

محاضرة جامعية التسويق في المراكز البيطرية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

محاضرة جامعية

التسويق في المراكز البيطرية

طريقة التدريس: عبر الإنترنت

المدة: 12 أسبوع

المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

عدد الساعات الدراسية: 300 ساعة

رابط الدخول للموقع: www.techtitute.com/ae/veterinary-medicine/postgraduate-certificate/marketing-veterinary-centers

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	هيكمل إدارة الدورة التدريبية	صفحة 12
04	هيكمل ومحتوى الدورة التدريبية	صفحة 18
05	المنهجية	صفحة 24
06	المؤهل العلمي	صفحة 32

01

المقدمة

يسمح القيام بحملة تسويقية صحيحة للشركات بتحقيق الفوائد ، بسبب زيادة المبيعات ، إما عن طريق جذب عملاء جدد أو من خلال الاحتفاظ بالعملاء الحاليين. تنطبق هذه العملية أيضًا على المراكز البيطرية ، نظرًا لأن حملة التسويق الناجحة ستسمح للشركة بتحقيق أهدافها.





نحن نقدم لك التدريب الأكثر اكتمالا في السوق حتى تتمكن من نقل إدارة الأعمال في
المركز البيطري إلى نفس مستوى الممارسة السريرية والصحية ، مما يوفر لعملائك أعلى
مستويات الجودة في كلتا الخدمتين ”

هذا الدبلوم في التسويق في المراكز البيطرية يحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحداثةً في السوق. ومن أبرز الميزات:

- ◆ تطوير الحالات العملية التي يقدمها خبراء في المراكز البيطرية
- ◆ المحتويات البيانية و التخطيطية و العملية بشكل بارز التي يتم تصورها من خلالها ، تجمع المعلومات العلمية و العملية حول تلك التخصصات الطبية التي لا غنى عنها في الممارسة المهنية
- ◆ آخر المستجدات حول التسويق في المراكز البيطرية
- ◆ التدريبات العملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعليم
- ◆ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة المطبقة على التسويق في المراكز البيطرية
- ◆ الدروس النظرية ، أسئلة للخبراء ، مننديات مناقشة حول موضوعات مثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردي
- ◆ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت

يغطي تسويق منتج أو خدمة العملية بأكملها ، من تصنيعها أو إعدادها ، ومكان المنشأ ، والنقل ، إلى مكان البيع أو الاستخدام ، وتخصيص السعر ، والتواصل مع العملاء ، والبيع والبحث عن ولاء العملاء من خلال القيمة المضافة و خدمة العملاء جيدة.

إنها عملية معقدة يمكن أن تحقق فوائد كبيرة للشركات إذا تم تنفيذها بشكل صحيح. يحلل هذا البرنامج الفرق بين بيع المنتجات والخدمات ، ويصف بالتفصيل أدوات التسويق المستخدمة لتعظيم دخل المركز البيطري. بهذه الطريقة ، يتم تناول جوانب مهمة مثل تحديد السعر الأنسب وإقناع العميل به ، والإعلان في جميع القنوات الممكنة وبطريقة متداخلة كأدوات اتصال ، تهدف إلى الحصول على خدمة العملاء. في الواقع ، إنه يطور موضوعات عملية مهمة لربحية المركز البيطري والبيع العابر والترويج، كما يركز الانتباه على الثورة الرقمية التي تتطلب بشكل متزايد خبراء في التسويق الرقمي.

وبالمثل ، يتم التركيز بشكل خاص على التواصل مع العملاء ، لأنه من خلال تنفيذ هذه العملية بشكل صحيح ، يتم تحقيق رضا أكبر من جانبهم ، وتحقيق ولائهم وتكرارهم ، وهو أحد الأهداف الرئيسية لأي شركة.

في الوقت الحالي ، من المشاكل التي تكتنف التعليم العالي المستمر هو التوفيق بين العمل والحياة الشخصية. تجعل المتطلبات المهنية الحالية التدريب المباشر والمتخصص عالي الجودة أمراً صعباً ، لذا فإن التنسيق عبر الإنترنت سيسمح للطلاب بالتوفيق بين هذا التدريب المتخصص وممارستهم المهنية اليومية ، دون أن يعني هذا فقدان الارتباط بالتدريب والتخصص.



انغمس في هذا التدريب ذي الجودة التعليمية الأعلى ، والذي
سيتيح لك مواجهة التحديات المستقبلية في إدارة مراكز الطب
البيطري“

يحتوي هذا التخصص على أفضل المواد التعليمية ، والتي ستتيح لك دراسة سياقية تسهل التعلم.

ستسمح لك شهادة الدبلوم عبر الإنترنت بنسبة 100% بدمج دراستك مع عملك المهني مع زيادة معرفتك في هذا المجال.

هذا الدبلوم هو أفضل استثمار يمكنك القيام به في اختيار برنامج تحديث لتحديث معرفتك في التسويق في المراكز البيطرية ”

تضم في هيئة التدريس متخصصين يتمتعون إلى مجال إدارة مراكز الطب البيطري، والذين يصبون خبراتهم العملية في هذا التدريب ، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من مجتمعات رائدة وجامعات مرموقة.

محتوى الوسائط المتعددة خاصتها، الذي تم تطويره بأحدث التقنيات التعليمية ، سيسمح لمهني التجميل بالتعلم حسب السياق ، بما معناه ، بيئة محاكاة سيوفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتعلم في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشكلات ، والذي يجب على الجراح من خلاله محاولة حل الحالات المختلفة للممارسة المهنية التي تُطرح على مدار هذه الدورة الأكاديمية. لهذا ، سيحصل المحترف على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي جديد تم إنشاؤه بواسطة خبراء معترف بهم في التسويق في المراكز البيطرية مع خبرة كبيرة.



02 الأهداف

الدبلوم في التسويق في المراكز البيطرية يهدف إلى تسهيل أداء المهنيين المكرسين للطب البيطري مع التطورات الأكثر ابتكارًا في هذا القطاع.



