JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

# دورة متقدمة في الاستخبارات السوقية والتنافسية

info@jupiterprime.uk

**jupiterprime.uk**

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

# دورة متقدمة في الاستخبارات السوقية والتنافسية

الاستخبارات السوقية والتنافسية دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمحللي السوق ومديري الاستراتيجية والتسويق ومسؤولي الاستخبارات، يحولون فيها الإشارات المتفرقة إلى موجز الاستخبارات التنافسية بملفات المنافسين وخيارات الاستجابة. فالمنافسون يطلقون منتجاتهم ويعيدون تسعيرها ويعقدون شراكاتهم أسرع مما تتابعه دورات التخطيط السنوية، والقادة يحتاجون رؤية أخلاقية في وقتها قبل تخصيص رأس المال. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة للممارسين الذين يطلعون التنفيذيين على المنافسين والأسواق.

## لماذا تهم الاستخبارات السوقية والتنافسية الآن

تدفع ثلاث ضغوط الاستخبارات إلى صدارة جدول أعمال التنفيذيين: داخلون جدد من قطاعات مجاورة يعيدون رسم حدود الفئات، وطوفان من الإشارات المفتوحة يخفي القليل المهم منها، ومجالس إدارة تريد إنذارا مبكرا لا تحليلا بعد وقوع الخسارة. المؤسسة التي تملك وظيفة استخبارات منضبطة ترصد التهديدات وخيارات الرد ما زالت قليلة الكلفة، أما التي تفتقدها فتتحرك بعد ضياع الحصة. وتستند الدورة إلى دورة الاستخبارات التي تتبناها جمعية محترفي الاستخبارات الاستراتيجية والتنافسية SCIP، وإلى أساليب التحليل المنظم، ونماذج تنافسية معروفة مثل نموذج الزوايا الأربع لبورتر، مع ممارسات جمع أخلاقية.

## المستفيدون من الاستخبارات السوقية والتنافسية

- المحللون الذين يجمعون إشارات السوق والمنافسين والعملاء ويفسرونها
- مديرو الاستراتيجية الذين يصوغون السيناريوهات وخيارات النمو للقيادة
- مديرو التسويق والمنتجات الذين يضعون عروضهم في مواجهة منافسين محددين
- مسؤولو الاستخبارات الذين يديرون أنظمة الرصد وينبهون أصحاب المصلحة
- قادة عمليات المبيعات الذين يديرون مراجعات الفوز والخسارة وبطاقات المنافسة

تستفيد وحدة الاستراتيجية أو الرؤى التي تخدم عدة خطوط أعمال أكثر من غيرها حين يحضر محللوها وعملاؤها الداخليون معا ويتفقون على الاستخبارات التي تحتاجها المؤسسة.

## قدرات الاستخبارات السوقية والتنافسية

ينتقل المشاركون من جمع الحقائق إلى إصدار أحكام يستطيع التنفيذيون التصرف بناء عليها.

- تحديد موضوعات الاستخبارات الرئيسة مع صناع القرار — التنفيذيون عند وضع أولويات الجمع
- تصميم خطط الجمع الأولي والثانوي ضمن حدود أخلاقية — مراجعو الشؤون القانونية والامتثال
- بناء ملفات المنافسين التي تغطي الاستراتيجية والقدرات والتحركات المرجحة — أصحاب المنتجات والتسعير
- تطبيق تحليل الفوز والخسارة وأساليب التحليل المنظم — قادة المبيعات عند تعديل العروض
- اختبار الاستراتيجيات عبر محاكاة المنافسين — فرق القيادة عند اختيار الرد
- إيصال مؤشرات الإنذار المبكر وخيارات الاستجابة في موجز مركز — مجالس الإدارة عند موازنة الاستثمار

## مصطلحات الاستخبارات السوقية والتنافسية الأساسية

- دورة الاستخبارات — التسلسل المتكرر للتخطيط والجمع والتحليل والنشر والتغذية الراجعة الذي يحول المعلومات إلى دعم للقرار.
- موضوعات الاستخبارات الرئيسة — الأسئلة ذات الأولوية التي يحتاج صناع القرار إلى إجاباتها، وتستخدم لتركيز جهد الجمع.
- ملف المنافس — ملخص منظم لاستراتيجية المنافس وموارده وقدراته وقيادته وتحركاته التالية المرجحة.
- تحليل الفوز والخسارة — مقابلات منهجية ومراجعة بيانات تفسر أسباب كسب الصفقات أو خسارتها أمام منافسين محددين.
- محاكاة المنافسين — تمرين ميسر تلعب فيه الفرق أدوار المنافسين لاختبار ردود فعلهم المحتملة على استراتيجية ما.
- مؤشر الإنذار المبكر — إشارة محددة مسبقا يدل رصدها على تهديد أو فرصة في طور التشكل.

