

جامعة الفرات الأوسط التقنية
المعهد التقني / النجف
قسم تقنيات التجميل والليزر
المرحلة الثانية
إدارة المراكز التجميلية

مدرس المادة: م. سهاد عبد الزهرة حاجم

اهداف المادة:

تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة وتشغيل مراكز التجميل بكفاءة وفاعلية، اضافة إلى فهم العلاقة بين الجوانب الطبية والإدارية لتقديم خدمات ذات جودة عالية.



الاهداف الخاصة:

1. تعريف الطلاب بمبادئ الإدارة الاساسية وادارة الموارد البشرية وتطبيقها في سياق مراكز التجميل.
2. إعداد خطط العمل التشغيلية والاستراتيجية لإدارة مركز التجميل والمساعدة في اتخاذ القرار.
3. تزويد الطلبة بأساسيات المحاسبة والادارة المالية لمركز التجميل.
4. تعليم الطلبة كيفية تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم، وبناء علامة تجارية قوية لمركز التجميل.
5. تطبيق المعايير الصحية والطبية في ادارة الجودة، وإدارة المخاطر، والتعامل مع حالات الطوارئ لضمان بيئة عمل آمنة للعملاء والموظفين.
6. فهم الجوانب القانونية والاخلاقية المتعلقة بإدارة مراكز التجميل.
7. استعمال ادوات التحول الرقمي والتحسين المستمر وتقييم الاداء.



المراكز التجميلية:

التعريف:

هو مؤسسة متخصصة في تقديم خدمات التجميل والعناية بالبشرة والشعر والجسم. يمكن أن يشمل المركز التجميلي مجموعة من العلاجات التي تهدف إلى تحسين مظهر الشخص أو إخفاء بعض العيوب الجمالية.



الخدمات التي تقدمها المراكز التجميلية:

تختلف الخدمات في المراكز التجميلية بحسب نوع المركز، ولكن من أهم الخدمات التي يقدمها عادةً:

1. **العناية بالبشرة:** مثل تنظيف البشرة، معالجة حب الشباب، إزالة التجاعيد، وتفتيح البشرة.
2. **التجميل بالليزر:** إزالة الشعر بالليزر، علاج الصبغات، وغيرها من العلاجات.
3. **العناية بالشعر:** مثل تقنيات تصفيف الشعر، العلاجات الخاصة بالشعر، زراعة الشعر.
4. **العناية بالجسم:** مثل شد الجلد، التجميل الجراحي أو غير الجراحي (مثل الفيلر والحقن).
5. **الماكياج والعناية التجميلية الأخرى:** خدمات الماكياج للمناسبات الخاصة.

إدارة المراكز التجميلية

تركز على مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تتعلق بإدارة وتشغيل مراكز التجميل بشكل فعّال.
ومن هذه الأمور:



الأساسيات الإدارية:

- تنظيم العمل داخل المركز
- تحديد الأدوار والمسؤوليات بين الموظفين
- وضع استراتيجيات عمل فعّالة
- إدارة الوقت والموارد
- فهم العمليات المالية للمركز

ادارة الموارد البشرية:

تدريب وتوظيف المتخصصين مثل الفنيين والأطباء



تطوير مهارات الموظفين في مجال خدمة العملاء



كيفية التعامل مع الشكاوى والمشكلات التي قد تواجه العملاء



التسويق والعلاقات العامة:

- بناء سمعة المركز وكيفية التعامل مع التقييمات عبر الإنترنت
- كيفية جذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين
- استراتيجيات التسويق الخاصة بمراكز التجميل مثل العروض الترويجية، الإعلانات، والتسويق عبر الإنترنت

الجوانب القانونية والصحية:

1. التعامل مع التقارير الطبية الخاصة بالخدمات التجميلية

2- مراقبة جودة الخدمات المقدمة لضمان الامتثال للمعايير الصحية

3- معرفة القوانين المتعلقة بصحة وسلامة العملاء



المعدات والتكنولوجيا:



- إدارة المعدات التجميلية والتأكد من صيانتها بشكل دوري
- استخدام التقنيات الحديثة في تقديم الخدمات التجميلية









سؤال/

ماذا عن المساحات؟

هل هناك مساحة معينة لمراكز التجميل ام ان المساحات مختلفة؟

وعلى ماذا يعتمد تحديد المساحة؟

شكرا لأصغائكم

Suhad AL-Sh

21/9/2025



جامعة الفرات الأوسط التقنية
المعهد التقني / النجف
قسم تقنيات التجميل والليزر
المرحلة الثانية
إدارة المراكز التجميلية

مدرس المادة: م. سهاد عبد الزهرة حاجم

أساسيات الإدارة :



