

رقم الدورة 1752

دورة نمو الإيرادات وإدارة الحصة السوقية للمصارف

الخدمات المصرفية للشركات والأعمال
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم دورة نمو الإيرادات وإدارة الحصة السوقية للمصارف إطاراً استراتيجياً وعملياً متكاملًا لمساعدة المصارف والمؤسسات المالية على تحقيق نمو مستدام في الإيرادات، وتعزيز حصتها السوقية، وتحسين قدرتها التنافسية وربحيتها. وتركز الدورة على أهم المحركات التجارية والتسويقية والمالية والتشغيلية التي تمكن المصارف من تحقيق النمو مع الحفاظ على الانضباط المالي وإدارة المخاطر.

في ظل المنافسة المتزايدة في القطاع المصرفي، لا يعتمد النمو المستدام على زيادة حجم المبيعات فقط، بل يتطلب فهماً دقيقاً لديناميكيات السوق وسلوك العملاء ومواقع المنافسين وربحية المنتجات واستراتيجيات التسعير وأداء قنوات التوزيع والفرص الناشئة في قطاعات الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والخدمات الرقمية. وتوفر الدورة منهجية واضحة لتحديد فرص النمو وتحويلها إلى نتائج تجارية قابلة للقياس.

يتناول البرنامج تجزئة السوق والعملاء، واكتساب العملاء والاحتفاظ بهم، وزيادة حصة المصرف من محفظة العميل، والبيع المتقاطع، وتعميق العلاقات المصرفية، واختراق المنتجات، وتحسين التسعير، وإدارة العلاقات، والقنوات الرقمية، والشراكات الاستراتيجية. كما يركز على كيفية تحديد القطاعات الجذابة وترتيب فرص النمو وتوجيه الموارد التجارية نحو المجالات ذات الإمكانيات الأعلى في الإيرادات والحصة السوقية.

ويركز البرنامج بصورة خاصة على ربط استراتيجيات النمو بالأداء المالي. ويتعلم المشاركون كيفية تحليل مصادر الإيرادات وربحية العملاء واقتصاديات المنتجات وفعالية التسعير وتكلفة اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم ونمو المحافظ واتجاهات الحصة السوقية. كما يتناول البرنامج تحقيق التوازن بين أهداف النمو وإدارة مخاطر الائتمان والمتطلبات التنظيمية والقدرات التشغيلية والربحية المستدامة.

ومن خلال دراسات الحالة المصرفية وتحليل الأسواق وتقييم فرص النمو وتمارين محافظ العملاء وسيناريوهات التسعير وتحليل الحصة السوقية وورش التخطيط الاستراتيجي، يطور المشاركون قدرات عملية تمكنهم من بناء وتنفيذ استراتيجيات فعالة لنمو الإيرادات والحصة السوقية وتعزيز المركز التنافسي والأداء المالي طويل الأجل للمصرف.

أهداف الدورة

- تحليل المحركات الرئيسية لنمو الإيرادات وتوسيع الحصة السوقية في القطاع المصرفي.
- تقييم اتجاهات السوق المصرفية والمنافسة وسلوك العملاء والفرص الناشئة للنمو.
- تحديد شرائح العملاء والمنتجات والأسواق والقنوات ذات الإمكانيات العالية للنمو المستدام.
- تقييم ربحية العملاء وحصة المصرف من محفظة العميل ومستوى اختراق المنتجات وإمكانات تعميق العلاقات.
- تطوير استراتيجيات فعالة لاكتساب العملاء والاحتفاظ بهم وزيادة قيمة العلاقات المصرفية.
- تطبيق استراتيجيات التسعير والمنتجات لتحسين الإيرادات والربحية.
- تقييم مساهمة الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والخدمات الرقمية في النمو.
- تقييم فعالية قنوات التوزيع وتحديد فرص تحسين الفروع والقنوات الرقمية.
- تطوير مبادرات لتوسيع الحصة السوقية بما يتوافق مع احتياجات العملاء وديناميكيات المنافسة.
- تطبيق مؤشرات الأداء ولوحات المتابعة التجارية لمراقبة الإيرادات والحصة السوقية.
- تحقيق التوازن بين مبادرات النمو والربحية ومخاطر الائتمان والمتطلبات التنظيمية والقدرات التشغيلية.
- إعداد استراتيجية متكاملة لنمو الإيرادات وإدارة الحصة السوقية في المصرف.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة القيادات المصرفية والتنفيذية ورؤساء قطاعات الأعمال ومديري الأعمال والتجاري والمبيعات والتوزيع ومديري العلاقات ومديري المنتجات ومتخصصي الاستراتيجية وكبار المسؤولين عن توليد الإيرادات وتطوير الأعمال.

وتناسب الدورة قطاعات الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والخدمات المصرفية التجارية والمنشآت الصغيرة

