

رقم الدورة 1754

دورة الإدارة الاستراتيجية للنمو في القطاع المصرفي

الخدمات المصرفية للشركات والأعمال
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم دورة الإدارة الاستراتيجية للنمو في القطاع المصرفي إطاراً متكاملًا واستراتيجياً لتمكين القيادات والمديرين والمتخصصين في المصارف من تحقيق نمو مستدام، وتعزيز القدرة التنافسية، وتوسيع قيمة العملاء، وتحسين الأداء المالي على المدى الطويل. وتركز الدورة على تحويل الأولويات الاستراتيجية والبيانات السوقية واحتياجات العملاء والفرص التجارية إلى نتائج نمو قابلة للقياس.

يتأثر النمو المصرفي بصورة متزايدة بتغير توقعات العملاء، والتحول الرقمي، واشتداد المنافسة، والمتطلبات التنظيمية، وتطور نماذج الأعمال، وظهور مصادر جديدة للإيرادات. لذلك تتطلب الإدارة الفعالة للنمو منهجية متكاملة تربط بين فرص السوق واستراتيجية العملاء وتطوير المنتجات والتسعير وقنوات التوزيع والإيرادات والربحية والتنفيذ المؤسسي.

يتناول البرنامج أهم مكونات النمو الاستراتيجي في المصارف، بما في ذلك التوسع في الأسواق، وتجزئة العملاء، وتطوير المحافظ، ونمو الإيرادات، وزيادة اختراق المنتجات، وتعظيم قيمة العميل، والبيع المتقاطع، والقنوات الرقمية، والشراكات الاستراتيجية، والتميز التنافسي. كما يركز على كيفية ترتيب فرص النمو وتوجيه الموارد نحو المبادرات ذات أعلى قيمة استراتيجية ومالية.

وبولي البرنامج اهتماماً خاصاً بتحقيق النمو المربح والمستدام، من خلال تحقيق التوازن بين طموحات النمو والربحية وشهية المخاطر ومتطلبات رأس المال والمتطلبات التنظيمية والقدرات التشغيلية وقيمة العميل. كما يتناول استخدام مؤشرات الأداء ولوحات متابعة النمو والتنبؤات وتحليل السيناريوهات والمراجعات الاستراتيجية لضمان توافق مبادرات النمو مع أهداف المصرف.

ومن خلال دراسات الحالة المصرفية والتحليل الاستراتيجي وتقييم الأسواق وتمارين محافظ العملاء وتقييم فرص النمو وتخطيط السيناريوهات وورش العمل التطبيقية، يطور المشاركون القدرات اللازمة لصياغة وتنفيذ ومتابعة استراتيجيات نمو استراتيجية تحقق قيمة مستدامة للمصارف والمؤسسات المالية.

أهداف الدورة

- تحليل الأسس الاستراتيجية والمحركات الرئيسية للنمو المستدام في القطاع المصرفي.
- تقييم اتجاهات الأسواق والديناميكيات التنافسية وسلوك العملاء والفرص المصرفية الناشئة.
- تحديد وترتيب أولويات الأسواق وشرائح العملاء والمنتجات والقنوات ذات الإمكانيات العالية للنمو.
- تقييم نمو الإيرادات والربحية وقيمة العملاء وأداء المحافظ المصرفية.
- تطوير مبادرات نمو استراتيجية متوافقة مع الاستراتيجية العامة للمصرف.
- تطبيق أساليب تجزئة العملاء وإدارة المحافظ لدعم النمو المستهدف.
- تطوير استراتيجيات لاكتساب العملاء والاحتفاظ بهم والبيع المتقاطع وتعميق العلاقات.
- تقييم استراتيجيات المنتجات والتسعير والتوزيع والقنوات الرقمية كمحركات للنمو.
- تقييم الشراكات الاستراتيجية ونماذج الأعمال الجديدة القادرة على تسريع النمو المصرفي.
- تطبيق المؤشرات المالية والتجارية والاستراتيجية لقياس أداء النمو.
- تقييم فرص النمو في ضوء المخاطر ورأس المال والمتطلبات التنظيمية والقدرات التشغيلية.
- إعداد خطة متكاملة للإدارة الاستراتيجية للنمو في المؤسسة المصرفية.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة القيادات المصرفية والتنفيذية وكبار المديرين ورؤساء قطاعات الأعمال ومديري الاستراتيجية والمديرين التجاريين والمتخصصين المسؤولين عن التخطيط الاستراتيجي ونمو الأعمال وتوليد الإيرادات والتوسع في الأسواق وتحسين الأداء المالي.

وتناسب بشكل خاص القيادات والمتخصصين في الخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية للشركات، والخدمات المصرفية التجارية، والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، والخدمات المصرفية الرقمية، والمدفوعات، والبطاقات، وإدارة الثروات، وإدارة المنتجات، والمبيعات، والتوزيع، وتجربة العملاء، وتطوير الأعمال.

كما تستهدف المتخصصين في المالية وإدارة المخاطر وتحليل الأعمال وإدارة الأداء والتسويق والتخطيط الاستراتيجي والتحول المؤسسي ممن يشاركون في تقييم فرص النمو وتخصيص الموارد وتطوير المبادرات الاستراتيجية ومتابعة الأداء المصرفي.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- شرح المبادئ والأطر الاستراتيجية التي تدعم النمو المستدام في القطاع المصرفي.
- تحليل العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في نمو المصارف.
- تقييم جاذبية الأسواق والمركز التنافسي والفرص الناشئة للنمو.
- تجزئة العملاء والأسواق وفقاً للقيمة والإمكانات والاحتياجات والربحية.
- تحديد فرص النمو الاستراتيجي وترتيب أولوياتها.
- تقييم مساهمة المنتجات والقنوات والعملاء وقطاعات الأعمال المختلفة في النمو.
- تطوير استراتيجيات اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم والبيع المتقاطع وتعميق العلاقات.
- تقييم استراتيجيات التسعير والمنتجات والقنوات الرقمية والتوزيع كمحركات للنمو.
- تقييم الشراكات الاستراتيجية ونماذج الأعمال البديلة.
- ربط استراتيجيات النمو بالإيرادات والربحية وقيمة العميل والحصة السوقية.
- تطبيق مؤشرات النمو ولوحات المتابعة والتنبؤ وتحليل السيناريوهات لمراقبة الأداء.
- تحديد المخاطر والقيود الاستراتيجية التي قد تؤثر في مبادرات النمو.
- مواءمة مبادرات النمو مع شهية المخاطر ومتطلبات رأس المال والمتطلبات التنظيمية والقدرات التشغيلية.
- إعداد خطة نمو قابلة للتنفيذ تتضمن الأهداف والمبادرات والمسؤوليات ومؤشرات الأداء وأولويات التنفيذ.

■ المحاوّر التدريبية

محاوّر الدورة

اليوم الأول

الأسس الاستراتيجية للنمو المصرفي

- مفهوم الإدارة الاستراتيجية للنمو في القطاع المصرفي
- النمو المستدام مقابل التوسع قصير الأجل في الإيرادات
- المحركات الرئيسية للنمو وخلق القيمة في المصارف
- العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في النمو
- هيكل السوق المصرفي والديناميكيات التنافسية
- تقييم جاذبية الأسواق والفرص
- الاتجاهات الناشئة المؤثرة في مستقبل النمو المصرفي
- المركز التنافسي ومصادر الميزة التنافسية
- فرص النمو في الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والتجارية والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والرقمية
- التطبيق العملي: إجراء تقييم استراتيجي للنمو في مصرف وتحديد أولويات فرص النمو

