JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز

14 – 18 فبراير 2027

شرم الشيخ

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز

المرجع: 1903_69966 **التاريخ:** 14 – 18 فبراير 2027 **المكان:** شرم الشيخ **الرسوم:** GBP 4500

الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري التسعير وقادة المكافآت وصناع قرارات السياسات، يبني فيها المشاركون تدقيق خيارات التسعير والحوافز. فالعملاء والموظفون يستجيبون لصياغة العرض والخيارات الافتراضية والأسعار المرجعية أكثر من استجابتهم لقائمة الأسعار وحدها، والمؤسسة التي تتجاهل ذلك تخطئ في تقدير الطلب والدافعية. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز.

لماذا يهم الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز الآن

تشكل ثلاث قوى هذا المجال اليوم. صفحات الدفع الرقمية تسمح باختبار صياغة السعر خلال أيام. والموظفون يوازنون بين العدالة والتقدير إلى جانب الأجر. ووحدات السياسات تطلب أدلة على تفاعل المواطنين مع الرسوم والتذكيرات. المؤسسة التي تقرأ هذه الاستجابات جيدا تضع تعرفة يراها الناس عادلة وحوافز تغير الجهد، أما التي تسيء قراءتها فتواجه تسرب العملاء والتلاعب بالأهداف والشكاوى. وتستند الدورة إلى نظرية الاحتمالات ونموذج العمليتين في الحكم وإطار EAST لتصميم التنبيهات السلوكية القائم على السهولة والجاذبية والبعد الاجتماعي والتوقيت.

المستفيدون من الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز

- قادة التسعير والإيرادات المسؤولون عن التعرفة والباقات والخصومات وشرائح الأسعار
- قادة المكافآت والتعويضات الذين يصوغون قواعد المكافآت وعمولات المبيعات وبرامج التقدير
- مسؤولو السياسات الذين يصممون الرسوم والاستردادات وخيارات التسجيل الافتراضية والتذكيرات العامة
- مديرو المنتجات وتجربة العملاء المسؤولون عن مسارات الاشتراك وخيارات التجديد
- شركاء الأعمال الماليون الذين يتنبؤون باستجابة الكميات لتغيرات السعر والحوافز

تستفيد الوحدات التجارية أكثر عندما يحضر موظفو التسعير والمكافآت والمالية معا.

قدرات الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز

يتتبع المشاركون كل قرار تسعير أو مكافأة إلى الاختصارات الذهنية التي تحركه، ثم يعيدون تصميم الخيار بعناية.

- تشخيص النفور من الخسارة والارتساء والانحياز للحاضر في استجابات العملاء للسعر — قرارات التعرفة والباقات
- تصميم الخيارات الشركية والأسعار المرجعية والرسوم المجزأة — قادة المنتجات والإيرادات
- تحديد قواعد حوافز تحد من التلاعب ومن إزاحة الدافعية الذاتية — لجان المكافآت
- تطبيق الخيارات الافتراضية وأدوات التعهد المسبق والتذكيرات في الوقت المناسب على قرارات التسجيل — مالكو السياسات والخدمات
- اختبار تغييرات الصياغة عبر تجارب ميدانية مضبوطة بمقاييس نجاح واضحة — الشركاء الماليون
- شرح أحكام العدالة وراء تغيير السعر أو المكافأة — الرعاة التنفيذيون

مصطلحات الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز الأساسية

- النفور من الخسارة — الميل إلى الشعور بالخسارة أقوى من مكسب مساو لها.
- الارتساء — الاعتماد على أول رقم يراه الشخص عند الحكم على العروض اللاحقة.
- هندسة الخيارات — طريقة ترتيب الخيارات وتسميتها وضبطها الافتراضي، بما يوجه القرار دون حذف أي خيار.
- تأثير الخيار الشركي — إضافة خيار أضعف يجعل الخيار المستهدف أكثر جاذبية عند المقارنة.
- الانحياز للحاضر — إعطاء وزن زائد للمكافآت أو التكاليف الفورية مقارنة باللاحقة.
- إزاحة الدافعية — تراجع الدافع الذاتي عندما ترتبط مهمة بدفعة أو عقوبة خارجية صغيرة.

الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز يوما بيوم

اليوم 1: كيف يحكم الناس فعليا على القيمة

- نموذج الاختيار الرشيد مقابل العقلانية المحدودة — مواضع خطأ التوقعات
- نموذج العمليتين في الحكم — ردود الفعل السريعة والبطيئة تجاه بطاقات الأسعار
- منحنى القيمة في نظرية الاحتمالات — صياغة الخصومات مقابل الرسوم الإضافية
- المحاسبة الذهنية — كيف يوزع المشترون ميزانياتهم على أوعية إنفاق منفصلة
- أعراف العدالة في التبادل — متى تبدو زيادة السعر غير منصفة

اليوم 2: أساليب التسعير السلوكي

- الأسعار المرجعية ونقاط الارتساء — تحديد أول رقم يراه العملاء
- الخيارات الشركية وخيارات الحل الوسط — هيكلة شرائح جيد وأجود وممتاز
- التسعير المجزأ والتسعير التدريجي — الموازنة بين الوضوح ومعدل التحويل
- الاشتراكات الافتراضية والتجديد التلقائي — الاحتفاظ بالعملاء مقابل ثقتهم
- التسعير الجذاب وتقريب الأسعار — الإشارة إلى القيمة أو الجودة الممتازة

اليوم 3: حوافز الموظفين والشركاء

- تصميم عتبات المكافآت — قفزات الجهد وإخفاء الأداء ومخاطر التلاعب
- الحوافز المصاغة كخسارة واسترداد المكافآت — أثرها على الدافعية والروح المعنوية
- الدافعية الذاتية وإزاحتها — متى تأتي المكافأة المالية بنتيجة عكسية
- التقدير غير النقدي والمقارنة الاجتماعية — روافع منخفضة التكلفة لرفع الجهد
- استردادات الشركاء في قنوات البيع — أهداف الكميات وتكدس الطلبات آخر الفترة

اليوم 4: التنبيهات السلوكية وتصميم الخيارات وتقليل الانحياز

- إطار EAST — تصميم تذكيرات سهلة وجذابة واجتماعية وفي توقيتها
- التسجيل الافتراضي والاختيار النشط — الإقبال على الخدمات العامة والادخار التقاعدي
- أدوات التعهد المسبق — مساعدة العملاء على تنفيذ خططهم
- تحليل ما قبل الإخفاق والتنبؤ بالفئة المرجعية — تقليل انحياز لجان التسعير
- اختبار أخلاقيات التنبيهات — الشفافية وقابلية التراجع وإزالة العوائق المتعمدة

اليوم 5: ممارسة تدقيق خيارات التسعير والحوافز

- تصميم التجارب الميدانية العشوائية — إثبات نجاح تغيير الصياغة
- عيادة إعادة تصميم صفحة الأسعار — تطبيق نقاط الارتساء والشرائح والخيارات الافتراضية
- اختبار إجهاد قواعد المكافآت — تطبيق فحوص التلاعب وإزاحة الدافعية
- مراجعة أخلاقيات التنبيهات — تطبيق اختبار الشفافية على حالات حية
- تدقيق خيارات التسعير والحوافز — النتائج والتصاميم الجديدة وخطة التجربة

تطبيق الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز بعد الدورة

- إجراء تجربة ميدانية بمجموعتين على صفحة أسعار واحدة، تقارن نقطة الارتساء الحالية بسعر مرجعي وترتيب شرائح جديدين.
- قيادة مراجعة لقواعد المكافآت مع لجنة المكافآت، باستخدام فحوص التلاعب وإزاحة الدافعية لتعديل خطة مبيعات أو خدمة واحدة.

أسئلة حول الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز

ما الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز، ولماذا يهم الآن؟

هو دراسة كيف تشكل الانحيازات الفعلية استجابة الناس للأسعار والمكافآت. وتزداد أهميته لأن القنوات الرقمية تتيح اختبار الصياغة بسرعة، بينما يحكم العملاء والموظفون على العدالة بوضوح أكبر من قبل.

ما الأدوار الأكثر استفادة من الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز؟

يستفيد قادة التسعير ومختصو المكافآت ومسؤولو السياسات أكثر من غيرهم. ويستفيد كذلك مالكو مسارات الاشتراك وتوقعات الكميات.

كيف يختلف الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز عن دورة التمويل السلوكي؟

تركز هذه الدورة على تصميم الأسعار والمكافآت وبيئات الاختيار للآخرين. أما دورة التمويل السلوكي فتدرس انحيازات المستثمرين وشذوذ الأسواق، في حين تعيد هذه الدورة تصميم التعرفة وخطط المكافآت والتسجيل الافتراضي داخل المؤسسة.

ماذا تعود به من دورة الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز؟

تعود بتدقيق لخيارات التسعير والحوافز. يسجل الانحيازات وراء قرار سعر أو مكافأة قائم، والخيارات المعاد تصميمها، وخطة تجربة ميدانية يمكن لزملائك اعتمادها وتنفيذها.

الاقتصاد السلوكي للتسعير والحوافز: الطريق إلى الأمام

يوجه تدقيق خيارات التسعير والحوافز أولا قرار تغيير صفحة أسعار أو قاعدة مكافأة واحدة. ويستخدمه قادة التسعير والمكافآت والمالية للاتفاق على إعادة التصميم والتجربة التي تختبرها. وبعد أول استخدام، تستحق العدالة إعادة النظر: فطريقة وصف العملاء والموظفين للتغيير لا تقل أهمية عن الأثر المقاس.