والمتوسطة والخدمات المصرفية الرقمية والبطاقات والمدفوعات وإدارة الثروات وغيرها من القطاعات المسؤولة عن اكتساب العملاء وتوسيع المحافظ وزيادة اختراق المنتجات وتحقيق الإيرادات. كما يستفيد من البرنامج المتخصصون في التخطيط الاستراتيجي والمالية وتحليل الأعمال وتجربة العملاء والتسويق والتسعير وتطوير الأعمال وإدارة الأداء وتحليل البيانات، ممن يشاركون في صياغة استراتيجية النمو وتعزيز المركز التنافسي والأداء التجاري للمصرف.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- شرح المحركات الرئيسية لنمو الإيرادات والحصة السوقية في القطاع المصرفي.
- تحليل هيكل السوق واتجاهات العملاء وسلوك المنافسين والمركز التنافسي للمصرف.
- تحديد شرائح العملاء الجذابة وفرص النمو ذات القيمة العالية.
- تقييم ربحية العملاء وحصة المصرف من محفظتهم واختراق المنتجات وعمق العلاقة.
- تطوير استراتيجيات لاكتساب العملاء والاحتفاظ بهم وتحقيق نمو مستدام.
- تصميم استراتيجيات البيع المتقاطع والبيع الإضافي عبر المنتجات والشرائح المصرفية.
- تقييم استراتيجيات التسعير وتأثيرها على الإيرادات والربحية وسلوك العملاء.
- تقييم أداء الفروع والقنوات الرقمية وفرق إدارة العلاقات وقنوات التوزيع المختلفة.
- تطوير استراتيجيات لتوسيع الحصة السوقية في القطاعات المصرفية المستهدفة.
- استخدام مؤشرات الأداء التجارية والمالية لمتابعة النمو والربحية والأداء السوقي.
- تحديد المخاطر والقيود التي قد تؤثر في مبادرات النمو المصرفي.
- إعداد خطط لنمو الإيرادات تتضمن أهدافاً ومبادرات ومسؤوليات ومؤشرات أداء واضحة.

- تحويل بيانات السوق والعملاء إلى استراتيجيات تجارية قابلة للتنفيذ.
- بناء استراتيجية نمو متكاملة تربط الإيرادات والربحية وقيمة العميل والحصة السوقية.
- المحاور التدريبية

محاور الدورة

اليوم الأول

نمو الإيرادات وديناميكيات السوق المصرفية

- نماذج الإيرادات المصرفية ومصادر تحقيق الإيرادات
- المحركات الرئيسية للنمو في القطاع المصرفي
- فهم نمو السوق وديناميكيات المنافسة
- هيكل السوق والمركز التنافسي للمصرف
- تحليل اتجاهات القطاع والفرص الناشئة
- تجزئة السوق وتقييم جاذبية القطاعات
- تحديد مصادر الإيرادات وفرص النمو
- محركات النمو في الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والخدمات الرقمية
- التطبيق العملي: تحليل سوق مصرفي وتحديد أولويات فرص نمو الإيرادات

اليوم الثاني

نمو العملاء وزيادة حصة المصرف من محفظة العميل

- اكتساب العملاء والقيمة العمرية للعميل
- تحليل ربحية العملاء

اليوم الثاني — تابع

- قياس حصة المصرف من محفظة العميل
- تعميق العلاقة المصرفية وزيادة المنتجات المستخدمة
- اختراق المنتجات وتوسيع المحافظ
- استراتيجيات البيع المتقاطع والبيع الإضافي
- الاحتفاظ بالعملاء وإدارة فقدان العملاء
- إدارة العلاقات وتعظيم قيمة العميل
- التطبيق العملي: تطوير استراتيجية لنمو شريحة عملاء تركز على الاكتساب والاحتفاظ وزيادة حصة المصرف من محفظة العميل

اليوم الثالث

استراتيجيات المنتجات والتسعير والقنوات

- تحليل محفظة المنتجات وإمكانات النمو
- تحليل ربحية المنتجات ومساهمتها
- استراتيجيات التسعير وتحسين الإيرادات
- التسعير القائم على العميل والقيمة
- تحليل أداء الفروع وتحسين شبكة التوزيع
- القنوات الرقمية واكتساب العملاء رقمياً
- الشراكات والنظم المصرفية المتكاملة ونماذج التوزيع البديلة
- التطبيق العملي: تصميم استراتيجية للمنتجات والتسعير والقنوات بهدف تحسين الإيرادات والربحية

اليوم الرابع

توسيع الحصة السوقية والأداء التجاري

- قياس الحصة السوقية والمقارنات التنافسية
- تحديد فجوات الحصة السوقية وفرص النمو
- استراتيجيات الحصة السوقية حسب القطاعات والعملاء
- تحليل المنافسين والتميز التنافسي
- إنتاجية المبيعات وأداء مديري العلاقات
- لوحات متابعة الأداء التجاري ومؤشرات الأداء الرئيسية
- التنبؤ بالإيرادات وتحديد أهداف النمو
- التطبيق العملي: إعداد خطة لتوسيع الحصة السوقية في قطاع مصرفي محدد

اليوم الخامس

استراتيجية النمو المستدام والأداء المصرفي

- بناء استراتيجية متكاملة للنمو المصرفي
- ترتيب أولويات مبادرات النمو وتخصيص الموارد التجارية
- ربط نمو الإيرادات بالربحية وقيمة العميل
- إدارة مخاطر النمو واعتبارات الائتمان والمتطلبات التنظيمية
- تنفيذ الاستراتيجية وتحديد المسؤوليات والمساءلة
- متابعة الإيرادات والحصة السوقية والربحية وأداء العملاء
- التحسين المستمر وتطوير استراتيجيات النمو

اليوم الخامس — تابع

- الورشة الختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لنمو الإيرادات وإدارة الحصة السوقية تشمل تحليل السوق، وتجزئة العملاء، وتحديد فرص النمو، واكتساب العملاء والاحتفاظ بهم، وزيادة حصة المصرف من محفظة العميل، واختراق المنتجات، والتسعير، والقنوات، والمركز التنافسي، وأهداف الحصة السوقية، ومؤشرات الإيرادات، والربحية، واعتبارات المخاطر، والمبادرات الاستراتيجية، ومسؤوليات التنفيذ، وآليات المتابعة وقياس الأداء.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/revenue-growth-market-share-management-for-banks>

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440