اليوم الثاني

نمو العملاء والأسواق والمحافظ المصرفية

- التجزئة الاستراتيجية للعملاء وتحديد الأسواق المستهدفة
- تحديد شرائح العملاء ذات القيمة والإمكانات العالية
- ربحية العملاء والقيمة العمرية للعميل
- استراتيجيات اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم

اليوم الثاني — تابع

- زيادة حصة المصرف من محفظة العميل وتعميق العلاقة
- استراتيجيات البيع المتقاطع والبيع الإضافي
- زيادة اختراق المنتجات وتوسيع المحافظ
- الإدارة الاستراتيجية للحسابات والعملاء الرئيسيين
- التوسع في الأسواق وتطوير المحافظ
- التطبيق العملي: إعداد استراتيجية لنمو العملاء والمحافظ لقطاع مصرفي محدد

اليوم الثالث

الإيرادات والمنتجات والتسعير وقنوات النمو

- نماذج نمو الإيرادات المصرفية
- مصادر الإيرادات وفرص النمو
- تحليل محفظة المنتجات وترتيب الأولويات الاستراتيجية
- ابتكار المنتجات وتطوير مصادر جديدة للإيرادات
- استراتيجيات التسعير وتحسين الإيرادات
- تحسين شبكة الفروع وقنوات التوزيع
- القنوات الرقمية واكتساب العملاء رقمياً
- الشراكات والنظم التجارية المتكاملة ونماذج التوزيع البديلة
- ربط استراتيجيات المنتجات والقنوات بالربحية
- التطبيق العملي: تصميم استراتيجية متكاملة للمنتجات والتسعير والقنوات بهدف تحقيق النمو والربحية

اليوم الرابع

تنفيذ النمو الاستراتيجي وإدارة المخاطر والأداء

- تحويل استراتيجية النمو إلى مبادرات استراتيجية
- ترتيب أولويات فرص النمو وتخصيص الموارد
- الاستثمارات المطلوبة للنمو وتخصيص الموارد الاستراتيجية
- تحقيق التوازن بين النمو والربحية والمخاطر ورأس المال
- المتطلبات التنظيمية والتشغيلية المرتبطة باستراتيجيات النمو
- التنبؤ بالنمو وتحليل السيناريوهات
- مؤشرات الأداء الاستراتيجية للنمو ولوحات المتابعة
- متابعة الحصة السوقية والإيرادات والربحية والعلاء والمحافظة
- تحديد فجوات الأداء والإجراءات التصحيحية
- التطبيق العملي: بناء إطار لمتابعة أداء النمو يتضمن الأهداف ومؤشرات الأداء والإجراءات التصحيحية

اليوم الخامس

الإدارة المتكاملة للنمو الاستراتيجي

- بناء استراتيجية مؤسسية متكاملة للنمو المصرفي
- مواءمة استراتيجية النمو مع أهداف المصرف وقطاعات الأعمال
- ترتيب أولويات المبادرات الاستراتيجية للنمو
- تحديد أهداف النمو والتوقعات المالية
- بناء الحوكمة والمساءلة عن مبادرات النمو
- إعداد خرائط التنفيذ والمراحل الاستراتيجية
- المراجعة الدورية للأداء وتحسين استراتيجية النمو

اليوم الخامس — تابع

- إدارة مخاطر النمو والتحديات الاستراتيجية الناشئة
- بناء القدرات المؤسسية الداعمة للنمو المستدام
- الورشة الختامية: إعداد خطة متكاملة للإدارة الاستراتيجية للنمو في مصرف تشمل تحليل السوق والمنافسة، وتجزئة العملاء، وتحديد فرص النمو، ومحركات الإيرادات، واستراتيجية المنتجات والتسعير، والقنوات الرقمية والتوزيع، والشراكات، والربحية، واعتبارات المخاطر، وأهداف النمو، ومؤشرات الأداء، والمبادرات الاستراتيجية، والحوكمة، وخارطة التنفيذ، وآليات المتابعة وقياس الأداء.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/strategic-growth-management-in-banking>

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440