

رقم الدورة 1801

دورة استراتيجيات تطوير الأعمال

إدارة المبيعات وتطوير الأعمال
المبيعات والتسويق وتجربة العملاء

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٩٢ نوفمبر - ٣ ديسمبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

عن بُعد، عن بُعد



تفاصيل الموعد المجدول

المدينة	عن بُعد، عن بُعد
التاريخ	٩٢ نوفمبر – ٣ ديسمبر ٢٠٢٢
طريقة التقديم	حضور
رسوم الدورة	٧٠٠ €

نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة استراتيجيات تطوير الأعمال برنامجاً تدريبياً احترافياً يهدف إلى تطوير القدرات الاستراتيجية والتجارية اللازمة لتحديد فرص الأعمال، وتوسيع قاعدة العملاء، ودخول أسواق جديدة، وبناء العلاقات والشراكات الاستراتيجية، ودعم النمو المستدام للمؤسسة. وتركز الدورة على تحويل أهداف تطوير الأعمال إلى استراتيجيات عملية ومبادرات واضحة ونتائج تجارية قابلة للقياس.

يتطلب تطوير الأعمال الفعال فهماً متكاملاً للأسواق والعملاء والمنافسين وقدرات المؤسسة والاتجاهات الناشئة. ولذلك يحتاج المتخصصون إلى القدرة على تحليل الأسواق، وتحديد الفرص ذات الأولوية، وفهم احتياجات العملاء، وتطوير عروض قيمة متميزة، وبناء علاقات استراتيجية، وتقييم الفرص وفقاً لقيمتها التجارية وملاءمتها للأهداف المؤسسية.

تتناول الدورة استراتيجيات تحليل السوق، وتحديد الفرص التجارية، واكتساب العملاء، واختراق الأسواق، والتوسع فيها، وبناء الشراكات الاستراتيجية، وتطوير العلاقات التجارية، وتصميم عروض القيمة، وإدارة فرص الأعمال، والتفاوض التجاري، وقياس أداء تطوير الأعمال. كما تركز على التكامل بين تطوير الأعمال والمبيعات والتسويق والاستراتيجية والمالية والعمليات وتجربة العملاء.

وتناسب الدورة الجهات الحكومية والقطاع العام، والبنوك والمؤسسات المالية، وشركات النفط والغاز، والشركات الصناعية، وشركات التقنية، والمؤسسات المهنية والخدمية، والشركات الكبرى. كما تستهدف مديري تطوير الأعمال والمبيعات والمديرين التجاريين والمتخصصين في الاستراتيجية والشراكات والحسابات الرئيسية والتنفيذيين

المسؤولين عن النمو والتوسع التجاري.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل ظروف الأسواق واتجاهات القطاعات واحتياجات العملاء والقوى التنافسية المؤثرة في تطوير الأعمال.
- تحديد فرص الأعمال الجاذبة وفقاً لإمكانات السوق واحتياجات العملاء وقدرات المؤسسة وأولوياتها الاستراتيجية.
- تطوير استراتيجيات متكاملة لتطوير الأعمال متوافقة مع الأهداف المؤسسية.
- تقييم الأسواق الجديدة وشرائح العملاء والمنتجات والخدمات والفرص التجارية.
- تطبيق أساليب تقسيم الأسواق وتحليل العملاء لتحديد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
- تصميم استراتيجيات فعالة لدخول الأسواق واختراقها والتوسع فيها.
- تطوير عروض قيمة متميزة تعزز قدرة المؤسسة على المنافسة.
- بناء علاقات وشراكات استراتيجية تساهم في خلق فرص أعمال مستدامة.
- تطبيق منهجيات منظمة لتأهيل فرص الأعمال وترتيب أولوياتها وتحويلها إلى نتائج.
- تعزيز مهارات التفاوض التجاري وإدارة أصحاب المصلحة والعلاقات الاستراتيجية.
- تقييم أداء تطوير الأعمال باستخدام مؤشرات تجارية واستراتيجية مناسبة.
- إعداد استراتيجية عملية لتطوير الأعمال تتضمن الأولويات والمبادرات والمسؤوليات ومؤشرات الأداء.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة المتخصصين المسؤولين عن تطوير الأعمال الجديدة، والتوسع في الأسواق، واكتساب العملاء، وإدارة العلاقات الاستراتيجية، وتوليد الفرص التجارية. وتشمل الفئات المستهدفة مديري تطوير الأعمال، مسؤولي تطوير الأعمال، المديرين التجاريين، مديري المبيعات، مديري المبيعات التنفيذيين، مديري تطوير الأسواق، مديري الشراكات، مديري الحسابات الرئيسية، والمتخصصين في الاستراتيجية وتطوير الشركات.