1 تعريف الادارة

2 مستويات الادارة

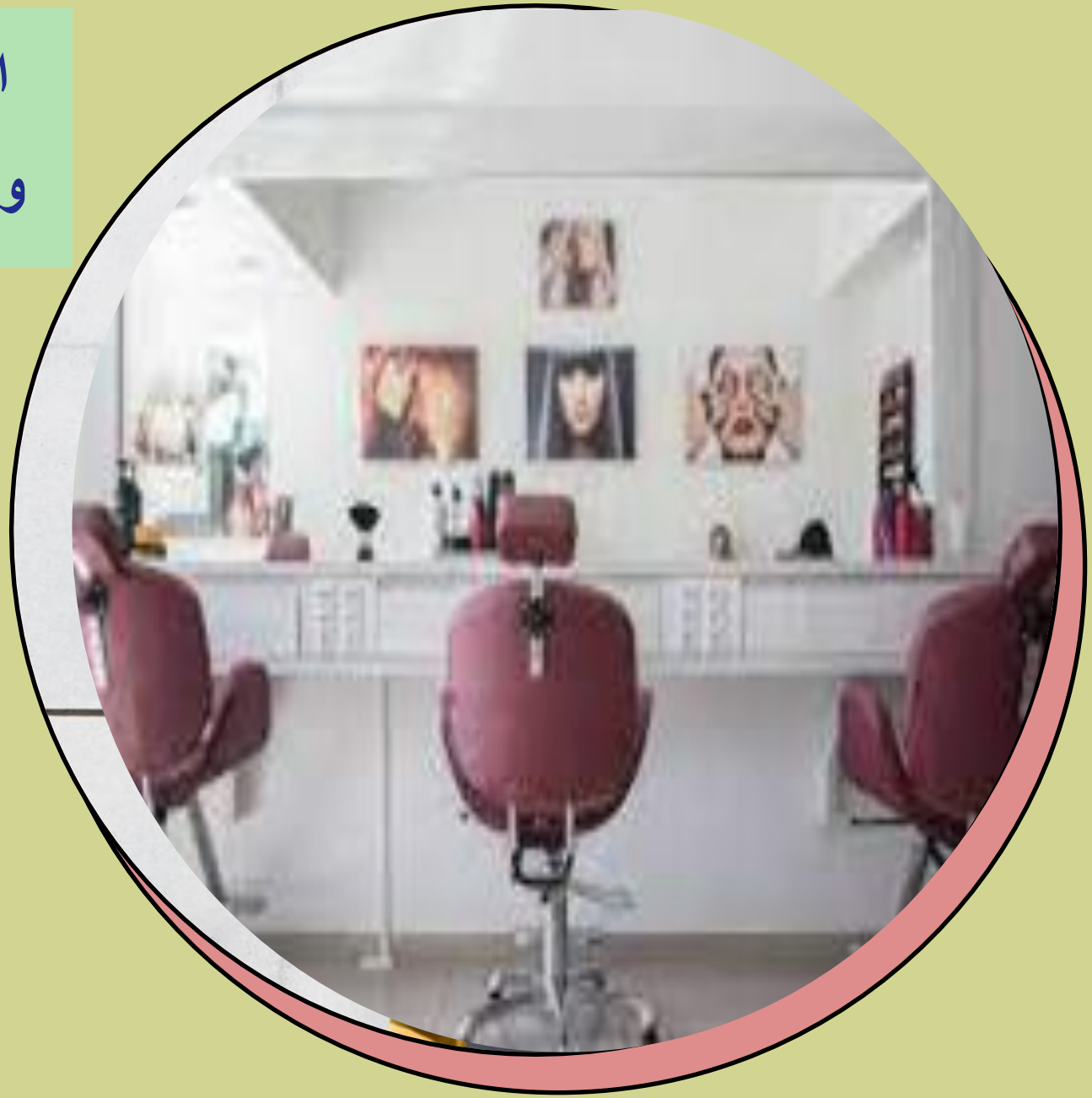
3 أدوار المدير

الإدارة : المفهوم

هل المهارة في التجميل كافية لنجاح مركز تجميلي؟ أم أن هناك شيء آخر مهم؟



الإدارة هي عملية تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الموارد (البشرية والمادية) لتحقيق أهداف محددة بكفاءة وفاعلية



مثال تطبيقي: في مركز تجميلي:

التخطيط = وضع جدول العروض الموسمية أو خدمات العيد.

التنظيم = توزيع المهام بين موظفي الاستقبال وخبراء الليزر.

التوجيه = متابعة العمل وتحفيز الموظفين.

الرقابة = التأكد من رضا العملاء والتزام الفنيين بالإجراءات الصحية.

مستويات الإدارة

الإدارة تنقسم إلى ثلاث مستويات رئيسية:

المستوى	التسمية	الدور الرئيسي	مثال في مركز تجميلي
الإدارة العليا	الإدارة الاستراتيجية	تحديد الأهداف العامة والرؤية	صاحبة المركز أو المدير العام
الإدارة الوسطى	الإدارة التنفيذية	تنفيذ الخطط والتنسيق بين الفرق	مشرف الصالون أو رئيس قسم الليزر
الإدارة الدنيا	الادارة الإشرافية	الإشراف اليومي وتوجيه العاملين	مسؤولة الاستقبال أو مشرفة الفريق اليومي

سؤال:

من هو المدير الذي يحدد أسعار الخدمات؟

ومن هو الذي يراقب نظافة الأدوات؟

طبقًا للعالم الإداري "مينتزبرغ": المدير يؤدي 3 أدوار رئيسية:

العالم "مينتزبرغ" هو هنري مينتزبرغ، وهو أكاديمي كندي رائد ومؤلف في مجال الإدارة والأعمال، ويدرس حاليًا في جامعة ماكجيل في كندا. يعرف بأعماله الغزيرة في الإدارة، بما في ذلك كتب عن الهياكل التنظيمية والاستراتيجية، وانتقاداته لأساليب تدريس الإدارة وشركات الاستشارات الإدارية

أدوار المدير

طبقًا للعالم الإداري "مينتزبرغ"، المدير يؤدي 3 أدوار رئيسية:





أدوار اتخاذ القرار
اتخاذ قرارات مؤثرة

تغيير أوقات العمل،
شراء أجهزة جديدة



أدوار تفاعلية
التعامل مع الأفراد

حل مشكلات الموظفين
أو التعامل مع الزبائن



أدوار معلوماتية
جمع ونقل المعلومات

لاطلاع على آراء الزبائن
وتقارير الأداء

نشاط تطبيقي (داخل المحاضرة)

نشاط صفّي:

نقسم الطلبة إلى مجموعات.

كل مجموعة تتخيل نفسها تدير مركز تجميل صغير.

ستكون هنالك طلبات من كل مجموعة:

لتحديد هدف واحد للمركز.

اقتراح مهمة واحدة لكل مستوى إداري.

تحديد قرار واحد على المدير أن يتخذه.

بعد 10 دقائق، نأخذ مثالاً من كل مجموعة ونناقشه.

ملخص سريع:

1. ما هو مفهوم الإدارة؟
2. كم عدد مستويات الإدارة؟
3. ما الفرق بين المدير التنفيذي والمدير الإشرافي؟
4. أعط مثالًا على قرار إداري في مركز تجميل.

واجب بسيط :

على كل طالب اختيارمركز تجميل معروف.
قم بدراسة كيف يطبق الإدارة في خدماته، من حيث:
التخطيط، التوجيه، والرقابة.

