	قاعة			
	تكاليف المواصلات للمشاركين - ذهابا	شخص			
	تكاليف المواصلات للمطار للمنظمين - ذهابا	مرة واحدة			
	بدل الأجور اليومية للموظفين	يوم			
	تنقلات داخلية للمشاركين من الفندق لمكان الاجتماعات وبالعكس	يوم			
	تنقلات داخلية للمنظمين	يوم			
	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمشاركين	شخص			
	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمنظمين	شخص			
	تكاليف المواصلات للمطار للمشاركين والمنظمين - عودة	مرة واحدة			
	مجموع التكاليف				
	احتياطي طوارئ		4%		
	المجموع مع احتياطي الطوارئ				
	التكاليف الإدارية للجهة المنظمة		10%		
	المجموع الكلي				

تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها

تحديد المعايير اللازمة للشركات المستهدفة للمشاركة في اللقاءات ضمن القطاع المستهدف لها، والاتصال بالشركات إما بشكل مباشر أو من خلال الإعلان عن الحدث في وسائل الإعلام المحلية.

تحديد الشركات ضمن القطاع الاقتصادي المستهدف بناء على معايير واضحة ومحددة مسبقاً من قبل الغرفة المنظمة للاجتماعات أو الاتحاد، وتوضع المعايير من أجل ضمان تحقيق الهدف أو الأهداف الموضوعة للمشاركة في النشاط، وتختلف المعايير من جهة إلى أخرى ولكنها تتشارك جميعها في مجموعة من المعايير الرئيسية وهي:

1. وجود منتج أو خدمة لدى الشركة قابل للتصدير.
2. وجود طلب في الأسواق الخارجية على الخدمة أو المنتج.
3. تسجيل الشركة وحصولها على رخصة مزاولة الأعمال التجارية الخارجية.
4. قدرة الشركة على إنتاج الكميات المطلوبة لأسواق التصدير.

وتقوم الجهة المنفذة للنشاط باستهداف الشركات بطريقتين:

1. الإعلان عن النشاط والقطاع المستهدف في وسائل الإعلام المحلية.
2. الاتصال المباشر بالشركات.

وتلجأ الجهات المنفذة للمشاركة في الاجتماعات للإعلان عن النشاط في الصحف أو وسائل الإعلام المحلية في حال كون عدد الشركات القادرة على المشاركة في القطاع المستهدف كبيراً، أما في حال كون عدد شركات القطاع المستهدف قليلاً فإن الجهة المنظمة للمشاركة في النشاط تقوم باستهدافها عن طريق الاتصال المباشر، وفي كلا الحالتين، يتم إعلام الشركات بالنشاط وأهدافه وشروطه والفوائد المرجوة منه والرسوم المتعلقة.

وتتوافر لدى الغرف التجارية والصناعية واتحادها قوائم بالشركات العاملة في القطاعات الاقتصادية المختلفة والأسواق التي تستهدفها، وقدراتها التصديرية، وتشكل هذه القوائم قاعدة البيانات التي تنطلق بموجبها في مخاطبة الشركات.

تعبئة طلبات المشاركة من الشركات

باستخدام نموذج طلب المشاركة، تقوم الشركات بتعبئة الطلب وإرساله للاتحاد أو الغرفة ويحتوي على معلومات كاملة عن الشركة الراغبة بالمشاركة

الطلب من الشركات المعنية بالمشاركة تعبئة الطلب حسب النموذج رقم 4 وإعادته للغرفة قبل تاريخ محدد في الطلب.

نموذج رقم 4: طلب مشاركة في لقاءات الأعمال

نموذج تسجيل واشتراك اجتماعات العمل في فرانكفورت - قطاع الخدمات السياحية				
اسم الشركة		اسم الشخص المسؤول		
المنصب في الشركة		العنوان		
رقم الهاتف	رقم الفاكس	البريد الإلكتروني		
الرسوم				
الرسوم بالدولار الأمريكي				
4500 دولار أمريكي		يعبأ ويعاد قبل تاريخ		
تشمل الرسوم ما يلي:				
تذاكر الطيران ذهاباً وعودة على الدرجة الاقتصادية.		الإقامة لشخص واحد في فرانكفورت فندق 4 نجوم لمدة 3 ليالي.		
المواصلات من مكان الإقامة إلى قاعة الاجتماعات وبالعكس طيلة أيام الاجتماعات.		الهدايا الدعائية المقدمة من المنظم.		
شروط وأحكام المشاركة في اجتماعات الأعمال				
1. تلتزم الشركة بتسديد كامل تكلفة المشاركة المقررة وذلك فور التوقيع على هذا النموذج 2. في حال الغاء المشاركة من قبل الشركة قبل موعد النشاط ب 20 يوماً فسوف يت مخصص 85% من الرسوم وتصبح حق من حقوق المنظم 3. يلتزم المشارك بدفع كافة انواع الضرائب و/ أو الجمارك المفروضة أية رسوم أو غرامات تفرض نتيجة لمشاركته لأي سبب كان وتدفع مسبقاً 4. يلتزم المشارك التزاماً كاملاً بكافة تعليمات إدارة الجهة المنظمة للنشاط 5. لا يتحمل المنظمون للمشاركة أي مسؤولية قانونية أو مالية نتيجة إلغاء المشاركة أو تأجيلها من قبل المنظمين أو الداعمين ولأية اسباب 6. تنحصر مسؤولية المنظم بتنظيم وإدارة وترويج النشاط فقط وهو غير مسؤول عن حجم مبيعات الشركة المشاركة. 7. يتحمل المشارك مسؤولية تأمين نفسه وموظفيه ولا يتحمل المنظم أية مسؤولية قانونية أو غيرها عن ذلك 8. يعتبر توقيع و/ أو ختم هذا العقد يعتبر موافقة عليه وعلى كل ما جاء به وأنه ملزم إلزاماً كاملاً لمقدمه				
بيانات ممثل الشركة لغايات إصدار التأشيرات وحجز الفندق				
الاسم باللغة الإنجليزية حسب جواز السفر		رقم جواز السفر		
تاريخ صدور الجواز		تاريخ انتهاء الجواز		

إقرار

أشهد أنا الموقع أدناه بأن كافة المعلومات الواردة في هذا الطلب صحيحة، كما وأني أؤكد وأوافق وألتزم بكافة شروط الاشتراك الموضحة أعلاه وأتعهد بالالتزام بها كاملة.

الاسم: المنصب: التوقيع والخاتم الرسمي: التاريخ:

يرجى إيداع الرسوم المقررة في حساب المنظم رقم (.....) / بنك فرع وإرسال نسخة من الإيداع على البريد الإلكتروني: مع الإشارة لاسم النشاط.

يرجى تزويدنا ب: نبذة عن الشركة ومنتجاتها باللغة الإنجليزية، شعار الشركة عالي الجودة، صورة جواز سفر ممثل الشركة.

ملاحظة هامة: تعبئة نموذج تقييم الجاهزية المرفق شرط أساسي للموافقة على طلب الشركة. الأولوية لمن يسجل ويدفع الرسوم أولاً

تقييم الطلبات

دراسة طلبات الشركات وتطبيق معايير الاختيار لاختيار الشركات المشاركة

1. اختيار قائمة الشركات المرشحة للمشاركة في اللقاءات بناء على التزامها بالمعايير المحددة سابقا.
 2. مراسلة الشركات المرشحة لتأكيد مشاركتها بشكل نهائي.
 3. تأكيد المشاركة يتم من خلال تحويل الرسوم فقط، في حال عدم تحويل الرسوم تعتبر الشركة مستنكفة وتفقد حقها في المشاركة.
 4. مخاطبة الشركات الأخرى التي لم تكن مرشحة لاستبدال الشركات المستنكفة.
- في حال لم تقم الشركة المرشحة بتعبئة نموذج رقم 1 الخاص بتحديد الاحتياجات، يطلب منها تعبئة النموذج وإرساله للاتحاد أو الغرفة قبل اختيارها بشكل نهائي للتأكد من مطابقة المعايير على الشركة المرشحة.

تحويل الرسوم

وتشمل جمع رسوم الاشتراك من الشركات المشاركة

يطلب من الشركات الراغبة في المشاركة تحويل الرسوم إلى حساب الغرفة أو الاتحاد وتحديد موعد زمني محدد للتحويل، والذي يعتبر بمثابة تأكيد المشاركة.

تحديد مزودي الخدمات

بعض أنشطة وخدمات لقاءات الأعمال تقدم بالعادة من قبل مزودي الخدمات من القطاع الخاص، وهنا يجب تحديد الجهات القادرة على تزويد الخدمات اللازمة للحدث سواء في فلسطين أو في الدولة التي تنظم بها اللقاءات

تحديد الخدمات أو الأنشطة التي ترغب الغرفة أو الاتحاد بشراؤها من شركات متخصصة، وهنا يجب تحديد الخدمات التي سيتم تكليف مزودي خدمات بالقيام بها بالإضافة للجهات المزودة للخدمات وهي:

الرقم	الخدمة	الجهة المقدمة للخدمة
1	خدمة تسجيل الشركات في البلد المضيف	شركات إدارة الحدث / الجهة النظيرة
2	تذاكر الطيران	شركات السياحة والسفر
3	الإقامة في البلد المضيف	شركات السياحة والسفر
4	الحملة الترويجية	شركات العلاقات العامة والدعاية
5	تصميم وتنفيذ الهدايا الدعائية	شركات العلاقات العامة والدعاية

شراء الخدمات	باتباع نظام المشتريات الخاص بالاتحاد والغرف، استدراج العروض وإنجاز معاملات الشراء لكافة الخدمات اللازمة لتنظيم الحدث
--------------	--

تعتبر العطاءات عملية تفصيلية دقيقة يقوم بها موظفو ترويج التجارة مع مسؤولي المشتريات، وتتضمن كتابة الشروط الفنية للخدمات المستجبة من قبل شركات أخرى، وتشمل كتابة العطاءات ما يلي:

1. تحديد الجهات المزودة للخدمة بشكل دقيق.
2. تحديد الشروط الفنية الدقيقة للقيام بتنفيذ الخدمة.
3. تحديد أدوار ومسؤوليات كلا من الطرفين، الجهة المزودة للخدمة والجهة المقدمة لها.
4. تاريخ البدء للخدمة وتاريخ الانتهاء منها.
5. شروط وأحكام تنفيذ الخدمة.
6. نوع وقيمة التعويضات في حال عدم تنفيذ الخدمة أو في حال تنفيذها بشكل غير سليم.
7. جهة التحكيم في حال الاختلاف أو الإخلال بشروط الاتفاق.

وبعد أن تتم كتابة العطاءات بشكلها الفني والقانوني يتم إعلانها في وسائل الإعلان المختلفة أو يتم تحديد مجموعة من الجهات المقدمة للخدمة وإرسال العطاء مباشرة إليها عبر قنوات التواصل المختلفة، وتطرح العطاءات وفق تسلسل زمني دقيق حسب خطة العمل الموضوعة، فمثلا يطرح عطاء استقطاب وتسجيل الشركات في البلد المضيف قبل عطاء السفر والإقامة وهكذا، وتشكل لجنة مختصة لتقييم وتحليل عروض الأسعار المختلفة واختيار الجهة الأنسب لترسية العطاءات.