هدفنا هو تحقيق التميز الأكاديمي ومساعدتك حتى تتمكن أيضاً
من تحقيق النجاح المهني"



الأهداف العامة



- ♦ تحليل وتحديد الأنواع المختلفة للعملاء / المستخدمين للمركز البيطري
- ♦ تحديد وتقييم مهارات الاتصال اللازمة للنجاح مع العملاء
- ♦ اقتراح منهجية للتعامل بفاعلية مع العملاء الذين يعانون من عواطف مشوهة
- ♦ تطوير عمليات الولاء
- ♦ فحص أدوات التسويق المختلفة المستخدمة لبيع المنتجات والخدمات
- ♦ التفكير في الالتزام بالتواصل الفعال مع العملاء
- ♦ تحديد كيفية تحديد وتسعر الخدمة البيطرية
- ♦ استيعاب أهمية البيع العابر
- ♦ تحليل أدوات الترويج
- ♦ ادرس الترابط بين التسويق عبر الإنترنت و أوف لاین





- ♦ تحديد الأسس العملية لزيادة المبيعات من خلال البيع العابر
- ♦ الاقتناع بضرورة استخدام الترويج في المتجر
- ♦ أظهر أدوات مختلفة في ولاء العملاء
- ♦ إقناع أن التسويق الرقمي يجب أن يكون له نفس وزن التسويق التناظري
- ♦ اقترح قوالب تساعد في التحكم في إجراءات التسويق

- ♦ تحديد أنواع عملاء المركز البيطري ، وأساليب الاتصال التي تتكيف معهم بشكل أفضل
- ♦ تطوير مهارات الاتصال اللازمة في المركز البيطري
- ♦ إظهار وتطوير التعاطف في الممارسة البيطرية
- ♦ تحليل حالات تشويه الانفعالات والشكاوى للتعامل معها بفاعلية
- ♦ إدارة وتقييم جودة خدمة العملاء في المركز البيطري
- ♦ إنشاء وتطوير محافظ العملاء باستخدام الأدوات العملية
- ♦ تصميم وتطوير نماذج تجربة العملاء (CX) التي تتيح تحقيق أفضل تجربة مستخدم ممكنة (UX)
- ♦ تحليل وإعداد الزيارة المثالية لمستخدم المركز البيطري
- ♦ تحليل تطور التسويق ومعناه في التسويق التجريبي الحالي
- ♦ التفكير في الحاجة والالتزام للاحتفاظ بالعملاء الجيدين
- ♦ فحص الفرق في بيع الخدمات والمنتجات
- ♦ تحديد سعر الخدمة البيطرية
- ♦ اقتراح منهجية لتسعير الخدمات البيطرية
- ♦ تطوير منهجية عملية في الخدمة الهاتفية
- ♦ تدرب دائماً على جمع كل ما يتم القيام به ودفع الفواتير
- ♦ تحديد أنسب وسائل الإعلان لكل إجراء
- ♦ تحديد أنسب وسائل الإعلان لكل إجراء
- ♦ وضع منهجية لإدارة الشكاوى والمطالبات
- ♦ تطوير منهجية لتحويل كل استراتيجية ، على الأقل ، في عمل معين

امنح حياتك المهنية دفعة مع هذا البرنامج الكامل ”



هيكل إدارة الدورة التدريبية

يشتمل البرنامج في هيئة التدريس على خبراء مرجعيين في إدارة و توجيه مراكز الطب البيطري، الذين يصبون خبراتهم العملية في هذا التخصص. إنهم أطباء مهنيون مشهورون عالمياً من مختلف البلدان مع خبرة مهنية نظرية وعملية مثبتة.



لدينا أفضل فريق تدريسي ، مع سنوات من الخبرة ومصممون على نقل كل
معارفهم حول هذا القطاع ”



Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ تخرج في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس بمدريد عام 1990
- ♦ مدير شركة الاستشارات Vets Power.com ، وهي شركة استشارات أعمال مخصصة حصرياً للمراكز الصحية البيطرية للحيوانات الأليفة
- ♦ نائب رئيس صاحب العمل الإقليمي للقطاع البيطري في أليكانتي AEVA ، وأمين صندوق اتحاد أرباب العمل في القطاع البيطري في إسبانيا (CEVE)
- ♦ مؤسس مشارك لـ (GGA لـ Grupo de Trabajo de Gestión y Administración) ، (AVEPA) التي كان رئيساً لها بين عامي 2011 و 2013
- ♦ خبرة تجارية خاصة. مؤسس ومالك Centro Veterinario Amic de Alicante من 1991 إلى 2018 ، تم نقله لتكريس نفسه حصرياً لإدارة الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية للحيوانات الأليفة
- ♦ مؤلف كتب إدارة الأعمال في المراكز البيطرية "من الذي أخذ مركز الطب البيطري الخاص بي؟" (2009) و "لقد وجدت المركز البيطري الخاص بي!" (2013)
- ♦ مؤلف مشارك في كتابين ومؤلف فصول محددة في منشورات أخرى مخصصة لتدريب مساعدي العيادة البيطرية (ACV)
- ♦ متحدث في العديد من الدورات وورش العمل حول إدارة الأعمال في المراكز البيطرية ، وجهاً لوجه وعن بُعد (عبر الإنترنت) ، سواء في إسبانيا أو في الخارج
- ♦ منذ 1999 قدم العديد من المؤتمرات والدورات والندوات عبر الإنترنت للموظفين المساعدين في المراكز البيطرية



هيئة التدريس

Martín González, Abel

- ♦ تخرج في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس مدريد عام 1989
- ♦ دراسات الدكتوراه بدون عرض الرسالة.
- ♦ أستاذ متعاون مع مجلس مجتمعات كاستيلا لا مانشا في دورات إدارة مزارع الثروة الحيوانية
- ♦ مؤتمرات حول الموجات فوق الصوتية والتحكم الإنجابي نظمتها AESLA (Asociación de Criadores de Breed Lacaune) في مواقع مختلفة في إسبانيا
- ♦ متحدث في دورة المؤتمرات حول أمراض الثيران في ليديا التي نظمتها كلية الأطباء البيطريين في مدريد
- ♦ مؤتمرات حول إدارة المراكز البيطرية نظمتها مجموعة إدارة AVEPA
- ♦ متحدث في العديد من المؤتمرات الوطنية التي نظمتها IVEE-AVEPA ، AVEPA (GTA-AVEPA ، AVEPA
- ♦ INCUAL خبير في صياغة التأهيل المهني للمساعدة والمعونة الصحية لإدارة الحيوان في جрана
- ♦ طبيب بيطري في الممارسة السريرية المجانية لمزارع الثروة الحيوانية ، كمدبر فني لها ، في الأبقار والأغنام والخيول والخنازير
- ♦ المدير الفني ADSG في كاستيلا لمانشا (إسبانيا): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- ♦ المدير الفني لعلامة جودة اللحوم في سيرا دي سان فيسينتي
- ♦ مدير مركز تالافيرا البيطري وعيادة فيكو البيطرية في تالافيرا الملكة (طليطلة)
- ♦ مدير مستشفى تالافيرا البيطري السريري
- ♦ عضو مؤسس في CEVE (اتحاد الأعمال البيطري الأسباني) ، حيث يشغل حاليًا منصب نائب الرئيس. عضو لجنة الصحة CEVE والهيئة الرقمية
- ♦ عضو مؤسس في CEVE-CLM (اتحاد الأعمال البيطري في كاستيلا لا مانشا) ، الذي يشغل منصب رئيسها حاليًا
- ♦ عضو في العديد من الجمعيات المهنية على المستوى الوطني والدولي مثل AVEPA و ANEMBE و SEOC و AVETO
- ♦ عضو اللجنة الرقمية لـ CEOE (اتحاد منظمات الأعمال في إسبانيا)