قم بربط هذا الواجب مع درس اليوم بشكل تفصيلي

شكرا لكم





جامعة الفرات الأوسط التقنية

المعهد التقني / النجف

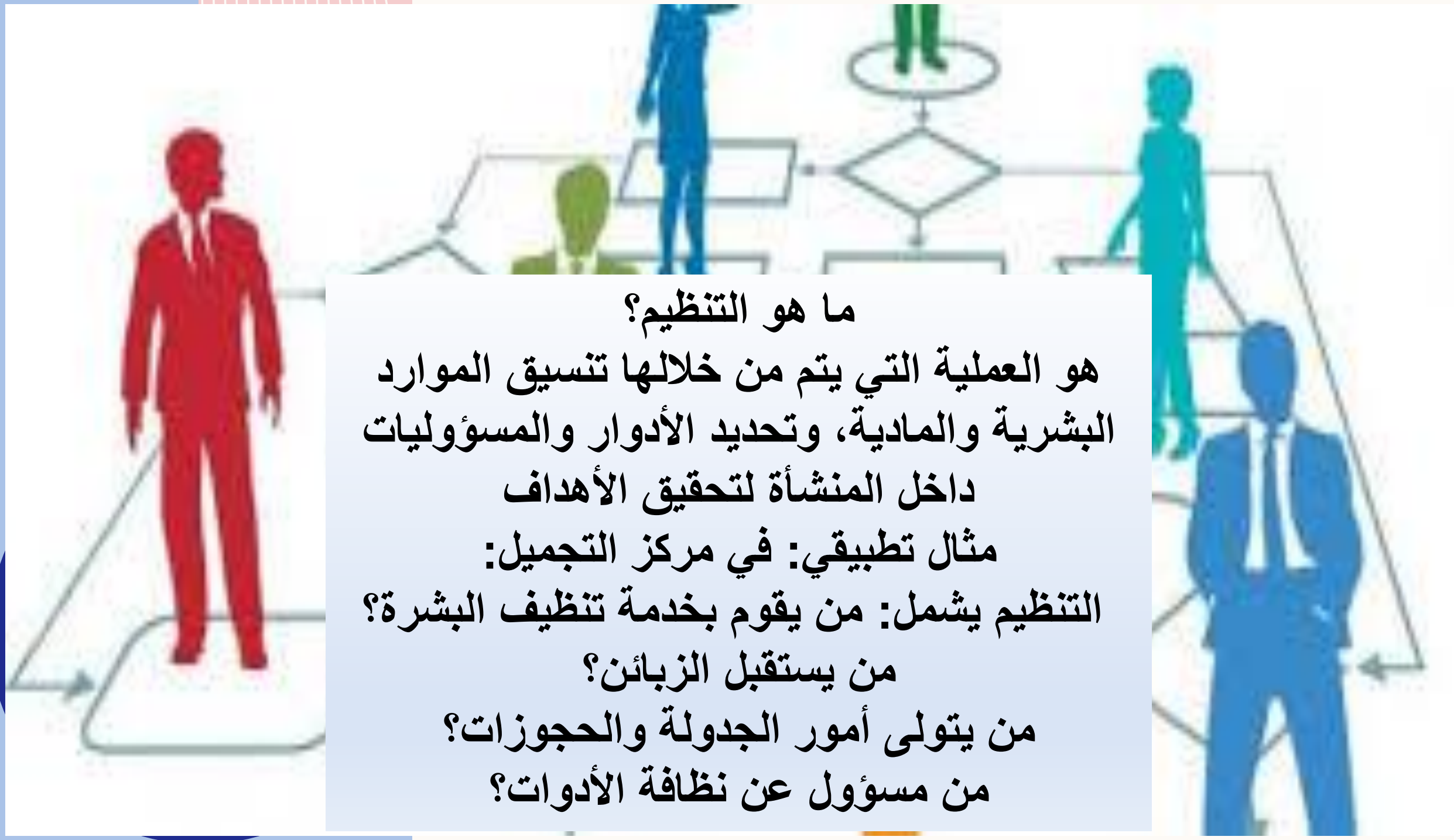
قسم تقنيات التجميل والليزر

المرحلة الثانية

إدارة المراكز التجميلية

مدرس المادة: سهاد عبد الزهرة حاجم

التنظيم والهياكل التنظيمية وتحديد الصلاحيات



ما هو التنظيم؟

هو العملية التي يتم من خلالها تنسيق الموارد البشرية والمادية، وتحديد الأدوار والمسؤوليات داخل المنشأة لتحقيق الأهداف

مثال تطبيقي: في مركز التجميل:

التنظيم يشمل: من يقوم بخدمة تنظيف البشرة؟

من يستقبل الزبائن؟

من يتولى أمور الجدولة والحجوزات؟

من مسؤول عن نظافة الأدوات؟

ما المقصود بالهيكل التنظيمي؟

الرسم أو المخطط الذي يوضح التسلسل الإداري والعلاقات الوظيفية بين العاملين في المؤسسة.

أنواع الهياكل التنظيمية

الهرمي



اهداف المحاضرة: LECTURE OBJECTIVES

في نهاية هذه المحاضرة، ستكون لك القدرة على:

- **معرفة** مفهوم التنظيم وأهميته في مراكز التجميل والليزر.
- **تحديد** مختلف أنواع الهياكل التنظيمية.
- **شرح** مبادئ تصميم الهيكل التنظيمي الفعال.
- **توضيح** مفهوم تحديد الصلاحيات والمسؤوليات.
- **بناء** هيكل تنظيمي مبسط لمركز تجميل وتقنيات ليزر.



مفهوم التنظيم - لماذا نحتاجه؟

Concept of Organization - Why Do We Need It

ما هو التنظيم؟

هو العملية التي يتم بموجبها تحديد الأنشطة الضرورية لتحقيق الأهداف، وتجميع هذه الأنشطة، وإسنادها إلى أشخاص محددين، وتحديد سلطاتهم ومسؤولياتهم.

أهميته في مجالكم (التجميل والليزر):

- **الكفاءة: ضمان سير الخدمات (جلسات الليزر، العناية بالبشرة) بسلاسة.**
- **تجنب الازدواجية: منع تداخل الأدوار بين التقنيين والإداريين.**
- **الاحترافية: تقديم صورة منظمة وموثوقة للعملاء.**
- **السلامة: تحديد من المسؤول عن تشغيل وصيانة أجهزة الليزر الحساسة.**

الهيكل التنظيمي - الخريطة الإدارية
Organizational Structure - The Administrative Map

- **تعريف الهيكل التنظيمي:**

إطار يوضح التقسيمات الإدارية داخل المنظمة (المركز/العيادة).

- يبين خطوط السلطة وقنوات الاتصال بين الأقسام والأفراد.

مثال:

هو مثل خارطة البناء للمركز؛

يحدد موقع كل غرفة (قسم) ومن يتصل بمن.

عناصر الهيكل التنظيمي الأساسية
Basic Elements of the Organizational Structure

العنصر	الوصف	مثال في مركز التجميل
التخصص الوظيفي	تقسيم العمل إلى وظائف محددة.	تقني ليزر، أخصائي بشرة، موظف استقبال.
سلسلة الأوامر	خط السلطة الواضح من أعلى إلى أسفل.	المدير □□ رئيس قسم الليزر □□ تقني الليزر.
نطاق الإشراف	عدد المرؤوسين الذين يمكن لمدير واحد الإشراف عليهم بفعالية.	مدير العيادة يشرف على 5-7 تقنيين.
المركزية/اللامركزية	مدى تركز أو توزيع سلطة اتخاذ القرار.	قرارات الأسعار قد تكون مركزية، بينما قرارات جدول الجلسات قد تكون لامركزية.

