

دورة تحليل المنافسين: بناء ملفات المنافسين والمقارنة المرجعية والإنذار المبكر للمديرين التنفيذيين

29 مارس – 2 أبريل 2027
Premier Inn Victorya - لندن





دورة تحليل المنافسين: بناء ملفات المنافسين والمقارنة المرجعية والإنذار المبكر للمديرين التنفيذيين

المرجع: 24950_426 التاريخ: 29 مارس - 2 أبريل 2027 المكان: لندن - Premier Inn Victorya الرسوم: GBP 4300

ملخص البرنامج

تحليل المنافسين محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لقادة التسويق والاستراتيجية والمديرين التجاريين بمستوى استراتيجي، ويخرج منها كل مشارك بموجز لتحليل المنافسين والإنذار المبكر لسوق واحدة، فقرارات التسعير والتموضع والاستثمار تحتاج إلى حكم على المنافسين مبني على الأدلة لا على الانطباعات. ويتدرج البرنامج من المبادئ إلى تشخيص المنافسين والإشارات، ثم إلى تصميم روتين للرصد، وصولاً إلى التطبيق على سوق قائمة. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في تحليل المنافسين لقادة الأعمال التجارية والاستراتيجية.

المبررات المؤسسية

كثيراً ما تعلم المؤسسات بخطوة المنافس بعد أن يكون العملاء قد تفاعلوا معها. ويمنح الأسلوب المنضبط في تحليل المنافسين القادة صورة مشتركة عن منافسهم وكيف يتصرف وما الذي يرجح أن يفعله لاحقاً، فتخطط الاستجابات مسبقاً بدل ارتجالها.

- سرعة القرار: تتحسن حين تتابع خطوات المنافسين وفق محفزات متفق عليها وترفع مبكراً.
- معدل الفوز: يرتفع حين تحلل الفرص الفائزة والخاسرة لمعرفة أسباب كل نتيجة.
- المفاجأة الاستراتيجية: تنخفض حين تسجل الإشارات الضعيفة من العملاء والموردين والأسواق وتراجع.

المبادئ والأساس المعرفي

- دورة الاستخبارات المعتمدة في ممارسة الاستخبارات التنافسية: تؤطر التخطيط والجمع والتحليل والتوزيع، وتبنى عليها الجلسات 1 و2.
- نموذج القوى الخمس لبورتر Porter's Five Forces: يستخدم لقراءة حدة المنافسة وتهديد الداخلين وقوة المشترين عند رسم ملفات المنافسين في الجلسة 2.
- تحليل SWOT: ينظم ما يتوافر عن كل منافس في نقاط قوة وضعف وفرص وتهديدات للملفات المبنية في الجلسة 3.
- تحليل الفوز والخسارة Win-Loss: يحول نتائج المبيعات إلى أدلة على سبب اختيار العملاء للمنافس، ويطبق في الجلستين 2 و4.



المشاركون المستهدفون

- قادة التسويق الذين يحددون التموضع ويحتاجون إلى أدلة موثوقة عن عروض المنافسين.
- مدبرو الاستراتيجية الذين يعدون الخيارات للفريق التنفيذي ومجلس الإدارة.
- المديرون التجاريون الذين يملكون قرارات التسعير والحسابات الرئيسية والعطاءات.
- قادة تطوير الأعمال الذين يقيمون الأسواق والشركاء الجدد.
- رؤساء وحدات الرصد والتحليل الذين يوجهون المحللين ويرفعون التقارير إلى الإدارة العليا.

يخدم البرنامج قطاعات التصنيع والخدمات المالية والاتصالات والرعاية الصحية والمؤسسات العامة، ويناسب المجموعات المختلفة.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على بناء خطة جمع تربط أسئلة الاستخبارات بمصادر مشروعة.
2. سيكون المشاركون قادرين على تقييم موثوقية معلومات المنافسين بتصنيف المصدر ودرجة الثقة.
3. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص الضغط التنافسي في السوق بنموذج القوى الخمس لبورتر وأدلة الفوز والخسارة.
4. سيكون المشاركون قادرين على تصميم ملفات للمنافسين تقارن نقاط القوة والضعف والخطوات المرجحة.
5. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب إشارات الإنذار المبكر بحسب الأولوية وتحديد محفزات التصعيد.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خيار للاستجابة أمام لجنة تنفيذية بموجز قائم على الأدلة.

هيكل البرنامج

اليوم 1: مبادئ تحليل المنافسين ودورة الاستخبارات

ما الأسئلة التي ينبغي أن يحجب عنها تحليل المنافسين، وبأي وسائل مشروعة؟

- مراحل دورة الاستخبارات
- سجل موضوعات الاستخبارات الرئيسية
- الحدود الأخلاقية والقانونية للجمع
- خريطة مصادر المعلومات المفتوحة
- نموذج طلب الاستخبارات

اليوم 2: تشخيص المنافسين والأسواق وسلوك المشتريين

من ينافس على العملاء أنفسهم، ولماذا يختارونه؟



- مسح القطاع بنموذج القوى الخمس لبورتر Porter's Five Forces
- شبكة مشهود المنافسين
- دليل مقابلات الفوز والخسارة
- سجل إشارات العملاء والموردين
- تصنيف موثوقية المصدر ودرجة الثقة

اليوم 3: تصميم ملفات المنافسين والمقارنات المرجعية

كيف تتم مقارنة المنافسين على أساس عادل وقابل للتكرار؟

- صحيفة ملف المنافس
- مصفوفة SWOT لكل منافس
- جدول مقارنة العروض والأسعار
- بطاقة قياس القدرات مرجعيا
- رسم سيناريو لخطوات المنافسين

اليوم 4: تصميم روتين الإنذار المبكر والرصد

أي الإشارات مهمة، ومن يتحرك عند ظهور إحداها؟

- مجموعة مؤشرات الإنذار المبكر
- مصفوفة المحفزات والتصعيد
- تقويم الرصد وخريطة المسؤوليات
- صيغة الإحاطة الاستخباراتية
- تقييم خيارات الاستجابة

اليوم 5: تطبيق تحليل المنافسين على سوق قائمة

هل الموجز جاهز لعرضه على اللجنة التنفيذية؟

- تطبيق شبكة مشهود المنافسين من الجلسة 2 على السوق المختارة
- استكمال الملفات من صحيفة الجلسة 3
- اختبار محفزات الجلسة 4 على خطوات المنافسين الأخيرة
- التدرب على إحاطة اللجنة
- إنجاز موجز تحليل المنافسين والإنذار المبكر



المنهجية

يقوم البرنامج على ورش بيانات تستند إلى بيانات سوق مجهولة المصدر وصحائف عروض المنافسين وسجلات نتائج المبيعات. يعمل المشاركون في مجموعات صغيرة على تصنيف المصادر ومقارنة المنافسين وصياغة المحفزات، مع تغذية راجعة من الأقران والميسر على كل مخرج قبل إضافته إلى الموجز.

- نشاط مقترح: تصنيف مجموعة من المصادر المتنوعة بحسب الموثوقية وتسجيل درجة الثقة.
- نشاط مقترح: إعداد صحيفة ملف لمنافس نموذجي ومقارنتها بتصور المجموعة.
- نشاط مقترح: مراجعة تغيير سعري لمنافس وفق مصفوفة المحفزات وتحديد مسؤول الاستجابة.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك موجزا لتحليل المنافسين والإنذار المبكر لسوق واحدة. ويضم قائمة بأسئلة الاستخبارات، وخطة للمصادر، وشبكة لمشهود المنافسين، وملفات للمنافسين، ومصفوفة للمحفزات، وملخصا لخيارات الاستجابة. ويستخدم الموجز في العمل لإرشاد الفريق التنفيذي والاتفاق على مسؤولي الرصد وإعداد قرارات التسعير والتموضع.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب تحليل المنافسين القادة الذين لا يملكون خلفية في الاستخبارات؟

نعم، فهذا البرنامج في تحليل المنافسين يبدأ من الأساسيات ويفترض مسؤولية عن قرارات التسويق أو الاستراتيجية أو الأعمال التجارية، ولا يتطلب خبرة سابقة في العمل الاستخباراتي.

على أي نماذج يقوم تحليل المنافسين في هذا البرنامج؟

يقوم تحليل المنافسين هنا على دورة الاستخبارات ونموذج القوى الخمس لبورتر وتحليل SWOT وتحليل الفوز والخسارة، ويطبق كل منها على أدلة المنافسين.

كيف يستخدم موجز تحليل المنافسين في العمل؟

تستخدم موجز تحليل المنافسين لإرشاد فريقك التنفيذي والاتفاق على من يرصد أي منافس وإعداد خيارات التسعير والتموضع والاستثمار.



بماذا يختلف تحليل المنافسين عن بحوث السوق العامة؟

يركز تحليل المنافسين على منافسين محددين وسلوكهم وخطواتهم المرجحة، بينما تركز بحوث السوق العامة على احتياجات العملاء وحجم السوق.