Rotger Campins, Sebastià

- ♦ مهندس عالي في الاتصالات
 - ♦ بكالوريوس النقل البحري
 - ♦ كابتن البحرية التجارية
 - ♦ مدرب غوص محترف
 - ♦ سكرتير اتحاد الأعمال البيطري الأسباني CEVE
 - ♦ رئيس قسم العمل والتنظيم والتدريب في CEVE
 - ♦ سكرتير الشركات البيطرية في جزر البليار EMVETIB
 - ♦ رئيس لجنة الخدمات في اتحاد جمعيات رجال الأعمال في جزر البليار CAEB
 - ♦ عضو اللجنة التنفيذية لمجلس إدارة المشاريع الصغيرة والرياضيات
 - ♦ رئيس اللجنة الوطنية التفاوضية للاتفاقية الجماعية لمراكز وخدمات الصحة البيطرية
 - ♦ مدير عيادة بيطرية
- Veterinari Son Dureta SLP

Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس مدريد. دورة عام 1985-1990
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من جامعة (UJI - Jaume I) ، دورة 2017-18
- ♦ أستاذ التخدير وإدارة العيادة البيطرية ، جامعة كاردينال هيريرا CEU ، من نوفمبر 2011 حتى الوقت الحاضر
- ♦ عضو في AGESVET منذ تأسيسها وحتى 2018
- ♦ مشارك في تطوير وتدريب وحدة AGESVET HR

السيدة. Saleno, Delia

- ♦ دراسات الدكتوراه (2000-2003) بدون عرض الرسالة
- ♦ تخرج في الطب البيطري من جامعة العلوم الزراعية والطب البيطري في كلوج نابوكا (رومانيا)
- ♦ دبلوم الدراسات المتقدمة في عيادة الحيوانات الصغيرة (2000)
- ♦ مؤهل بحثي في علم الوراثة الخلوية من جامعة قرطبة (2005) مع دراسة عن العقم في الخيول
- ♦ دورة لرجال الأعمال (500 ساعة) ، من قبل EOI في 2007 في بالمادي مايوركا (إسبانيا)
- ♦ دورة التأهيل كمقيم في إجراءات اعتماد الكفاءات المهنية من خلال خبرة العمل في الأسرة المهنية الزراعية
- ♦ باحث ما قبل الدكتوراه في قسم التناسل الحيواني بكلية الطب البيطري في كلوج نابوكا (رومانيا)
- ♦ باحث ما قبل الدكتوراه في قسم علم الوراثة بجامعة قرطبة
- ♦ لقد طور نشاطاً إكلينيكيًا في طب الكلاب والقطط لأكثر من 20 عامًا ، في البداية في المستشفى البيطري الجامعي في كلوج نابوكا وبعد ذلك في العديد من العيادات والمستشفيات في إسبانيا
- ♦ في عام 2008 بدأ عمله مع عيادة بيطرية في بالمادي مايوركا: عيادة سون دوريتا البيطرية
- ♦ وهو عضو مؤسس لرجال الأعمال البيطريين في جزر البليار (EMVETIB) واتحاد الأعمال البيطري الأسباني (CEVE). يتولى رئاسة EMVETIB منذ نوفمبر 2012 ورئاسة CEVE منذ مارس 2017
- ♦ منذ سبتمبر 2018 ، كان عضوًا في مجلس إدارة CEOE
- ♦ ممثل عن القطاع البيطري في مختلف المنتديات الاقتصادية الوطنية والدولية وفي المرصد القطاعية ومجموعات العمل التابعة لوزارة التربية والتعليم ووزارة العمل ووزارة الزراعة

السيدة. Tabares, Nuria

- ♦ أجمع شغفي للاستشارات والعمل والتدريب التنفيذي في قدرة التدريب ، مع شغفي الآخر كمحاضر (إسبانيا وأمريكا اللاتينية)
- ♦ مدرس (أستاذ مشارك في جامعة برشلونة المستقلة في كلية الاقتصاد والأعمال)
- ♦ أستاذ Dual Citius Master في UAB
- ♦ أنا أيضًا المدير الفني لعيادة Terra San Fernando البيطرية

Villaluenga, José Luis

- ♦ إجازة في العلوم البيولوجية من جامعة كومبلوتنسي بمدريد (1979)
- ♦ درجة الماجستير في التسويق الرقمي ، EAE وجامعة برشلونة (2016)
- ♦ ماجستير جامعي في إدارة الموارد البشرية وإدارتها ، EAE وجامعة برشلونة (2018)
- ♦ أستاذ مشارك منذ عام 2012 في كلية الطب البيطري في جامعة أوفونسو العاشر إل سابيو ، مدريد (إسبانيا) في درجة الطب البيطري ، في مواد الدورة الأولى لعلم الوراثة البيطرية وعلم الأعراق 2 (الوحدة: الإدارة والتسويق في المجال البيطري)
- ♦ أستاذ في مجال "خدمة العملاء" ،
- ♦ منذ عام 2017 ، في FORVET ، مركز التدريب البيطري لمساعد الفنيين البيطريين ، في مدريد (إسبانيا)
- ♦ أستاذ ماجستير طب رياضة الخيول بجامعة قرطبة (إسبانيا) منذ عام 2019. الوحدة: تسويق وإدارة شركة بيطرية للخيول
- ♦ أستاذ لقلب خبير في العلاج الطبيعي وتأهيل الحيوانات الصغيرة: الكلاب والقطط، منطقة: إدارة أعمال مركز إعادة تأهيل الحيوانات الصغيرة ، منذ عام 2017 ، في جامعة كومبلوتنسي بمدريد (إسبانيا)
- ♦ 2016 - الآن: تم التأسيس كأحد الشريكين المؤسسين لشركة Rentabilidad Veterinaria, SL. هذه الشركة مخصصة لإدارة أعمال المراكز البيطرية للحيوانات الأليفة. تطوير العمل الاستشاري ، والتدريب ، والمشورة ، وتقييم الشركة ، وإدارة الموارد البشرية ، والإدارة الاقتصادية والمالية ، ودستور الشركة الجديد

