JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها

15 – 19 مارس 2027

الدار البيضاء

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها

المرجع: 1988_73159 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** الدار البيضاء **الرسوم:** GBP 4500

تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها دورة تدريبية مدتها أسبوع لرواد الأعمال الطموحين والمؤسسين الجدد الذين ينقلون فكرة إلى نشاط تجاري قائم، ويخرج منها كل مشارك بخطة جاهزية الإطلاق. فقد أصبح التمويل أكثر انتقائية وصار العملاء ينتقلون بين العروض بسرعة، لذلك يهدر المؤسس الذي يختبر الطلب ويخطط للسيولة مبكرا وقتا ومالا أقل. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها.

لماذا يهم تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها الآن

تشكل ثلاث قوى واقع المشاريع الجديدة اليوم. فالمستثمرون والجهات المقرضة يطلبون دليلا على الطلب قبل ضخ رأس المال، والقنوات الرقمية تتيح للمؤسس الوصول إلى المشترين الأوائل بتكلفة منخفضة لكنها تتيح للمنافسين تقليد العرض خلال أسابيع، والموردون ينتظرون شروط سداد واضحة منذ اليوم الأول. والمؤسس الذي يتحقق من المشكلة ويسعر بعناية ويتنبأ بالتدفق النقدي يستطيع الانطلاق بموارد محدودة والتعديل بسرعة، أما من يتجاوز هذه الخطوات فكثيرا ما تنفد سيولته قبل أول طلب متكرر. وتستند الدورة إلى منهج اكتشاف العملاء، وأسلوب الشركة الناشئة الرشيقة القائم على البناء ثم القياس ثم التعلم، ونموذج العمل في صفحة واحدة.

المستفيدون من تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها

- المؤسسون الذين يصوغون أول منتج أو خدمة
- الشركاء الأوائل المسؤولون عن المبيعات والتسعير وعلاقات العملاء الأولى
- المهنيون الذين يستعدون لترك الوظيفة وبدء شركة خاصة
- أصحاب الشركات العائلية الذين يطلقون خط نشاط جديدا
- المنتسبون إلى الحاضنات ومسرعات الأعمال الذين يستعدون لنقاش التمويل

تستفيد فرق المؤسسين الشركاء أكثر حين يحضر اثنان أو ثلاثة منهم معا ويتفقون على النموذج وخطة السيولة في الوقت نفسه.

قدرات تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها

ينتقل المشاركون من فكرة خام إلى تصميم مشروع مختبر تدعمه الأرقام.

- اختبار صياغة المشكلة عبر مقابلات منظمة مع العملاء — قرار المضي أو التحول
- تصميم نموذج عمل في صفحة واحدة يربط الشريحة بالعرض والإيراد — الشركاء المؤسسون والمستشارون
- حساب اقتصاديات الوحدة ونقطة التعادل — التسعير والمستثمرون الأوائل
- بناء توقعات التدفق النقدي لاثني عشر شهرا مع مدة الصمود — الجهات المقرضة وفريق التأسيس
- الموازنة بين مسارات التمويل من المدخرات إلى حقوق الملكية — الملكية والسيطرة
- تحديد تسلسل الإطلاق وأهداف العملاء الأوائل — شركاء المبيعات والموظفون الأوائل

مصطلحات تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها الأساسية

- المنتج الأولي القابل للتجربة — أبسط نسخة من العرض تستخدم لاختبار استعداد العملاء للدفع.
- اكتشاف العملاء — محادثات منظمة مع المشترين المحتملين للتأكد من وجود المشكلة فعلا.
- اقتصاديات الوحدة — الإيراد والتكلفة المرتبطان ببيعة واحدة أو بعميل واحد.
- مدة الصمود — عدد الأشهر التي يستطيع المشروع مواصلة العمل خلالها بالنقد المتاح لديه.
- التحول — تغيير مقصود لجزء من نموذج العمل بعد أن تنقض الأدلة أحد الافتراضات.
- التمويل الذاتي — تمويل المشروع الناشئ من مدخرات المؤسس والمبيعات المبكرة بدلا من المستثمرين الخارجيين.

تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها يوما بيوم

اليوم 1: من الفكرة إلى مشكلة متحقق منها

- لوحة صياغة المشكلة — أي ألم لدى العميل يستحق الحل
- نصوص مقابلات العملاء — التمييز بين الطلب الحقيقي والمجاملة
- تقدير حجم السوق من الأسفل إلى الأعلى — الوصول الواقعي في السنة الأولى
- خريطة المنافسين والبدائل — أين يتميز العرض
- مصفوفة ترتيب الافتراضات — أي فرضية تختبر أولا

اليوم 2: تصميم نموذج العمل

- نموذج العمل في صفحة واحدة — ربط الشريحة والعرض والقنوات والإيراد
- بيان عرض القيمة — لماذا يختار المشتري هذا العرض
- خيارات نموذج الإيراد — الاشتراك أو المشروع أو بيع المنتج
- تحديد نطاق المنتج الأولي — ما الذي يبنى للاختبار الأول
- حلقة البناء والقياس والتعلم — وضع عتبات الأدلة لقرار التحول

اليوم 3: الأرقام التي تحسم الجدوى

- طرق تسعير العروض الجديدة — التكلفة مع الهامش مقابل القيمة المدركة
- اقتصاديات الوحدة وهامش المساهمة — هل تغطي كل بيعة تكلفتها
- تحليل نقطة التعادل — حجم المبيعات اللازم لتغطية التكاليف الثابتة
- توقعات التدفق النقدي لاثني عشر شهرا — توقيت المقبوضات والمدفوعات
- متابعة مدة الصمود ومعدل الإنفاق — متى يرفع التمويل أو يخفض الصرف

اليوم 4: التمويل والهيكل والعملاء الأوائل

- مقارنة مسارات التمويل — التمويل الذاتي والقروض والمنح وحقوق الملكية
- سردية العرض على المستثمرين — المشكلة والزخم المحقق والمبلغ المطلوب
- الشكل القانوني واتفاقية المؤسسين — الملكية والأدوار وشروط الخروج
- خطة استقطاب العملاء الأوائل — القنوات والعروض وأهداف التحويل
- لوحة مسار المبيعات المبكرة — تتبع العملاء المحتملين حتى الطلبات الموقعة

اليوم 5: التطبيق العملي لخطة جاهزية الإطلاق

- مراجعة المشكلة والنموذج المتحقق منهما — تأكيد الحجة من اليومين 1 و2
- اختبار خطة السيولة تحت الضغط — تطبيق التوقعات على سيناريوهات تباطؤ المبيعات
- تدريب على العرض مع تحدي الزملاء — صقل طلب التمويل
- تقويم مراحل الإطلاق — الأيام التسعون الأولى من النشاط التجاري
- استكمال خطة جاهزية الإطلاق — النموذج والسيولة والتمويل وأهداف العملاء

تطبيق تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها بعد الدورة

- إجراء عشر مقابلات لاكتشاف العملاء وتحديث مصفوفة ترتيب الافتراضات.
- إعادة بناء توقعات التدفق النقدي لاثني عشر شهرا كل شهر بالمقبوضات الفعلية.

أسئلة حول تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها

ما تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها، ولماذا يهم الآن؟

تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها هو منهج اختبار الفكرة وتصميم نموذجها والتنبؤ بالسيولة وكسب العملاء الأوائل. ويهم الآن لأن الممولين يطلبون الأدلة والمنافسين المقلدين يتحركون بسرعة، فنادرا ما يصمد مشروع غير مختبر في سنته الأولى.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها؟

يستفيد المؤسسون والشركاء المؤسسون أكثر، ومعهم المهنيون المقبلون على بدء شركة وأصحاب الأعمال الذين يطلقون خطا جديدا. ويستفيد شركاء المبيعات والمالية من بناء الأرقام معا.

كيف تختلف دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها عن دورة إدارة الأعمال الصغيرة؟

تغطي دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها الأشهر السابقة لبدء النشاط والتالية له مباشرة: التحقق والنموذج والسيولة والمبيعات الأولى. أما دورة إدارة الأعمال الصغيرة فتفترض شركة قائمة وتركز على إدارة الموظفين والعمليات والنمو.

ماذا تعود به من دورة تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها؟

تعود بنموذج عمل مختبر وتوقعات للتدفق النقدي لاثني عشر شهرا ومقارنة لمسارات التمويل وتقويم للإطلاق، مجتمعة في خطة واحدة.

تأسيس المشاريع الناشئة وإطلاقها: الطريق إلى الأمام

توجه خطة جاهزية الإطلاق أولا قرار المؤسس بتخصيص مدخراته أو التوجه إلى جهة تمويل. ويستخدمها الشركاء المؤسسون والمستشارون والمقرضون الأوائل للحكم على استعداد المشروع لبدء النشاط. وبعد الأيام التسعين الأولى ينبغي للمؤسسين مراجعة اقتصاديات الوحدة والتسعير، لأن بيانات المبيعات الفعلية تغير عادة افتراضات الهامش الموضوعة قبل الإطلاق.