

رقم الدورة 1881

# دورة تطوير وإدارة المنتجات التأمينية

المنتجات والتسعير التأميني  
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



## نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً متكاملاً ومتقدماً لتطوير وإدارة المنتجات التأمينية، بدءاً من تحديد احتياجات العملاء والفرص السوقية، مروراً بتصميم المنتج وتسعيه وبناء التغطيات والشروط، وصولاً إلى الإطلاق وإدارة دورة حياة المنتج وقياس أدائه وتحسينه. وتركز الدورة على ربط تطوير المنتجات بالاستراتيجية المؤسسية والربحية وإدارة المخاطر وتجربة العملاء.

تتناول الدورة منهجيات تحليل السوق والعملاء وتحديد الفجوات والاحتياجات غير الملباة، وتحويلها إلى فرص لتطوير منتجات تأمينية قابلة للتطبيق. كما توضح كيفية تصميم هيكل المنتج والتغطيات والاستثناءات والمنافع وحدود المسؤولية والشروط والأحكام بما يحقق التوازن بين قيمة المنتج للعميل ومتطلبات إدارة المخاطر والاكتتاب. كما تغطي الدورة العلاقة بين تطوير المنتجات والتسعين والاكتتاب وإدارة المطالبات وإعادة التأمين وقنوات التوزيع والامتثال. ويتعلم المشاركون كيفية تقييم الجدوى التجارية والفنية للمنتجات الجديدة، واختبار المفاهيم قبل الإطلاق، وتحديد المخاطر المحتملة، ووضع ضوابط مناسبة لضمان استدامة المنتج وجودته أدائه. وتتضمن الدورة ممارسات عملية لإدارة دورة حياة المنتجات التأمينية، بما في ذلك إطلاق المنتجات، ومراقبة الأداء، وتحليل الربحية، ومراجعة الأسعار، وتقييم سلوك العملاء، وإعادة تصميم المنتجات أو تطويرها أو إيقافها عند الحاجة. كما تركز على استخدام البيانات والتحليلات لدعم قرارات إدارة المنتجات وتحسين القدرة التنافسية والنمو المستدام.

## أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الاتجاهات السوقية واحتياجات العملاء لتحديد فرص تطوير المنتجات التأمينية.
- تحديد الفجوات السوقية والاحتياجات غير الملباة وتحويلها إلى فرص منتجات قابلة للتطبيق.
- تصميم هيكل المنتجات والتغطيات والمنافع والاستثناءات بما يتناسب مع خصائص المخاطر.

- تقييم الجدوى الفنية والتجارية والمالية للمنتجات التأمينية الجديدة.
- ربط تطوير المنتجات باستراتيجيات التسعير والاكتتاب وإدارة المخاطر.
- تطوير متطلبات واضحة لإطلاق المنتجات التأمينية وإدارتها.
- تقييم المخاطر المرتبطة بتطوير المنتجات الجديدة ووضع استراتيجيات مناسبة للحد منها.
- تصميم استراتيجيات مناسبة لتوزيع المنتجات عبر القنوات التقليدية والرقمية.
- تطبيق منهجيات اختبار المنتجات قبل الإطلاق وتحليل نتائج الاختبارات.
- تقييم أداء المنتجات من حيث المبيعات والربحية والاحتفاظ بالعملاء والمطالبات.
- تحليل دورة حياة المنتجات واتخاذ قرارات التطوير أو إعادة التصميم أو التعديل أو الإيقاف.
- استخدام مؤشرات الأداء والتحليلات لدعم قرارات إدارة المنتجات.
- تعزيز حوكمة المنتجات وضمان التنسيق بين الإدارات المعنية.
- تطوير خطط عملية لتحسين محفظة المنتجات التأمينية وتعزيز قدرتها التنافسية.

## الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة مديري المنتجات التأمينية والمتخصصين في تطوير المنتجات وإدارة المحافظ والتسويق والمبيعات والاكتتاب والتسعير وإدارة المخاطر والمطالبات وإعادة التأمين، وكل من يشارك في تصميم المنتجات أو إطلاقها أو تقييم أدائها.

كما تناسب مديري المنتجات، ومديري التسويق، ومديري الاكتتاب، والمتخصصين الاكتواريين، ومحلي الأعمال، ومحلي المنتجات، ومديري المحافظ التأمينية، والمتخصصين في الابتكار والتحول الرقمي وتجربة العملاء. وتعد الدورة مناسبة كذلك للمديرين التنفيذيين وصناع القرار المسؤولين عن استراتيجية المنتجات والنمو والربحية والقدرة التنافسية وإدارة المخاطر، إضافة إلى فرق العمل متعددة الوظائف المشاركة في دورة حياة المنتجات التأمينية.

## مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- تحليل السوق وتحديد الاتجاهات والفرص في قطاع التأمين.
- تحديد احتياجات العملاء وشرائح السوق المستهدفة.
- تطوير أفكار ومنتجات تأمينية استناداً إلى احتياجات السوق والمخاطر.
- تصميم هيكل متكامل للمنتج والتغطيات والمنافع والاستثناءات.
- تقييم العلاقة بين خصائص المنتج ومستويات المخاطر والاكتمال.
- تحديد المتطلبات الأساسية للتسعير والربحية عند تطوير المنتجات.
- تقييم الجدوى التجارية والفنية والمالية للمنتجات الجديدة.
- تصميم استراتيجيات إطلاق المنتجات وإدارة قنوات التوزيع.
- تطبيق أساليب اختبار المنتجات وجمع ملاحظات العملاء قبل الإطلاق وبعده.
- قياس أداء المنتجات باستخدام مؤشرات المبيعات والربحية والمطالبات والاحتفاظ بالعملاء.
- تحديد المنتجات ذات الأداء الضعيف ووضع خطط لتحسينها.
- إدارة دورة حياة المنتج واتخاذ قرارات إعادة التصميم أو التطوير أو الإيقاف.
- استخدام البيانات والتحليلات لدعم قرارات إدارة المنتجات.
- تعزيز حوكمة المنتجات والتنسيق بين الإدارات المختلفة.
- إعداد خطة متكاملة لتطوير وإدارة محفظة منتجات تأمينية مستدامة وتنافسية.
- المحاور التدريبية

## محاور الدورة

### اليوم الأول

## استراتيجية تطوير المنتجات التأمينية وتحليل السوق

- مفهوم تطوير المنتجات التأمينية ودوره في النمو والربحية.
- العلاقة بين استراتيجية الشركة واستراتيجية المنتجات.
- تحليل السوق والاتجاهات والتغيرات في سلوك العملاء.
- تحديد شرائح العملاء والاحتياجات التأمينية المختلفة.
- اكتشاف الفجوات والفرص السوقية.
- تحليل المنتجات المنافسة ومقارنتها.
- تحديد القيمة المقترحة للمنتج التأميني.
- تحويل احتياجات العملاء إلى مفاهيم ومنتجات تأمينية.
- تقييم الفرص الجديدة وترتيب أولويات تطوير المنتجات.
- تطبيق عملي: إعداد دراسة أولية لفرصة تطوير منتج تأميني جديد بناءً على احتياجات شريحة مستهدفة.

### اليوم الثاني

## تصميم المنتج والتغطيات وإدارة المخاطر

- مبادئ تصميم المنتجات التأمينية.
- تحديد نطاق التغطيات والمنافع وحدود المسؤولية.
- تصميم الاستثناءات والشروط والأحكام.
- ربط تصميم المنتج بطبيعة المخاطر المستهدفة.
- العلاقة بين تصميم المنتج والاكتتاب والتسعير.
- تقييم المخاطر الفنية والتشغيلية المرتبطة بالمنتج.