السيدة. Navarro Ferrer, María José

- ♦ شهادة في علم النفس من جامعة فالنسيا (1987 UV-1992 UV)
- ♦ ماجستير في علم النفس العيادي CTMC فالنسيا (1992-1994)
- ♦ دراسات عليا في علم الشيخوخة الاجتماعي بجامعة فالنسيا (1994-1994)
- ♦ دراسات عليا في اليقظة والعلاج النفسي (2014 UB IL3-2015)
- ♦ مدرب وورش عمل للشركات والمؤسسات الخاصة
- ♦ مدرس في Recull من أنشطة خدمات التوظيف المحلية: الأفراد والشركات من برشلونة
- ♦ تعاون في عمليات إدارة الأفراد ، والتدريب على المهارات الشخصية (التواصل)
- ♦ تقنيات فعالة لإدارة الصراع والتفاوض ، والاهتمام بالعملاء الصعبيين) ، مدرب اليقظة ، التحليل وتحويل المعتقدات لإدارة الإجهاد والوقاية من الإرهاق (من مارس 2016 إلى يومنا هذا)

Albuxech Martínez, Miguel

- ♦ مدير مستشفى أنيكورا فالنسيا سور البيطري
- ♦ مستشار مستقل في إدارة المراكز البيطرية
- ♦ استشارات شاملة في Grupo Audit, Deloitte & Touche أو Sealco Consultores
- ♦ خريج إدارة الأعمال والإدارة (ADE) من كلية الاقتصاد والعلوم التجارية
- ♦ ماجستير في إدارة الموارد البشرية من ADEIT (مؤسسة الأعمال الجامعية)

Vilches Sáez, José

- ♦ مدير المشروع - CursoACV.com
- ♦ مدير منصة التدريب - Cursoveterinaria.es
- ♦ مدير المشروع - تشكيل دونا
- ♦ مدير المبيعات - جيسفيلسا
- ♦ مدير التدريب المهني Duna, SL
- ♦ مدير المجتمع
- ♦ إدارة السكرتارية - AGESVET
- ♦ مدير مبيعات إسبانيا - ProvetCloud
- ♦ مدير المبيعات الفنية - Guerrero Coves



هيكل ومحتوى الدورة التدريبية

تم تصميم هيكل المحتويات من قبل أفضل المتخصصين في القطاع في إدارة وتوجيه مراكز الطب البيطري، مع سجل حافل ومكانة معترف بها في المهنة ، مدعومًا بحجم الحالات التي تمت مراجعتها ودراستها ، ومع معرفة واسعة بالتقنيات الجديدة.



لدينا البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق. نسعى للتميز وأن تحققه
أنت أيضاً”