أنواع الهياكل التنظيمية الشائعة
Common Types of Organizational Structures

الهيكل الوظيفي: التقسيم: حسب الوظائف
(التسويق، الشؤون الإدارية، العمليات - الليزر/البشرة).
الميزة: تخصص عميق في كل مجال.
الهيكل التنفيذي (الخطي): التقسيم: سلطة مباشرة وواضحة من أعلى لأسفل.
الميزة: سرعة في اتخاذ القرار وتطبيق الأوامر.
الهيكل المصفوفي (الأكثر تعقيداً):
التقسيم: تجمع بين الهيكل الوظيفي وهيكل آخر (مثلاً حسب المشروع أو العميل).الميزة: مرونة عالية، مناسب للمشاريع المعقدة أو إطلاق خدمة جديدة.

مثال تطبيقي - الهيكل الوظيفي لمركز تجميل :
Practical Example - Functional Structure for a Beauty Center

المدير العام للمركز (يشرف على...):
قسم العمليات (التقنية): رئيس قسم الليزر، تقنيو الليزر، أخصائيو البشرة.
قسم الإدارة والموارد البشرية: موظفو الاستقبال، الموارد البشرية.
قسم التسويق والمبيعات: مسؤول التسويق، مستشارو المبيعات.
ملاحظة : هذا هو أكثر الهياكل شيوعاً في المراكز الصغيرة والمتوسطة.

تحديد الصلاحيات والمسؤوليات - أساس العمل

Defining Authorities and Responsibilities - The Basis of Work

الصلاحية (السلطة):

الحق الرسمي في اتخاذ القرارات وإصدار الأوامر واستخدام الموارد.

مثال: صلاحية تقني الليزر في تعديل إعدادات الجهاز.

المسؤولية: الالتزام بأداء مهمة معينة وتقديم تقرير عن نتائجها.

مثال: مسؤولية التقني عن سلامة العميل أثناء الجلسة.

المبدأ الذهبي: يجب أن تتساوى الصلاحية الممنوحة مع المسؤوليات المطلوبة.

أهمية التحديد الواضح للصلاحيات في مجال الليزر

Importance of Clear Authority Definition in Laser Technology

السلامة أولاً:
تحديد من المخول له فقط باستخدام أجهزة الليزر (يجب أن يكون تقني مؤهل).
المسائلة: في حال حدوث مضاعفات، يكون المسؤول واضحاً للمحاسبة.
جودة الخدمة: ضمان أن كل تقني يلتزم بمعايير البروتوكول الموحد.
إدارة المخزون: تحديد صلاحية طلب المواد الاستهلاكية (مثل جل الليزر أو رؤوس الأجهزة).

Job Description Document وثيقة الوصف الوظيفي

هي الأداة الرئيسية لتحديد الصلاحيات والمسؤوليات.

مكونات الوصف الوظيفي لتقني الليزر/التجميل:

اللقب الوظيفي: تقني تجميل وليزر.

الرئيس المباشر: رئيس قسم الليزر.

ملخص المهمة: تقديم خدمات الليزر والعناية بالبشرة وفقاً للمعايير المعتمدة.

المهام والواجبات:

مثال:

إجراء اختبار البقعة، توثيق سجلات العميل، تعقيم الجهاز).

الصلاحيات الممنوحة:

مثال: اتخاذ قرار بوقف الجلسة في حال عدم تحمل العميل).

المؤهلات المطلوبة: (مثلا : شهادة الدبلوم التقني في تقنيات التجميل واللليزر).

تفويض السلطة

Delegation of Authority:

ما معنى التفويض:

نقل جزء من السلطة من المدير إلى مرؤوسيه، مع بقاء المسؤولية النهائية على المدير.

أهميته:

تخفيف العبء: يسمح للمدير بالتركيز على القرارات الاستراتيجية.

تنمية الموظفين: يمنح التقنيين فرصة لاتخاذ قرارات بسيطة وتطوير مهاراتهم.

في مركز التجميل: تفويض صلاحية جدولة المواعيد الصعبة لموظف الاستقبال الأقدم.

مبادئ التنظيم الفعال في المجال

Principles of Effective Organization in Our Field

مبدأ وحدة الهدف:

يجب أن يخدم كل منصب في الهيكل هدف المركز الرئيسي (رضا العميل وسلامته).

مبدأ البساطة والمرونة:

يجب أن يكون الهيكل سهل الفهم وقابل للتعديل مع التطور السريع لتقنيات التجميل.

مبدأ كفاءة الاتصال:

يجب أن تكون خطوط الاتصال واضحة لضمان نقل المعلومات الطبية والإدارية بسرعة.

مبدأ وحدة القيادة: يجب أن يتلقى الموظف أوامره من رئيس واحد فقط لتجنب التضارب.

تحديات التنظيم في قطاع التجميل
Organizational Challenges in the Beauty Sector)

التطور السريع في التقنيات هناك:

- ❖ حاجة إلى تحديث الأدوار والمسؤوليات باستمرار (ظهور جهاز ليزر جديد).
- ❖ التداخل بين الأدوار: قد يتداخل عمل تقني الليزر مع أخصائي البشرة.

الحل: وضع خطوط فاصلة واضحة في الوصف الوظيفي.

- ❖ المركزية المفرطة: احتكار المدير لكل القرارات مما يبطئ العمل.

الحل: ممارسة التفويض المدروس

Summary of What We Learned:

التنظيم هو الأساس لاي عمل احترافي وفعال.

الهيكل التنظيمي هو الإطار الذي يحدد العلاقات والسلطات.

تحديد الصلاحيات والمسؤوليات يضمن المسائلة والالتزام بالسلامة والجودة، وخاصة في التعامل مع أجهزة الليزر الحساسة.

وظيفتك كدبلوم تقني: فهم مكانك في الهيكل، والالتزام بمسؤولياتك، وممارسة صلاحياتك الممنوحة بوعي واحترافية.

