JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال

7 – 11 مارس 2027

مسقط

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال

المرجع: 119579_3147 **التاريخ:** 7 – 11 مارس 2027 **المكان:** مسقط **الرسوم:** GBP 5500

مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري المنتجات ومالكي المنتجات الذين يحتاجون إلى تبرير تقديم بند على آخر في قائمة الأعمال، وتنتهي بإعداد بطاقة أدلة المنتج لخط منتجات واحد. فالمؤسسات اليوم تنتظر أن تستند قرارات خارطة الطريق إلى سلوك العملاء المرصود لا إلى الطلب الأعلى صوتا. وتضع جوبيتر برايم للتدريب مقاييس مديري المنتجات في سياق القرارات التجارية وقرارات العملاء التي تخدمها.

لماذا تهم مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال الآن

تتشكل مقاييس المنتجات اليوم تحت ثلاثة ضغوط. فالعملاء ينتقلون سريعا إلى بديل حين تخيب ميزة توقعاتهم، لذلك تظهر إشارات الاحتفاظ بالمستخدمين قبل إشارات الإيرادات بوقت طويل. كما تبقى الطاقة الهندسية محدودة، فيصبح كل موقع في الدورة التطويرية القصيرة مفاضلة تحتاج إلى تفسير أمام الرعاة. ويطلب القادة التجاريون من مالكي المنتجات الدفاع عن خارطة الطريق بالأدلة لا بالحدس. وخط المنتجات الذي يقيس السلوكيات الصحيحة يطلق ميزات أقل لا يستخدمها أحد، أما الخط الذي يكتفي بأرقام المظهر فيمول بنودا خاطئة ويعجز عن تفسير تراجع الاستخدام.

المستفيدون من مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال

- من يملكون خارطة طريق خط منتجات ويحاسبون على نتائجه أمام الرعاة
- من ينقحون قائمة الأعمال ويرتبونها في كل دورة تطويرية مع فرق التنفيذ
- من يحددون نطاق الإطلاق ويقررون متى تصبح الميزة جاهزة للتوسيع
- من يحولون أبحاث العملاء وملاحظات الدعم إلى متطلبات منتج واضحة
- من يرفعون تقارير صحة المنتج إلى قادة المبيعات والمالية والعمليات

تحقق مجموعة المنتج أكبر فائدة حين يحضر معا مالك المنتج ومسؤول قائمة الأعمال ومسؤول رؤى العملاء، فيعودون بمقاييس نجاح موحدة ومنطق واحد لترتيب البنود.

قدرات مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال

ينتقل المشاركون من عد الأنشطة إلى ربط كل قرار في قائمة الأعمال بسلوك عملاء قابل للقياس.

- تحديد مقياس النجم الشمالي والمقاييس المغذية له لخط منتجات واحد — تقارير الرعاة
- بناء قمع التحويل ومنحنى الاحتفاظ من سجلات الأحداث — قرارات الاستثمار في الميزات
- تقييم عمق استخدام الميزة واتساعه مقارنة بالسلوك المقصود — قرارات الإيقاف أو إعادة التصميم
- موازنة بنود قائمة الأعمال حسب الوصول والأثر والثقة والجهد — ترتيب الدورة التطويرية مع فرق التنفيذ
- تصميم إطلاق مضبوط مع مجموعة مرجعية وقواعد توقف — قرارات توسيع الإطلاق
- عرض أدلة المنتج في بطاقة يقرؤها الرعاة بسرعة — مراجعات خارطة الطريق الفصلية

مصطلحات مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال الأساسية

- مقياس النجم الشمالي — سلوك العملاء الوحيد الذي يعكس أوضح من غيره القيمة الدائمة التي يقدمها خط المنتجات.
- المقياس المغذي — سلوك يستطيع الفريق التأثير فيه مباشرة ويتوقع أن يحرك مقياس النجم الشمالي.
- منحنى الاحتفاظ — رسم يوضح نسبة مجموعة المستخدمين الأولى التي تبقى نشطة عبر فترات متتالية.
- معدل تبني الميزة — نسبة المستخدمين المؤهلين الذين استخدموا الميزة مرة واحدة على الأقل خلال فترة محددة.
- المجموعة المرجعية — مستخدمون يبقون عمدا على النسخة الحالية حتى يقارن الإطلاق الجديد بعدل.
- تكلفة التأخير — القيمة التي تضيع عن كل فترة ينتظر فيها بند في قائمة الأعمال قبل وصوله إلى العملاء.

مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال يوما بيوم

اليوم 1: نتائج المنتج ومقاييس النجاح

- بيان رؤية المنتج — نتيجة العميل التي يخدمها خط المنتجات
- اختيار مقياس النجم الشمالي — توحيد الفرق حول سلوك دائم واحد
- شجرة المقاييس المغذية — ربط عمل الفرق بالمقياس الرئيسي
- مقاييس المظهر مقابل المقاييس القابلة للتنفيذ — استبعاد أرقام تضلل الرعاة
- ورقة تعريف المقاييس — الاتفاق على الصيغ والمسؤولين وإيقاع المراجعة

اليوم 2: أقماع التحويل وسلوك الاحتفاظ

- خطة تتبع الأحداث — أفعال المستخدم التي يجب أن يسجلها المنتج
- رسم قمع التحويل — تحديد الخطوة التي يتوقف عندها المستخدمون
- منحنيات احتفاظ مجموعة البداية — الحكم على بقاء المستخدمين الأوائل نشطين
- ترميز أسباب الانسحاب — ربط مغادرة العملاء بفجوات المنتج
- تحليل لحظة التفعيل — تحديد متى يجد المستخدم الجديد قيمة

اليوم 3: أدلة استخدام الميزات

- معدل تبني الميزة — فصل مشكلات الاكتشاف عن مشكلات القيمة
- مصفوفة عمق الاستخدام وتكراره — اختيار الميزات للتوسيع أو الإيقاف
- تجميع نتائج مقابلات العملاء — تفسير الأسباب وراء أنماط الاستخدام
- تحليل موضوعات تذاكر الدعم — رصد عوائق لا تظهرها سجلات الأحداث
- ورقة تقدير حجم الفرصة — تقدير الوصول قبل حجز طاقة الدورة التطويرية

اليوم 4: ترتيب قائمة الأعمال بالأدلة والإطلاق المضبوط

- تقييم الوصول والأثر والثقة والجهد — ترتيب بنود قائمة الأعمال المتنافسة
- تقدير تكلفة التأخير — تسلسل البنود حين تكون الطاقة محدودة
- خريطة الافتراضات — اختيار الافتراض الأعلى خطورة لاختباره أولا
- الإطلاق المضبوط مع مجموعة مرجعية — مقارنة النسخة الجديدة بالحالية بعدل
- خطة الإطلاق التدريجي بمفاتيح الميزات — التوسيع أو الإيقاف المؤقت أو التراجع

اليوم 5: ممارسة بطاقة أدلة المنتج

- تحديث شجرة المقاييس لخط منتجات مختار — تأكيد مقاييس البطاقة
- ملخص نتائج القمع والاحتفاظ — إبراز أكبر فجوة في السلوك
- قائمة مختصرة مقيمة من البنود — تبرير التعهدات الثلاثة للدورة التطويرية القادمة
- قراءة نتيجة الإطلاق — تقرير ما إذا كان التغيير المختبر يستحق التوسيع
- بطاقة أدلة المنتج — عرض خط منتجات واحد على الرعاة

تطبيق مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال بعد الدورة

- إعادة بناء شجرة المقاييس المغذية لخط منتجات واحد مع فريق التنفيذ المسؤول عنه.
- إعادة تقييم أعلى عشرة بنود في قائمة الأعمال حسب الوصول والأثر والثقة والجهد، وتخطيط إطلاق مضبوط واحد مع مجموعة مرجعية.

أسئلة حول مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال

ما مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال، ولماذا تهم الآن؟

هي المقاييس التي تبين كيف يستخدم العملاء المنتج، وطريقة ترتيب العمل وفق هذه الأدلة. وتهم الآن لأن الرعاة ينتظرون قرارات خارطة طريق مدعومة بسلوك مرصود في وقت تبقى فيه الطاقة الهندسية محدودة.

من الأدوار الأكثر استفادة من مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال؟

يستفيد مديرو المنتجات ومالكو المنتجات أكثر من غيرهم، خاصة من يرتبون قائمة الأعمال في كل دورة تطويرية أو يحددون نطاق الإطلاق أو يرفعون تقارير صحة المنتج.

كيف تختلف دورة مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال عن دورة التحليلات العامة؟

تركز على قرارات المنتج لا على الأساليب الإحصائية، فتطبق أقماع التحويل ومنحنيات الاحتفاظ وأدلة الاستخدام ومقارنات الإطلاق مباشرة على ترتيب قائمة الأعمال وتوسيع الإطلاقات.

ماذا تعود به من تدريب مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال؟

تعود ببطاقة لخط منتجات واحد تبنيها خلال الدورة، تضم مقاييس نجاح متفقا عليها وقائمة مختصرة مقيمة من البنود وخطة لاختبار إطلاقك القادم.

مقاييس مديري المنتجات وترتيب أولويات قائمة الأعمال: الطريق إلى الأمام

توجه بطاقة أدلة المنتج أولا قرار البنود الثلاثة التي يتعهد بها الفريق في الدورة التطويرية التالية. ويستخدمها مالكو المنتجات في تخطيط الدورة التطويرية، ويقرؤها الرعاة في مراجعات خارطة الطريق. وبعد أول استخدام لها تستحق مراجعة مقياس النجم الشمالي نفسه، لأن الإطلاقات المختبرة قد تكشف إشارة أوضح إلى القيمة الدائمة.