وحدة 1. العميل / مستخدم المراكز البيطرية

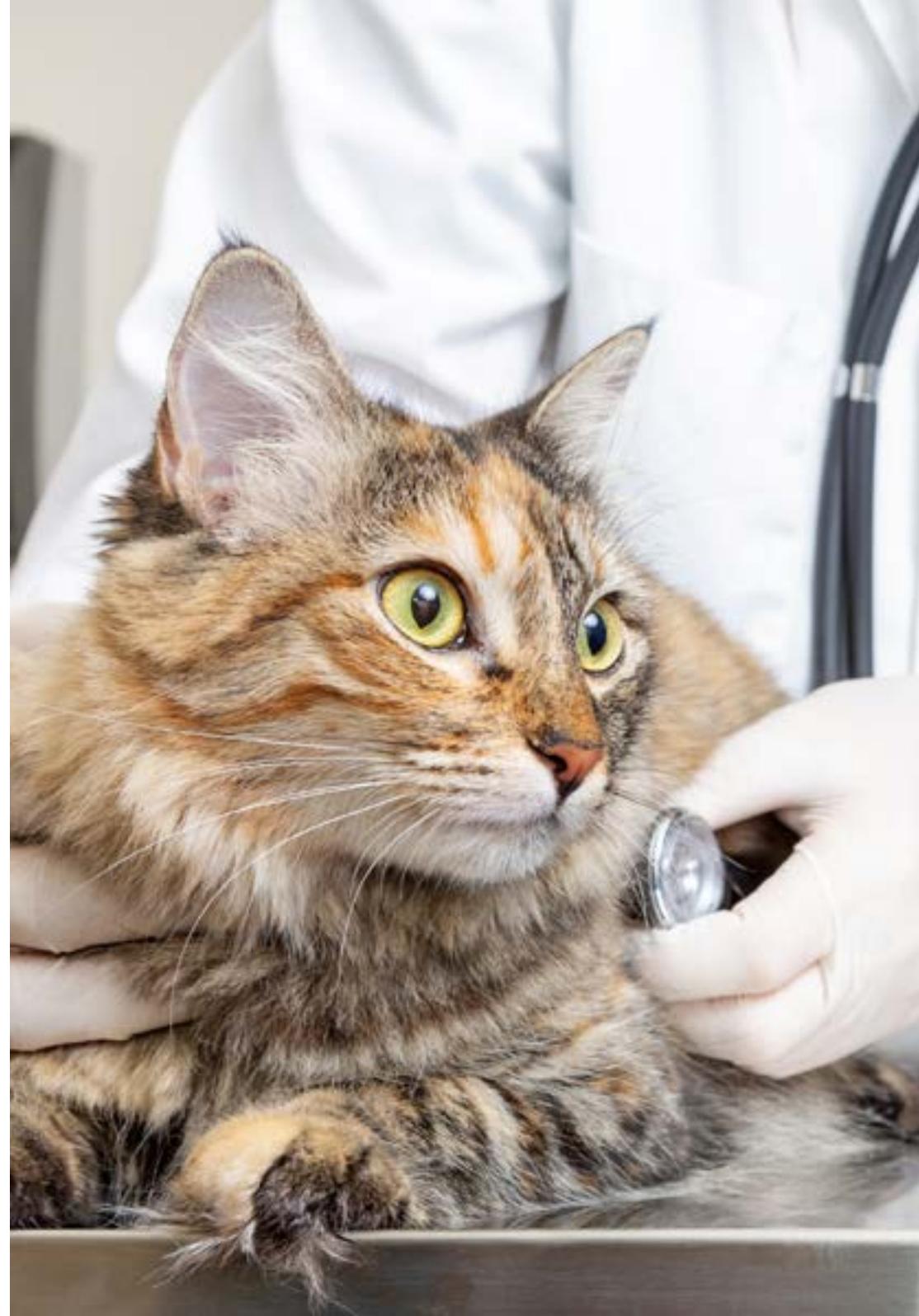
- 1.1 خدمة العملاء في المراكز البيطرية
 - 1.1.1 التمييز في خدمة العملاء
 - 1.1.2 إدارة خدمة العملاء
 - 1.1.3 الامتثال في المراكز البيطرية كأداة ولاء
 - 1.2 التواصل وجهاً لوجه في المراكز البيطرية
 - 1.2.1 المزايا العملية للتواصل مع العملاء
 - 1.2.2 النموذج الحالي
 - 1.2.3 احتياجات العملاء
 - 1.2.4 إدارة جودة خدمة العملاء
 - 1.2.4.1 قنوات التواصل مع العملاء
 - 1.2.4.2 أنظمة الكمبيوتر / قواعد البيانات (CRM)
 - 1.2.4.3 استطلاعات تقييم الجودة
 - 1.3 مهارات الاتصال الأساسية لمتخصصي المراكز البيطرية
 - 1.3.1 السؤال في الاتصال المهني
 - 1.3.2 الاستماع في التواصل المهني
 - 1.3.3 التواصل غير اللفظي
 - 1.3.4 التواصل اللفظي
 - 1.3.5 علاج نقص الأكسجين في الدم في المراكز البيطرية
 - 1.4 التعاطف كمهارة أساسية في القرن الحادي والعشرين في العلاقة مع عملاء المراكز البيطرية
 - 1.4.1 التعريف والوصف
 - 1.4.2 تعبيرات عن التعاطف
 - 1.4.3 أدوات للعمل التعاطف مع عملاء المراكز البيطرية
 - 1.5 منهجية لمواجهة المواقف الصعبة بنجاح مع عملاء المركز البيطري
 - 1.5.1 العادات الأربع الأساسية للأطباء ذوي الكفاءة العالية
 - 1.5.2 خصائص الصراع بين المهنيين وعملائهم
 - 1.5.3 منهجية التعامل مع المواقف الصعبة مع عملاء المراكز البيطرية
 - 1.5.3.1 تحديد المشكلة
 - 1.5.3.2 اكتشاف المعنى
 - 1.5.3.3 اغتنم الفرص
 - 1.5.3.4 تعيين حدود العلاقة
 - 1.5.3.5 قدم المساعدة لحل المشكلة
 - 1.5.4 أداة لتحسين مهارات الاتصال المهنية
- 1.6 التواصل داخل الممارسة البيطرية
 - 1.6.1 مقدمة
 - 1.6.2 نموذج كالجاري - كامبريدج المطبق على الممارسة البيطرية
 - 1.6.2.1 مرحلة التحضير
 - 1.6.2.2 بداية الاستشارة
 - 1.6.2.3 جمع المعلومات
 - 1.6.2.4 النتائج والتخطيط
 - 1.6.2.5 قدم المعلومات الصحيحة
 - 1.6.2.6 التفاهم المتبادل
 - 1.6.2.7 الانتهاء من الاستشارة
 - 1.6.3 نقل الأخبار السيئة إلى عملاء المراكز البيطرية
 - 1.7 استراتيجيات العلاقة مع عملاء المركز البيطري
 - 1.7.1 التسويق العلائقي
 - 1.7.2 التوقعات الرئيسية للعملاء ومستخدمي المراكز البيطرية
 - 1.7.3 إدارة علاقات العملاء على المدى الطويل
 - 1.7.3.1 نموذج MSMC (أفضل خدمة لأفضل العملاء)
 - 1.7.3.2 النموذج الجديد لإدارة علاقات العملاء
 - 1.8 تقسيم وتوصيف العملاء في المركز البيطري
 - 1.8.1 القطاعات ومحافظ العملاء
 - 1.8.1.1 عملية الكارتر في المراكز البيطرية
 - 1.8.2 المزايا الاستراتيجية للكارتر
 - 1.8.3 العملاء الأكثر قيمة (MVC)
 - 1.9 تجربة العملاء (CX) وتجربة المستخدم (UX) في المراكز البيطرية
 - 1.9.1 لحظة الحقيقة
 - 1.9.2 العناصر التي تشكل تجربة العميل
 - 1.9.3 تجربة المستخدم
 - 1.10 التطبيق العملي لتجربة العميل والمستخدم في المراكز البيطرية
 - 1.10.1 المراحل
 - 1.10.1.1 دراسة وتحليل تجارب المستخدم
 - 1.10.1.2 تعريف المنصة التجريبية
 - 1.10.1.3 تصميم وتخطيط الخبرات
 - 1.10.1.4 تنظيم الاتصال أو الاجتماع مع العملاء
 - 1.10.1.5 المنهج العملي

- 2.5. التواصل مع العميل في المراكز البيطرية
 - 2.5.1. التواصل مع العملاء الداخليين: الموظفون
 - 2.5.2. الحاجة: تنسيق الرسالة
 - 2.5.3. متعدد القنوات وقناة شاملة
 - 2.5.4. في غرفة الانتظار
 - 2.5.5. الاهتمام عبر الهاتف
 - 2.5.6. في الاستشارة
 - 2.5.7. تذكير
 - 2.5.8. حملات الصحة الوقائية
 - 2.5.9. دكتور جوجل البيطري وإدارته من قبل الطبيب البيطري
 - 2.5.10. أسباب تغيير العميل للطبيب البيطري
 - 2.5.11. استطلاعات الرضا
 - 2.5.12. مطالبات في مركز بيطري
- 2.6. اعلان في المراكز البيطرية
 - 2.6.1. ما نوع العملاء الذين أرغب في الوصول إليهم؟
 - 2.6.2. قاعة الانتظار
 - 2.6.3. العناصر الترويجية
 - 2.6.4. الوسائل المكتوبة
 - 2.6.5. الوسائل الرقمية
 - 2.6.6. أخرى
- 2.7. البيع العابر في المراكز البيطرية
 - 2.7.1. ما هي وما الغرض منها؟
 - 2.7.2. أنواع البيع المتقاطع
 - 2.7.3. كيف يتم تنفيذها؟
 - 2.7.4. الخدمة + الخدمة
 - 2.7.5. الخدمة + المنتج
 - 2.7.6. المنتج + المنتج
 - 2.7.7. العمل بروح الفريق الواحد
- 2.8. التصميم التجاري
 - 2.8.1. تعاريف
 - 2.8.2. الأركان
 - 2.8.3. الأهداف
 - 2.8.4. عملية قرار الشراء وأنواع الشراء