## الاستخبارات السوقية والتنافسية يوما بيوم

### اليوم 1: وظيفة الاستخبارات وعملاؤها

- دورة الاستخبارات وفق SCIP — تنظيم العمل من السؤال إلى القرار
- تقييم نضج الاستخبارات — تحديد فجوات القدرة ونطاق التغطية
- مقابلات موضوعات الاستخبارات الرئيسة — الاتفاق على الأسئلة ذات الأولوية مع التنفيذيين
- التمييز بين الاستخبارات والمعلومات — رفع المخرجات فوق تكديس البيانات
- ميثاق الحدود الأخلاقية والقانونية — حماية السمعة أثناء الجمع

## اليوم 2: البحث الثانوي والمصادر المفتوحة

- أساليب البحث في المصادر المفتوحة — الوصول إلى الإفصاحات وبراءات الاختراع وإعلانات الوظائف
- تصنيف موثوقية المصادر — ترجيح الأدلة حسب المصداقية
- التنقيب في بيانات القطاع والتجارة — تقدير حجم الشرائح وتحولات الحصص
- تتبع البصمة الرقمية — قراءة تغيرات مواقع المنافسين ومنصاتهم وأسعارهم
- تصميم مستودع المعلومات — إبقاء النتائج قابلة للبحث ومحدثة

## اليوم 3: البحث الأولي والمصادر البشرية

- مقابلات الخبراء والقنوات — جمع الرؤى من الموزعين والعملاء
- خطط استخبارات المعارض التجارية — جمع الإشارات في الفعاليات بأخلاقية
- أساليب الاستنباط الحواري — طرح الأسئلة دون تضليل
- تصميم استبانات العملاء للرؤية التنافسية — قياس دوافع التحول
- حصاد الشبكة الداخلية — التقاط المعرفة الميدانية من فرق المبيعات

## اليوم 4: هيكل السوق وتحليل القطاع

- نماذج تقدير حجم السوق — حساب الطلب الكلي والطلب القابل للخدمة
- تحديث قوى Porter الخمس — تتبع تحولات ربحية الفئة
- رسم سلسلة القيمة — رصد مواضع انتقال الهوامش
- رسم المجموعات الاستراتيجية — تجميع المنافسين حسب نهجهم
- رصد الإزاحة والبدائل — مراقبة الداخلين من القطاعات المجاورة

## اليوم 5: إعداد ملفات المنافسين

- نموذج الزوايا الأربع لبورتر — استنتاج الدوافع والافتراضات والتحركات المرجحة
- المقارنة المرجعية للقوائم المالية — مقارنة هياكل التكلفة والقدرة الاستثمارية
- تحليل القيادة والثقافة — توقع أنماط اتخاذ القرار
- تدقيق القدرات والموارد — الحكم على ما يستطيع المنافسون تنفيذه
- بطاقات المنافسة — تزويد المبيعات بحجج التموضع المضاد

## اليوم 6: تحليل الفوز والخسارة ومنظور العميل

- خطة عينات مقابلات الفوز والخسارة — اختيار الصفقات والمستجيبين
- ترميز معايير القرار — قياس أسباب اختيار المشترين لمنافس
- رسم تصورات السعر والقيمة — الفصل بين خسائر السعر وفجوات القيمة
- حلقات التغذية الراجعة للمنتج والمبيعات — تحويل النتائج إلى إصلاحات
- لوحة الفوز والخسارة — تتبع معدلات الكسب التنافسي عبر الزمن

## اليوم 7: التحليل المنظم وبناء الأحكام

- تحليل الفرضيات المتنافسة — اختبار التفسيرات مقابل الأدلة
- فحوص التحيز الإدراكي — مواجهة الإسقاط الذاتي وتفكير القطيع
- مصفوفة تخطيط السيناريوهات — تأطير مستقبلات السوق المعقولة
- معايير لغة التقدير — التعبير عن درجة الثقة باتساق
- تمييز الإشارة من الضجيج — ترتيب التطورات التي تغير القرارات

## اليوم 8: محاكاة المنافسين وخيارات الاستجابة

- تصميم تمرين المحاكاة — اختيار التحركات والفرق والقواعد
- فرق لعب أدوار المنافسين — محاكاة ردود فعل واقعية
- مصفوفة خيارات الاستجابة — المقارنة بين الهجوم والدفاع والتجاهل
- مراجعة النقاط العمياء — كشف افتراضات المؤسسة غير المختبرة
- تقرير استخلاص المحاكاة — تحويل الرؤى إلى تعديلات استراتيجية

## اليوم 9: الإنذار المبكر ونشر النتائج

- تصميم مؤشرات الإنذار المبكر — تحديد المحفزات والعتبات
- إيقاع الرصد والتنبيهات — مواءمة التكرار مع سرعة التهديد
- أشكال المنتجات الاستخبارية — الاختيار بين التنبيهات والملفات والإحاطات
- أساليب إحاطة التنفيذيين — البدء بأثر القرار
- مقاييس أثر الاستخبارات — إظهار القرارات التي تأثرت بالنتائج

## اليوم 10: تطبيق موجز الاستخبارات التنافسية

- تأكيد موضوعات الاستخبارات الرئيسة — ربط الموجز بأسئلة العملاء الداخليين
- مجموعة ملفات المنافسين — تطبيق الزوايا الأربع والمقارنة المرجعية
- دمج أدلة الفوز والخسارة والسوق — الربط بين إشارات العملاء والمنافسين
- جدول المؤشرات وخيارات الاستجابة — إعداد تحركات متفق عليها مسبقا
- موجز الاستخبارات التنافسية — عرض النتائج والخيارات على التنفيذيين

## تطبيق الاستخبارات السوقية والتنافسية بعد الدورة

- إجراء مقابلات موضوعات الاستخبارات الرئيسة مع ثلاثة تنفيذيين ونشر خطة جمع من صفحة واحدة مرتبطة بقراراتهم.
- إجراء عشر مقابلات فوز وخسارة على صفقات حديثة أمام منافس واحد ومشاركة معايير القرار المرمزة مع قادة المبيعات والمنتجات.

## أسئلة حول الاستخبارات السوقية والتنافسية

### ما الاستخبارات السوقية والتنافسية ولماذا تهم الآن؟

الاستخبارات السوقية والتنافسية هي الجمع والتحليل الأخلاقي للمعلومات عن الأسواق والعملاء والمنافسين لدعم القرارات. وتزداد أهميتها لأن المنافسين يتحركون أسرع والإشارات تتكاثر، فيحتاج القادة إلى إنذار مبكر وخيارات رد مختبرة قبل تخصيص الموارد.

### من أكثر الأدوار استفادة من دورة الاستخبارات السوقية والتنافسية؟

يستفيد المحللون ومديرو الاستراتيجية ومسؤولو الاستخبارات أكثر من غيرهم. فشركة أدوية توظف هذه الأساليب لتتبع خطوط تطوير المنافسين وتوقيت إطلاقها، ومشغل اتصالات يطبقها لتوقع تحركات الباقات ودخول منافسين جدد إلى أسواقه.

### كيف تختلف دورة الاستخبارات السوقية والتنافسية عن دورة أبحاث السوق؟

تركز دورة الاستخبارات السوقية والتنافسية على نوايا المنافسين ودعم القرار. أما دورة أبحاث السوق فتعنى بتصميم الاستبانات وقياس العملاء، بينما تضيف هذه الدورة ملفات المنافسين وتحليل الفوز والخسارة ومحاكاة المنافسين وأنظمة الإنذار المبكر للتنفيذيين.

## ماذا تعود به من دورة الاستخبارات السوقية والتنافسية؟

تعود بموجز يركز على المنافسين ومبني على سوقك أنت. فهو يضم أسئلة الاستخبارات ذات الأولوية وملفات المنافسين ونتائج الفوز والخسارة ومؤشرات الإنذار المبكر وخيارات الاستجابة، جاهزا لنقاش مع التنفيذيين.

## الاستخبارات السوقية والتنافسية: الطريق إلى الأمام

يحدد موجز الاستخبارات التنافسية أولا طريقة رد القيادة على تحرك المنافس الأرجح في الربع القادم. ويستخدمه مديرو الاستراتيجية وأصحاب المنتجات وقادة المبيعات للاتفاق المسبق على الردود ومهام الرصد. وبعد استخدامه الأول تستحق عتبات الإنذار المبكر إعادة معايرة، لأن التنبيهات الفعلية تكشف عادة المؤشرات التي تأخرت وتلك التي أحدثت ضجيجا بلا قيمة.