أسئلة ومناقشة:

Q&A and Conclusion

إذا كنت مديراً لمركز تجميل جديد، أي نوع من الهياكل التنظيمية ستختار؟
ولماذا؟

شكراً لحسن استماعكم.
أي أسئلة؟

Suhad
20/10/2025



جامعة الفرات الأوسط التقنية

المعهد التقني / النجف

قسم تقنيات التجميل والليزر

المرحلة الثانية

إدارة المراكز التجميلية

مدرس المادة: سهاد عبد الزهرة حاجم

أهمية الإدارة في قطاع التجميل:

تتمثل أهمية الإدارة في قطاع التجميل والليزر:

تحويل المهارة الفنية إلى عمل تجاري ناجح ومستدامة

يمكن تقسيم أهمية الإدارة لخريجي قسم تقنيات التجميل والليزر
(الذين هم في الأساس فنيون مستقبليون) ،
إلى أربعة محاور رئيسية:

1- المحور الاداري

. ضمان الجودة وسلامة العميل:

- **توحيد الإجراءات Standardization**

ضمان تقديم جميع الخدمات بنفس المستوى العالي (خاصة الليزر والتقنيات الحساسة).

✓✓**الالتزام بالبروتوكولات:** الإدارة تضمن تطبيق معايير التعقيم والسلامة والصحة المهنية.

✓✓**تقليل الأخطاء:** الإدارة الجيدة تقلل الأخطاء الفنية والإصابات الناتجة عن سوء الاستخدام أو الإهمال.

. ضمان الجودة وسلامة العميل:

من مسؤولية الإدارة وضع "دليل التشغيل" وتجبر الجميع على اتباعه.
وهذا يقوم بحماية التقني والمركز من المسؤولية القانونية ويضمن أفضل النتائج للعميل.

• الاستدامة والربحية المالية

✓✓تحقيق الأرباح: تحويل المهارة الفنية (تكلفة) إلى خدمة مدرة للدخل (إيراد).

✓✓ إدارة التكاليف: السيطرة على المصاريف (المواد المستهلكة، الصيانة) لتجنب الهدر المالي.

✓✓ التسعير الصحيح: تحديد أسعار الخدمات التي تغطي التكاليف وتحقق هامش ربح مقبول.

• الاستدامة والربحية المالية

بغض النظر عن مدى كفاءة التقني، إذا لم يتمكن المركز من تحقيق الربح، سيغلق.
الإدارة هي "البوصلة المالية" التي تضمن استمرارية المشروع.

• إدارة الموارد البشرية والوقت

الاستغلال الأمثل للوقت: جدولة المواعيد بفعالية لتجنب فراغ الأجهزة أو ازدحام العملاء.

تطوير الكوادر الفنية: تحديد الاحتياج للتدريب المستمر على التقنيات الجديدة.

تحفيز الفريق: الإدارة تخلق بيئة عمل إيجابية تشجع التقنيين على الأداء المتميز.

• إدارة الموارد البشرية والوقت

❶الوقت هو ميزانية مالية في هذا القطاع.
❷ اعتماد مركز التجميل على التقنيين.
❸ يجب على الإدارة المحافظة على الكفاءات مع ضمان أن كل ساعة عمل تحقق أقصى استفادة.

بناء سمعة العلامة التجارية Brand Reputation


رضا العميل: الإدارة الجيدة تؤدي إلى تجربة عميل ممتازة (من الاستقبال حتى المغادرة).


التسويق الفعال: هو عملية تحديد الخدمات التي يطلبها السوق والترويج لها بأساليب احترافية.


الولاء: تحويل العملاء الراضين إلى مسوقين مجانيين للمركز.

بناء سمعة العلامة التجارية Brand Reputation

في قطاع التجميل، السمعة هي كل شيء.
الإدارة تضمن أن كل تفاعل مع العميل يعزز السمعة الإيجابية ويساعد المركز على النمو.



أسئلة ومناقشة:

Q&A and Conclusion

شكراً لحسن استماعكم.

أي أسئلة؟

Suhad

3/11/2025



جامعة الفرات الأوسط التقنية

المعهد التقني / النجف

قسم تقنيات التجميل والليزر

المرحلة الثانية

إدارة المراكز التجميلية

مدرس المادة: سهاد عبد الزهرة حاجم

أهمية الإدارة في قطاع التجميل:

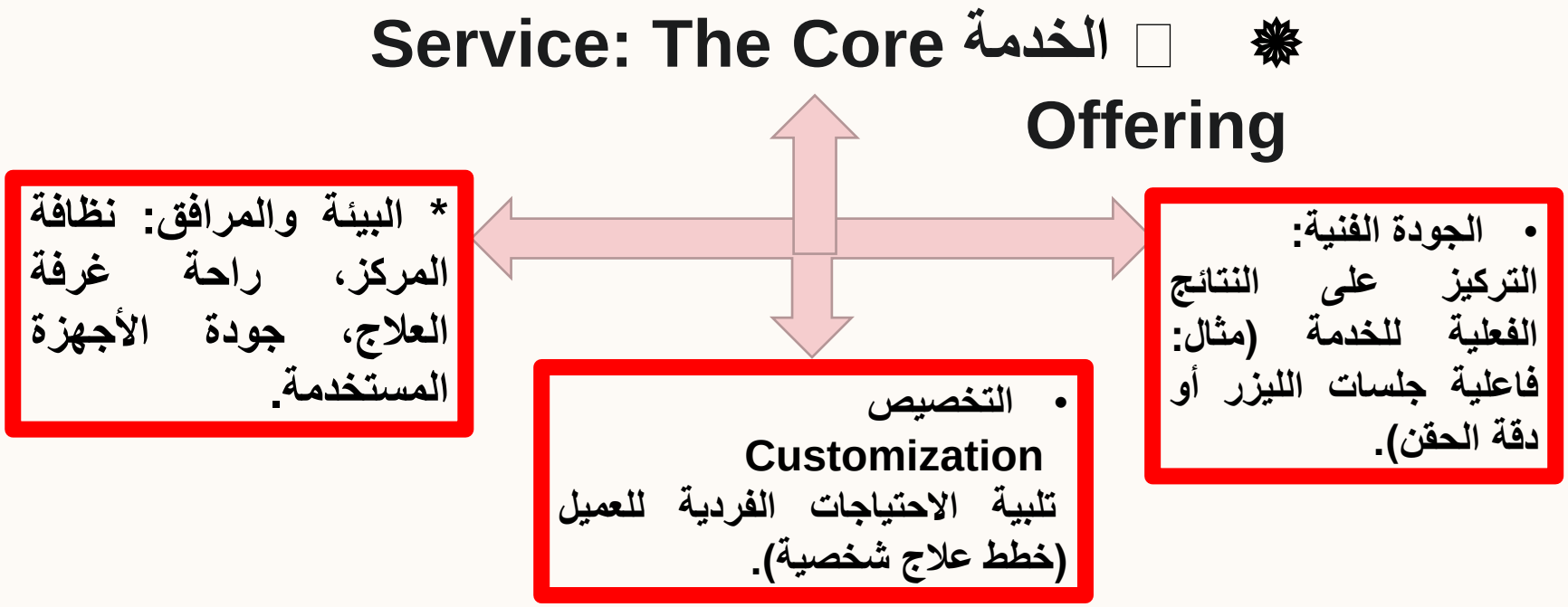
تتمثل أهمية الإدارة في قطاع التجميل والليزر:

تحويل المهارة الفنية إلى عمل تجاري ناجح ومستدامة

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل The Clinic as a Business Unit

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:



يجب ان يكون فهم شامل بأن العميل لا يشتري مجرد "جلسة ليزر"، بل يشتري "النتيجة" و"التجربة". الإدارة تضمن أن هذه الخدمة تقدم بشكل منسق وعالي الجودة.

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل The Clinic as a Business Unit

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:

- العميل Client: The Value Source

1- رضا العميل

ليس فقط تقديم الخدمة، بل بناء علاقة وولاء طويل الأمد

2- إدارة التوقعات

الصدق حول النتائج المتوقعة لتقنيات التجميل والليزر (تجنب الوعود غير الواقعية

3- التغذية الراجعة

استخدام آراء العملاء لتحسين الخدمات والبروتوكولات الفنية

العميل هو مصدر الإيرادات

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل

سؤال للنقاش:
كيفية التعامل مع العملاء الذين لديهم توقعات عالية أو غير واقعية، وكيف يمكن للإدارة (والتقني) التعامل مع ذلك مهنياً؟

دور الإدارة:

- ❑ **وضع الحدود:** تحديد سياسات واضحة لإدارة نطاق العمل ومنع "زحف النطاق".
- ❑ **الدعم والحماية:** دعم الفريق التقني والتدخل كـ "وسيط" عند الضرورة لغرض الاتفاقيات.
- ❑ **إدارة العقود:** التأكد من أن العقود تحدد بوضوح مع المخرجات المتوقعة وما هو خارج النطاق.

دور التقنيين:

- ❖ **التركيز على الحقائق التقنية:** استخدام القيود التقنية والبيانات لشرح سبب عدم واقعية بعض الطلبات بدلاً من الرفض المباشر.
- ❖ **تقديم بدائل واقعية:** تجزئة الأهداف الكبيرة إلى مراحل أصغر يمكن تحقيقها.
- ❖ **التواصل الاستباقي:** تجنب الوعود الزائدة والإبلاغ عن أي عقبات فوراً.

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:

❁ المالية Finance: Costs & Revenue

• التكاليف التشغيلية

كل خدمة لها تكلفة مباشرة (مثال: استهلاك رأس الجهاز أو الأمبولات)

• الإيرادات

المال الذي يدخل المركز مقابل الخدمات المقدمة

• الربحية

الفرق بين الإيرادات والتكاليف (المقياس النهائي للنجاح).

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:

- **المالية Finance: Costs & Revenue**

اجعلهم يفهمون أنهم، كتقنيين، يؤثرون بشكل مباشر على التكاليف (من خلال كفاءة استخدام المواد) والإيرادات (من خلال جذب العملاء المكررين).

المفهوم الأساسي لمركز التجميل كوحدة عمل The Clinic as a Business Unit

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:

أنت التقني، وأنت المدير المستقبلي!

هذه الشريحة تحدد العناصر الثلاثة الرئيسية التي يجب أن تدار لضمان نجاح أي مشروع في قطاع الخدمات، وخاصة التجميل والليزر:



مجموعة الرسائل التي يجب ان تركز عليها:

الجودة أولاً: الالتزام الصارم بالبروتوكولات الفنية هو أساس الإدارة الناجحة للعمليات والسلامة.

العميل هو الاستثمار: إدارة علاقات العملاء (CRM) وتحويل رضا العميل إلى ولاء هو أهم استراتيجية تسويق.

فكر مالياً: كل قرار تتخذه يؤثر على تكاليف المركز وربحيته. استخدم المواد بكفاءة وكن مساهماً في المبيعات.

الإدارة هي الوظيفة: الإدارة ليست مقتصرة على المالك، بل هي مجموعة من المهارات (التخطيط، التنظيم، الرقابة) التي يجب أن يتقنها كل محترف.

أسئلة ومناقشة:

Q&A and Conclusion

شكراً لحسن استماعكم.



Suhad

24/11/2025



التخطيط التشغيلي واتخاذ القرار في مراكز التجميل

BY: SUHAD A.Z.

تعتبر مهارات التخطيط التشغيلي و اتخاذ القرار حجر الزاوية في نجاح أي مركز تجميل، وهي لا تقل أهمية عن إتقانكم للتقنيات التجميلية نفسها.

مفهوم وأهمية التخطيط التشغيلي في مراكز التجميل:

التخطيط التشغيلي هو عملية ترجمة الأهداف الاستراتيجية الكبيرة للمركز (مثل "أن يصبح مركزنا من أوائل المراكز في العراق") إلى أفعال ومهام يومية وأسبوعية وشهرية ملموسة.

العنصر	الوصف والتطبيق في مركز التجميل
تعريفه	هو خطة قصيرة المدى (عادة سنة واحدة أو أقل) تركز على **كيفية** استخدام الموارد لتحقيق الأهداف اليومية.
الأهمية	* **ضمان الجودة:** يحدد خطوات واضحة لتنفيذ الخدمات (مثلاً، بروتوكول جلسة الليزر).
	* **تحسين الكفاءة:** يقلل الهدر في الوقت والمواد والموارد (مثلاً، جدول حجز المواعيد الأمثل).
	* **تحديد المسؤوليات:** يوضح من يقوم بماذا (مثلاً، دور فني الليزر، ودور الاستقبال).
	* **الرقابة والتقييم:** يوفر مقاييس واضحة لمتابعة الأداء.

أولا: مكونات الخطة التشغيلية الأساسية

1. الأهداف التشغيلية:

يجب أن تكون SMART (محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، محددة بوقت).

مثال: زيادة معدل حجز مواعيد خدمات إزالة الشعر بالليزر بنسبة 15% خلال ال 6 اشهر الاولى من السنة.

