MERCURY

استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

30 أغسطس – 3 سبتمبر 2027

برشلونة (إسبانيا)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

المرجع: 189909_660 **التاريخ:** 30 أغسطس – 3 سبتمبر 2027 **المكان:** برشلونة (إسبانيا) **الرسوم:** 5600 Euro

مقدمة الدورة التدريبية:

يعد تخطيط وتطوير المنتجات ركيزة أساسية في بناء استراتيجية تسويقية ناجحة، حيث يعكس أداء المنتج في السوق مستوى كفاءة التخطيط التسويقي. فنجاح المنتج يشير إلى استجابة السوق ورضا العملاء، ما يمنح المؤسسة ميزة تنافسية ملموسة. إن استراتيجية تخطيط المنتجات تتكامل مع دورة حياة المنتج، إذ تمر المنتجات بمراحل تبدأ بالإطلاق وتصل إلى الانحدار، وكل مرحلة تتطلب استراتيجيات ملائمة.

تهدف هذه الدورة التدريبية في استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة، إلى تمكين المشاركين من فهم أعمق لكيفية تطوير منتج ناجح وابتكار حلول تلائم احتياجات السوق. تسلط الضوء على خطوات تطوير المنتجات الجديدة وربطها مع احتياجات العملاء والتغيرات في البيئة التنافسية. وتركز على العلاقة بين تحليل المنتج واستراتيجيات السوق.

يتضمن برنامج استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة، تقنيات إدارة دورة حياة المنتج وتطويره بما يضمن استمرارية الأعمال. وتبرز هذه الدورة أهمية إدارة الابتكار وتطوير الأعمال لمواكبة تغيرات السوق. هذه الدورة متكاملة وشاملة وتجمع بين المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية لتطوير المنتجات الحالية والجديدة في المؤسسات.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- مدراء ومسؤولو تطوير المنتجات.
- العاملون في إدارة التسويق والمبيعات.
- موظفو التخطيط الاستراتيجي.
- فرق الابتكار وتصميم المنتجات.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة.
- فرق إدارة دورة حياة المنتج.
- مدراء تطوير الأعمال واستراتيجيات السوق.
- موظفو أبحاث السوق وتحليل البيانات.
- المسؤولون عن إدارة العلامة التجارية.
- المهتمون بدورة حياة المنتج وتطويره.
- موظفو إدارة الإنتاج والهندسة الصناعية.
- المشاركون في دورة تدريبية في تخطيط المنتجات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المفاهيم الأساسية لتخطيط المنتج وتطويره.
- التعرف على مكونات مزيج المنتج وربطها بالاستراتيجية التسويقية.
- تحديد مراحل تطوير المنتجات الجديدة وخطوات كل مرحلة.
- تحليل دورة حياة المنتج وتطبيق الاستراتيجيات المناسبة في كل مرحلة.
- التمكن من إعداد خطة تسويقية قائمة على تطوير المنتجات.
- التمييز بين العملاء الحاليين والمحتملين وطرق استهدافهم.
- تطبيق تقنيات تحليل المنتج وتحليل السوق في اتخاذ قرارات التطوير.
- تطوير استراتيجيات منتجات ناجحة في الشركات لتلبية حاجات العملاء.
- توظيف استراتيجيات التسعير والتوزيع والإعلان لتسويق المنتج بفعالية.
- تصميم نموذج ابتكار يتماشى مع إدارة دورة حياة المنتج وتطويره.
- تقييم كفاءة الخطط الحالية ووضع سياسات تطوير فعالة.
- إعداد مخطط تنفيذي لتطوير منتج جديد يلبي متطلبات السوق المستهدفة.
- استخدام أدوات قياس الأداء والمتابعة لتقييم أثر تطوير المنتج.
- تعزيز مهارات اتخاذ القرار في تطوير المنتجات وتحسين استراتيجيات السوق.
- تنمية قدرة المشاركين على قيادة جهود تطوير الأعمال وتحقيق النمو.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة:

- تحليل استراتيجيات تخطيط المنتجات الحالية.
- تخطيط مراحل تطوير المنتجات الجديدة.
- فهم دورة حياة المنتج وإدارتها بفعالية.
- تطبيق استراتيجيات السوق المتنوعة.
- إدارة الابتكار وتطوير الأعمال المستمر.
- تحليل توجهات السوق واحتياجات العملاء.
- تصميم منتجات تلائم الأسواق المستهدفة.
- تقييم فعالية استراتيجيات التسويق والمنتجات.
- تطوير مهارات اتخاذ القرار الاستراتيجي.
- استخدام أدوات تخطيط المنتج بشكل احترافي.
- تنفيذ حملات تسويقية فعالة للمنتجات.
- تعزيز الكفاءة التشغيلية في تطوير المنتجات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مدخل إلى تخطيط المنتج وتطويره:

- تعريف المنتج وأنواعه.
- الفرق بين المنتج والسلعة والخدمة.
- تحليل مفهوم تخطيط المنتج.
- علاقة المنتج بالمزيج التسويقي.
- استراتيجيات المنتجات في المؤسسات الحديثة.
- خطوات تخطيط المنتجات الحالية والمستقبلية.
- تحليل المنتج من حيث الوظيفة، الجودة، والتكلفة.
- العلاقة بين دورة حياة المنتج وتطوير الأعمال.
- مؤشرات نجاح المنتج في السوق.
- أهمية المنتج في بناء استراتيجية التسويق.
- دور فرق تطوير المنتج في تحقيق أهداف المؤسسة.
- كيفية تطوير منتج ناجح بناءً على احتياجات العملاء.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثانية: استراتيجيات تطوير المنتجات الجديدة:

- مراحل تطوير المنتجات الجديدة.
- توليد الأفكار وتقييم جدوى المنتج.
- تصميم المنتج النموذجي الأولي Prototype.
- اختبار السوق وردود الفعل.
- الاستعداد لإطلاق المنتج الجديد.
- تطوير استراتيجيات السوق لدخول منتج جديد.
- دور أبحاث السوق في تطوير منتج جديد.
- بناء استراتيجية تسويق فعالة للمنتج الجديد.
- استخدام إدارة الابتكار لتعزيز فرص النجاح.
- أدوات التحليل المالي لتقييم عوائد تطوير المنتج.
- تجنب الفشل من خلال التخطيط السليم للمنتج.
- إدارة المخاطر أثناء تطوير المنتجات.

الوحدة الثالثة: دورة حياة المنتج واستراتيجياتها:

- مراحل دورة حياة المنتج الإطلاق، النمو، النضج، الانحدار.
- الاستراتيجيات المناسبة لكل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج.
- تحليل أداء المنتج في كل مرحلة.
- توقيت سحب أو تعديل المنتج من السوق.
- إدارة دورة حياة المنتج وتطويره بفعالية.
- الابتكار المستمر لإطالة عمر المنتج في السوق.
- استراتيجيات التسعير في مراحل دورة الحياة.
- دور الحملات التسويقية حسب المرحلة الزمنية.
- كيفية الحفاظ على ميزة تنافسية خلال دورة المنتج.
- تعزيز القيمة المضافة للمنتج في كل مرحلة.
- مؤشرات النجاح في إدارة دورة حياة المنتج.
- مراجعة وتحديث المنتج بما يتوافق مع تطور السوق.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة: تحليل السوق واستراتيجيات التسويق:

- استراتيجيات تجزئة السوق واستهداف الشرائح المناسبة.
- إعداد البرامج التسويقية بناءً على خصائص المنتج.
- الفرق بين التسويق والبيع وتكامل الأدوار.
- مبادئ التسويق الحديث وتطور المفاهيم.
- مكونات المزيج التسويقي 4Ps وتطبيقها.
- استراتيجيات الإعلان والترويج المتكاملة.
- اختيار قنوات التوزيع الملائمة لكل منتج.
- استراتيجيات التسعير بناءً على دورة حياة المنتج.
- التسويق الرقمي ودوره في تطوير المنتجات.
- العلاقة بين تحليل المنتج واستراتيجية السوق.
- دراسة المنافسين وتحديد نقاط القوة والضعف.
- تطبيق أدوات التسويق الاستراتيجي في تطوير المنتج.

الوحدة الخامسة: مهارات التخطيط والتنفيذ وتقييم الأداء:

- خطوات إعداد خطط تسويقية متكاملة.
- بناء الموازنة التسويقية وموازنة المبيعات.
- إعداد برامج بيع فعّالة لدعم المنتج.
- أدوات الرقابة على تنفيذ استراتيجيات التسويق.
- متابعة تنفيذ خطط تطوير المنتجات.
- قياس الأداء التسويقي وتأثيره على دورة المنتج.
- تحسين استراتيجيات المنتج وفقًا لتغير السوق.
- تطبيق مهارات اتخاذ القرار في تطوير المنتج.
- تخطيط حملات الإطلاق وإعادة الترويج.
- استخدام أدوات التحليل المالي لتقييم الأداء.
- تقييم استراتيجيات تطوير الأعمال وتحسينها.
- تقارير التقييم النهائي وتوصيات التحسين.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تعزز هذه الدورة قدرة المشاركين على تصميم استراتيجيات تخطيط وتطوير المنتجات بفعالية واحتراف. تقدم إطارًا عمليًا لفهم دورة حياة المنتج وتطبيق استراتيجيات ملائمة في كل مرحلة. كما توفر أدوات فعالة لتطوير الأعمال وإدارة الابتكار في بيئات تنافسية. وتؤكد على أهمية تحليل السوق واحتياجات العملاء في تطوير منتج ناجح. ينصح بتطبيق المحتوى في بيئة العمل لضمان نقل المعرفة وتحقيق نتائج مستدامة.