



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

الابتكار في تصميم المنتجات والخدمات

Course Introduction

يعد تطوير المنتجات والخدمات من العوامل الأساسية لتحقيق الابتكار وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء.

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتقديم حلول ابتكارية تلبي احتياجات العملاء بشكل دقيق، بالإضافة إلى كيفية استخدام الأدوات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، في مختلف مراحل تطوير المنتجات والخدمات.

سيتعرف المشاركون في هذا البرنامج على مجموعة من المنهجيات المتقدمة لتحديد الاحتياجات تصميم المنتجات والخدمات، مراقبة أدائها، وإدارة المخاطر، كما سيحصلون على أدوات وتقنيات تساهم في تحسين أداء المنتجات والخدمات بشكل فعال.

Target Audience

- المحترفون العاملون في تطوير المنتجات والخدمات وإدارتها.
- العاملون في الابتكار المؤسسي والتحسين المستمر.
- مصممو تجربة العميل ومطورو خدمات العملاء.
- مديرو التسويق في المؤسسات الحكومية والخاصة.

Learning Objectives

- التعرف على المصطلحات الأساسية والمفاهيم المتعلقة بتطوير المنتجات والخدمات ودورها المحوري في استراتيجيات النمو المؤسسي.
- تحديد الفجوات في السوق بناءً على دراسة الوضع الراهن وتحليل احتياجات العملاء وتوجيه الجهود لتلبية تلك الاحتياجات.

- تعلم كيفية استخدام أدوات البحث المختلفة مثل الاستطلاعات والمقابلات المتعمقة للحصول على رؤى دقيقة حول سلوكيات العملاء واحتياجاتهم.
- فهم العملية الكاملة لتصميم المنتجات بدءًا من الفكرة الأولية وحتى التنفيذ الفعلي.
- اكتساب المهارات اللازمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات، التنبؤ باتجاهات السوق، وتحسين عمليات التصميم والتنفيذ.
- استخدام البيانات والأدلة المستخلصة من أبحاث السوق لتوجيه القرارات المتعلقة بتطوير المنتج أو الخدمة.
- تعلم كيفية مقارنة المنتجات مع منتجات المنافسين واستخدام هذه المقارنات لتحسين الأداء.
- اكتساب المهارات اللازمة للتأثير على أصحاب المصلحة والموافقة على المنتجات المستحدثة داخل المنظمة.
- تعلم كيفية مراقبة أداء المنتجات وتحديد مجالات التحسين بعد إطلاق المنتج في السوق.
- فهم كيفية إدارة المخاطر المرتبطة بالمنتجات والتأكد من توافق المنتجات مع القوانين والأنظمة المحلية والدولية.

Course Outline

• DAY 01

مقدمة في تطوير المنتجات والخدمات

- تعريف وتوضيح المصطلحات الأساسية (المنتج، دورة حياة المنتج، الميزة التنافسية).
- دور تطوير المنتجات والخدمات في استراتيجيات النمو المؤسسي.
- العلاقة بين تطوير المنتجات وزيادة القيمة للعملاء وتحقيق أهداف المؤسسة.
- كيف يسهم الابتكار في تقديم حلول فعّالة للعملاء.

دراسة الوضع الراهن وتحديد الفجوات والاحتياجات

- استخدام البيانات الحالية لفهم الاحتياجات.
- تحليل الفجوات في السوق: أين توجد الفرص والتهديدات.
- التقنيات المستخدمة في جمع البيانات.
- أطر العمل المستخدمة لتحديد الاحتياجات الفعلية للعملاء.

• Day 02

جمع البيانات والتحليل المبدئي للمعلومات

- الاستطلاعات: تصميم الاستبيانات وكيفية تحليل الإجابات.
- المقابلات المتعمقة: متى وكيف يمكن استخدامها للحصول على رؤى عميقة.
- دراسات الحالة: تقديم أمثلة من الواقع لتحليل السلوكيات.
- كيفية تصنيف البيانات وتفسير الأنماط السلوكية للعملاء.
- تطبيق عملي.

من الفكرة إلى التنفيذ: عملية تصميم المنتج

- مراحل تحديد الفكرة وتصميم المفهوم الأساسي.
- النماذج الأولية واختبار المفاهيم.
- التخطيط الشامل لمراحل تنفيذ المنتج.
- تطبيق عملي.

• Day 03

الذكاء الاصطناعي في تطوير المنتجات

- دور الذكاء الاصطناعي في كل مرحلة من مراحل تطوير المنتج.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية واحتياجات العملاء.
- أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تطوير المنتجات والخدمات.
- دراسة حالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في تصميم المنتجات والخدمات.

أدوات البحث: كيفية استخدامها بفعالية

- أدوات الاستطلاعات، المقابلات المتعمقة، الدراسات والبحوث.
- كيفية اختيار الأداة المناسبة بناءً على الهدف البحثي.
- استخدام أدوات البحث في تطوير المنتجات والخدمات، وتحسين تجربة العميل.
- تطبيق عملي.

• Day 04

بناء المنتج باستخدام الأدلة والبيانات

- أهمية استخدام البيانات في اتخاذ القرارات.
- كيف يمكن تحويل الأدلة إلى استراتيجيات مبتكرة.
- كيفية قياس النتائج وتحليلها لتحديد ما إذا كان المنتج يلبي احتياجات العملاء.

- تطبيق عملي.

المقارنات المعيارية في تطوير الخدمات والمنتجات

- ما هي المقارنات المعيارية؟
- مقارنة المنتجات مع المنتجات المنافسة في السوق.
- تحديد المزايا التنافسية والفرص لتحسين المنتجات والخدمات
- "تحليل التوجهات العالمية والمحلية" دراسة حالات

• Day 05

مراقبة أداء المنتج وإدارة المخاطر

- الأدوات والتقنيات المتاحة لمراقبة أداء المنتج بعد الإطلاق.
- تحليل ملاحظات العملاء لتعديل وتحسين المنتج.
- كيف يتم تقييم المخاطر المرتبطة بالمنتج وكيفية التعامل معها.
- التأكد من توافق المنتج مع التشريعات المحلية والدولية.
- خطة الطوارئ لمواجهة التحديات المحتملة.

كسب التأيد للمنتج المستحدث

- منهجيات تقديم العروض الفعالة.
- استراتيجيات الإقناع بأن المنتج سيضيف قيمة حقيقية.
- التعامل مع مقاومة التغيير وطرق التأثير على أصحاب المصلحة.
- كيفية إدارة توقعات الأطراف المعنية والحفاظ على تفاعلهم مع المنتج.
- ورشة عمل تطبيقية.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
May 26, 2025	May 30, 2025	5 days	4950.00 \$	France - Paris

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Sept. 8, 2025	Sept. 12, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Abu Dhabi
Nov. 17, 2025	Nov. 21, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai