JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص

12 – 16 يوليو 2027

نيويورك

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص

المرجع: 122523_3220 **التاريخ:** 12 – 16 يوليو 2027 **المكان:** نيويورك **الرسوم:** GBP 7900

استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص دورة تدريبية مدتها أسبوع لقادة الاستراتيجية والتسويق والمنتجات الذين يقررون أي الاحتياجات غير الملباة يستحق السعي إليها وأين توضع العروض الجديدة، ويخرج المشاركون منها بموجز محفظة فرص السوق. فتغير توقعات العملاء وسرعة تقليد المنافسين وضيق ميزانيات الاستثمار تجعل اختيار الفرص بانضباط شأنا يناقشه مجلس الإدارة. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص لقادة من قطاعات متعددة.

لماذا تهم استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص الآن

ثلاث قوى تحدد اليوم كيف تكتشف المؤسسات فرص السوق الجديدة وتختار بينها. فالعملاء يتحولون بسرعة إلى منافس يلبي حاجة لم يعبروا عنها، والقنوات الرقمية تتيح للداخلين الجدد اختبار عروضهم بتكلفة منخفضة، ولجان التمويل تطلب أدلة أوضح قبل الإفراج عن ميزانيات الابتكار. والمؤسسة التي تحسن الاختيار تركز المواهب ورأس المال على عدد محدود من الفرص ذات الطلب الحقيقي والأحقية الواضحة بالفوز، أما سوء الاختيار فيبعثر الجهد على أفكار ضعيفة ويؤخر الإطلاق. وتقوم الدورة على اكتشاف الاحتياجات بطريقة منظمة وتقدير حجم الفرص وموازنة المحفظة وتسلسل الدخول على مراحل.

المستفيدون من استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص

- القادة المسؤولون عن أجندة النمو واختيار الأسواق والشرائح الجديدة
- رؤساء التسويق المسؤولون عن فهم العملاء وصياغة العروض الجديدة
- قادة المنتجات الذين يملكون مسار العروض الجديدة وترتيب طرحها
- رؤساء تطوير الأعمال الذين يقيمون الشراكات والمجالات المجاورة وطرق الدخول
- الشركاء الماليون الذين يزنون مبررات الاستثمار في كل فرصة

تحقق لجنة النمو متعددة الوظائف أكبر فائدة حين يحضر أعضاؤها معا.

قدرات استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص

يكتسب المشاركون القدرة على الانتقال من أفكار متفرقة إلى مجموعة مرتبة من فرص السوق المدعومة بالأدلة.

- تقييم احتياجات العملاء غير الملباة من خلال المهام والمعاناة ودوافع التحول — اختيار المشكلات التي تستحق الحل
- حساب حجم الفرصة والحصة القابلة للوصول — قرار لجنة الاستثمار بالمضي أو التريث
- موازنة الفرص مقابل ملاءمة القدرات والأحقية بالفوز — تحديد الفرص ذات الأولوية
- تصميم محفظة ابتكار متوازنة بين النشاط الأساسي والمجاور والجديد — توزيع الميزانية والمواهب
- تحديد طريق الدخول وتسلسل الإطلاق لكل فرصة ذات أولوية — قادة الجوانب التجارية والتشغيلية
- عرض مبررات الفرصة في موجز مختصر — الرعاة التنفيذيون ومجلس الإدارة

مصطلحات استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص الأساسية

- الحاجة غير الملباة — نتيجة يريدها العميل ولا تقدمها العروض الحالية بالقدر الكافي.
- تقدير حجم الفرصة — تقدير إجمالي الطلب على فرصة ما والحصة التي يمكن للمؤسسة بلوغها واقعيا.
- الأحقية بالفوز — الأصول والمهارات والعلاقات التي تمكن المؤسسة من خدمة الفرصة على نحو يتفوق على المنافسين.
- محفظة الابتكار — مجموعة رهانات النمو كلها موزعة حسب المخاطر والأفق الزمني والبعد عن النشاط الحالي.
- المجال المجاور — سوق أو شريحة قريبة من النشاط الحالي تشترك معه في العملاء أو القنوات أو القدرات.
- تسلسل الدخول — ترتيب وسرعة انتقال المؤسسة إلى الفرص المختارة لإدارة المخاطر والتعلم.

استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص يوما بيوم

اليوم 1: قراءة تحولات السوق والطلب الكامن

- إشارات تحول السوق — أي التغيرات تفتح مساحات جديدة للعملاء
- دوافع تحول العملاء — لماذا يترك المشترون العروض القائمة
- رسم خريطة غير العملاء — طلب يحجبه السعر أو صعوبة الوصول
- مسح حدود الصناعة — أين تتداخل حدود القطاعات
- بيان طموح النمو — إلى أي مدى نتجاوز النشاط الأساسي

اليوم 2: اكتشاف الاحتياجات غير الملباة وصياغتها

- مهام العملاء وعبارات النتائج — تعريف المشكلة التي تستحق الحل
- الملاحظة الميدانية وأدلة المقابلات — أدلة تتجاوز آراء الاستبيانات
- جرد المعاناة والحلول المؤقتة — رصد فئات العملاء غير المخدومة
- مصفوفة ترتيب الاحتياجات — الأهمية مقابل الرضا الحالي
- بطاقة فرضية الفرصة — تحويل البصيرة إلى ادعاء قابل للاختبار

اليوم 3: تقدير حجم فرص السوق وتقييمها

- تقديرات الطلب من الأعلى ومن الأسفل — التحقق المتبادل من حجم السوق
- افتراضات الحصة القابلة للوصول — الانتشار الواقعي وسرعة الإقبال
- تقييم الأحقية بالفوز — ملاءمة القدرات مقابل المنافسين المحتملين
- بطاقة تقييم الفرص الموزونة — ترتيب الفرص وفق معايير متفق عليها
- سجل مخاطر الافتراضات — ما يجب أن يصح قبل التمويل

اليوم 4: موازنة محفظة الابتكار

- مزيج النشاط الأساسي والمجاور والجديد — توزيع المخاطر عبر الآفاق الزمنية
- مخطط فقاعات المحفظة — القيمة والمخاطر والتوقيت في نظرة واحدة
- بوابات التمويل المرحلي — الإفراج عن الميزانية مع تراكم الأدلة
- خيارات البناء أو الشراكة أو الاستحواذ — اختيار طريق الدخول
- معايير الإيقاف أو تغيير الاتجاه — وقف الرهانات الضعيفة مبكرا

اليوم 5: تطبيق اختيار الفرص وتسلسل الدخول

- محاكاة لجنة الاختيار — تطبيق بطاقات التقييم على فرص متنافسة
- خارطة تسلسل الدخول — ترتيب الخطوات حسب التعلم والمخاطر
- تصميم اختبار السوق المبكر — إثبات الطلب قبل التعهد الكامل
- المؤشرات القائدة للعروض الجديدة — إشارات تبرر التوسع
- موجز محفظة فرص السوق — استكمال التوصية التنفيذية

تطبيق استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص بعد الدورة

- قيادة جولة لاكتشاف الاحتياجات تضم عشر مقابلات مع العملاء، ثم ترتيب الاحتياجات الناتجة على مصفوفة الترتيب.
- تقييم أفكار النمو الحالية على بطاقة تقييم الفرص الموزونة وعرض أعلى ثلاث فرص على لجنة النمو.

أسئلة حول استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص

ما استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص، ولماذا تهم الآن؟

هي منهجية اكتشاف الاحتياجات غير الملباة وتقدير حجم الفرص التي تولدها واختيار ما يستحق السعي إليه. وتهم الآن لأن العملاء يتحولون أسرع، والداخلين الجدد يختبرون عروضهم بتكلفة أقل، والميزانيات تتطلب أدلة أقوى قبل الاستثمار في النمو.

من الأكثر استفادة من استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص؟

يستفيد أكثر قادة الاستراتيجية والتسويق والمنتجات وتطوير الأعمال، ومعهم الشركاء الماليون.

كيف تختلف دورة استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص عن دورة تخطيط الإطلاق؟

تركز على تحديد الفرص التي تستحق الاستثمار قبل وجود أي خطة إطلاق. أما دورات تخطيط الإطلاق فتفترض أن السوق قد اختير مسبقا.

ماذا تعود به من تدريب استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص؟

تعود بموجز محفظة فرص السوق الذي يرتب الفرص ويشرح حجمها وملاءمتها ويحدد تسلسل الدخول إليها.

استراتيجية الابتكار في الأسواق واختيار الفرص: الطريق إلى الأمام

يوجه موجز محفظة فرص السوق أولا قرار اختيار فرصتين أو ثلاث تحصل على تمويل الاختبار المبكر. وتستخدمه لجان النمو وأصحاب المنتجات والشركاء الماليون لربط الميزانية بالأدلة. وبعد استخدامه الأول تستحق افتراضات الحصة القابلة للوصول ومعايير الإيقاف مراجعة جديدة، حين تكشف الاختبارات المبكرة أي توقعات الطلب كانت بعيدة عن الواقع.