JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

# دورة تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار

12 – 16 يوليو 2027

روما

info@jupiterprime.uk

**jupiterprime.uk**

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

# دورة تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار

**المرجع:** 90252_2400 **التاريخ:** 12 – 16 يوليو 2027 **المكان:** روما **الرسوم:** GBP 6200

دورة تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار دورة تدريبية مدتها أسبوع لموظفي ترويج الاستثمار وأخصائيي القطاعات وكوادر التنمية الاقتصادية الذين يحولون أهداف الجذب إلى خطة عمل استثمارية قابلة للتنفيذ. فالجهات التي لا تقدم للمستثمر عرضا قطاعيا مركزا وأراضي جاهزة وخدمات رعاية موثوقة تخسر المشاريع لصالح مواقع أكثر استعدادا. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار.

## لماذا يهم تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار الآن

تؤثر في هذا العمل اليوم ثلاث قوى. فالمستثمرون يفاضلون بين المواقع عن بعد، ويقارنون تكلفة المرافق وتوافر المهارات وسرعة إصدار التراخيص. وتعاد صياغة سلاسل الإمداد حول المرونة وخفض الانبعاثات، ما يفتح فرصا قطاعية جديدة للمدن الصناعية. كما تطالب مجالس الإدارة الجهات بإثبات أن الحوافز تحقق وظائف فعلية. والجهة التي تحسن الاستهداف تكسب مشاريع تناسب اقتصادها، أما التي تلاحق كل استفسار فتنفق ميزانية الحوافز على شركات سريعة الانتقال. وتستند الدورة إلى ممارسات الجذب المعتمدة: ترتيب أولويات القطاعات، وبناء عرض القيمة للموقع، وإدارة الفرص الاستثمارية، ورعاية المستثمرين القائمين.

## المستفيدون من تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار

- الكوادر المسؤولة عن ترتيب أولويات القطاعات المستهدفة وبناء الأدلة الداعمة لكل اختيار
- الموظفون الذين يعدون ملفات المستثمرين المحتملين ويتواصلون معهم ويتابعون قائمة المشاريع
- الأخصائيون الذين يصوغون حزم الحوافز ويختبرونها مقابل حدود التكلفة العامة
- الفرق التي تجهز الأراضي الصناعية والمرافق والتراخيص لتكون المواقع جاهزة للإشغال
- مديرو الحسابات الذين يرعون المستثمرين القائمين ويسعون إلى إعادة استثمارهم

تتحقق الفائدة الكبرى عندما يحضر زملاء الاستهداف والحوافز والمواقع والرعاية معا ويبنون خطة واحدة مشتركة.

## قدرات تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار

يربط المشاركون نقاط قوة الموقع باحتياجات المستثمر، ويحددون مراحل يمكن لمجلس الإدارة متابعتها.

- تقييم جاذبية القطاعات مقابل القدرات المحلية والمواقع المنافسة — قرارات أولويات القطاعات لدى المجلس
- بناء ملفات المستثمرين وقوائم الاستهداف — موظفو توليد الفرص
- تصميم حزم حوافز توازن بين التكلفة العامة والوظائف والصادرات — لجان التمويل والاعتماد
- تحديد فجوات جاهزية المواقع والبنية التحتية في المدن الصناعية — مزودو المرافق وملاك الأراضي
- إيصال عرض القيمة للموقع إلى المستثمرين في القائمة المختصرة — القيادة العليا وفرق القطاعات
- حساب مؤشرات الأداء الرئيسية لقائمة الفرص ونسب التحويل والرعاية — مجالس الجهات والممولون

## مصطلحات تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار الأساسية

- القطاع المستهدف — صناعة يقع عليها الاختيار لأن أصول الموقع تلائم احتياجاتها وتجلب وظائف أو صادرات أو مهارات.
- ملف المستثمر — سجل منظم لدوافع توسع الشركة وصناع قرارها ومعايير اختيار الموقع وحجم مشروعها المتوقع.
- عرض القيمة للموقع — الحجة المبنية على الأدلة التي تبين لماذا يلبي موقع معين احتياجات مستثمر معين أكثر من منافسيه.
- حزمة الحوافز — مزيج المنح والإعفاءات الضريبية ودعم التدريب وشروط الأراضي المقدمة لكسب مشروع.
- جاهزية الموقع — مدى توافر التخطيط العمراني والمرافق والطرق والتراخيص في الأرض لإشغالها بسرعة.
- رعاية المستثمرين — خدمة مستمرة للمستثمرين القائمين تعالج عقباتهم وتشجع توسعهم وإعادة استثمارهم.

## تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار يوما بيوم

### اليوم 1: القوى المؤثرة في جذب الاستثمار

- اتجاهات تدفقات رؤوس الأموال — أنواع المشاريع التي تتحرك حاليا
- دوافع نقل سلاسل الإمداد — المفاضلة بين المرونة والتكلفة في اختيار المواقع
- المقارنة مع المواقع المنافسة — موقع العرض الحالي أمام المنافسين
- تفويض الجهة وخريطة أصحاب المصلحة — تحديد مسؤول كل مهمة جذب
- نموذج منطق الأثر الاقتصادي — ربط المشاريع بالوظائف والصادرات

## اليوم 2: اختيار القطاعات المستهدفة

- مصفوفة تقييم جاذبية القطاعات — ترتيب الصناعات حسب الملاءمة والنمو
- حصر الأصول والمهارات المحلية — الأدلة الداعمة لكل ادعاء قطاعي
- تحليل فجوات سلسلة القيمة — الموردون الغائبون الجديرون بالجذب
- تحديد الشرائح المتخصصة — تضييق القطاعات الواسعة إلى أهداف قابلة للكسب
- ورقة عرض القيمة القطاعية — الرسائل التي يختبرها المستثمر أولا

## اليوم 3: إعداد ملفات المستثمرين وصياغة الحوافز

- رصد إشارات توسع الشركات — اكتشاف المشاريع قبل بدء البحث عن موقع
- شخصية المستثمر وقائمة الاستهداف — من نخاطب ومتى
- تأهيل الفرص ومراحل قائمة المشاريع — توجيه وقت الموظفين
- اختبار تكلفة الحوافز وعائدها — التكلفة العامة لكل وظيفة تنشأ
- شروط الحوافز المرتبطة بالأداء — شروط الاسترداد والمراحل

## اليوم 4: جاهزية المواقع ورعاية المستثمرين

- قائمة فحص جاهزية الأراضي الصناعية — التخطيط والطرق ومساحات القطع
- مراجعة سعة المرافق والبنية التحتية — فجوات الكهرباء والمياه والخدمات اللوجستية
- رسم مسار التراخيص — تقصير المدة من الموافقة إلى بدء التشغيل
- خطة حساب الرعاية — الاحتفاظ بالمستثمرين القائمين وتوسيع أعمالهم
- سجل رضا المستثمرين وعقباتهم — تصعيد العوائق إلى المسؤولين

## اليوم 5: تطبيق خطة العمل الاستثمارية

- تطبيق تقييم القطاعات على موقع افتراضي — القائمة المختصرة النهائية للأهداف
- قائمة المستثمرين المستهدفين وتقويم التواصل — تسلسل التواصل الفصلي
- مواءمة عرض الحوافز والمواقع — حزمة واحدة لكل قطاع ذي أولوية
- لوحة مؤشرات قائمة الفرص والرعاية — صيغة التقارير لمجلس الإدارة
- تجميع خطة العمل الاستثمارية — الأهداف والموارد والمسؤولون والمراحل

## تطبيق تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار بعد الدورة

- قيادة جلسة تقييم للقطاعات مع الزملاء لتأكيد القطاعات الثلاثة ذات الأولوية لدى الجهة أو تعديلها.
- فتح خطط حسابات رعاية لأكبر عشرة مستثمرين قائمين وتسجيل كل عقبة يطرحونها.

## أسئلة حول تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار

### ما تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار ولماذا يهم الآن؟

هو تحويل أهداف الجذب إلى قطاعات مستهدفة وقوائم مستثمرين وعروض حوافز ومواقع جاهزة وإجراءات رعاية. ويهم الآن لأن المستثمرين يقارنون المواقع بسرعة أكبر، ولأن المجالس تطلب دليلا على أن ميزانيات الترويج تجلب مشاريع فعلية.

### من الأدوار الأكثر استفادة من تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار؟

يستفيد أكثر أخصائيو القطاعات وموظفو توليد الفرص ومصممو الحوافز وفرق جاهزية المواقع ومديرو حسابات الرعاية. فالخطة تربط مراحل عملهم في تسلسل واحد بأهداف مشتركة.

### كيف يختلف تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار عن دورة في إدارة المحافظ الاستثمارية؟

يركز على جذب مشاريع الشركات إلى موقع ما، لا على اختيار الأصول المالية. فأنت تعمل بأدلة القطاعات واحتياجات المستثمرين والأراضي والحوافز بدلا من توزيع الأصول والعوائد والأوراق المالية.

### ماذا تعود به من دورة تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار؟

تعود بمسودة خطة لجهتك تشمل القطاعات ذات الأولوية وقائمة المستثمرين المستهدفين وعروض الحوافز والمواقع المتوائمة وخطوات الرعاية والمؤشرات.

### تصميم خطط عمل ترويج الاستثمار: الطريق إلى الأمام

تمنح خطة العمل الاستثمارية قادة الجهة وثيقة واحدة تحدد القطاعات التي تستحق المتابعة، والمستثمرين الذين يبدأ التواصل معهم، والعرض الذي يقدم لكل منهم. وأول قرار تدعمه هو توزيع موارد التواصل في الربع القادم. وتعمل بها فرق القطاعات وشركاء المواقع ومديرو الرعاية، ويستحق تقييم القطاعات مراجعة جديدة عند ظهور أولى نتائج قائمة الفرص.