كما تناسب الدورة التنفيذيين ورؤساء الإدارات ورواد الأعمال وصناع القرار المسؤولين عن نمو الإيرادات وتطوير الأسواق. ويمكن كذلك للمتخصصين في المبيعات والتسويق والاستراتيجية والمالية والعمليات وتجربة العملاء الاستفادة من البرنامج عندما ترتبط مسؤولياتهم بمبادرات تطوير الأعمال والنمو التجاري.

مخرجات التعلم

- بعد إتمام الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- إجراء تحليلات منظمة للأسواق والقطاعات وتحديد الاتجاهات المؤثرة في الأعمال.
- تحديد وترتيب أولويات فرص تطوير الأعمال ذات الإمكانيات العالية.
- تحليل احتياجات العملاء ودوافع الشراء والفجوات السوقية والموقع التنافسي.
- تطوير استراتيجيات لتطوير الأعمال مرتبطة بالأهداف المؤسسية.
- تقسيم الأسواق والعملاء وفق القيمة وإمكانات النمو.
- إعداد استراتيجيات فعالة لدخول الأسواق والتوسع فيها.
- تطوير عروض قيمة متميزة للأسواق والعملاء المستهدفين.
- تحديد فرص اكتساب العملاء واختراق الأسواق وتنمية الحسابات الحالية.
- تطوير الشراكات الاستراتيجية والعلاقات التجارية طويلة الأجل.

- إدارة فرص تطوير الأعمال من خلال مسارات منظمة ومؤشرات واضحة.
- تطبيق أساليب فعالة في التفاوض التجاري وإدارة أصحاب المصلحة.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس فعالية مبادرات تطوير الأعمال.
- تقييم المخاطر التجارية المرتبطة بالفرص والأسواق ومبادرات النمو.
- إعداد خطة تنفيذ عملية لاستراتيجية تطوير الأعمال.
- المحاور التدريبية

محاور الدورة

اليوم الأول

أسس استراتيجية تطوير الأعمال

- مفهوم تطوير الأعمال ودوره في تحقيق النمو المؤسسي.
- تطوير الأعمال كمحرك للنمو المستدام.
- الفرق بين تطوير الأعمال والمبيعات والتسويق.
- موازنة تطوير الأعمال مع الاستراتيجية المؤسسية.
- فهم ديناميكيات الأسواق وتطورات القطاعات.
- تحليل احتياجات العملاء وتغير سلوكيات الشراء.
- تحليل المنافسين وتحديد الفجوات السوقية.
- تقييم نقاط القوة والقدرة والمزايا التنافسية للمؤسسة.
- تحديد مصادر النمو المستدام.
- تحديد أهداف وأولويات تطوير الأعمال.
- بناء إطار متكامل لتطوير الأعمال.

اليوم الأول — تابع

- تطبيق عملي: تحليل سوق محدد وتحديد أهم فرص تطوير الأعمال ذات الأولوية.

