JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام

15 – 19 فبراير 2027

فيينا

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام

المرجع: 3229_122892 **التاريخ:** 15 – 19 فبراير 2027 **المكان:** فيينا **الرسوم:** GBP 5900

الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام دورة تدريبية مدتها أسبوع لقادة الاستراتيجية والابتكار والتسويق الذين يقررون أين تستحق الفضاءات الافتراضية المشتركة مكانا في المؤسسة، وتنتهي بإعداد محفظة حالات الاستخدام الغامرة وميثاق التجربة الأولية. فالنظارات الغامرة والعوالم ثلاثية الأبعاد عبر المتصفح والتوائم الرقمية صارت ميسورة الاختبار، مع أن مبادرات مبكرة كثيرة أغلقت بهدوء. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في الميتافيرس للأعمال.

لماذا يهم الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام الآن

ثلاثة ضغوط تشكل الموضوع اليوم. العملاء يقضون وقتا في عوالم الألعاب وصالات العرض الافتراضية، فعلى العلامات التجارية أن تزن هل يبني حضورها هناك الولاء. وقادة القوى العاملة يرون المحاكاة الغامرة تخفض السفر والمخاطر في التهيئة الوظيفية. وفي المقابل تتذكر لجان المالية إطلاقات مكلفة لم تجذب إلا زوارا قليلين. المؤسسة التي تختار حالات الاستخدام وفق نتائج واضحة للعملاء والموظفين تكسب تعلما بتكلفة معتدلة، أما التي تلاحق الجديد فتشتري أراضي افتراضية وغرفا خالية. وتقوم الدورة على مسار متدرج من مسح الفرص إلى دراسة الجدوى واختيار المنصة والتجربة الأولية وقرار التوسع.

المستفيدون من الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام

- القادة الذين يحددون أجندة الابتكار
- رؤساء التسويق المسؤولون عن تجارب العلامة وصالات العرض الافتراضية
- قادة التعلم والمواهب الذين يطلبون المحاكاة لممارسة المهارات
- مالكو المنتجات والخدمات الذين يستكشفون التوائم الرقمية
- قادة التعاون وبيئة العمل الذين يقيمون قاعات الاجتماع الافتراضية

تستفيد خلية الابتكار متعددة الوظائف أكثر حين يحضر أعضاؤها من التسويق والتعلم والتقنية معا.

قدرات الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام

يستبدل المشاركون موجة الضجيج بخيارات منضبطة حول الشخصيات الرمزية والمحتوى المكاني والقاعات الافتراضية.

- تقييم الفرص الغامرة حسب الوصول إلى العملاء ونفع الموظفين والجاهزية — القائمة المختصرة لمجلس الابتكار
- بناء دراسة جدوى تربط التجارب الافتراضية بالإيراد أو الوفر أو خفض المخاطر — لجان المالية
- الموازنة بين المنصات المفتوحة وعوالم الألعاب المغلقة والبناء الخاص — قادة التقنية والمشتريات
- تصميم تجربة أولية بجمهور ومدة ومعايير خروج محددة — الرعاة ومالكو المنتجات
- تحديد مقاييس التفاعل والتعلم في الفضاءات الافتراضية — قادة التسويق والمواهب
- عرض توصية بالتوسع أو الإيقاف مدعومة بأدلة التجربة — الفريق التنفيذي

مصطلحات الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام الأساسية

- الميتافيرس — شبكة من الفضاءات الافتراضية ثلاثية الأبعاد المشتركة والدائمة يدخلها الناس عبر شخصيات رمزية.
- الشخصية الرمزية — هيئة رقمية تمثل الشخص داخل الفضاء الافتراضي.
- التوأم الرقمي — نسخة افتراضية حية من أصل أو موقع أو عملية مادية تغذيها بيانات التشغيل الفعلية.
- المحاكاة الغامرة — سيناريو افتراضي يتيح للموظفين التمرن على المهام أو المخاطر بأمان.
- صالة العرض الافتراضية — فضاء ثلاثي الأبعاد يحمل العلامة التجارية ويستكشف فيه العملاء المنتجات.
- الاستمرارية — بقاء الفضاء الافتراضي وعناصره وتغيرها مع الوقت.

الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام يوما بيوم

اليوم 1: المشهد الغامر وإشارات الأعمال

- خريطة التقنيات الغامرة من النظارات والمتصفحات وعوالم الألعاب — أين يتجمع العملاء فعلا
- دروس من مبادرات مبكرة أغلقت — تجنب الإنفاق المدفوع بالحداثة
- سلوك العملاء والموظفين في الفضاءات الافتراضية — من سيحضر فعلا
- إشارات قطاعية من التجزئة والتصنيع والرعاية الصحية — صلتها بالمؤسسة
- لوحة مسح الفرص — صياغة الأفكار الغامرة المرشحة

اليوم 2: اختيار حالات الاستخدام عبر المؤسسة

- مصفوفة تقييم حالات الاستخدام حسب الوصول والنفع والجدوى — تصفية الأفكار
- حالات تفاعل العملاء مثل صالات العرض والعوالم ذات العلامة — نتائج الولاء
- حالات التدريب والمحاكاة للسلامة والمبيعات — نتائج التعلم
- حالات التعاون والتوائم الرقمية — النتائج التشغيلية والتصميمية
- فحص إمكانية الوصول والسلامة والخصوصية — حماية المستخدمين في الفضاءات الافتراضية

اليوم 3: بناء دراسة الجدوى

- منطق المنافع الذي يربط التجارب بالإيراد أو الوفر أو المخاطر — حجج التمويل
- نموذج تكلفة المحتوى والاستضافة والأجهزة والإشراف — وضوح الإنفاق الكلي
- خيارات البناء أو الشراكة أو الاستئجار — المفاضلة بين السرعة والتحكم
- خريطة أصحاب المصلحة من العلامة والشؤون القانونية والتقنية والمالية — مسار الاعتماد
- نطاقات سيناريوهات الإقبال — قدرة المجلس على تحمل عوائد غير مؤكدة

اليوم 4: اختيار المنصة والتجارب الأولية والقياس

- مقارنة العوالم المفتوحة والمغلقة والبناء الخاص — الملاءمة والارتهان للمورد
- تصميم التجربة الأولية بجمهور ومدة ومعايير خروج — عتبات المضي أو التوقف
- مقاييس التفاعل مثل مدة البقاء وتكرار الزيارة — أدلة التسويق
- مقاييس انتقال التعلم في المحاكاة — أدلة المواهب والسلامة
- الإشراف على المحتوى وقواعد المجتمع — حماية العلامة في الفضاءات الحية

اليوم 5: ممارسة محفظة حالات الاستخدام الغامرة وميثاق التجربة الأولية

- تطبيق مصفوفة التقييم على أفكار المشاركين — القائمة المختصرة للمحفظة
- تطبيق نموذج التكلفة ومنطق المنافع — مبررات تجربة أولية ذات أولوية
- تطبيق مقاييس التجربة الأولية — خطة الأدلة للراعي
- خارطة التوسع من التجربة إلى الانتشار الأوسع — ترتيب الاستثمار اللاحق
- محفظة حالات الاستخدام الغامرة وميثاق التجربة الأولية — مسودة تعرض على الزملاء

تطبيق الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام بعد الدورة

- إدارة جلسة تقييم لترتيب الأفكار الغامرة الحالية على مصفوفة حالات الاستخدام.
- صياغة موجز تجربة أولية للفكرة الأولى في الترتيب لعرضه على الراعي.

أسئلة حول الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام

ما الميتافيرس للأعمال ولماذا يهم الآن؟

هو استخدام الفضاءات الافتراضية المشتركة والشخصيات الرمزية والتوائم الرقمية لجذب العملاء وتدريب الموظفين والتعاون. ويهم الآن لأن اختبار التقنية صار ميسورا، بينما تفرض الإخفاقات السابقة اختيارا وقياسا أدق.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام؟

يستفيد أكثر قادة الاستراتيجية والابتكار والتسويق والتعلم. وتزداد فائدتك إن كان عليك أن توصي بتمويل فكرة غامرة أو رفضها.

كيف تختلف دورة الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام عن دورات التطوير التقني للتجارب الغامرة؟

تركز على قرارات الأعمال لا على بناء التجارب. فأنت تختار حالات الاستخدام وتعد دراسة الجدوى وتقارن المنصات وتقيس التجارب الأولية.

ماذا تعود به من دورة الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام؟

تعود بمحفظة مقيمة من الأفكار الغامرة وميثاق لتجربة أولية واحدة ذات أولوية. ويحدد الميثاق التكاليف والمقاييس وقواعد الإيقاف.

الميتافيرس للأعمال وحالات الاستخدام: الطريق إلى الأمام

توجه محفظة حالات الاستخدام الغامرة وميثاق التجربة الأولية أولا قرار الفكرة الوحيدة التي تنال تمويل الراعي لاختبار محدد المدة. ويستخدمها قادة الابتكار ورؤساء التسويق ومالكو التعلم للاتفاق على الجمهور والمقاييس. وبعد إغلاق التجربة الأولى تستحق أوزان التقييم مراجعة ثانية، لأن مدة البقاء الفعلية وأدلة التعلم كثيرا ما تعيد ترتيب الأفكار الباقية في القائمة.