تذاكر السفر والإقامة

حجز تذاكر السفر وأماكن الإقامة للمشاركين في الحدث، وهي من الخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال موردين وشركات متخصصة

عادة ما تقوم الجهات المنظمة للنشاطات بتوفير هذه الخدمة عن طريق شركات السياحة والسفر، إذ تقوم بطرح عطاء تذاكر الطيران مقترنا بعطاء الإقامة في الفنادق، إلا أن هناك بعض الجهات تقوم بطرح عطاءين منفصلين، والخطوات العملية اللازمة للحصول على هذه الخدمة هي:

1. تحديد مواعيد الوصول والإياب.
2. تحديد عدد مقاعد الطيران وعدد الغرف الفندقية.
3. تحديد نوع وتصنيف الطيران والفنادق حسب الميزانية المتاحة.
4. كتابة عطاء لتذاكر الطيران والإقامة الفندقية مع إيضاح كافة التفاصيل.
5. طرح العطاء في وسائل الإعلام المحلية أو إرساله مباشرة لمزودي الخدمة المحددين مسبقا.
6. استلام العروض وتحليلها وترسية العطاء على الشركة التي يتم اختيارها وفقا للمعايير.
7. إصدار أمر الشراء.
8. متابعة الشركات الفائزة بالعطاء والحصول على التذاكر ومواعيد السفر والوصول وأسماء الفنادق وأرقام الغرف الفندقية.

وتأخذ لجان تقييم العطاءات بالاعتبار الأمور التالية:

أولاً: الفنادق

1. قرب المسافة بين الفندق وبين مكان النشاط أو الجهة المستضيفة.
2. سهولة الذهاب والعودة من الفندق إلى مكان الاجتماعات وبالعكس.
3. الخدمات المقدمة من الفندق للنزلاء.
4. أسعار الإقامة.

ثانياً: تذاكر الطيران

1. شركة الطيران.
2. الخطوط المتبعة.
3. أوقات الوصول والعودة.
4. أسعار التذاكر

لا تكون معظم الشركات الراغبة بالمشاركة في اجتماعات العمل على خبرة ودراية كافيتين بالأسواق المستهدفة، أو في التعامل مع مشترين دوليين، أو قد تكون خبراتها تشمل أسواقا وأشخاصا غير الذين يستهدفهم النشاط، أو في الأمور اللوجستية المتعلقة بالأنشطة الترويجية الخارجية، ولذلك من الضرورة عقد جلسات توجيهية للمشاركين في اجتماعات الأعمال لتعريفهم بالأمور الفنية واللوجستية التي تسهل من مشاركتهم، وتزيد من احتمال نجاحهم في عقد صفقات تجارية تعود بالربح والفائدة على شركاتهم، وهو الهدف الأساس من مشاركتهم في النشاط، ولذلك تقوم الجهة المنظمة للنشاط سواء كانت الغرفة أو اتحاد الغرف بعقد جلسة أو جلستين توجيهيتين إن اتسع الوقت للمشاركين، ويقوم موظفوها المحترفون في مجالي التسويق والأمور اللوجستية بتوجيه المشاركين حول ما يجب فعله لضمان مشاركة أنجح في النشاط، وتشمل الجلسات شقين رئيسيين:

الجانب الفني (التسويقي):

1. تفضيلات المشترين الدوليين: وهي عبارة عن معلومات حول تفضيلات المشترين في السوق المستهدف، تتعلق بالأحجام والمواد المستخدمة والطبيعة السكانية والدخل والثقافات في البلاد المستهدفة وتوضح ما يمكن فعله لتلبية هذه التفضيلات.
2. المنافسة في الأسواق المستهدفة: وهي معلومات عن حجم المنافسة في الأسواق المستهدفة ونوعها من ناحية كونها سعرية أو تعتمد على عوامل أخرى مثل الجودة والكمية وغيرها.
3. إبراز الميزات الإيجابية للمنتج: وهي إعداد المشاركين بشكل جيد لإبراز الجوانب الإيجابية في منتجاتهم أو خدماتهم وما يميزها عن منتجات المنافسين.
4. تحضير أدبيات البيع: وهي عبارة عن المواد الدعائية والنشرات والتفاصيل الفنية للمنتج ومواصفاته وطرق استخدامه، والزبائن الدوليين ومدى تفوق المنتج أو الخدمة عن المنافسين وإعداد بطاقات الأعمال المجهزة بكافة عناوين الاتصال وبشكل واضح.
5. توجيه الشركات المحلية المشاركة لمخاطبة نظيراتها في البلد المستضيف لحضور اللقاءات إن كان لديها عناوين اتصال أو زبائن مستهدفين في البلد المستضيف.
6. المفاوضات التجارية: وهي عبارة عن إكساب المشاركين بعض المعلومات حول طرق التفاوض الدولية المتبعة في المعارض وكيفية إقناع المشتري المحتمل والوصول لاتفاق مربح للطرفين.
7. التسعير من أجل التصدير: وهي عبارة عن المهارات الأساسية اللازمة لوضع أسعار أو المنتجات المراد تسويقها بعد أن يؤخذ بالحسبان تكاليف الشحن المرتبطة والتعرفة الجمركية وغيرها.

8. تبادل عناوين الاتصال: وهي ضرورة تبادل أرقام الهواتف والبريد الإلكتروني مع مشترين محتملين لإكمال عرض الشركة لهم وإيصاله بالطريقة الملائمة.

الجانب اللوجستي:

1. مواعيد السفر والوثائق المطلوبة.
 2. أوقات التجمع للتوجه لمكان الاجتماعات والعودة منه والمواصلات المتوفرة.
 3. كيفية الحصول على الخدمات المختلفة.
- وعادة ما تعقد جلسات التوجيه للمشاركين للمعلومات الفنية قبل وقت كافٍ لتمكينهم من إعداد المواد اللازمة للاستخدام أثناء اللقاءات، أما القضايا اللوجستية فتتم قبل موعد الاجتماعات بفترة أيام معدودة، وتقوم بعض الجهات المنفذة للقاءات بإعداد نشرات خاصة تشمل كافة التفاصيل الفنية واللوجستية وتوزيعها على المشاركين كبدل أو إلى جانب الجلسات التوجيهية.

المتابعة مع المشاركين لتسهيل سفرهم ووصولهم واستلامهم لغرف إقامتهم في الدولة المستضيفة للقاءات الأعمال

الإعداد للسفر والوصول لمقرات الإقامة

الخطوات العملية للسفر والوصول لمقرات الإقامة تشمل ما يلي:

1. تعيين أحد موظفي الاتحاد أو الغرفة لمتابعة كافة الأمور المتعلقة بسفر الأفراد المشاركين في اللقاءات.
2. جمع جوازات السفر وكتابة طلبات الحصول على تأشيرات الدخول للبلد المستضيف وإرسالها للسفارات المعنية. يجب الأخذ بعين الاعتبار الفترة الزمنية المطلوبة من كل دولة لإنجاز معاملات التأشيرات.
3. متابعة إصدار تأشيرات الدخول وختم الجوازات.
4. إرسال الجوازات للمشاركين.
5. إعلام المشاركين بمواعيد الطيران الدقيقة وأوقات السفر والوصول لمطار الإقلاع وأرقام الرحلات والتأكد الموثق من استلام كل مشارك لهذه المعلومات.
6. هي إعداد قائمة تفصيلية بأسماء المشاركين في اللقاءات عن كل شركة، مع أرقام هواتفهم الخلوية، وأرقام خلوية بديلة في حالة الضرورة لكل شخص، ووسيلة الوصول للمطار، وساعة الوصول، ورقم رحلة الطيران لكل مشارك في حال كون أحد المشاركين أو أكثر مسافرين باستخدام خطوط طيران أخرى أو رحلات أخرى، وكذلك محطات التوقف إن وجدت، وأرقام غرفهم الفندقية.

نموذج رقم 5: معلومات تخص سفر وإقامة المشاركين في اللقاءات

الرقم	اسم المشارك	الشركة	رقم المحمول	رقم الطوارئ	ساعة الوصول للمطار	الحالة	رقم الرحلة	ساعة الوصول	الحالة	وسيلة الوصول للفندق	الحالة	الفندق/ رقم الغرفة	الحالة

توضح اللائحة أعلاه تفاصيل رحلات المشاركين ومواعيد وصولهم وأرقام الاتصال بهم وتتيح للموظف المسؤول متابعة كافة التفاصيل بدقة بالغة للتأكد من أن كل المشاركين وصلوا في المواعيد المحددة لهم ومحطات التوقف المختلفة تلافياً لأي طارئ.

توزع هذه اللائحة على موظفين اثنين من الجهة المنفذة للمشاركة في المعارض وتحدث باستمرار لمتابعة سفر المشاركين ووصولهم لمقرات إقامتهم في البلد المستضيف.

القسم الثالث

التنفيذ وإدارة تنظيم اللقاءات

خطة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه أثناء فترة تنظيم اللقاءات	خطة تنفيذ الحدث
---	-----------------

تقوم الجهة المنظمة للمشاركة في المعرض بإعداد خطة التنفيذ الفعلي للحدث والإشراف على مجريات اللقاءات، وتعين هذه الجهة موظفيها المحترفين ليشرفوا على تنفيذ البنود الواردة في الخطة، والجدول أدناه يوضح نموذجاً لخطة العمل أثناء اللقاءات.

نموذج رقم 6: خطة التنفيذ أثناء اللقاءات

خطة أثناء الاجتماعات (الحدث)					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
1	إعداد جدول اللقاءات بشكل احترافي بحيث لا يحتوي على تضارب في مواعيد أي شركة.				
2	التأكد من مكان اللقاءات وتوزيع الطاولات بشكل يضمن الخصوصية للمجتمعين.				
3	التأكد من وجود اسم كل شركة من البلد المضيف على الطاولة المخصصة لها.				
4	استقبال الشركات من الطرف الآخر وتسجيلها وتوجيهها حسب برنامج اللقاءات				
5	مراقبة أداء الشركات خلال الاجتماعات وتعقب الصفقات المحتملة				
6	توزيع وتعبئة نماذج التقييم				
7	المتابعة مع الصحافة				
8	التصوير				

الإشراف والتنفيذ

استقبال الشركات الزائرة وتسجيلها والإشراف على سير العمل أثناء الاجتماعات ومتابعة قضايا المشاركين ونظرائهم من شركات الطرف الآخر

ويشمل الإشراف على التنفيذ الفعلي للنشاط من ناحية:

1. إعداد جدول اللقاءات بشكل احترافي بحيث لا يحتوي على تضارب في مواعيد أي شركة.
2. التأكد من مكان اللقاءات وتوزيع الطاولة بشكل يضمن الخصوصية للمجتمعين.
3. التأكد من وجود اسم كل شركة من البلد الزائر على الطاولة المخصصة لها.
4. التأكد من وجود المشاركين في قاعات الاجتماعات المخصصة في الأوقات المحددة.
5. التأكد من توفير وسائل النقل للمشاركين في الأوقات المحددة.
6. الإشراف على الخدمات المقدمة لهم حسب المتفق عليه مع الجهات المزودة للخدمات المختلفة.
7. الإشراف على الاجتماعات والتأكد من حضور جميع الجهات المسجلة للحضور بالتعاون مع الجهة المزودة للخدمة.
8. من المهم جدا أثناء النشاط أن يكون موظفو الاتحاد أو الغرفة منتبهين جدا للاجتماعات وتفاعلهم مع نظرائهم لتقديم الاستشارة الفورية وكذلك لتلافي أي مشاكل غير متوقعة.