اليوم الثاني

تحليل الأسواق وتقسيم العملاء وتحديد الفرص

- أسس البحث والتحليل الفعال للأسواق.
- تقسيم الأسواق وتصنيف العملاء.
- تحديد شرائح العملاء الجاذبة.
- تحليل حجم السوق وإمكانات النمو والمنافسة وحواجز الدخول.
- تحديد احتياجات العملاء غير الملباة.
- تحليل الأسواق الناشئة والاتجاهات التجارية.
- تحديد الفرص التجارية وتأهيلها.
- تقييم قيمة الفرصة وجدواها وملاءمتها الاستراتيجية ومخاطرها.
- ترتيب أولويات فرص تطوير الأعمال.
- إعداد ملفات الأسواق والعملاء المستهدفين.
- وضع معايير واضحة لتقييم الفرص التجارية.
- تطبيق عملي: إعداد نموذج لتقسيم السوق وترتيب أولويات الفرص التجارية.

اليوم الثالث

دخول الأسواق واكتساب العملاء وعروض القيمة

- تطوير استراتيجيات دخول الأسواق الجديدة.
- استراتيجيات اختراق الأسواق والتوسع فيها.
- التوسع الجغرافي والتوسع القطاعي.

اليوم الثالث — تابع

- تطوير استراتيجيات اكتساب العملاء الجدد.
- تحديد العملاء المستهدفين وصناع القرار.
- فهم مراحل وآليات اتخاذ قرار الشراء لدى العملاء.
- تطوير عروض قيمة متميزة.
- ربط احتياجات العملاء بقدرات المؤسسة.
- توضيح القيمة التجارية والاقتصادية المقدمة للعملاء.
- تطوير استراتيجيات تفاعل وإشراك العملاء.
- تحديد فرص البيع الإضافي وتنمية الحسابات.
- تطبيق عملي: إعداد استراتيجية لدخول سوق جديد واكتساب العملاء مدعومة بعرض قيمة متميز.

اليوم الرابع

الشراكات الاستراتيجية والعلاقات والتفاوض التجاري

- الدور الاستراتيجي للشراكات في تطوير الأعمال.
- تحديد الشركاء التجاريين المحتملين وتقييمهم.
- تقييم الملاءمة الاستراتيجية والقيمة المشتركة.
- تصميم نماذج الشراكات والتحالفات.
- تطوير العلاقات التجارية طويلة الأجل.
- تحديد أصحاب المصلحة وإدارة العلاقات.
- التواصل الفعال مع صناع القرار والمؤثرين.
- بناء الثقة والمصداقية مع العملاء والشركاء المحتملين.
- التحضير للمفاوضات التجارية.
- التفاوض حول القيمة والأسعار والنطاق والشروط والمسؤوليات.

اليوم الرابع — تابع

- إدارة الاعتراضات والمنافسة والمخاطر التجارية.
- تطبيق عملي: إعداد مقترح لشراكة استراتيجية وتنفيذ محاكاة لمفاوضات تجارية.

اليوم الخامس

تنفيذ استراتيجية تطوير الأعمال وقياس الأداء والنمو

- تحويل استراتيجية تطوير الأعمال إلى خطة تنفيذية.
- بناء وإدارة مسار فرص تطوير الأعمال.
- متابعة الفرص وتحسين معدلات تحويلها.
- ترتيب المبادرات وفقاً للأثر التجاري والجدوى والموارد.
- تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتنمية الحسابات.
- تحديد مصادر جديدة للإيرادات.
- إدارة مخاطر التوسع ودخول الأسواق الجديدة.
- تطوير مؤشرات أداء تطوير الأعمال.
- قياس تحويل الفرص ونمو الإيرادات واكتساب العملاء واختراق الأسواق وقيمة الشراكات.
- إنشاء آليات لمراجعة أداء تطوير الأعمال وحوكمته.
- بناء ثقافة مستدامة لتطوير الأسواق والتحسين التجاري.
- ورشة العمل الختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لتطوير الأعمال تشمل تحليل السوق، والشرائح المستهدفة، وترتيب الفرص، واستراتيجية دخول السوق، واكتساب العملاء، وعرض القيمة، والشراكات الاستراتيجية، وإدارة مسار الفرص، ومؤشرات الأداء، وإدارة المخاطر، وأولويات التنفيذ، ومبادرات النمو.



للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/business-development-strategies-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440

