JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة المهارات الريادية لاكتشاف الفرص وعرض المشاريع

28 مارس – 1 أبريل 2027

القاهرة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة المهارات الريادية لاكتشاف الفرص وعرض المشاريع

المرجع: 108308_2824 **التاريخ:** 28 مارس – 1 أبريل 2027 **المكان:** القاهرة **الرسوم:** GBP 3500

المهارات الريادية لاكتشاف الفرص وعرض المشاريع دورة تدريبية مدتها أسبوع موجهة إلى رواد الأعمال الطموحين والمديرين الذين يطلقون مشاريع جديدة، ويخرج منها كل مشارك بحزمة عرض المشروع المدعومة بالأدلة. فتغير عادات العملاء وانخفاض كلفة القنوات الرقمية وتوقع الممولين لأدلة ملموسة قبل الاقتناع تجعل مهارات المؤسسين رصيدا عمليا للمنظمات الباحثة عن إيرادات جديدة. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في المهارات الريادية.

لماذا تهم المهارات الريادية الآن

تتشكل المهارات الريادية اليوم تحت تأثير ثلاث قوى. فالقنوات الرقمية تتيح لفريق تأسيس صغير اختبار فكرة مع مشترين حقيقيين خلال أيام لا أشهر. والممولون يطلبون أدلة من العملاء قبل ضخ الأموال، سواء كان المشروع خدمة توصيل طعام ناشئة أو خط خدمة جديدا داخل شركة نقل وإمداد. والمنظمة التي تحسن ذلك تهدر أقل على أفكار لا يريدها أحد وتصل إلى النمو مبكرا، أما التي تسيء فتراهن على الآراء بدل الأدلة. وتستند الدورة إلى Business Model Canvas، أي مخطط نموذج العمل، وإلى مخطط عرض القيمة، وإلى حلقة البناء والقياس والتعلم في منهج الشركات الناشئة الرشيقة.

المستفيدون من المهارات الريادية

- الأفراد الذين يستعدون لترك الوظيفة وتأسيس شركتهم الخاصة.
- المديرون المكلفون بافتتاح خط منتجات أو خدمة جديدة.
- أصحاب المنشآت الصغيرة الراغبون في إضافة عرض ثان دون تعريض الأول للخطر.
- العاملون في الابتكار وتطوير الأعمال الجديدة الذين يفرزون الأفكار.
- ورثة الشركات العائلية الذين عليهم تجديد نموذج موروث.

يستفيد الشركاء المؤسسون وفرق المشاريع الصغيرة أكثر عند الحضور معا، إذ يغادرون برؤية موحدة للعميل والعرض والتقديم.

قدرات المهارات الريادية

ينتقل المشاركون من فكرة أولية إلى عرض مختبر وقصة قصيرة مقنعة.

- تقييم الفرصة وفق ألم العميل وتوقيت السوق وملاءمة المؤسس — قرار المضي في الفكرة أو تأجيلها.
- تصميم عرض القيمة ومنطق الإيراد لأول شريحة عملاء — حوار التسعير مع المشترين الأوائل.
- بناء مقابلات اكتشاف العملاء بعيدا عن الأسئلة الموجهة — الأدلة التي يثق بها الشريك المؤسس أو الراعي.
- اختبار الافتراض الأخطر بمنتج أولي قابل للتجربة أو اختبار اهتمام سريع — خيار الاستمرار أو التحول.
- الموازنة بين التمويل الذاتي والمنح والمستثمرين الملائكيين والتمويل الجماعي — مسار التمويل الملائم لمرحلة المشروع.
- إيصال فكرة المشروع في عرض من عشر شرائح ونسخة شفهية مدتها دقيقتان — اجتماع المستثمر أو الراعي.

مصطلحات المهارات الريادية الأساسية

- اكتشاف الفرص — عادة ملاحظة حاجة غير ملباة لدى العملاء يمكن لعرض جديد أن يلبيها بربح.
- عرض القيمة — بيان واضح للألم الذي يزيله العرض أو المكسب الذي يحققه لعميل محدد.
- اكتشاف العملاء — محادثات منظمة مع مشترين محتملين لفهم مشكلاتهم قبل بناء أي حل.
- المنتج الأولي القابل للتجربة — أبسط نسخة من العرض تختبر هل سيستخدمه العملاء أو يدفعون مقابله.
- التحول — تغيير مقصود في جزء من نموذج العمل بعد أن تثبت الأدلة خطأ الافتراض الأصلي.
- عرض المشروع التقديمي — مجموعة شرائح قصيرة تروي المشكلة والحل والسوق والنموذج والفريق والطلب.