- 2.1. التسويق في المراكز البيطرية
 - 2.1.1. تعاريف
 - 2.1.2. الاحتياجات - أسباب الشراء
 - 2.1.3. العرض والطلب
 - 2.1.4. تطور التسويق
 - 2.1.5. الشركات الحالية
 - 2.1.6. العميل الحالي
 - 2.1.7. الوفاء: تسويق القرن الحادي والعشرين
- 2.2. ماذا يباع في المراكز البيطرية؟
 - 2.2.1. المنتجات
 - 2.2.2. خدمات
 - 2.2.3. الاختلافات بين المنتجات والخدمات
 - 2.2.4. ال 4P للمنتجات
 - 2.2.5. ال 7P للخدمات
- 2.3. خدمات - منتجات في المراكز البيطرية
 - 2.3.1. محفظة الخدمات
 - 2.3.2. محفظة المنتج
 - 2.3.3. كيف تباع المنتجات
 - 2.3.4. كيف تباع الخدمات
 - 2.3.5. التمايز - القيمة المضافة
 - 2.3.6. تقنية CABE
 - 2.3.7. التسويق العصبي وتطبيقه على المبيعات
- 2.4. أسعار الخدمات والمنتجات في المراكز البيطرية
 - 2.4.1. أهمية السعر في الشركة
 - 2.4.2. نسبة السعر في الخدمات
 - 2.4.3. كيف تحدد أسعار الخدمة؟
 - 2.4.4. كيف تصلح أسعار المنتج؟
 - 2.4.5. قائمة الأسعار
 - 2.4.6. كيف تعطي أسعار الخدمة للعملاء؟
 - 2.4.7. كيف تدحض تعليقات السعر المرتفع؟
 - 2.4.8. منحني مرونة سعر الطلب
 - 2.4.9. نماذج أعمال التسعير في المراكز البيطرية
 - 2.4.10. كيف تجمع كل شيء وماذا تفعل خلاف ذلك؟

- 2.8.5. الخارج
- 2.8.5.1. الواجهة
- 2.8.5.2. الهوية
- 2.8.5.3. الباب
- 2.8.5.4. الخزانة
- 2.8.6. الداخل
- 2.8.6.1. تشكيلة
- 2.8.6.2. تخطيط الفضاء
- 2.8.7. إدارة المخزون
- 2.8.8. الرسوم المتحركة في نقاط البيع
- 2.8.8.1. خارجي
- 2.8.8.2. داخلي
- 2.8.8.3. الإعلان في نقاط البيع
- 2.8.8.4. الترويجات
- 2.9. التسويق الرقمي في المراكز البيطرية
- 2.9.1. عموميات
- 2.9.2. تأثير ROPO
- 2.9.3. مزج التسويق: غير متصل بالإنترنت وعبر الإنترنت
- 2.9.4. الموقع الإلكتروني لمركز بيطري
- 2.9.5. الشبكات الاجتماعية المطبقة على المراكز البيطرية
- 2.9.5.1. الفيسبوك
- 2.9.5.2. تويتر
- 2.9.5.3. إنستغرام
- 2.9.5.4. قناة يوتيوب
- 2.9.6. التسويق عبر البريد الإلكتروني
- 2.9.7. أدوات المراسلة الفورية
- 2.10. أدوات الولاة لعملاء المراكز البيطرية
- 2.10.1. ليس كل العملاء لديهم نفس القيمة
- 2.10.2. الخطط الصحية
- 2.10.3. حملات الصحة الوقائية
- 2.10.4. تأمين بيطري
- 2.10.5. أنظمة تجميع النقاط
- 2.10.6. كوبونات خصم
- 2.10.7. أخرى

سيسمح لك هذا التخصص بالتقدم في حياتك المهنية
بطريقة مريحة”

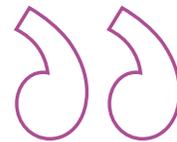


المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. تم تطوير منهجيتنا من خلال وضع التعلم الدوري: إعادة التعلم. يُستخدم نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أرقى كليات الطب في العالم، وقد تم اعتباره من أكثر الكليات فعالية من خلال المنشورات ذات الأهمية الكبيرة مثلمجلة نيو إنجلاند الطبية.



اكتشف منهجية إعادة التعلم، وهو نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة
التدريس الدورية: طريقة تعلم أثبتت فعاليتها للغاية، لا سيما في الموضوعات التي تتطلب الحفظ"



في تيك نستخدم طريقة الحالة

في حالة معينة ، ما الذي يجب أن يفعله المحترف؟ خلال البرنامج ، ستواجه العديد من الحالات السريرية المحاكاة ، بناءً على مرضى حقيقيين سيتعين عليك فيها التحقيق ، ووضع الفرضيات ، وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية الطريقة. يتعلم المتخصصون بشكل أفضل وأسرع وأكثر استدامة بمرور الوقت.



مع تيك يمكنك تجربة طريقة للتعلم تعمل على تحريك أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم.

وفقاً للدكتور جيرفاس ، فإن الحالة السريرية هي العرض المعلق لمريض ، أو مجموعة من المرضى ، والتي تصبح "حالة" ، مثلاً أو نموذجاً يوضح بعض المكونات السريرية المميزة ، إما بسبب قوتها التعليمية ، أو بسبب تفرده أو ندرته. من الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية ، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكيف الحقيقية في الممارسة البيطرية المهنية.



هل تعلم أن هذه الطريقة تم تطويرها عام 1912 في جامعة هارفارد لطلاب القانون؟ تتكون طريقة الحالة من تقديم مواقف حقيقية معقدة حتى يتمكنوا من اتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. في عام 1924 تم تأسيسها كطريقة معيارية للتدريس في جامعة هارفارد”

تبرر فعالية هذه الطريقة بأربعة إنجازات أساسية:

1. الأطباء البيطريون الذين يتبعون هذه الطريقة لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم ، بل يطورون أيضًا قدرتهم العقلية ، من خلال تمارين لتقييم المواقف الحقيقية وتطبيق المعرفة.

2. يتجسد التعلم بطريقة صلبة في القدرات العملية التي تتيح للطلاب اندماجًا أفضل في العالم الحقيقي.

3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم ، وذلك بفضل نهج المواقف التي نشأت من الواقع.

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزًا مهمًا للغاية للطبيب البيطري ، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة الوقت المخصص للعمل في الدورة.

منهجية إعادة التعلم

تجمع نيك بفعالية بين منهجية دراسة الحالة ونظام تعلم عبر الإنترنت بنسبة 100% استناداً إلى التكرار ، والذي يجمع بين 8 عناصر تعليمية مختلفة في كل درس.

نحن نشجع دراسة الحالة بأفضل طريقة تدريس بنسبة 100% عبر الإنترنت إعادة التعلم.



