JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع

29 مارس – 2 أبريل 2027

أمستردام

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع

المرجع: 3025_114736 **التاريخ:** 29 مارس – 2 أبريل 2027 **المكان:** أمستردام **الرسوم:** GBP 5600

توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع دورة تدريبية مدتها أسبوع لرؤساء المنتجات ومديري الهندسة وقادة فرق المنتج الذين ينتقلون من فريق منتج واحد إلى عدة فرق، وتنتهي بإعداد خطة توسيع فرق المنتج. فمع ازدياد عدد الموظفين يؤدي غموض الملكية والتوظيف المتسرع إلى إبطاء الإصدارات وتراجع جودة المنتج. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع.

لماذا يهم توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع الآن

تدفع ضغوط المستثمرين نحو النمو، وندرة المهندسين ذوي الخبرة، وتوقعات العملاء لإصدارات متكررة وموثوقة، مؤسسات المنتجات إلى إضافة الأفراد بسرعة. القادة الذين يقسمون الفرق بعناية يحافظون على سرعة القرار ويتجنبون الاعتماديات المتشابكة بين الأنظمة. أما القادة الذين يضيفون الأفراد إلى الفرق القائمة فحسب فيرون عبء التنسيق يتصاعد والجودة تتراجع وأصحاب الخبرة يغادرون. وتستند الدورة إلى ممارسات عملية في تصميم الفرق والتوظيف المرحلي والتهيئة المنظمة واتفاقيات الملكية الصريحة.

المستفيدون من توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع

- قادة يقسمون مجموعة منتج متنامية إلى فرق ذات مهام واضحة
- مديرون مسؤولون عن مسارات توظيف المهندسين وجولات المقابلات
- قادة يتولون تهيئة الأعضاء الجدد وإرشادهم
- قادة يحددون وتيرة الإصدار وبوابات الجودة عبر الفرق
- مديرون يتفاوضون على ملكية الخدمات والمكونات المشتركة

تستفيد مجموعة قيادة المنتج التي يحضر منها قادة المنتج والهندسة والتصميم معا أكثر من غيرها، لأن قرارات التوسيع تتحول إلى هيكل واحد متفق عليه.

قدرات توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع

يتدرب المشاركون على قرارات الهيكلة والتوظيف والملكية التي تحدد ما إذا كانت مؤسسة المنتج تحافظ على وتيرتها عندما يتضاعف حجمها.

- تقييم المؤشرات التي تدل على أن فريق المنتج الواحد تجاوز شكله الحالي — رئيس المنتج والشركاء الماليون
- تصميم حدود الفرق حول رحلات العملاء أو خدمات المنصة أو خطوط المنتج — قيادة الهندسة والمنتج
- بناء تسلسل توظيف مرحلي بمعايير مقابلة واضحة — شركاء استقطاب المواهب ومديرو التوظيف
- تحديد مسارات تهيئة توصل المهندسين الجدد إلى أول إصدار بسرعة — قادة الفرق والمرشدون
- الموازنة بين السرعة والجودة باستخدام مؤشرات الإصدار والعيوب — مسؤولو الجودة وقادة دعم العملاء
- إيصال اتفاقيات الملكية ومسارات التصعيد — الفرق التي تتشارك الخدمات والمكونات

مصطلحات توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع الأساسية

- تقسيم الفريق — فصل فريق منتج واحد إلى فريقين أو أكثر لكل منهما مهمته وقائمة أعماله.
- فريق مسار القيمة — فريق منظم حول تدفق واحد من القيمة للعميل، يملكه من الاستكشاف حتى الإصدار والدعم.
- فريق المنصة — فريق يقدم الخدمات المشتركة والأدوات الداخلية كي تصدر الفرق المواجهة للعملاء دون انتظار.
- خريطة الملكية — سجل يبين أي فريق يملك كل خدمة ومجال منتج وقرار متكرر.
- زمن الوصول إلى أول إصدار — المدة بين بدء الموظف الجديد عمله ووصول أول تغيير منه إلى العملاء.
- عبء التنسيق — نسبة أسبوع الفريق التي تذهب في التسليمات وانتظار الفرق الأخرى.

توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع يوما بيوم

اليوم 1: ضغوط النمو على مؤسسة المنتج

- تشخيص مرحلة النمو — متى يعجز فريق واحد عن استيعاب الطلب
- قياس عبء التنسيق — أين تبطئ التسليمات إصدارات العملاء
- خريطة توقعات أصحاب المصلحة — ما يتوقعه المستثمرون والعملاء والموظفون من النمو
- ربط استراتيجية المنتج بعدد الموظفين — أي الرهانات تبرر فرقا جديدة
- دراسات حالة لإخفاقات التوسيع — دروس من شركات البرمجيات وخدمات الدفع

اليوم 2: خيارات هيكل الفرق

- تصميم فرق مسار القيمة — التنظيم حول رحلات العملاء أو خطوط المنتج
- نطاق فريق المنصة — أي الخدمات المشتركة تستحق فريقا مخصصا
- قواعد حجم الفريق وتكوينه — الموازنة بين أدوار المنتج والتصميم والهندسة
- مصفوفة الاعتماديات — تقليل الانتظار بين الفرق قبل التقسيم
- خيارات تسلسل التقسيم — التقسيم التدريجي مقابل إعادة تنظيم واحدة

اليوم 3: التوظيف والتهيئة بوتيرة سريعة

- تسلسل التوظيف المرحلي — أي الأدوار تشغل قبل غيرها
- بطاقات تقييم المقابلات المنظمة — حكم متسق عبر عدد كبير من المقابلين
- مزيج التوظيف بين الخبراء والمبتدئين — حماية قدرة الإرشاد أثناء النمو
- تصميم مسار التهيئة — تقصير زمن الوصول إلى أول إصدار
- ثنائيات الزمالة والإرشاد — نقل سياق المنتج إلى المنضمين الجدد

اليوم 4: الملكية والجودة والسرعة

- بناء خريطة الملكية — توزيع الخدمات والبيانات والقرارات المتكررة
- اتفاقيات الواجهة بين الفرق — تحديد الطلبات وأزمنة الاستجابة والتصعيد
- وتيرة الإصدار وبوابات الجودة — الحفاظ على معدلات العيوب مع ازدياد الموظفين
- تناوب ملكية الحوادث — من يستجيب عند تعطل المكونات المشتركة
- تصميم الطبقة القيادية — متى يضاف قادة المجموعات والمديرون

اليوم 5: ممارسة خطة توسيع فرق المنتج

- تطبيق تشخيص النمو — اختبار مؤسسات المشاركين أمام مؤشرات النمو
- مسودة هيكل الفرق — تطبيق خيارات التقسيم على محفظة منتجات حقيقية
- جدول التوظيف والتهيئة — ترتيب الأدوار وفق الهيكل الجديد
- جلسة مراجعة الأقران — اختبار خرائط الملكية وبوابات الجودة تحت الضغط
- خطة توسيع فرق المنتج — استكمال تعهدات الهيكل والتوظيف والملكية

تطبيق توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع بعد الدورة

- قياس عبء التنسيق عبر الفرق الحالية وعرض مصفوفة الاعتماديات على القيادة.
- تجربة مسار التهيئة مع المهندسين الاثنين التاليين المنضمين وتتبع زمن وصولهما إلى أول إصدار.

أسئلة حول توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع

ما توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع ولماذا يهم الآن؟

هو الانتقال من فريق منتج واحد إلى عدة فرق دون خسارة السرعة أو الجودة. ويهم الآن لأن التقسيم غير المخطط أثناء التوظيف السريع يولد تأخيرات في الاعتماديات وغموضا في الملكية.

من الأدوار الأكثر استفادة من توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع؟

يستفيد رؤساء المنتجات ومديرو الهندسة وقادة فرق المنتج أكثر من غيرهم. فهم من يحدد حدود الفرق ويدير جولات التوظيف ويصمم التهيئة ويتفق على ملكية الخدمات المشتركة.

كيف يختلف توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع عن دورة قيادة الفرق العامة؟

يركز على الهيكل التنظيمي بدلا من قيادة الأفراد. فدورة قيادة الفرق العامة تتناول التحفيز والتغذية الراجعة لفريق واحد، أما هذا الموضوع فيتناول تقسيم الفرق والتوظيف المرحلي والملكية عبر عدة فرق.

ماذا ستعود به من توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع؟

تعود بخطة توسيع معدة لمؤسسة المنتج لديك. وتحدد هيكل الفرق وتسلسل التوظيف وخريطة الملكية وبوابات الجودة.

توسيع فرق المنتجات خلال النمو السريع: الطريق إلى الأمام

تفيد خطة توسيع فرق المنتج أولا في قرار كيفية تقسيم فريق المنتج الحالي وتوقيته. ويستخدمها رؤساء المنتجات ومديرو الهندسة وشركاء المواهب لترتيب التوظيف والاتفاق على الملكية. وبعد أول تقسيم تستحق مراجعة عبء التنسيق وزمن الوصول إلى أول إصدار للحكم على ما إذا كان الانتظار قد انخفض أم انتقل إلى مكان آخر.