

"إدارة المنتجات والتسويق للشركات التجارية في العالم العربي"

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-105

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .تطوير المعرفة الأساسية في المبيعات لدعم المنتج
- .اكتشاف كيفية مطابقة أصحاب المصلحة والشركاء مع منتج ناجح
- .وضع ميزانية للمواد والموارد لتحديد توقعات العملاء
- .التعرف على إجراءات إطلاق وإنشاء المنتج
- .فهم أهمية التسويق الفعّال
- .عرض فوائد ووظائف المنتج لتلبية متطلبات السوق
- .تحليل ومراقبة نجاح المنتج وتحديد الأماكن التي تحتاج إلى تغييرات
- .تقييم الإجراءات الخاصة بك وتنفيذ هيكل "الدروس المستفادة" للتحسين المستمر

الجمهور

هذه الدورة مثالية للأفراد الذين يتحكمون في تصميم منتجاتهم وهيكل التسويق الخاص بهم أو لأصحاب الأعمال الذين يسعون للحصول على رؤى حول عمليات التفكير الاستراتيجي لبناء أطر عمل ناجحة للمنتجات في السوق. ستكون ذات فائدة خاصة لـ:

- مديري المنتجات
- مديري التسويق
- أصحاب الأعمال
- مديري التطوير
- مديري التغيير والتحكم
- الخبراء الفنيين
- تنفيذيي التسويق
- مديري المبيعات
- مصممي المنتجات

منهجية التدريب

يوفر هذا الدورة الوصول إلى مجموعة متنوعة من التمارين العملية والعروض التقديمية لتعزيز تعلمك. ستطلع على دراسات

حالة حقيقية من شركات قامت بطرح منتجات في السوق وتتعلم كيفية التعافي من استراتيجيات إدارة المنتجات الأقل نجاحًا.

ستستخدم مهاراتك الجديدة من خلال ورش عمل جماعية لتطوير خطط المشاريع وتطبيق معرفتك بالمنتجات والقيادة لإنشاء إطار استراتيجي لإطلاق مشروعك الخاص.

الملخص

إطلاق وإدارة رحلة منتج في بيئة الأعمال بين الشركات يمكن أن يكون معقدًا. على الرغم من أنك قد تمتلك السلطة لتنفيذ الخطط في مؤسستك الخاصة، إلا أنك لا تملك القدرة على إجبار الشركات الأخرى على تبني أو تنفيذ استراتيجياتك أو شراء منتجاتك.

للحصول على دعم من الأطراف الخارجية والعمل نحو تحسين مستمر عبر شراكاتك، يجب عليك تطوير إطار عمل دقيق ومثبت للمشروع، يتضمن ميزانيات قابلة للتنفيذ، وخطوات للتغيير، وتقييمات للمخاطر لتخفيف المشاكل، وعمليات مراقبة تتيح لك مراجعة وتعديل منتجك والبقاء مرنًا.

عند تقديم منتجات جديدة تمامًا إلى السوق وكسب ثقة أصحاب المصلحة، تحتاج أيضًا إلى تطوير عرض تسويقي فعال لبيع فوائد ووظائف منتجك، وتحديد جداول زمنية دقيقة للنماذج الأولية وإنشاء خطط مباشرة للسوق. يتطلب بيع نموذج الموارد الخاص بك لمؤيديك دراسة دقيقة، حتى يفهموا الالتزامات المالية الكاملة ومستوى المشاركة المطلوب لتحقيق عائد على الاستثمار.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Managing B2B Relationships

- Your role as a product manager.
- Building trust between your team and your partners.
- Targeting the right people to buy your product.
- Understanding your stakeholder’s motivation.
- Keeping an open mind and a two-way relationship.
- Enhance your listening skills.

Section 2: Creating a Sellable Marketing Plan

- Evaluating market drivers.

- Setting strategic objectives.
- Cost-benefit analysis.
- Identifying and mitigating risks.
- Selling your success factors.
- Telling isn't selling – using relevant examples.

Section 3: Strategic Thinking – Staying One Step Ahead

- What is strategic thinking?
- Creating superior value propositions.
- Opportunities based on your product's value.
- Staying above the competition.
- Six Sigma organisation to move forward.
- Prioritisation, sustainability, and profitability.

Section 4: Negotiation, Influencing & Persuasion Techniques

- Enlisting help from your sales team.
- Understanding the difference between 'wants' and 'needs.'
- Benefits vs. functions.
- Changing negative perceptions.
- Roleplaying to combat a difficult investor.
- Using persuasive language patterns.
- Removing negativity.

Section 5: Market Research to Maintain Value

- Using analytics to find gaps in the market.
- Tailoring your marketing strategy to your audience.
- Review advertising methods to reach out to your consumer base.
- Social media and its uses.
- Programmatic advertising.
- Reviewing surveys and feedback.

Section 6: Your Product's Lifecycle

- Design ideas.
- Consumer segmentation.
- Identifying gaps in the market.
- Your budget and costs against pricing models.

- Resource models, communications, and staffing.
- Marketing essentials.
- Managing your customer relationships.

Section 7: Monitoring & Evaluation

- Document analytics-based results.
- Revisit pain points and review where improvements are required.
- Identify your key success factor and embellish it.
- Your product against your competitors.
- Managing an innovative portfolio.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم المستمر (CPD)، كما أنها معتمدة وفق معايير ISO 9001 وISO 21001 وISO 29993.

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة، CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة.

التصنيفات

المبيعات والتسويق, التكنولوجيا, الإعلام والتسويق

مقالات ذات صلة



كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

في عصر رقمي يشهد تغيرات سريعة، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ساحة رئيسية للتواصل بين الشركات والجمهور، حيث تتحول من مجرد منصات للتفاعل إلى أدوات قوية لبناء العلامات التجارية وتعزيز المبيعات. ومع ازدياد حجم البيانات وتعقيد أنماط المستخدمين، ظهر الذكاء الاصطناعي كقوة دافعة قادرة على إحداث تحول جذري في استراتيجيات التسويق

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/8HvDUA5TZ8s?si=M4luyyiEYGdVDhhW