سيتعلم الطبيب البيطري من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف

المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه التدريبات من

أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

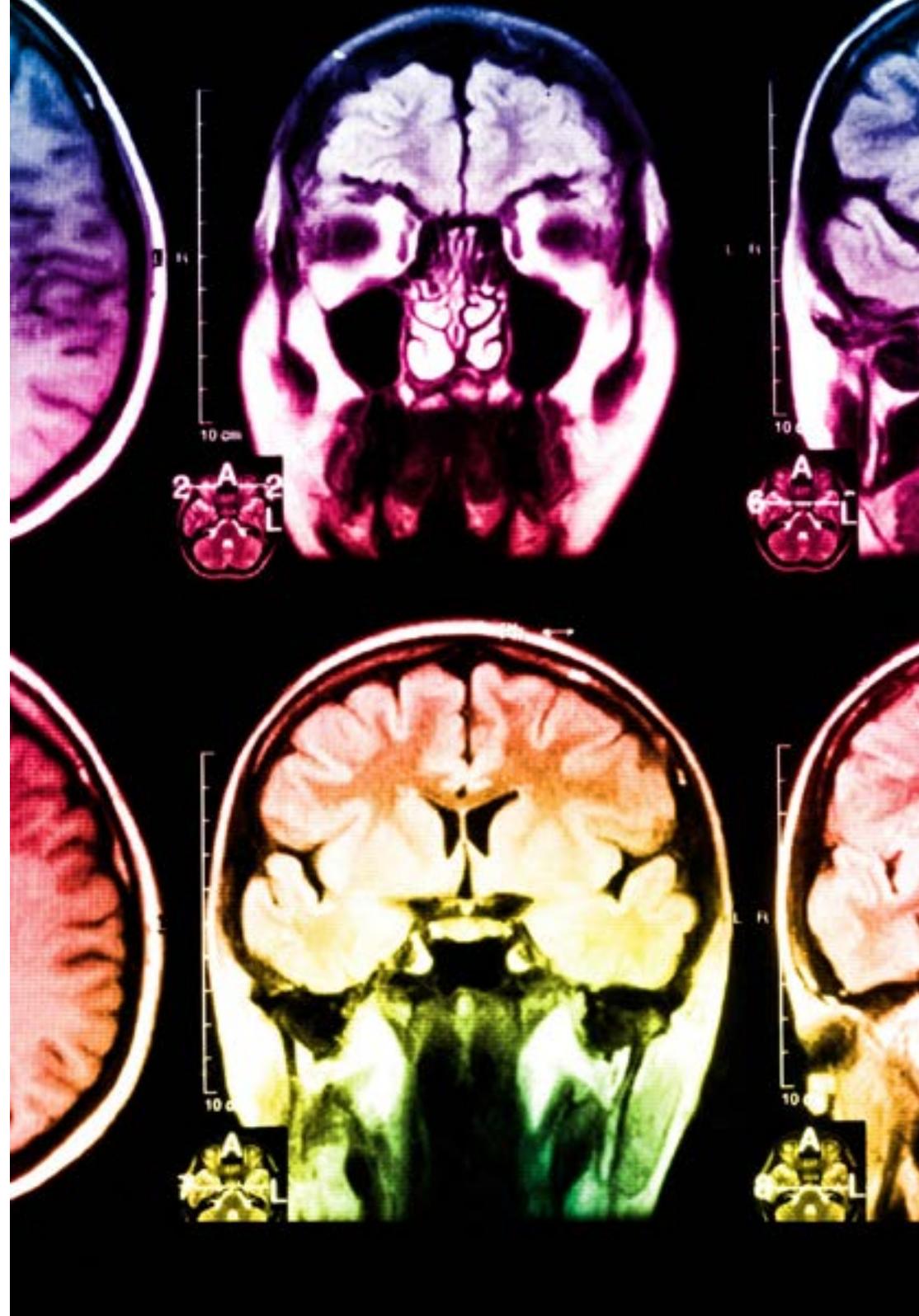
تقع في الطليعة التربوية العالمية ، تمكنت طريقة إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العالمية للمهنيين الذين أنهوا دراستهم ، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في اللغة الإسبانية الناطقة (جامعة كولومبيا).

مع هذه المنهجية ، تم تدريب أكثر من 65000 طبيب بيطري بنجاح غير مسبوق في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العبء في الجراحة. تم تطوير منهجيتنا التربوية في بيئة ذات متطلبات عالية ، مع طلاب جامعيين يتمتعون بملف اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عامًا.

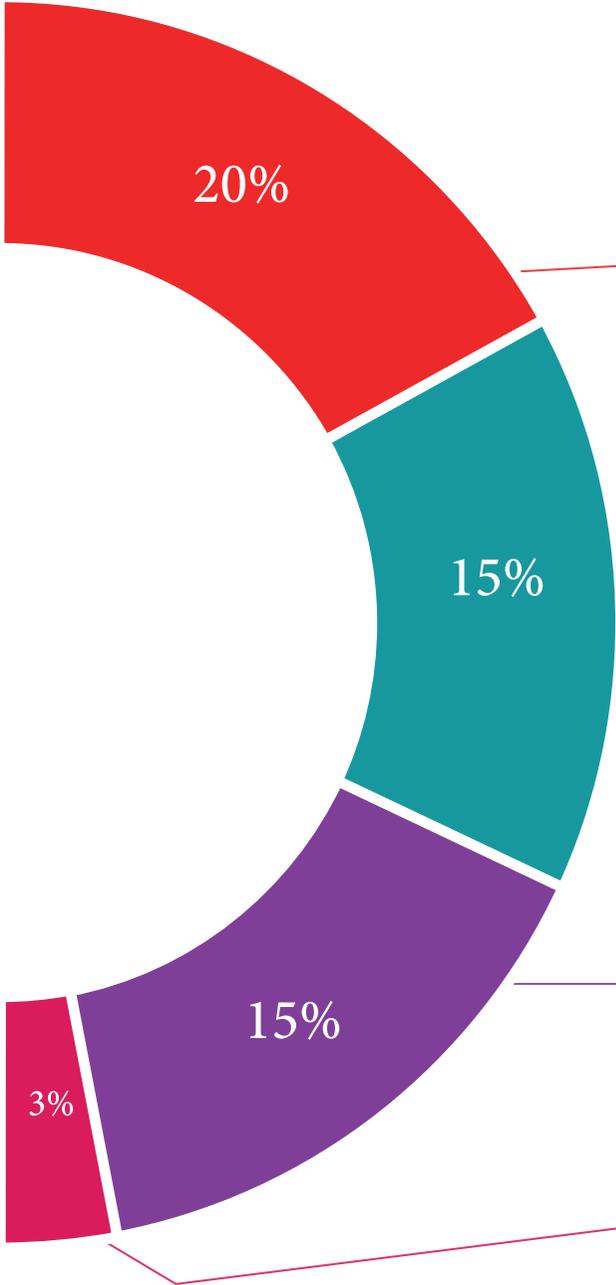
ستسمح لك إعادة التعلم بالتعلم بجهد أقل وأداء أكبر ، والمشاركة بشكل أكبر في تدريبك ، وتنمية الروح النقدية ، والدفاع عن الحجج والآراء المتناقضة: معادلة مباشرة للنجاح.