التقييم والمتابعة

جمع نموذج التقييم اليومي للمشاركين، ونموذج التقييم النهائي بعد نهاية اللقاءات بالكامل

ويشمل التقييم والمتابعة ما يلي:

إعداد وتوزيع نموذج تقييم يومي طيلة أيام النشاط على المشاركين لتعبئته من قبلهم، ويشكل هذا النموذج:

- أ. أداة لقياس نجاح اللقاءات وتحقيقها للأهداف المرجوة.
- ب. يبنى عليه قرار المشاركة فيه مرة أخرى من عدمه.
- ج. يشمل النموذج عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم.
- د. أداة لقياس جدية المشاركين في اللقاءات.
- هـ. أداة لمعرفة عدد الصفقات الناجحة والصفقات المحتملة.
- و. قياس أداء موظفي الاتحاد أو الغرفة المنظمة لمشاركتهم.

نموذج رقم 7: استمارة تقييم يومي للمشاركين.

نموذج تقديم لقاءات عمل - يومي				
اسم الشركة				
هل تمكنتم من عقد صفقات خلال اليوم		☐ لا ☐ نعم		
المنتج	البلد المصدر له	قيمة الصفقة		الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اليوم حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة
الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم				
مضيعة للوقت	مقبول	جيد	جيد جدا	الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام
لا				هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب
سيء	مقبول	جيد	جيد جدا	مستوى الخدمات المقدمة من قبل الجهة المنظمة للمشاركة
سيء	مقبول	جيد	جيد جدا	مستوى الخدمات المقدمة من الجهة المنظمة للمشاركة
أي ملاحظات ترغبون بإطلاعنا عليها				

وقد تكتفي الجهة المنظمة للنشاط بتقييم واحد يعبأ في آخر يوم من أيام النشاط، ومن المهم جدا أن يراعى في نموذج التقييم اليومي أن يكون مختصرا ويتطرق بشكل مباشر إلى الأمور الفنية الخاصة بالاجتماعات.

ويكون نموذج التقييم النهائي أكثر شمولية من أجل الحصول على تقييم شامل للاجتماعات وما يجب أخذه بالاعتبار حين تنظيم اجتماعات أخرى.

نموذج رقم 8: استمارة تقييم نهائي للحدث.

اسم الشركة أو المؤسسة					
تاريخ تعبئة الاستمارة					
هل هذه المشاركة الاولى لكم في اجتماعات الأعمال؟		نعم	لا		
هل هذا النشاط هو الاول لكم في هذه الدولة؟		نعم	لا		
هل تلقيتم جميع المعلومات التي تهمكم حول النشاط قبل المشاركة؟		نعم	لا		
إذا كان أمكن، الرجاء الإشارة إلى أو ذكر التغييرات التي يمكن أن تطبق في عملكم نتيجة لمشاركتكم في هذا النشاط:		1. 2. 3.			
ممتاز	راضي جداً	راضي	متوسط	غير راضي	سيئة
ما هو مستوى رضاكم عن اجتماعات العمل بشكل عام؟					
ما هو مستوى رضاكم عن قدرتكم لمعرفة توجهات السوق المستهدف من خلال مشاركتكم في اللقاءات؟					
ما هو مستوى رضاكم عن الخدمات من الجهة المنظمة للمشاركة في اللقاءات فيما يخص الترتيبات الادارية و التحضيرات؟					
1. تحسن مستوى معرفتكم حول الأسواق المستهدفة وإجراءات الدخول لهذه الأسواق					
2. هل قابلت مشتريين أو مستوردين أو موزعين محتملين خلال المشاركة؟					
1. سوق لمنتج أو خدمة جديدة 2. سوق لمنتج أو خدمة موجودة 3. شريك لتطوير منتج جديد 4. موزع أو وكيل 5. نقل المعرفة جديدة عبر عقد صفقات					
هل كنت تبحث عن (الرجاء وضع إشارة دائرية حول الاختيار أو الاختيارات المناسبة).					

		الرجاء ذكر أية جوانب فنية يجب تحسينها لزيادة تأثير ونتيجة اللقاءات الثنائية
لا	نعم	هل تمكنتم من عقد صفقات خلال الاجتماعات
البلد المصدر له	قيمة الصفقة	الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اللقاءات حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة
		الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال النشاط
جيد	جيد جدا	الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام
لا	نعم	هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب

التوثيق	تصوير اللقاءات وتوثيقها بوسائل مختلفة
---------	---------------------------------------

من المهم جدا أثناء النشاط تصوير اجتماعات العمل وكذلك توثيق الصفقات والصفقات المحتملة، وعدد الاجتماعات اليومية، من أجل المتابعة مع الشركات لاحقا حول الصفقات المحتملة ولإدراج هذا كله في تقرير النشاط التفصيلي، وكذلك لدراسة التنفيذ وأخذ الدروس ومعرفة المعوقات والمشاكل إن وجدت وتحديد أنسب الطرق لتلافيها في الأنشطة المستقبلية.

القسم الرابع

المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء الحدث

خطوة ما بعد الحدث	خطوة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه بعد الانتهاء من أيام اللقاءات
-------------------	--

نموذج رقم 9: خطة المتابعة لمرحلة ما بعد الحدث

خطة ما بعد اللقاءات					
الرقم	النشاط	الموظف المسؤول	الموعد الأولي	الموعد النهائي	حالة النشاط
1	البدء بإعداد التقرير				
2	توزيع استمارات التقييم الثانية				
3	المتابعة مع الصحافة				
4	جدولة متابعة الشركات لقياس النتائج				
5	توزيع وتعبئة نماذج التقييم الدورية				

كتابة التقرير	تقرير شامل حول اللقاءات وتوثيق كافة المراحل
---------------	---

قد تبدو مهمة شاقة للبعض، إلا أن التوثيق لكل الأنشطة التي تمت قبل وخلال النشاط يساعد كثيرا ويجعل من هذه المهمة سهلة ولا تأخذ وقتا طويلا، إذ أن كل ما تم عمله موثق ومكتوب وما يتبقى هو تحويله إلى صورة تقريرية، ويختلف محتوى وشكل التقارير من مؤسسة إلى أخرى، إلا أن المكون العام لتقارير النشاط يكون بالذكر التفصيلي لكل ما تم في المراحل الثلاثة للنشاط، مع الكشوفات المالية والميزانيات ونتائج تحليل التقييمات المختلفة، والدروس المستفادة والتوصيات حول تنظيم أنشطة مشابهة مرة أخرى من عدمه، ويتم كتابة ثلاث تقارير كالتالي:

1. تقرير اللقاءات النهائي للجهة المانحة، ويشمل:

- أ. حاجة القطاع المستهدف للترويج لمنتجاته.
- ب. دراسة الأسواق المتاحة.
- ت. اختيار المعرض وأهميته وأسباب اختياره والأسواق التي يخدمها.
- ث. الشركات المشاركة مع نبذة عن كل شركة.

- ج. جهوزية الشركات لدخول الأسواق الخارجية.
- ح. الجهد المبذول في استقطاب الشركات.
- خ. الخدمات والجهود المبذولة من قبل طواقم الاتحاد أو الغرفة أو كليهما معا.
- د. آلية شراء الخدمات والعطاءات والمحاضر الخاصة بها وقرارات الترسية.
- ذ. عدد الشركات المشاركة في البلد المستضيف.
- ر. النتائج المتحققة.
- ز. النتائج المرجوة.
- س. آليات التقييم والمتابعة خلال وبعد اللقاءات.
- ش. البيانات المالية التفصيلية.
- ص. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحة.
- ض. صور.

2. تقرير اللقاءات النهائي للشركات، ويحتوي التقرير على:

- أ. مقدمة عن الحدث وأهميته.
- ب. آلية اختيار البلد أو السوق المستهدف والأسباب.
- ت. تحديد الجهة الشريكة وأسباب اختيارها.
- ث. الخدمات الداخلية التي تم تقديمها للشركات من قبل موظفي الاتحاد أو الغرفة.
- ج. الخدمات الخارجية التي تم تقديمها لتنظيم الحدث وأسباب اختيار مقدمي الخدمات.
- ح. الجهد المبذول في دعوة الشركات من البلد المستضيف.
- خ. عدد الشركات من البلد المستضيف.
- د. نتائج اللقاءات بدون الإشارة إلى أسماء الشركات أو مع الإشارة إليها في حال موافقة الشركات المعنية.
- ذ. التقييم النهائي للقاءات.
- ر. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحين.

3. التقرير الإعلامي للقائات، ويحتوي:

- أ. أهمية اللقائات في البلد المستضيف.
- ب. الإشارة إلى القطاع المستهدف في اللقائات.
- ت. الإشارة إلى الجهة المنظمة والجهة الشريكة والمانحين.
- ث. نتائج اللقائات مع عدم الإشارة إلى أسماء الشركات.

التقييم النهائي

متابعة تقييم الشركات للقائات في مراحل مختلفة ولفترة لا تقل عن ستة أشهر لتحديد تأثير اللقائات على أداء المشاركين

ومن أهم مكونات خطة ما بعد اللقائات، عنصر المتابعة والتقييم مع الشركات، بحيث تتم المتابعة مع الشركات فور انتهاء اللقائات من ناحية تعبئة استمارات التقييم لقياس نتائج الاجتماعات مباشرة، ومن ثم إعداد جدول للمتابعة الدورية مع المشاركين لقياس النتائج، حيث أن نتائج اللقائات لا تظهر عادة مباشرة، بل تحتاج إلى فترة من الإعداد لكلا الطرفين حتى يتم إنجاز الصفقة بشكلها النهائي، ومن أفضل طرق المتابعة مع الشركات هي الاتصال المباشر وتعبئة نماذج المتابعة، وتكون مقسمة بحيث تتم أول متابعة بعد النشاط مباشرة، ومن ثم بعد شهر، وبعد ثلاثة أشهر، وبعد ستة أشهر، ما لم يتم إبلاغ الجهة المنظمة من قبل أحد المشاركين أو أكثر أن هناك تطورات تقضي بمتابعة يومية لهم لإنجاز صفقة أو اتفاق معين.



اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية
Federation of Palestinian Chambers of Commerce, Industry & Agriculture



اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية مشروع التجمعات العنقودية لتطوير القطاع الخاص

تنظيم لقاءات الأعمال المتخصصة

Tool Kit

إعداد شركة مزايا لخدمات الأعمال



كانون أول/ديسمبر 2015

تم إعداد هذا الدليل بدعم من مشروع التجمعات العنقودية الممول من الوكالة الفرنسية للتنمية والذي تنفذه وزارة الاقتصاد الوطني بمشاركة اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية. حيث قامت شركة مزايا لخدمات الأعمال بتطوير هذا الدليل لمساعدة القائمين من موظفي اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة على تنظيم لقاءات الأعمال من خلال خطوات واضحة ومحددة تم تقديمها في الدليل على شكل أنشطة متتالية ومفصلة ومرفقة بنماذج توضيحية لاستخدامها من قبل الموظفين المعنيين.

يعتبر هذا الدليل ومحتواه ملكا لاتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، ولا يعبر بالضرورة عن رأي الوكالة الفرنسية للتنمية أو الحكومة الفرنسية.

3.....	المقدمة
4.....	أقسام الدليل
0.....	خطوات العمل الرئيسية
3.....	القسم الأول
10.....	القسم الثاني
23.....	القسم الثالث
28.....	القسم الرابع

المقدمة

تشكل هذه الوثيقة أداة هامة لمنظمي لقاءات الأعمال الثنائية أو الجماعية، حيث تزود منظمي اللقاءات بخطوات عملية حول تنظيمها خطوة بخطوة، بداية من مرحلة تحديد الاحتياجات وتحديد القطاعات والأسواق المستهدفة لتنظيم اللقاءات فيها، مروراً بمرحلة التخطيط والإعداد لتنظيم اللقاءات، إلى إنجاز اللقاءات وتقييم أثرها بعد الإنجاز وإعداد التقارير اللازمة.

تمثل لقاءات الأعمال أو اجتماعات الأعمال أداة تسويقية مهمة تستخدمها الغرف التجارية والصناعية من أجل الترويج لمنتجات وخدمات منتسبها، ولقاءات الأعمال هي عبارة عن حدث ترويجي ينظم مسبقاً بعد دراسة مستفيضة للقطاعات الاقتصادية القادرة على تصدير منتجاتها أو خدماتها بطريقة تلائم الأسواق المستهدفة التي يتم أيضاً تحديدها بعد دراسة حركة التجارة العالمية واتجاهات السلع والخدمات على مستوى العالم، ومن ثم تحديد مجموعة من الأسواق على أنها أسواق مستهدفة، وبلي ذلك دراسة لتلك الأسواق من ناحية حجمها ومستوى المنافسة ومن هم المنافسين وتفضيلات المستهلكين والأمور الإجرائية والقانونية واللوجستية الخاصة بتلك الأسواق.

ومن ثم يأتي دور استثمار العلاقات بين الغرف التجارية المحلية والغرف في تلك الأسواق من أجل طلب عقد اجتماع استكشافي على مستوى البلدين لبحث إمكانية عقد لقاءات أعمال بين القطاعين المستهدفين، ويتم تحديد المشاركين من الطرفين وفق آلية معينة يتفق عليها الطرفين كما سنتطرق إليه لاحقاً في هذا الدليل، وقد تقوم غرفة تجارية أو صناعية منفردة بعقد لقاءات أعمال لأعضائها، أو قد يقوم اتحاد الغرف التجارية والصناعية بتنظيم هذه اللقاءات على مستوى الوطن، على أن تكون هذه اللقاءات مخصصة لقطاع اقتصادي منفرد، ولا تكون شاملة لكافة القطاعات، إذ أن شموليتها تعني تشتيت الجهود وعدم القدرة على التركيز على قطاع اقتصادي محدد من أجل تحقيق الاستفادة المرجوة.

أقسام الدليل

يقسم الدليل إلى أربعة أقسام رئيسية

1. تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

2. التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل لقاءات العمل

3. التنظيم والإشراف أثناء اللقاءات

4. المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء لقاءات العمل

ويمثل الشكل التالي رسماً توضيحياً بخطوات كافة المراحل الأربعة المذكورة أعلاه.

خارطة تنظيم وإدارة لقاءات الأعمال

3 • إعداد خطة العمل

3.1 - إعداد خطة العمل

3.2 - كتابة التقارير

3.3 - التقييم

2 مرحلة تنفيذ وإدارة لقاءات الأعمال

2.1 خطة تنفيذ الحدث

2.2 الإشراف والتنفيذ

2.3 التقييم والمتابعة

2.4 التوثيق

• إعداد خطة العمل

1. إعداد خطط العمل التفصيلية

1.2 احتساب التكاليف التقديرية

1.3 تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها

1.4 تسجيل الشركات

1.5 تحديد مزودي الخدمات

1.6 إعداد خطة العمل

1.7 تذاكر السفر والإقامة في البلد المستضيف

1.8 جلسات التوجيه للمشاركين

1.9 إعداد خطة العمل

تحديد الاحتياجات

الترويجية • إعداد خطة العمل

اختيار التوقيت المناسب

التخطيط وتوزيع الأدوار

خطوات العمل الرئيسية

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الأول:

1. تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

استطلاع آراء أعضاء الغرفة حول احتياجاتهم من خدمات ترويج التجارة بشكل عام ولقاءات الأعمال بشكل خاص. وتتم هذه الخطوة باستخدام نموذج محدد مرة واحدة في السنة أو حسب الحاجة ومن خلال دراسة وتحليل المعلومات المتوفرة لدى الغرفة والاتحاد حول الأسواق الأخرى.	تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة
--	-----------------------------------

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الثاني:

2. التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل اللقاءات

خطة عمل تفصيلية لكافة المهام الواجب إنجازها لضمان إنجاح اللقاءات، وتحتوي على الأنشطة والمهام لمراحل تنظيمها. وتعتبر خطة العمل بمثابة قائمة تفقد لضمان تنفيذ كافة الأنشطة والمهام الموكلة للمنظم.	إعداد خطة العمل التفصيلية
وضع موازنة تقديرية لتكلفة تنظيم الحدث حسب نموذج الموازنة المرفق في الدليل. يمكن تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو الاستفسار عن بعض الأسعار من موردين معروفين لدى الاتحاد والغرفة.	احتساب التكاليف وإعداد الموازنة
تحديد المعايير اللازمة للشركات المستهدفة للمشاركة في اللقاءات ضمن القطاع المستهدف لها، والاتصال بالشركات إما بشكل مباشر أو من خلال الإعلان عن الحدث في وسائل الإعلام المحلية.	تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها (مرحلة التشبيك)

تعبئة طلبات المشاركة من الشركات	باستخدام نموذج طلب المشاركة، تقوم الشركات بتعبئة الطلب وإرساله للاتحاد أو الغرفة ويحتوي على معلومات كاملة عن الشركة الراغبة بالمشاركة
تقييم الطلبات	دراسة طلبات الشركات وتطبيق معايير الاختيار لاختيار الشركات المشاركة
تحويل الرسوم	وتشمل جمع رسوم الاشتراك من الشركات المشاركة
تحديد مزودي الخدمات	بعض أنشطة وخدمات لقاءات الأعمال تقدم بالعادة من قبل مزودي الخدمات من القطاع الخاص، وهنا يجب تحديد الجهات القادرة على تزويد الخدمات اللازمة للحدث سواء في فلسطين أو في الدولة التي تنظم بها اللقاءات
شراء الخدمات	باتباع نظام المشتريات الخاص بالاتحاد والغرف، استدراج العروض وإنجاز معاملات الشراء لكافة الخدمات اللازمة لتنظيم الحدث
تذاكر السفر والإقامة	حجز تذاكر السفر وأماكن الإقامة للمشاركين في الحدث، وهي من الخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال موردين وشركات متخصصة
جلسات التوجيه	وهي لقاءات هامة لتعريف المشاركين بالمعلومات الهامة لإنجاح تجربتهم في اللقاءات الثنائية، وقد يكون هناك جزء تدريبي للمشاركين حسب الحاجة
الإعداد للسفر والوصول لمقرات الإقامة	المتابعة مع المشاركين لتسهيل سفرهم ووصولهم واستلامهم لغرف إقامتهم في الدولة المستضيفة للقاءات الأعمال

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الثالث:

3. التنفيذ وإدارة تنظيم اللقاءات

خطوة تنفيذ الحدث	خطة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه أثناء فترة تنظيم اللقاءات
الإشراف والتنفيذ	استقبال الشركات الزائرة وتسجيلها والإشراف على سير العمل أثناء الاجتماعات ومتابعة قضايا المشاركين ونظرائهم من شركات الطرف الآخر
التقييم والمتابعة	جمع نموذج التقييم اليومي للمشاركين، ونموذج التقييم النهائي بعد نهاية اللقاءات بالكامل
التوثيق	تصوير اللقاءات وتوثيقها بوسائل مختلفة

خطوات العمل الرئيسية ضمن القسم الرابع:

4. المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء الحدث

خطة ما بعد اللقاءات	خطة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه بعد الانتهاء من أيام اللقاءات
كتابة التقرير	تقرير شامل حول اللقاءات وتوثيق كافة المراحل
التقييم النهائي	متابعة تقييم الشركات للقاءات في مراحل مختلفة ولفترة زمنية لا تقل عن ستة أشهر لتحديد تأثير اللقاءات على أداء المشاركين

القسم الأول

تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

استطلاع آراء أعضاء الغرفة حول احتياجاتهم من خدمات ترويج التجارة بشكل عام ولقاءات الأعمال بشكل خاص. وتتم هذه الخطوة باستخدام نموذج محدد مرة واحدة في السنة ومن خلال دراسة وتحليل المعلومات المتوفرة لدى الغرفة والاتحاد حول الأسواق الأخرى.

تحديد القطاعات والأسواق المستهدفة

يبدأ النموذج رقم 1 أدناه مرة واحدة في السنة أو بشكل دوري لتمكين الغرفة من تحديد احتياجات أعضائها وبالتالي تحديد الأسواق المستهدفة، ويمكن استخدام أدوات أخرى لتحديد الاحتياجات إلى جانب الاستثمار مثل ورشات العمل والمجموعات البؤرية واللقاءات المباشرة

تقوم الطواقم الفنية في اتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية والغرف الأعضاء بدراسة القطاعات الاقتصادية المحلية، أو بتحديث دراساتها الموجودة لديها، من أجل معرفة نقاط القوة والضعف، ولغايات التحديث والتمكين الصناعي والفني، ومن ثم تقوم هذه الطواقم الفنية بمقاربة هذه القطاعات مع مجموعة من القطاعات الاقتصادية المستهدفة في دول العالم من أجل تحديد السوق أو مجموعة الأسواق الأكثر ملاءمة للقطاعات المستهدفة، ويعتبر تحديد الأسواق من أهم النقاط الواجب دراستها بعناية فائقة من أجل ضمان نجاح الحدث ووجود شريحة من الزبائن الدوليين المحتملين الراغبين في عقد صفقات تجارية تعود بالنفع عليهم، هذا وتسهم الشركات المنتسبة إلى الغرف التجارية والصناعية والزراعية بدرجة كبيرة في تحديد الأسواق المستهدفة، إما عن طريق مراجعة شهادات المنشأ الصادرة عن الغرف، أو عن طريق تعبئة نموذج احتياجات الشركات والذي يقوم على معرفة القدرات الفنية للشركات ويحدد احتياجاتها في المجالات

المختلفة وكذلك يحدد أسواقها الحالية والمستهدفة، ويعبأ هذا النموذج من قبل الأعضاء المنتسبين للغرف التجاري والذين لديهم شهادات تعامل بالتجارة الخارجية.