المهارات الريادية يوما بيوم

اليوم 1: رؤية الفرص في أسواق متغيرة

- رصد الاتجاهات وسجلات إحباط العملاء — أي الحاجات تنمو
- التقييم الذاتي لملاءمة المؤسس — مواءمة المهارات والعلاقات والرغبة مع الأفكار
- شبكة تقييم الفرص — ترتيب الأفكار حسب الألم والتوقيت والانتشار
- صياغة بيان المشكلة — تحديد الحاجة قبل أي حل
- قائمة الأفكار المؤجلة — اختيار فكرة واحدة للمضي بها

اليوم 2: تشكيل العرض ومنطق الإيراد

- مخطط عرض القيمة — مواءمة مهام العميل وآلامه ومكاسبه
- مخطط نموذج العمل Business Model Canvas — ربط الشرائح والقنوات ومصادر الإيراد
- فرضيات التسعير المبكرة — تحديد سعر يختبره العملاء
- مخطط اقتصاديات الوحدة — هامش المساهمة لكل عميل وحجم التعادل
- خريطة المنافسين والبدائل — أين يجب أن يتميز العرض

اليوم 3: جمع أدلة العملاء

- دليل مقابلات اكتشاف العملاء — السؤال عن السلوك السابق لا الآراء
- اختبار الافتراض الأخطر — تحديد ما قد يغرق المشروع
- اختبارات الاهتمام وصفحات الهبوط — قياس الاهتمام الحقيقي بكلفة منخفضة
- خيارات المنتج الأولي القابل للتجربة — الخدمة اليدوية أو النموذج أو البيع المسبق
- مراجعة الاستمرار أو التحول — قراءة الأدلة دون تحيز المؤسس

اليوم 4: تمويل المشروع ورواية قصته

- مقارنة مسارات التمويل — التمويل الذاتي والمنح والمستثمرون الملائكيون والتمويل الجماعي
- تحديد حجم طلب التمويل — ربط المبلغ بالمراحل القادمة
- بنية سرد العرض — المشكلة والحل والزخم والطلب
- بناء عرض من عشر شرائح — وضوح بصري لممولين مشغولين
- تدريبات الرد على الاعتراضات — الإجابة عن شكوك المستثمر والراعي

اليوم 5: ممارسة حزمة عرض المشروع المدعومة بالأدلة

- تحديث حالة الفرصة — مراجعة شبكة التقييم بالأدلة الجديدة
- فحص النموذج والتسعير — تعديل المخطط بعد المقابلات
- تمرين العرض بين الزملاء — تقديم نسخة الدقيقتين ونسخة الدقائق العشر
- جولة ملاحظات اللجنة — ترتيب التعديلات التي سيطلبها الممولون
- حزمة عرض المشروع المدعومة بالأدلة — العرض النهائي وسجل الأدلة والاختبارات التالية

تطبيق المهارات الريادية بعد الدورة

- إجراء عشر مقابلات لاكتشاف العملاء باستخدام الدليل المعد في اليوم الثالث.
- تقديم العرض ذي الشرائح العشر لراع أو مرشد أو مستثمر ملائكي وتسجيل كل اعتراض.

أسئلة حول المهارات الريادية

ما المهارات الريادية ولماذا تهم الآن؟

المهارات الريادية هي القدرة على رصد حاجة غير ملباة وتشكيل عرض لها وكسب الدعم له. وتهم الآن لأن الممولين وأصحاب العمل يتوقعون أدلة من العملاء مبكرا، والقنوات الرقمية تجعل جمع هذه الأدلة قليل الكلفة.

من يستفيد أكثر من المهارات الريادية لاكتشاف الفرص وعرض المشاريع؟

يستفيد أكثر رواد الأعمال الطموحون والمديرون الذين يفتتحون خطوط أعمال جديدة وأصحاب المنشآت الصغيرة والعاملون في الابتكار. فكل منهم يحتاج إلى اختبار الأفكار مع مشترين حقيقيين وكسب الدعم للخطوة التالية.

بم تختلف دورة المهارات الريادية عن دورة حوكمة المشاريع المؤسسية الناشئة؟

تدرب دورة المهارات الريادية عادات المؤسس نفسه: ملاحظة الحاجات ومقابلة العملاء وتقديم العرض. أما دورة حوكمة المشاريع فتركز على كيفية تمويل المجالس لمحافظ المشاريع ومراجعتها.

ماذا تعود به من تدريب المهارات الريادية؟

تعود بفرصة مختبرة ومخطط نموذج عمل معدل وسجل أدلة من المقابلات وعرض من عشر شرائح. وتجعل هذه العناصر طلبك للتمويل قائما على ما فعله العملاء فعلا.

المهارات الريادية: الطريق إلى الأمام

توجه حزمة عرض المشروع المدعومة بالأدلة أول قرار، وهو هل يضخ المؤسس أو الراعي المال في الجولة التالية من اختبارات العملاء. ويستخدمها المؤسسون والشركاء المؤسسون والرعاة الداخليون للاتفاق على الأولويات والمراحل. وبعد أول حوار مع ممول، يستحق الافتراض الأخطر المراجعة مجددا، لأن الاعتراضات تكشف غالبا شكوكا لدى العملاء فاتت المقابلات.