في برنامجنا ، التعلم ليس عملية خطية ، ولكنه يحدث في دوامة (تعلم ، وإلغاء التعلم ، والنسيان ، وإعادة التعلم). لذلك ، يتم دمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

الدرجة العالمية التي حصل عليها نظام تيك التعليمي هي 8.01 ، وفقًا لأعلى المعايير الدولية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المعدة بعناية للمحترفين:



المواد الدراسية

تم إنشاء جميع المحتويات التعليمية من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس الدورة ، خاصةً له ، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموًا حقًا.

يتم تطبيق هذه المحتويات بعد ذلك على التنسيق السمعي البصري ، لإنشاء طريقة عمل تيك عبر الإنترنت. كل هذا ، مع أكثر التقنيات ابتكارًا التي تقدم قطعًا عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.



تقنيات وإجراءات العلاج الطبيعي بالفيديو

تقرب تيك الطالب من التقنيات الأكثر ابتكارًا وأحدث التطورات التعليمية وإلى طليعة التقنيات وإجراءات العلاج الطبيعي / علم الحركة الحالية. كل هذا ، في أول شخص ، بأقصى درجات الصرامة ، موضحًا ومفصلًا للمساهمة في استيعاب الطالب وفهمه. وأفضل ما في الأمر هو أن تكون قادرًا على رؤيته عدة مرات كما تريد.



ملخصات تفاعلية

يقدم فريق تيك المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الصوت والفيديو والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

تم منح هذا النظام التعليمي الحصري الخاص بتقديم محتوى الوسائط المتعددة من قبل شركة Microsoft كـ "حالة نجاح في أوروبا".



قراءات تكميلية

مقالات حديثة ووثائق إجماع وإرشادات دولية ، من بين أمور أخرى. في مكتبة تيك الافتراضية ، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





تحليل الحالات التي وضعها الخبراء واسترشدوا بها

التعلم الفعال يجب أن يكون بالضرورة سياقياً. لهذا السبب ، تقدم تيك تطوير حالات حقيقية يقوم فيها الخبير بتوجيه الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم تقييم معرفة الطالب بشكل دوري وإعادة تقييمها في جميع أنحاء البرنامج ، من خلال أنشطة وتمارين التقييم الذاتي والتقييم الذاتي بحيث يتحقق الطالب بهذه الطريقة من كيفية تحقيقه لأهدافه.



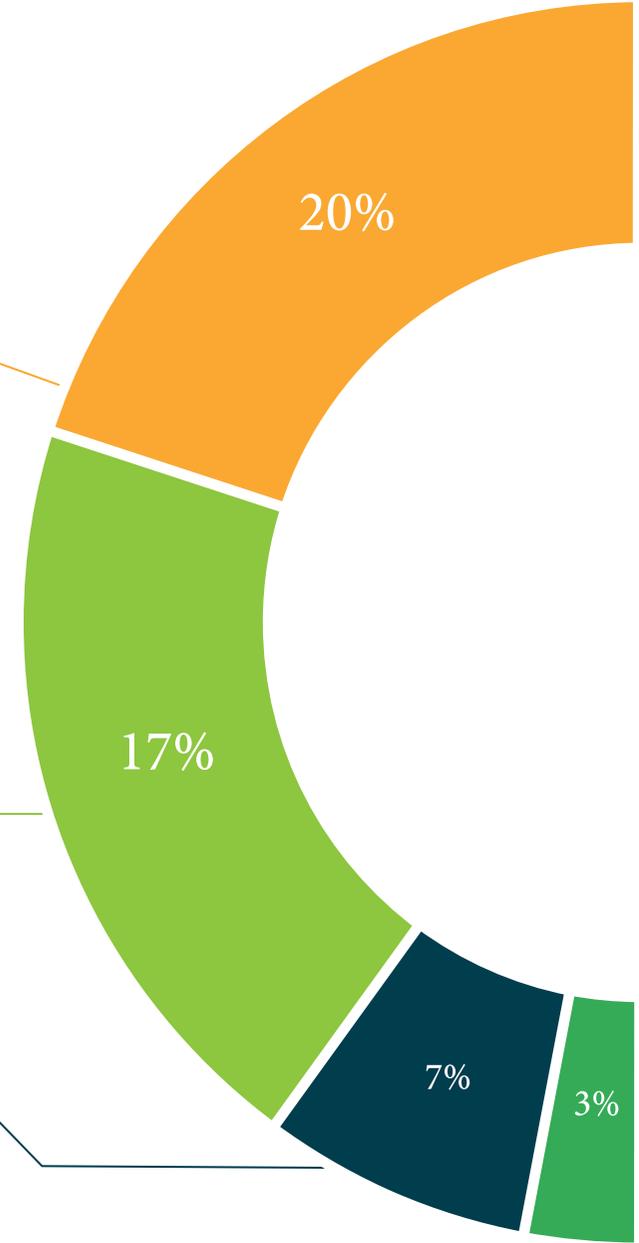
فصول الماجستير

هناك أدلة علمية على فائدة ملاحظة طرف ثالث من الخبراء.
ما يسمى بالتعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في القرارات الصعبة في المستقبل.



أدلة العمل السريع

تقدم تيك المحتوى الأكثر صلة بالدورة التدريبية في شكل بطاقات أو أدلة إجراءات سريعة. طريقة تركيبية وعملية وفعالة لمساعدة الطالب على التقدم في تعلمهم.



المؤهل العلمي

الدبلوم في التسويق في المراكز البيطرية يضمن، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحدائثه، الحصول على شهادة دبلوم صادرة عن جامعة TECH التكنولوجية.



أكمل هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية دون السفر
أو الأعمال الورقية المرهقة "



تحتوي درجة المحاضرة الجامعية في التسويق في المراكز البيطرية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مع إيصال استلام مؤهل درجة المحاضرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.

المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في درجة المحاضرة الجامعية، وسوف يفي المتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي المهني.

المؤهل: محاضرة جامعية في التسويق في المراكز البيطرية

عدد الساعات الدراسة المعتمدة: 300 ساعة.



tech الجامعة
التكنولوجية

محاضرة جامعية التسويق في المراكز البيطرية

طريقة التدريس: عبر الإنترنت

المدة: 12 أسبوع

المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

عدد الساعات الدراسية: 300 ساعة

محاضرة جامعية
التسويق في المراكز البيطرية