اليوم الثاني — تابع

- تحديد متطلبات إعادة التأمين للمنتجات الجديدة.
- تصميم المنتجات وفق احتياجات شرائح العملاء المختلفة.
- التوازن بين قيمة المنتج للعميل والاستدامة الفنية والربحية.
- تطبيق عملي: تصميم هيكل متكامل لمنتج تأميني يتضمن التغطيات والمنافع والاستثناءات وخصائص المخاطر.

### اليوم الثالث

## الجدوى والتسعير والتوزيع وإطلاق المنتجات

- تقييم الجدوى التجارية والمالية والفنية للمنتجات الجديدة.
- العلاقة بين تصميم المنتج واستراتيجية التسعير.
- تقدير الإيرادات والتكاليف والربحية المتوقعة.
- تقييم سيناريوهات الطلب والمبيعات والاحتفاظ بالعملاء.
- اختيار قنوات التوزيع المناسبة للمنتج.
- التوزيع المباشر والوسطاء والوكلاء والمصارف والقنوات الرقمية.
- تصميم رحلة العميل من الاكتساب إلى إصدار الوثيقة والخدمة.
- إعداد متطلبات الإطلاق والتنسيق بين الإدارات.
- اختبار المنتج والتحقق من جاهزيته قبل الإطلاق.
- تطبيق عملي: إعداد خطة جدوى وإطلاق لمنتج تأميني جديد تشمل التسعير والتوزيع والموارد ومتطلبات التنفيذ.

## اليوم الرابع

## إدارة دورة حياة المنتجات وقياس الأداء

- مفهوم دورة حياة المنتج التأميني.
- إدارة المنتج من مرحلة الفكرة إلى الإطلاق والنمو والنضج.
- مؤشرات أداء المنتجات التأمينية.
- تحليل المبيعات والأقساط والربحية والمطالبات.
- تحليل نسب الخسائر وأداء الاكتتاب.
- قياس الاحتفاظ بالعملاء والتجديد والاستمرارية.
- تحليل أداء المنتجات حسب الشرائح والمناطق والقنوات.
- تحديد المنتجات ذات الأداء المرتفع والمنخفض.
- إعادة تصميم المنتجات وتعديل التغطيات والمنافع والأسعار.
- قرارات تطوير المنتجات أو إعادة تموضعها أو إيقافها.
- تطبيق عملي: تحليل أداء محفظة منتجات وتحديد المنتجات التي تحتاج إلى تطوير أو إعادة تصميم أو إيقاف.

## اليوم الخامس

## حوكمة المنتجات والابتكار والتحسين المستمر

- حوكمة تطوير وإدارة المنتجات التأمينية.
- تحديد الأدوار والمسؤوليات بين الإدارات المعنية.
- ضوابط اعتماد المنتجات الجديدة والتغييرات الجوهرية.
- إدارة مخاطر المنتجات وحماية مصالح العملاء.
- استخدام البيانات والتحليلات في قرارات تطوير المنتجات.
- الابتكار في المنتجات التأمينية وتطوير حلول جديدة.

اليوم الخامس — تابع

- المنتجات الرقمية والمنتجات المدمجة والحلول القائمة على الاستخدام والسلوك.
- استخدام التقنيات الحديثة والبيانات لتحسين تجربة العملاء.
- مراقبة المنتجات بعد الإطلاق واكتشاف مؤشرات الأداء والمخاطر المبكرة.
- بناء آلية للتحسين المستمر لمحفظة المنتجات.
- ورشة ختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لتطوير وإدارة منتج تأميني تشمل تحليل السوق، وتحديد العملاء، وتصميم التغطيات، وتقييم المخاطر، والتسعير، والتوزيع، والإطلاق، وقياس الأداء، وإدارة دورة الحياة، والحوكمة، وخطة التحسين المستمر.

## للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة:

<https://quest-training.com/courses/insurance-product-development-management-training-course>الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>البريد الإلكتروني: [info@quest-training.com](mailto:info@quest-training.com)

الهاتف: +905016771440