2- الأنشطة والمهام:

تحديد الخطوات اللازمة لتحقيق الهدف.

مثال: تدريب الموظفين على أجهزة الليزر الجديدة، أو إطلاق حملة تسويقية خاصة بالخدمة.

3- الموارد المطلوبة:

تحديد الميزانية، تحديد الأفراد العاملين ، وتحديد المعدات اللازمة.

مثال:

*تخصيص مبلغ مالي وقدره **500,000 دينار/ دولار** للحملة الإعلانية، وتخصيص **شفت إضافي** لفنيي الليزر/ الخدمات الاخرى.*

4- مؤشرات الأداء الرئيسية :

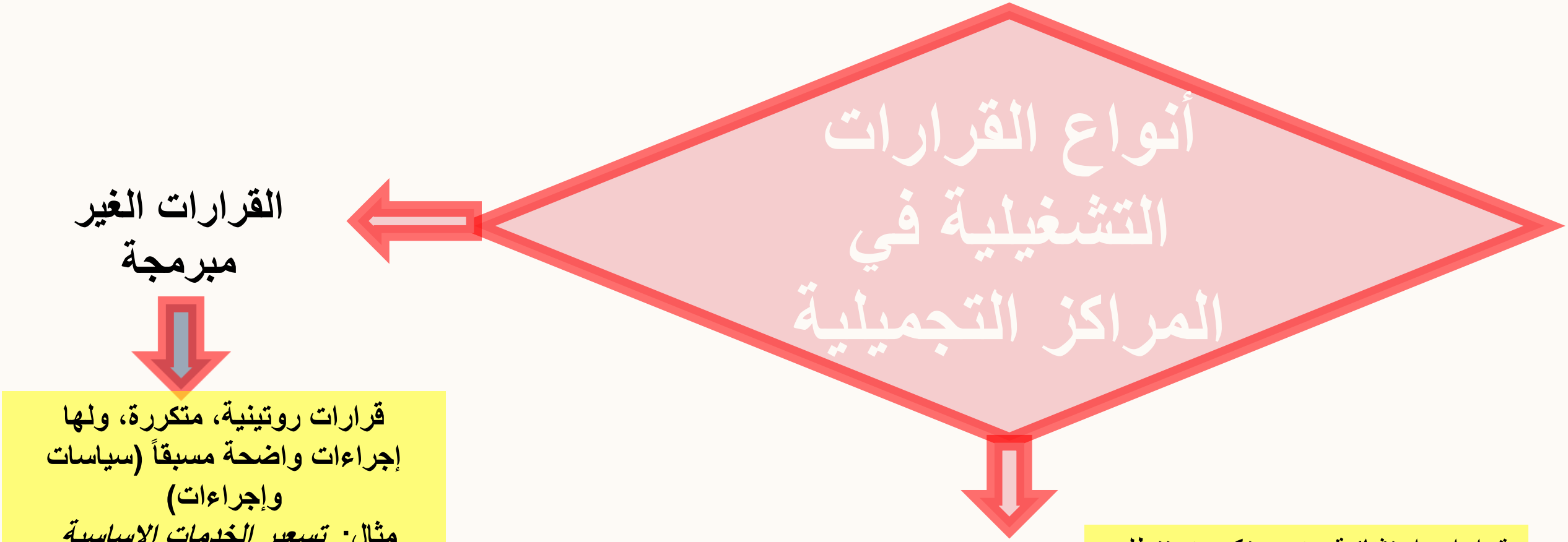
المقاييس التي تستخدم لتقييم النجاح.

مثال:

عدد المواعيد المحجوزة، نسبة رضا العملاء، معدل إعادة حجز الموعد.

ثانيا: اتخاذ القرار في بيئة مركز التجميل:

اتخاذ القرار هو عملية اختيار مسار عمل من بين عدة بدائل لحل مشكلة أو تحقيق هدف. في مركز التجميل، القرارات تتراوح بين اختيار جهاز الليزر المناسب، إلى التعامل مع شكوى عميل غاضب.


أنواع القرارات التشغيلية في المراكز التجميلية
القرارات الغير مبرمجة
قرارات روتينية، متكررة، ولها إجراءات واضحة مسبقاً (سياسات وإجراءات)
مثال: تسعير الخدمات الاساسية.
إجراءات التعقيم اليومية للأدوات.
بروتوكول التعامل مع تأخر العميل عن الموعد.
القرارات المبرمجة
قرارات استثنائية، غير متكررة، تتطلب حكم شخصيا فيه ابداع
اختيار وشراء جهاز ليزر جديد ذو كلفة عالية.
التعامل مع حادث طارئ
مثال: عطل مفاجئ في الجهاز/ إطلاق خدمة تجميل جديدة كلياً في السوق.

خطوات عملية اتخاذ القرار الفعال

يجب على كل مدير مركز التجميل أو المشرف على القسم اتباع خطوات منطقية لضمان اتخاذ قرار سليم:

1. **تحديد المشكلة/الهدف:** ما هي المشكلة التي يجب حلها؟ (مثلاً: انخفاض نسبة المبيعات لجلسات تقشير البشرة).
2. **جمع وتحليل المعلومات:** ما هي البيانات المتوفرة؟ (مثلاً: تقارير المبيعات، ملاحظات العملاء، أسعار المنافسين).
3. **توليد البدائل:** ما هي الخيارات الممكنة للحل؟ (أ) خفض السعر، (ب) تدريب الموظفين على إقناع العميل، (ج) عمل باقات عروض ترويجية.
4. **تقييم البدائل:** قياس إيجابيات وسلبيات وتكلفة كل بديل.

مثال: خفض السعر قد يزيد المبيعات لكن يقلل الربح.

5. **اختيار البديل الأفضل:** اختيار الخيار الذي يحقق الهدف بأقل تكلفة وأعلى عائد.
6. **تنفيذ القرار:** وضع الخطة التشغيلية لتنفيذ القرار المتخذ.
7. **المتابعة والتقييم:** قياس نتائج القرار ومقارنتها بالأهداف المحددة .

العلاقة بين التخطيط التشغيلي واتخاذ القرار

التخطيط التشغيلي

اتخاذ القرار



التخطيط هو عملية تبسيط اتخاذ القرار:
عندما تكون لديك خطة تشغيلية واضحة، فان معظم القرارات مبرمجة (روتينية)، مما يوفر الوقت والجهد على الإدارة.

القرار غذاء التخطيط:
قراراتك التشغيلية اليومية (مثل: كيف سأقوم بتوزيع وقت تقني الليزر اليوم) هي التي تنفذ الخطة وتجعلها واقعاً.