نموذج رقم 1: نموذج تحديد الاحتياجات

نموذج تحديد احتياجات الشركات	
اسم الشركة	
العنوان	
رقم الهاتف	
الشخص المسؤول	
رقم الفاكس	
البريد الإلكتروني	
الموقع الإلكتروني	
منتجات الشركة	
الأسواق الحالية (الرجاء ذكر جميع الأسواق)	
الأسواق المستهدفة (الرجاء ذكر جميع الأسواق)	
تحليل القدرات	
الإنتاج	
1. هل لديكم القدرة على إنتاج كميات كافية للتصدير؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم توفر المواد الخام • عدم توفر المعدات والآلات اللازمة • ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج • عدم توفر المساحات الكافية • عدم توفر شروط التخزين • غياب الكادر الفني المؤهل • عدم وجود السيولة الكافية • غير ذلك:	
2. هل لديكم القدرة على تلبية متطلبات السوق الخارجي من ناحية الجودة؟ ☐ نعم ☐ لا	

إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب إجراءات ضبط الجودة. • عدم توفر المواد الخام المطلوبة. • غياب الكادر الفني المؤهل. • صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية الفنية. • صعوبة الحصول على شهادات الجودة العالمية من الناحية المالية. • غير ذلك:
3. هل لديكم القدرة على الإنتاج في الوقت المحدد؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم توفر عدد كاف من العمال. • عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة. • عدم توفر مدخلات الإنتاج في الوقت الملائم. • عدم توفر السيولة النقدية. • غير ذلك:
4. هل لديكم القدرة على الإنتاج بأسعار مقبولة؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • ارتفاع كلفة المواد الخام. • ارتفاع كلفة العمالة. • ارتفاع كلفة مصادر الطاقة والمياه. • عدم توفر المعدات والآلات المطلوبة. • غير ذلك:
التسويق
5. هل لديكم القدرة على التواصل مع مشتريين محتملين؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين. • عدم وجود الكادر المؤهل. • عدم توفر المعلومات التجارية • غير ذلك:

6. هل لديكم القدرة على الوصول لشرائح مختلفة من الزبائن المحتملين؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب المعرفة حول الزبائن المحتملين. • عدم وجود الكادر المؤهل. • عدم توفر المعلومات التجارية • غير ذلك:
7. هل لديكم منشورات توضح منتجاتكم بتفاصيلها الفنية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب الحاجة لها. • عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها. • عدم معرفة من يقوم بإنتاجها. • غير ذلك:
8. هل لديكم أدوات تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب الحاجة لها. • عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها. • عدم معرفة من يقوم بإنتاجها. • غير ذلك:
9. هل لديكم خطة تسويقية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب الحاجة لها. • عدم توفر السيولة الكافية لإنتاجها. • عدم معرفة من يقوم بإنتاجها. • غير ذلك:

10. هل لديكم دائرة تسويق أو موظفين تسويق؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود ضرورة. • عدم وجود كادر مؤهل للتوظيف. • غير ذلك:
11. هل لديكم معرفة بقنوات التسويق المتبعة في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • غياب المعلومات التجارية. • عدم وجود حاجة لذلك. • غير ذلك:
12. هل لديكم القدرة على إنشاء قنوات توزيع؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود القدرات الفنية. • عدم المعرفة بقنوات التسويق. • غياب الحاجة. • غير ذلك:
13. هل لديكم معرفة بالمنافسين في الأسواق الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم توفر المعلومات التجارية. • عدم معرفة مصادر المعلومات التجارية. • عدم الحاجة. • غير ذلك:
14. هل لديكم الطاقم المؤهل لإدارة المفاوضات التجارية؟

☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود ضرورة لذلك. • عدم الممارسة. • غياب التدريب. • عدم وجود الكادر المؤهل. • غير ذلك:
15. هل لديكم المعرفة بإجراءات التسويق؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود ضرورة لذلك. • عدم الممارسة. • عدم وجود الكادر المؤهل. • غير ذلك:
16. هل لديكم معرفة حول التعامل بالتجارة الخارجية؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود ضرورة لذلك. • عدم الممارسة. • عدم وجود الكادر المؤهل. • غير ذلك:
17. هل لديكم معرفة بإجراءات التصدير والوثائق المطلوبة؟ ☐ نعم ☐ لا إذا كانت الإجابة لا يرجى تحديد السبب: • عدم وجود ضرورة لذلك. • عدم الممارسة. • عدم وجود الكادر المؤهل. • غير ذلك:

القسم الثاني

التخطيط والإعداد خلال مرحلة ما قبل اللقاءات

إعداد خطة العمل التفصيلية

خطة عمل تفصيلية لكافة المهام الواجب إنجازها لضمان إنجاح اللقاءات، وتحتوي على الأنشطة والمهام لمراحل تنظيمها. وتعتبر خطة العمل بمثابة قائمة تفقد لضمان تنفيذ كافة الأنشطة والمهام الموكلة للمنظم.

من أجل ضمان نجاح الحدث، لا بد من توافر جميع العناصر في المكان والزمان المحدد لها وبالطريقة المخطط لها، وإعداد خطط العمل التفصيلية هو الخطوة الأكثر أهمية عند تنظيم لقاءات العمل، إذ أن العمل لتنظيم لقاءات العمل يتضمن الكثير من النقاط والعمليات والمراحل التي يجب تحديدها وبيانها بدقة ووضوح والتخطيط لها بعناية فائقة مع توزيع واضح للأدوار والمسؤوليات ووضع جدول زمني للتنفيذ للتأكد من ابتداء العمل في النشاط المعين والانتهاء منه في الوقت المحدد من أجل الوصول للقاءات الأعمال بجهوزية واستعداد تامين.

ويقسم محترفو لقاءات الأعمال خطة العمل إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

1. خطة ما قبل الحدث.

2. خطة التنفيذ خلال الحدث.

3. خطة ما بعد الحدث.

وتشكل الأقسام الثلاثة مجتمعة الخطة التفصيلية الشاملة للحدث، وفيما يلي نستعرض لكم خطة العمل الأولى: ما قبل اللقاءات، تحتوي على كافة الأنشطة مصنفة بدقة وضمن إطار زمني مع تحديد مسؤولية كل شخص عامل في الجهة المنظمة للحدث:

نموذج رقم 2: خطة العمل التفصيلية

العمل التفصيلي					
رقم	العمل التفصيلي	الوقت	المسؤول	مؤهل	مؤهل
	تحديد الجهة الشريكة ومخاطبتها				
	تحديد الجهة الشريكة				
	الاتفاق على تنفيذ الحدث				
	تحديد الموقع والوقت				
	تحديد عدد الشركات من كل طرف				
	تحديد نوعية الشركات من الطرف المستضيف				
	الحصول على قائمة الشركات عند انتهاء التسجيل				
	تسجيل الشركات				
	الإعلان عن اللقاءات				
	إعداد نموذج التسجيل للقاءات				
	إرسال الدعوات				
	متابعة الشركات وجمع نماذج التسجيل				
	تجميع النبذات عن الشركات				
	تجميع جوازات السفر والصور الشخصية				
	احتساب وتحصيل رسوم المشاركة				
	توظيف الجهة المزودة لخدمة اللقاءات في البلد المستضيف				
	كتابة عطاء خدمة اللقاءات ومراجعته				
	طرح العطاء في البلد المستضيف، أو في فلسطين				
	استلام العروض الفنية والمالية				
	تحليل العروض				
	ترسية العروض				
	إصدار أمر الشراء وتوقيع الاتفاقية				
	تحويل الدفعة				
	الأمور اللوجستية				
	السفر والإقامة				
	إعلان الجريدة - عطاء السفر والإقامة				
	فتح العطاءات، التحليل والترسية				
	حجز التذاكر				
	إصدار التذاكر				
	حجز وسائل المواصلات للمطار				
	حجز الفندق				
	إبلاغ المشاركين بتفاصيل السفر والطيران والإقامة				
	تحويل الدفعة				
	إصدار التأشيرات				
	الحصول على دعوة المشاركة من الجهة الشريكة				

				معرفة إجراءات الحصول على التأشيرات من الجهة الشريكة ومدى استعدادها للمساعدة
				مخاطبة سفارة البلد المستضيف
				التأكد من تعبئة طلبات التأشيرات للمشاركين واستكمال الوثائق
				تعبئة طلبات التأشيرات لموظفي الجهة المنظمة
				متابعة إصدار التأشيرات
				استلام وتسليم جوازات السفر للمشاركين
الورشة التوجيهية				
				تحضير المادة التوجيهية - حقائق عن الأسواق المستهدفة، آليات البيع والشراء، المفاوضات
				تحديد موعد الورشة
				إرسال الدعوات للشركات
				تأكيد الحضور
				عقد الورشة

الورشة التوجيهية (الجلسة الأولى)				
رقم	الموضوع	الوقت	المكان	الموعد النهائي
	إعداد برنامج اللقاءات بشكل محترف بحيث لا يتقاطع لقاءين لنفس الشركة في نفس الوقت			
	إعداد مكان اللقاءات والتأكد من توفر الطاولات الملائمة مع وجود اسم كل شركة مشاركة على طاولة منفردة			
1	استقبال الشركات من الطرف الآخر وتسجيلها وتوجيهها حسب برنامج اللقاءات			
2	مراقبة أداء الشركات الاجتماعات وتعقب الصفقات المحتملة			
3	توزيع وتعبئة نماذج التقييم			
4	المتابعة مع الصحافة			
	التصوير			

الورشة التوجيهية (الجلسة الثانية)				
رقم	الموضوع	الوقت	المكان	الموعد النهائي
1	البداية بإعداد التقرير			
2	توزيع استمارات التقييم الثانية			
3	المتابعة مع الصحافة			
4	جدولة متابعة الشركات لقياس النتائج			
5	توزيع وتعبئة نماذج التقييم الدورية			

احتساب التكاليف وإعداد الموازنة

وضع موازنة تقديرية لتكلفة تنظيم الحدث حسب نموذج الموازنة المرفق في الدليل. يمكن تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو الاستفسار عن بعض الأسعار من موردين معروفين لدى الاتحاد والغرفة

على موظف الغرفة أو الاتحاد تحديد بنود التكلفة اللازمة والواردة في نموذج رقم 3، تقدير التكاليف من خلال خبرات سابقة أو من خلال الاتصال بموردين الخدمات والاستفسار عن التكاليف التقديرية.

