JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

# دورة استدامة الميزة التنافسية وتجديدها

18 – 22 أبريل 2027

كوالالمبور

info@jupiterprime.uk

**jupiterprime.uk**

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

# دورة استدامة الميزة التنافسية وتجديدها

**المرجع:** 112117_2957 **التاريخ:** 18 – 22 أبريل 2027 **المكان:** كوالالمبور **الرسوم:** GBP 4600

استدامة الميزة التنافسية وتجديدها دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري الاستراتيجية ورؤساء وحدات الأعمال وقادة التخطيط الذين يحتاجون إلى تقدير المدة التي ستصمد فيها ميزتهم الحالية وتحديد مجالات إعادة الاستثمار، وتنتهي بإعداد خطة تجديد الميزة التنافسية لوحدتهم. فالمنافسون اليوم يقلدون العروض والأسعار بسرعة، والميزة التي لا تختبر تتآكل بهدوء. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في استدامة الميزة التنافسية وتجديدها.

## لماذا تهم استدامة الميزة التنافسية وتجديدها الآن

ثلاث قوى تشكل هذا الموضوع اليوم. القنوات الرقمية تتيح للمنافسين رصد العرض الناجح وتقليده خلال أشهر. والداخلون الجدد بهياكل تكلفة أخف يستهدفون شرائح العملاء الأعلى ربحية أولا. والمستثمرون ومجالس الإدارة يطلبون من المديرين أن يبينوا مصدر الربح ومدة استمراره معا. واختبار قدرة الميزة على الصمود يسمح للوحدة بتمويل التجديد قبل تراجع الهوامش لا بعد رحيل العملاء. وتقوم الدورة على منطق اقتصادي واضح حول الندرة وتكلفة التقليد وتكلفة تحول العميل.

## المستفيدون من استدامة الميزة التنافسية وتجديدها

- المسؤولون عن توجيه وحدة الأعمال والدفاع عن هوامشها أمام القيادة العليا
- المسؤولون عن إعداد المراجعة الاستراتيجية السنوية ومبررات الاستثمار المرافقة لها
- المسؤولون تجاريا عن رصد تحركات المنافسين وضغوط الأسعار وانتقال العملاء
- أصحاب القدرات الذين يقررون الإنفاق على المهارات والتقنية والشراكات
- الشركاء الماليون الذين يتحققون من ظهور الميزة المعلنة في العوائد فعلا

يستفيد فريق قيادة وحدة الأعمال أكثر حين يحضر أعضاؤه من الاستراتيجية والمبيعات والمالية معا.

## قدرات استدامة الميزة التنافسية وتجديدها

ينتقل المشاركون من وصف أسباب نجاح الوحدة إلى إثبات المدة التي يمكن الدفاع فيها عن هذا النجاح وما يجب إعادة بنائه.

- تقييم مصادر الميزة النادرة والمكلفة التقليد والتي يقدرها العملاء — أولويات الاستثمار لدى فريق القيادة
- اختبار سرعة تقليد كل مصدر مقابل قدرات منافسين محددين — التوقعات التجارية
- موازنة تهديدات الداخلين الجدد والعروض البديلة — قرار المحفظة بشأن الشرائح التي يدافع عنها أو يخرج منها
- حساب الهامش المعرض للخطر إذا تآكلت الميزة — مبرر الشريك المالي لإعادة الاستثمار
- تصميم استثمارات في القدرات تجدد الميزة المتراجعة — جولة الموازنة السنوية
- إيصال قصة التجديد بالأدلة والمراحل — مجلس الإدارة أو اللجنة التنفيذية

## مصطلحات استدامة الميزة التنافسية وتجديدها الأساسية

- مصدر الميزة — مورد أو قدرة أو موقع يتيح للوحدة تحقيق عوائد تفوق المنافسين في السوق نفسها.
- حاجز التقليد — كل ما يجعل النسخ بطيئا أو مكلفا مثل المعرفة الضمنية والحجم والعقود وعادات العملاء.
- إشارة التآكل — علامة مبكرة على ضعف الميزة مثل مجاراة الأسعار أو ارتفاع فقدان العملاء أو تراجع نسب الفوز.
- تكلفة التحول — الجهد أو المال أو المخاطرة التي يواجهها العميل عند الانتقال إلى عرض منافس.
- فجوة القدرات — الفرق بين المهارات والأصول التي تحتاجها الميزة القادمة وما تملكه الوحدة اليوم.
- خيار التجديد — خطوة ممولة تعيد بناء الميزة المتراجعة أو تستبدلها قبل انخفاض الربح.