خلاصة: إن نجاحكم كتقنيين وإداريين في مراكز التجميل يعتمد على قدرة كل منكم على تحويل الرؤى العميقة إلى خطة عمل يومية (التخطيط التشغيلي)، واستخدام هذه الخطط لاتخاذ خيارات منطقية ومدروسة في مواجهة التحديات اليومية (اتخاذ القرار).

سؤال ؟ للمناقشة

إذا واجهتك كتقتي ليزر مشكلة مسبوقة (على سبيل المثال، رد فعل في الجلد غريب لعميل)، ما هي الخطوات التي ستتخذها لحل المشكلة (باعتبارها قراراً غير مبرمج)؟

Questions

شكرا لإصغائكم



- التخطيط الاستراتيجي وريادة الأعمال في مراكز التجميل
- التسويق والعلامة التجارية لمركز التجميل
- إدارة الموارد البشرية والتوظيف
- خدمة العملاء والاحتفاظ بهم
- إدارة العمليات والجودة
- اساسيات المحاسبة والإدارة المالية في مراكز التجميل
- التكنولوجيا والتحول الرقمي في مراكز التجميل
- الجوانب القانونية والأخلاقية
- إدارة المخاطر والطوارئ
- إدارة المنتجات والموردين
- التقييم والتحسين المستمر

BY: SUHAD A.Z.

التخطيط الاستراتيجي وريادة الأعمال في مراكز التجميل

يهتم هذا المحور بتحديد الرؤية والرسالة طويلة الأمد للمركز (عادة 3-5 سنوات).

يتضمن تحليل البيئة الداخلية والخارجية **SWOT**، ووضع الأهداف الاستراتيجية الكبرى. أما ريادة الأعمال فتركز على الابتكار في الخدمات، واستغلال الفرص الجديدة، واتخاذ المخاطر المحسوبة لتنمية وتوسيع المركز أو إطلاق مشروع جديد ومميز في المجال.

التسويق والعلامة التجارية لمركز التجميل

هو عملية انشاء الصورة الذهنية المتميزة والفريدة للمركزالتجميلي (العلامة التجارية) في أذهان العملاء.

اما التسويق فيشمل : تحديد الجمهور المستهدف، اختيار القنوات الإعلانية المناسبة (الرقمية والكلاسيكية)، وتطوير العروض والخدمات الجديدة والمبتكرة .

الهدف هو:

- زيادة الوعي بالمركز التجميلي.
- جذب العملاء الجدد.
- بناء ولاء العملاء الحاليين.

إدارة الموارد البشرية والتوظيف

يركز على كيفية **استقطاب، تدريب، تحفيز، والاحتفاظ** بالموظفين الأكفاء (من فنيين واداريين).

يتضمن تصميم الهيكل التنظيمي من :

- 👍 وصف الوظائف.
- 👍 تقييم الأداء.
- 👍 توفير بيئة عمل إيجابية تضمن كفاءة الفريق وجودة الخدمات المقدمة.

خدمة العملاء والاحتفاظ بهم

من اهم المحاور التي تضمن **تجربة عميل استثنائية** من لحظة حجز جلسة علاج تجميلي الى ما بعد انتهاء الجلسات، ويشمل:

- ✓ تحديد معايير عالية للتعامل.
- ✓ الاستماع الفعال للشكاوى وحلها بسرعة وفعالية.
- ✓ تنفيذ برامج ولاء (**Loyalty Programs**) لضمان **تكرار زيارة العميل** وتحويله إلى مسوق للمركز التجميلي.

إدارة العمليات والجودة

يتعلق هذا المحور بـ**كيفية** تقديم الخدمات بكفاءة عالية وبأقل تكلفة، و يشمل:

- وضع إجراءات Protocols موحدة للجلسات (مثل الليزر أو الحقن)
- إدارة سلاسة سير العمل اليومي
- الالتزام بمعايير الجودة الصحية والتقنية لضمان نتائج فعالة وسلامة العملاء

أساسيات المحاسبة والإدارة المالية في مراكز التجميل

يهدف إلى تتبع وتسجيل كافة المعاملات المالية للمركز، و يشمل:

- إعداد الميزانيات
- - تحديد نقطة التعادل
- - إدارة التدفقات النقدية (المقبوضات والمدفوعات)
- - تحليل التكاليف والأرباح
- التسعير السليم للخدمات لضمان تحقيق الربحية والاستدامة المالية.

التكنولوجيا والتحول الرقمي في مراكز التجميل

يركز على استخدام الأدوات والبرمجيات الحديثة لتحسين الكفاءة والتجربة. يركز على:

* أنظمة إدارة علاقات العملاء **CRM**

- برامج حجز المواعيد الإلكترونية.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي بفعالية
- أتمتة العمليات الإدارية والمحاسبية.

الجوانب القانونية والأخلاقية

يهتم بضرورة التزام المركز:

بكافة القوانين واللوائح الصحية والمهنية المحلية والدولية (مثل تراخيص الأجهزة والمركز). كما ويشمل الجانب الأخلاقي احترام خصوصية العميل، المصداقية في تقديم الوعود التسويقية، وتوفير موافقات مستنيرة **(Consent Forms)** قبل إجراء أي خدمة تجميلية.

إدارة
المخاطر والطوارئ

تحديد وتقييم وتخفيف أي تهديدات محتملة لسلامة المركز أو الزبائن، ويشمل وضع خطط للتعامل مع الأعطال المفاجئة للأجهزة، الحرائق، الحوادث الطبية الطارئة أثناء الجلسات، الأزمات الإعلامية وذلك لضمان استمرارية العمل بأمان.

إدارة المنتجات والموردين

هو عملية اختيار وشراء وتخزين المواد والأجهزة اللازمة لتشغيل المركز. يشمل تقييم جودة المنتجات (مثل مواد الحقن أو مستحضرات العناية)، التفاوض مع الموردين للحصول على أفضل الأسعار والشروط، وضمان إدارة المخزون بكفاءة لتجنب النقص أو الهدر.

التقييم والتحسين المستمر

هي ثقافة داخلية تركز على قياس الأداء بانتظام (باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية ، وتحليل النتائج لتحديد نقاط القوة والضعف. الهدف هو تطبيق التغييرات اللازمة (بشكل دوري لرفع مستوى الجودة، زيادة رضا العملاء، وتحسين الكفاءة التشغيلية والمالية.


Q&A
شكرا لإصغائكم