القيام بتعبئة النموذج رقم 3 لتحديد التكاليف الإجمالية لتنظيم اللقاءات وتحديد تكلفة الشركة الواحدة حسب نسبة التغطية من الجهة المانحة (إن وجدت)

نموذج رقم 3: موازنة تنظيم اللقاءات

الرقم	البيان	وصف الوحدة	عدد الوحدات	تكلفة الوحدة	المجموع
	إعلانات الإعلان عن اللقاءات	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - عطاء التذاكر والإقامة	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - عطاء الشركة الألمانية	مرة واحدة			
	إعلانات الجرائد - مكان الاجتماعات	مرة واحدة			
	أتعاب الشركة المنظمة للقاءات	مرة واحدة			
	تذاكر طيران المشاركين	شخص			
	تذاكر طيران الجهة المشرفة	شخص			
	تكاليف الإقامة بالفندق للمشاركين	ليلة			
	تكاليف الإقامة بالفندق للمنظمين	ليلة			
	أجور قاعات الاجتماعات	قاعة			
	تكاليف المواصلات للمطار للمشاركين - ذهابا	شخص			
	تكاليف المواصلات للمطار للمنظمين - ذهابا	مرة واحدة			
	بدل الأجور اليومية للموظفين	يوم			
	تنقلات داخلية للمشاركين من الفندق لمكان الاجتماعات وبالعكس	يوم			
	تنقلات داخلية للمنظمين	يوم			
	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمشاركين	شخص			
	رسوم إصدار تأشيرات الدخول للمنظمين	شخص			
	تكاليف المواصلات للمطار للمشاركين والمنظمين - عودة	مرة واحدة			

				مجموع التكاليف
		4%		احتياطي طوارئ
				المجموع مع احتياطي الطوارئ
		10%		التكاليف الإدارية للجهة المنظمة
				المجموع الكلي

تحديد الشركات المستهدفة واستقطابها تحديد المعايير اللازمة للشركات المستهدفة للمشاركة في اللقاءات ضمن القطاع المستهدف لها، والاتصال بالشركات إما بشكل مباشر أو من خلال الإعلان عن الحدث في وسائل الإعلام المحلية.	
---	--

تحديد الشركات ضمن القطاع الاقتصادي المستهدف بناء على معايير واضحة ومحددة مسبقاً من قبل الغرفة المنظمة للاجتماعات أو الاتحاد، وتوضع المعايير من أجل ضمان تحقيق الهدف أو الأهداف الموضوعة للمشاركة في النشاط، وتختلف المعايير من جهة إلى أخرى ولكنها تتشارك جميعها في مجموعة من المعايير الرئيسية وهي:

1. وجود منتج أو خدمة لدى الشركة قابل للتصدير.
2. وجود طلب في الأسواق الخارجية على الخدمة أو المنتج.
3. تسجيل الشركة وحصولها على رخصة مزاولة الأعمال التجارية الخارجية.
4. قدرة الشركة على إنتاج الكميات المطلوبة لأسواق التصدير.

وتقوم الجهة المنفذة للنشاط باستهداف الشركات بطريقتين:

1. الإعلان عن النشاط والقطاع المستهدف في وسائل الإعلام المحلية.
2. الاتصال المباشر بالشركات.

وتلجأ الجهات المنفذة للمشاركة في الاجتماعات للإعلان عن النشاط في الصحف أو وسائل الإعلام المحلية في حال كون عدد الشركات القادرة على المشاركة في القطاع المستهدف كبيراً، أما في حال كون عدد

شركات القطاع المستهدف قليلا فإن الجهة المنظمة للمشاركة في النشاط تقوم باستهدافها عن طريق الاتصال المباشر، وفي كلا الحالتين، يتم إعلام الشركات بالنشاط وأهدافه وشروطه والفوائد المرجوة منه والرسوم المتعلقة.

وتتوافر لدى الغرف التجارية والصناعية واتحادها قوائم بالشركات العاملة في القطاعات الاقتصادية المختلفة والأسواق التي تستهدفها، وقدراتها التصديرية، وتشكل هذه القوائم قاعدة البيانات التي تنطلق بموجبها في مخاطبة الشركات.

تعبئة طلبات المشاركة من الشركات	باستخدام نموذج طلب المشاركة، تقوم الشركات بتعبئة الطلب وإرساله للاتحاد أو الغرفة ويحتوي على معلومات كاملة عن الشركة الراغبة بالمشاركة
--	---

الطلب من الشركات المعنية بالمشاركة تعبئة الطلب حسب النموذج رقم 4 وإعادته للغرفة قبل تاريخ محدد في الطلب.

نموذج رقم 4: طلب مشاركة في لقاءات الأعمال

نموذج تسجيل واشتراك-اجتماعات العمل في فرانكفورت - قطاع الخدمات السياحية			
اسم الشركة	اسم الشخص المسؤول		
المنصب في الشركة	العنوان		
رقم الهاتف	رقم الفاكس	البريد الإلكتروني	
الرسوم			
الرسوم بالدولار الأمريكي			
4500 دولار أمريكي		يعبأ ويعاد قبل تاريخ -- -- ----	
تشمل الرسوم ما يلي:			
تذاكر الطيران ذهابا وعودة على الدرجة الاقتصادية.		الإقامة لشخص واحد في فرانكفورت فندق 4 نجوم لمدة 3 ليالي.	
المواصلات من مكان الإقامة إلى قاعة الاجتماعات وبالعكس طيلة أيام الاجتماعات.		الهيايا الدعائية المقدمة من المنظم.	
شروط وأحكام المشاركة في اجتماعات الأعمال			

- | | | |
|---|---------------------|--|
| بيانات ممثل الشركة لغايات إصدار التأشيرات وحجز الفندق | | |
| الاسم باللغة الإنجليزية حسب جواز السفر | رقم جواز السفر | |
| تاريخ صدور الجواز | تاريخ انتهاء الجواز | |
| إقرار | | |
| أشهد أنا الموقع أدناه بأن كافة المعلومات الواردة في هذا الطلب صحيحة، كما وأني أؤكد وأوافق وألتزم بكافة شروط الاشتراك الموضحة أعلاه وأتعهد بالالتزام بها كاملة. | | |
| الاسم: المنصب:..... التوقيع والخاتم الرسمي:..... التاريخ: --- -- ---- | | |
| يرجى ايداع الرسوم المقررة في حساب المنظم رقم (-----) / بنك ----- فرع ----- وإرسال نسخة من الايداع على البريد الإلكتروني: ----- | | |
| -- مع الإشارة لاسمائ النشاط. | | |
| يرجى تزويدنا ب: نبذة عن الشركة ومنتجاتها باللغة الإنجليزية، شعار الشركة عالي الجودة، صـدقك
ملاحظة هامة: تعبئة نموذج تقييم الجاهزية المرفق شرط أساسي للموافقة على طلب الشركة. | | |
| الأولوية لمن يسجل ويدفع الرسوم أولا | | |

دراسة طلبات الشركات وتطبيق معايير الاختيار لاختيار الشركات المشاركة	تقييم الطلبات
---	---------------

- 16

يطلب من الشركات الراغبة في المشاركة تحويل الرسوم إلى حساب الغرفة أو الاتحاد وتحديد موعد زمني محدد للتحويل، والذي يعتبر بمثابة تأكيد المشاركة.

تحديد مزودي الخدمات

بعض أنشطة وخدمات لقاءات الأعمال تقدم بالعادة من قبل مزودي الخدمات من القطاع الخاص، وهنا يجب تحديد الجهات القادرة على تزويد الخدمات اللازمة للحدث سواء في فلسطين أو في الدولة التي تنظم بها اللقاءات

تحديد الخدمات أو الأنشطة التي ترغب الغرفة أو الاتحاد بشرائها من شركات متخصصة، وهنا يجب تحديد الخدمات التي سيتم تكليف مزودي خدمات بالقيام بها بالإضافة للجهات المزودة للخدمات وهي:

الرقم	الخدمة	الجهة المقدمة للخدمة
1	خدمة تسجيل الشركات في البلد المضيف	شركات إدارة الحدث / الجهة النظرية
2	تذاكر الطيران	شركات السياحة والسفر
3	الإقامة في البلد المضيف	شركات السياحة والسفر
4	الحملة الترويجية	شركات العلاقات العامة والدعاية
5	تصميم وتنفيذ الهدايا الدعائية	شركات العلاقات العامة والدعاية

شراء الخدمات

باتباع نظام المشتريات الخاص بالاتحاد والغرف، استدراج العروض وإنجاز معاملات الشراء لكافة الخدمات اللازمة لتنظيم الحدث

تعتبر العطاءات عملية تفصيلية دقيقة يقوم بها موظفو ترويج التجارة مع مسؤولي المشتريات، وتتضمن كتابة الشروط الفنية للخدمات المستجوبة من قبل شركات أخرى، وتشمل كتابة العطاءات ما يلي:

1. تحديد الجهات المزودة للخدمة بشكل دقيق.
2. تحديد الشروط الفنية الدقيقة للقيام بتنفيذ الخدمة.
3. تحديد أدوار ومسؤوليات كلا من الطرفين، الجهة المزودة للخدمة والجهة المقدمة لها.

4. تاريخ البدء للخدمة وتاريخ الانتهاء منها.
5. شروط وأحكام تنفيذ الخدمة.
6. نوع وقيمة التعويضات في حال عدم تنفيذ الخدمة أو في حال تنفيذها بشكل غير سليم.
7. جهة التحكيم في حال الاختلاف أو الإخلال بشروط الاتفاق.

وبعد أن تتم كتابة العطاءات بشكلها الفني والقانوني يتم إعلانها في وسائل الإعلان المختلفة أو يتم تحديد مجموعة من الجهات المقدمة للخدمة وإرسال العطاء مباشرة إليها عبر قنوات التواصل المختلفة، وتطرح العطاءات وفق تسلسل زمني دقيق حسب خطة العمل الموضوعية، فمثلا يطرح عطاء استقطاب وتسجيل الشركات في البلد المستضيف قبل عطاء السفر والإقامة وهكذا، وتشكل لجنة مختصة لتقييم وتحليل عروض الأسعار المختلفة واختيار الجهة الأنسب لترسية العطاءات.

حجز تذاكر السفر وأماكن الإقامة للمشاركين في الحدث، وهي من الخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال موردين وشركات متخصصة

تذاكر السفر والإقامة

عادة ما تقوم الجهات المنظمة للنشاطات بتوفير هذه الخدمة عن طريق شركات السياحة والسفر، إذ تقوم بطرح عطاء تذاكر الطيران مقترنا بعطاء الإقامة في الفنادق، إلا أن هناك بعض الجهات تقوم بطرح عطاءين منفصلين، والخطوات العملية اللازمة للحصول على هذه الخدمة هي:

1. تحديد مواعيد الوصول والإياب.
2. تحديد عدد مقاعد الطيران وعدد الغرف الفندقية.
3. تحديد نوع وتصنيف الطيران والفنادق حسب الميزانية المتاحة.
4. كتابة عطاء لتذاكر الطيران والإقامة الفندقية مع إيضاح كافة التفاصيل.
5. طرح العطاء في وسائل الإعلام المحلية أو إرساله مباشرة لمزودي الخدمة المحددين مسبقا.
6. استلام العروض وتحليلها وترسية العطاء على الشركة التي يتم اختيارها وفقا للمعايير.
7. إصدار أمر الشراء.