## استدامة الميزة التنافسية وتجديدها يوما بيوم

### اليوم 1: من أين تأتي الميزة

- رسم خريطة مجمعات الربح — أين تربح الوحدة أكثر من منافسيها
- مقابلات قيمة العملاء — ما الذي يدفع المشترون مقابله أكثر فعلا
- جرد الموارد والقدرات — الأصول التي تقف وراء كل عرض رابح
- فرز الندرة والقيمة — أي المصادر تستحق الحماية
- صياغة فرضية الميزة — الاتفاق على الادعاء المطلوب اختباره

### اليوم 2: اختبار القدرة على الصمود

- تقدير تكلفة التقليد — المدة التي يحتاجها المنافس للنسخ
- تحليل قدرات المنافسين — أي المنافسين قادر على سد الفجوة
- تقييم تكلفة التحول — مدى تمسك العملاء بالعرض الحالي
- لوحة إشارات التآكل — تحذيرات مبكرة لفريق القيادة
- شبكة تقييم الاستدامة — ترتيب كل مصدر حسب عمره المتوقع

## اليوم 3: الداخلون الجدد والبدائل وتحول الأسواق

- سيناريوهات هجوم الداخلين الجدد — الشرائح الأكثر عرضة للمنافسين منخفضي التكلفة
- رسم خريطة العروض البديلة — بدائل تلبي الحاجة نفسها
- مراجعة التحولات التقنية — تغيرات تجعل نقاط القوة الحالية بلا أثر
- حساب الهامش المعرض للخطر — الربح المهدد إذا تلاشت الميزة
- خيارات الدفاع أو التكيف أو الخروج — قرارات المحفظة حسب الشريحة

## اليوم 4: الاستثمار من أجل التجديد

- تحليل فجوة القدرات — المهارات والأصول التي تتطلبها الميزة القادمة
- تقييم البناء أو الشراكة أو الاستحواذ — أسرع طريق لقدرة جديدة
- تحديد حجم خيارات التجديد — التكلفة والتوقيت والعائد المتوقع
- بوابات التمويل المرحلي — إطلاق الاستثمار مع وصول الأدلة
- الممكنات التنظيمية — الحوافز والهياكل التي تحمي المعرفة الضمنية

## اليوم 5: ممارسة خطة تجديد الميزة التنافسية

- ملف أدلة الميزة — تطبيق نتائج اليوم الأول على وحدة حقيقية
- مراجعة الاستدامة — إعادة تقييم المصادر بمساءلة الزملاء
- خيارات الاستجابة للتهديد — اختيار التحركات للشرائح المعرضة
- مراحل خارطة طريق التجديد — ترتيب الاستثمارات عبر ثلاثة آفاق زمنية
- خطة تجديد الميزة التنافسية — المسودة النهائية للنقاش التنفيذي

## تطبيق استدامة الميزة التنافسية وتجديدها بعد الدورة

- قيادة جلسة تقييم الاستدامة مع فريق قيادة الوحدة ونشر قائمة المصادر مرتبة حسب عمرها المتوقع.
- إنشاء لوحة إشارات التآكل مع زملاء المبيعات والمالية ومراجعتها في كل اجتماع أداء شهري.

## أسئلة حول استدامة الميزة التنافسية وتجديدها

### ما استدامة الميزة التنافسية وتجديدها ولماذا تهم الآن؟

هي اختبار المدة التي ستصمد فيها الميزة وتمويل ما يحل محلها. وتهم الآن لأن المنافسين يقلدون بسرعة والداخلين الجدد يستهدفون الشرائح الأعلى ربحية.

## من يستفيد أكثر من استدامة الميزة التنافسية وتجديدها؟

يستفيد رؤساء وحدات الأعمال ومخططو الاستراتيجية والقادة التجاريون وأصحاب القدرات والشركاء الماليون أكثر من غيرهم.

## كيف تختلف استدامة الميزة التنافسية وتجديدها عن دورة التموضع التنافسي؟

دورة التموضع تساعدك على اختيار مكان المنافسة. أما هذه فتبدأ من ميزة تملكها بالفعل، وتختبر صمودها أمام التقليد والداخلين الجدد، وتخطط الاستثمار في القدرات الذي يجددها.

## ماذا تعود به من دورة استدامة الميزة التنافسية وتجديدها؟

تعود بخطة تجديد لوحدتك. تضم مصادر الميزة مقيمة وإشارات التآكل وتحركات القدرات مرتبة زمنيا.

## استدامة الميزة التنافسية وتجديدها: الطريق إلى الأمام

توجه خطة تجديد الميزة التنافسية أولا جولة الموازنة القادمة، حيث يقرر فريق قيادة الوحدة أي تحركات القدرات يمولها وأي نقاط القوة المتراجعة يتوقف عن الدفاع عنها. ويستخدمها زملاء المبيعات والمالية لمتابعة التآكل كل ربع سنة. وبعد استخدامها الأول تستحق درجات الاستدامة المراجعة مقابل ما فعله المنافسون فعلا، مع تعديل العمر المتوقع لكل مصدر.