8. متابعة الشركات الفائزة بالعطاء والحصول على التذاكر ومواعيد السفر والوصول وأسماء الفنادق وأرقام الغرف الفندقية.

وتأخذ لجان تقييم العطاءات بالاعتبار الأمور التالية:

أولاً: الفنادق

1. قرب المسافة بين الفندق وبين مكان النشاط أو الجهة المستضيفة.
2. سهولة الذهاب والعودة من الفندق إلى مكان الاجتماعات وبالعكس.
3. الخدمات المقدمة من الفندق للنزلاء.
4. أسعار الإقامة.

ثانياً: تذاكر الطيران

1. شركة الطيران.
2. الخطوط المتبعة.
3. أوقات الوصول والعودة.
4. أسعار التذاكر

وهي لقاءات هامة لتعريف المشاركين بالمعلومات الهامة لإنجاح تجربتهم في اللقاءات الثنائية، وقد يكون هناك جزء تدريبي للمشاركين حسب الحاجة

جلسات التوجيه

لا تكون معظم الشركات الراغبة بالمشاركة في اجتماعات العمل على خبرة ودراية كافيتين بالأسواق المستهدفة، أو في التعامل مع مشترين دوليين، أو قد تكون خبراتها تشمل أسواقاً وأشخاصاً غير الذين يستهدفهم النشاط، أو في الأمور اللوجستية المتعلقة بالأنشطة الترويجية الخارجية، ولذلك من الضرورة عقد جلسات توجيهية للمشاركين في اجتماعات الأعمال لتعريفهم بالأمور الفنية واللوجستية التي تسهل من مشاركتهم، وتزيد من احتمال نجاحهم في عقد صفقات تجارية تعود بالربح والفائدة على شركاتهم، وهو الهدف

الأساس من مشاركتهم في النشاط، ولذلك تقوم الجهة المنظمة للنشاط سواء كانت الغرفة أو اتحاد الغرف بعقد جلسة أو جلستين توجيهيتين إن اتسع الوقت للمشاركين، ويقوم موظفوها المحترفون في مجالي التسويق والأمور اللوجستية بتوجيه المشاركين حول ما يجب فعله لضمان مشاركة أنجح في النشاط، وتشمل الجلسات شقين رئيسيين:

الجانب الفني (التسويقي):

1. تفضيلات المشترين الدوليين: وهي عبارة عن معلومات حول تفضيلات المشترين في السوق المستهدف، تتعلق بالأحجام والمواد المستخدمة والطبيعة السكانية والدخل والثقافات في البلاد المستهدفة وتوضيح ما يمكن فعله لتلبية هذه التفضيلات.
2. المنافسة في الأسواق المستهدفة: وهي معلومات عن حجم المنافسة في الأسواق المستهدفة ونوعها من ناحية كونها سعرية أو تعتمد على عوامل أخرى مثل الجودة والكمية وغيره.
3. إبراز الميزات الإيجابية للمنتج: وهي إعداد المشاركين بشكل جيد لإبراز الجوانب الإيجابية في منتجاتهم أو خدماتهم وما يميزها عن منتجات المنافسين.
4. تحضير أدبيات البيع: وهي عبارة عن المواد الدعائية والنشرات والتفاصيل الفنية للمنتج ومواصفاته وطرق استخدامه، والزائن الدوليين ومدى تفوق المنتج أو الخدمة عن المنافسين وإعداد بطاقات الأعمال المجهزة بكافة عناوين الاتصال وبشكل واضح.
5. توجيه الشركات المحلية المشاركة لمخاطبة نظيراتها في البلد المستضيف لحضور اللقاءات إن كان لديها عناوين اتصال أو زبائن مستهدفين في البلد المستضيف.
6. المفاوضات التجارية: وهي عبارة عن إكساب المشاركين بعض المعلومات حول طرق التفاوض الدولية المتبعة في المعارض وكيفية إقناع المشتري المحتمل والوصول لاتفاق مربح للطرفين.
7. التسعير من أجل التصدير: وهي عبارة عن المهارات الأساسية اللازمة لوضع أسعار أو المنتجات المراد تسويقها بعد أن يؤخذ بالحسبان تكاليف الشحن المرتبطة والتعرفة الجمركية وغيرها.
8. تبادل عناوين الاتصال: وهي ضرورة تبادل أرقام الهواتف والبريد الإلكتروني مع مشترين محتملين لإكمال عرض الشركة لهم وإيصاله بالطريقة الملائمة.

الجانب اللوجستي:

1. مواعيد السفر والوثائق المطلوبة.
 2. أوقات التجمع للتوجه لمكان الاجتماعات والعودة منه والمواصلات المتوفرة.
 3. كيفية الحصول على الخدمات المختلفة.
- وعادة ما تعقد جلسات التوجيه للمشاركين للمعلومات الفنية قبل وقت كافي لتمكينهم من إعداد المواد اللازمة للاستخدام أثناء اللقاءات، أما القضايا اللوجستية فتتم قبل موعد الاجتماعات بفترة أيام معدودة، وتقوم بعض الجهات المنفذة للقاءات بإعداد نشرات خاصة تشمل كافة التفاصيل الفنية واللوجستية وتوزيعها على المشاركين كبديل أو إلى جانب الجلسات التوجيهية.

الإعداد للسفر والوصول لمقرات الإقامة	المتابعة مع المشاركين لتسهيل سفرهم ووصولهم واستلامهم لغرف إقامتهم في الدولة المستضيفة للقاءات الأعمال
---	---

الخطوات العملية للسفر والوصول لمقرات الإقامة تشمل ما يلي:

1. تعيين أحد موظفي الاتحاد أو الغرفة لمتابعة كافة الأمور المتعلقة بسفر الأفراد المشاركين في اللقاءات.
2. جمع جوازات السفر وكتابة طلبات الحصول على تأشيرات الدخول للبلد المستضيف وإرسالها للسفارات المعنية. يجب الأخذ بعين الاعتبار الفترة الزمنية المطلوبة من كل دولة لإنجاز معاملات التأشيرات.
3. متابعة إصدار تأشيرات الدخول وختم الجوازات.
4. إرسال الجوازات للمشاركين.
5. إعلام المشاركين بمواعيد الطيران الدقيقة وأوقات السفر والوصول لمطار الإقلاع وأرقام الرحلات والتأكد الموثق من استلام كل مشارك لهذه المعلومات.
6. هي إعداد قائمة تفصيلية بأسماء المشاركين في اللقاءات عن كل شركة، مع أرقام هواتفهم الخلوية، وأرقام خلوية بديلة في حالة الضرورة لكل شخص، ووسيلة الوصول للمطار، وساعة الوصول، ورقم

رحلة الطيران لكل مشارك في حال كون أحد المشاركين أو أكثر مسافرين باستخدام خطوط طيران أخرى أو رحلات أخرى، وكذلك محطات التوقف إن وجدت، وأرقام غرفهم الفندقية.

نموذج رقم 5: معلومات تخص سفر وإقامة المشاركين في اللقاءات

الرقم	اسم المشارك	الشركة	رقم المحمول	رقم الطوارئ	ساعة الوصول للمطار	الحالة	رقم الرحلة	ساعة الوصول	الحالة	وسيلة الوصول للفندق	الحالة	الفندق/ رقم الغرفة	الحالة

توضح اللائحة أعلاه تفاصيل رحلات المشاركين ومواعيد وصولهم وأرقام الاتصال بهم وتتيح للموظف المسؤول متابعة كافة التفاصيل بدقة بالغة للتأكد من أن كل المشاركين وصلوا في المواعيد المحددة لهم ومحطات التوقف المختلفة تلافياً لأي طارئ.

توزع هذه اللائحة على موظفين اثنين من الجهة المنفذة للمشاركة في المعارض وتحدث باستمرار لمتابعة سفر المشاركين ووصولهم لمقرات إقامتهم في البلد المستضيف.

القسم الثالث

التنفيذ وإدارة تنظيم اللقاءات

خطه تنفيذ الحدث	خطه عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه أثناء فترة تنظيم اللقاءات
-----------------	---

تقوم الجهة المنظمة للمشاركة في المعرض بإعداد خطة التنفيذ الفعلي للحدث والإشراف على مجريات اللقاءات، وتعين هذه الجهة موظفيها المحترفين ليشرفوا على تنفيذ البنود الواردة في الخطة، والجدول أدناه يوضح نموذجاً لخطة العمل أثناء اللقاءات.

نموذج رقم 6: خطة التنفيذ أثناء اللقاءات

الرقم				
النشاط	الموظف المسؤول	موعد البدء	موعد الانتهاء	حالة النشاط
1	إعداد جدول اللقاءات بشكل احترافي بحيث لا يحتوي على تضارب في مواعيد أي شركة.			
2	التأكد من مكان اللقاءات وتوزيع الطاولات بشكل يضمن الخصوصية للمجتمعين.			
3	التأكد من وجود اسم كل شركة من البلد الزائر على الطاولة المخصصة لها.			
4	استقبال الشركات من الطرف الآخر وتسجيلها وتوجيهها حسب برنامج اللقاءات			
5	مراقبة أداء الشركات خلال الاجتماعات وتعقب الصفقات المحتملة			
6	توزيع وتعبئة نماذج التقييم			
7	المتابعة مع الصحافة			
8	التصوير			

الإشراف والتنفيذ

استقبال الشركات الزائرة وتسجيلها والإشراف على سير العمل أثناء الاجتماعات ومتابعة قضايا المشاركين ونظرائهم من شركات الطرف الآخر

ويشمل الإشراف على التنفيذ الفعلي للنشاط من ناحية:

1. إعداد جدول اللقاءات بشكل احترافي بحيث لا يحتوي على تضارب في مواعيد أي شركة.
2. التأكد من مكان اللقاءات وتوزيع الطاولة بشكل يضمن الخصوصية للمجتمعين.
3. التأكد من وجود اسم كل شركة من البلد الزائر على الطاولة المخصصة لها.
4. التأكد من وجود المشاركين في قاعات الاجتماعات المخصصة في الأوقات المحددة.
5. التأكد من توفير وسائل النقل للمشاركين في الأوقات المحددة.
6. الإشراف على الخدمات المقدمة لهم حسب المتفق عليه مع الجهات المزودة للخدمات المختلفة.
7. الإشراف على الاجتماعات والتأكد من حضور جميع الجهات المسجلة للحضور بالتعاون مع الجهة المزودة للخدمة.
8. من المهم جدا أثناء النشاط أن يكون موظفو الاتحاد أو الغرفة منتبهين جدا للاجتماعات وتفاعلهم مع نظرائهم لتقديم الاستشارة الفورية وكذلك لتلافي أي مشاكل غير متوقعة.

التقييم والمتابعة

جمع نموذج التقييم اليومي للمشاركين، ونموذج التقييم النهائي بعد نهاية اللقاءات بالكامل

ويشمل التقييم والمتابعة ما يلي:

إعداد وتوزيع نموذج تقييم يومي طيلة أيام النشاط على المشاركين لتعبئته من قبلهم، ويشكل هذا النموذج:

- أ- أداة لقياس نجاح اللقاءات وتحقيقها للأهداف المرجوة.
- ب- يبنى عليه قرار المشاركة فيه مرة أخرى من عدمه.
- ج- يشمل النموذج عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم.

- د- أداة لقياس جدية المشاركين في اللقاءات.
- هـ- أداة لمعرفة عدد الصفقات الناجحة والصفقات المحتملة.
- و- قياس أداء موظفي الاتحاد أو الغرفة المنظمة لمشاركتهم.

نموذج رقم 7: استمارة تقييم يومي للمشاركين.

نموذج تقديم لقاءات عمل - يومي				
				اسم الشركة
				هل تمكنتم من عقد صفقات خلال اليوم
				نعم لا
المنتج	البلد المصدر له	قيمة الصفقة		
			الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اليوم حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة	
				الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال اليوم
مضيعة للوقت	مقبول	جيد	جيد جدا	الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام
لا				هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب
سيء	مقبول	جيد	جيد جدا	مستوى الخدمات المقدمة من قبل الجهة المنظمة للمشاركة
سيء	مقبول	جيد	جيد جدا	مستوى الخدمات المقدمة من الجهة المنظمة للمشاركة
				أي ملاحظات ترغبون باطلاعنا عليها

وقد تكتفي الجهة المنظمة للنشاط بتقييم واحد يعبأ في آخر يوم من أيام النشاط، ومن المهم جدا أن يراعى في نموذج التقييم اليومي أن يكون مختصرا ويتطرق بشكل مباشر إلى الأمور الفنية الخاصة بالاجتماعات.

ويكون نموذج التقييم النهائي أكثر شمولية من أجل الحصول على تقييم شامل للاجتماعات وما يجب أخذه بالاعتبار حين تنظيم اجتماعات أخرى.

نموذج رقم 8: استمارة تقييم نهائي للحدث.

اسم الشركة أو المؤسسة					
تاريخ تعبئة الاستمارة					
هل هذا النشاط هو الاول لكم في هذه الدولة؟		نعم		لا	
هل تلقيتم جميع المعلومات التي تهتمكم حول النشاط قبل المشاركة؟		نعم		لا	
إذا كان أمكن، الرجاء الإشارة إلى أو ذكر التغييرات التي يمكن أن تطبق في عملكم نتيجة لمشاركتكم في هذا النشاط:		1.		2.	
		3.			
ممتاز	راضي جداً	راضي	متوسط	غير راضي	سيئة
ما هو مستوى رضاكم عن اجتماعات العمل بشكل عام؟					
ما هو مستوى رضاكم عن قدرتكم لمعرفة توجهات السوق المستهدف من خلال مشاركتكم في اللقاءات؟					
ما هو مستوى رضاكم عن الخدمات من الجهة المنظمة للمشاركة في اللقاءات فيما يخص الترتيبات الادارية و التحضيرات؟					
1- تحسن مستوى معرفتكم حول الأسواق المستهدفة وإجراءات الدخول لهذه الأسواق					
2- هل قابلت مشتريين أو مستوردين أو موزعين محتملين خلال المشاركة؟					
هل كنت تبحث عن (الرجاء وضع إشارة دائرية حول الاختيار أو الاختيارات المناسبة).					
1- سوق لمنتج أو خدمة جديدة					
2- سوق لمنتج أو خدمة موجودة					

3- شريك لتطوير منتج جديد				
4- موزع أو وكيل				
5- نقل المعرفة جديدة عبر عقد صفقات				
				الرجاء ذكر أية جوانب فنية يجب تحسينها لزيادة تأثير ونتيجة اللقاءات الثنائية
لا		نعم		هل تمكنتم من عقد صفقات خلال الاجتماعات
المنتج	البلد المصدر له	قيمة الصفقة		الرجاء ذكر قيمة وعدد الصفقات التي تمت خلال اللقاءات حتى تاريخ تعبئة هذه الاستمارة
				الرجاء ذكر عدد الاجتماعات التي عقدت خلال النشاط
مضيعة للوقت	مقبول	جيد	جيد جدا	الرجاء الإشارة إلى مستوى جدية هذه الاجتماعات بشكل عام
لا		نعم		هل هناك احتمالات لعقد صفقات أو تعاون تجاري في المستقبل القريب

التوثيق	تصوير اللقاءات وتوثيقها بوسائل مختلفة
---------	---------------------------------------

من المهم جدا أثناء النشاط تصوير اجتماعات العمل وكذلك توثيق الصفقات والصفقات المحتملة، وعدد الاجتماعات اليومية، من أجل المتابعة مع الشركات لاحقا حول الصفقات المحتملة وإدراج هذا كله في تقرير النشاط التفصيلي، وكذلك لدراسة التنفيذ وأخذ الدروس ومعرفة المعوقات والمشاكل إن وجدت وتحديد أنسب الطرق لتلافيها في الأنشطة المستقبلية.

القسم الرابع

المتابعة والتقييم ما بعد انتهاء الحدث

خطة عمل بمثابة قائمة تفقد لما يلزم إنجازه بعد الانتهاء من أيام اللقاءات

خطة ما بعد الحدث

نموذج رقم 9: خطة المتابعة لمرحلة ما بعد الحدث

الخطة ما بعد الحدث				
البدء بإعداد التقرير	توزيع استمارات التقييم الثانية	المتابعة مع الصحافة	جدولة متابعة الشركات لقياس النتائج	توزيع وتعبئة نماذج التقييم الدورية
1	2	3	4	5
الموعد النهائي	الموعد النهائي	الموعد النهائي	الموعد النهائي	الموعد النهائي

تقرير شامل حول اللقاءات وتوثيق كافة المراحل

كتابة التقرير

قد تبدو مهمة شاقة للبعض، إلا أن التوثيق لكل الأنشطة التي تمت قبل وخلال النشاط يساعد كثيرا ويجعل من هذه المهمة سهلة ولا تأخذ وقتا طويلا، إذ أن كل ما تم عمله موثق ومكتوب وما يتبقى هو تحويله إلى صورة تقريرية، ويختلف محتوى وشكل التقارير من مؤسسة إلى أخرى، إلا أن المكون العام لتقارير النشاط يكون بالذکر التفصيلي لكل ما تم في المراحل الثلاثة للنشاط، مع الكشوفات المالية والميزانيات ونتائج تحليل التقييمات المختلفة، والدروس المستفادة والتوصيات حول تنظيم أنشطة مشابهة مرة أخرى من عدمه، ويتم كتابة ثلاث تقارير كآلاتي:

1. تقرير اللقاءات النهائي للجهة المانحة، ويشمل:

أ. حاجة القطاع المستهدف للترويج لمنتجاته.

ب. دراسة الأسواق المتاحة.

ت. اختيار المعرض وأهميته وأسباب اختياره والأسواق التي يخدمها.

- ث. الشركات المشاركة مع نبذة عن كل شركة.
- ج. جهوزية الشركات لدخول الأسواق الخارجية.
- ح. الجهد المبذول في استقطاب الشركات.
- خ. الخدمات والجهود المبذولة من قبل طواقم الاتحاد أو الغرفة أو كليهما معا.
- د. آلية شراء الخدمات والعطاءات والمحاضر الخاصة بها وقرارات الترسية.
- ذ. عدد الشركات المشاركة في البلد المستضيف.
- ر. النتائج المتحققة.
- ز. النتائج المرجوة.
- س. آليات التقييم والمتابعة خلال وبعد اللقاءات.
- ش. البيانات المالية التفصيلية.
- ص. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحة.
- ض. صور.
2. تقرير اللقاءات النهائي للشركات، ويحتوي التقرير على:
- أ. مقدمة عن الحدث وأهميته.
- ب. آلية اختيار البلد أو السوق المستهدف والأسباب.
- ت. تحديد الجهة الشريكة وأسباب اختيارها.
- ث. الخدمات الداخلية التي تم تقديمها للشركات من قبل موظفي الاتحاد أو الغرفة.
- ج. الخدمات الخارجية التي تم تقديمها لتنظيم الحدث وأسباب اختيار مقدمي الخدمات.
- ح. الجهد المبذول في دعوة الشركات من البلد المستضيف.
- خ. عدد الشركات من البلد المستضيف.
- د. نتائج اللقاءات بدون الإشارة إلى أسماء الشركات أو مع الإشارة إليها في حال موافقة الشركات المعنية.
- ذ. التقييم النهائي للقاءات.
- ر. شكر للشركات المشاركة والمؤسسات الشريكة والمانحين.

3. التقرير الإعلامي للقاءات، ويحتوي:

أ. أهمية اللقاءات في البلد المستضيف.

ب. الإشارة إلى القطاع المستهدف في اللقاءات.

ت. الإشارة إلى الجهة المنظمة والجهة الشريكة والمانحين.

ث. نتائج اللقاءات مع عدم الإشارة إلى أسماء الشركات.

ج.

متابعة تقييم الشركات للقاءات في مراحل مختلفة ولفترة لا تقل عن ستة أشهر
لتحديد تأثير اللقاءات على أداء المشاركين

التقييم النهائي

ومن أهم مكونات خطة ما بعد اللقاءات، عنصر المتابعة والتقييم مع الشركات، بحيث تتم المتابعة مع الشركات فور انتهاء اللقاءات من ناحية تعبئة استمارات التقييم لقياس نتائج الاجتماعات مباشرة، ومن ثم إعداد جدول للمتابعة الدورية مع المشاركين لقياس النتائج، حيث أن نتائج اللقاءات لا تظهر عادة مباشرة، بل تحتاج إلى فترة من الإعداد لكلا الطرفين حتى يتم إنجاز الصفقة بشكلها النهائي، ومن أفضل طرق المتابعة مع الشركات هي الاتصال المباشر وتعبئة نماذج المتابعة، وتكون مقسمة بحيث تتم أول متابعة بعد النشاط مباشرة، ومن ثم بعد شهر، وبعد ثلاثة أشهر، وبعد ستة أشهر، ما لم يتم إبلاغ الجهة المنظمة من قبل أحد المشاركين أو أكثر أن هناك تطورات تقضي بمتابعة يومية لهم لإنجاز صفقة أو اتفاق معين.

المشاركين	8
المشاركين	2
تاريخ	16-15
أيام	2
أيام للمشاركين	3
أيام للجهة	5

الميزانية التفصيلية

البيان	م	م	م	م
م	300.00	300	1	م
م	700.00	700	1	م
م	700.00	700	1	م
م	50,000.00	50,000	1	م
طيران المشاركين	5,200.00	650	8	م
طيران الجهة	1,300.00	650	2	م
تكاليف	6,480.00	270	24	ليلة
تكاليف	2,700.00	270	10	ليلة
م	4,000.00	2000	2	م
تكاليف	-	0	8	م
تكاليف	150.00	150	1	م
م	1,150.00	115	10	يوميا
م	400.00	200	2	يوميا
م	1,000.00	100	10	يوميا
م	560.00	70	8	م
م	140.00	70	2	م
تكاليف	200.00	200	1	م
م	74,980.00			
احتياطي	2,624.30		4%	
م	77,604.30			
التكاليف الإدارية للجهة	7,498.00		10%	

85,102.30	□ □ □ □ □ □ □ □
-----------	-----------------