

دورة بحوث السوق: إعداد الطلب وتصميم الاستبيان وتحويل النتائج إلى قرارات

22 – 26 أغسطس 2027

عن بعد





دورة بحوث السوق: إعداد الطلب وتصميم الاستبيان وتحويل النتائج إلى قرارات

المرجع: 25165_432 التاريخ: 22 – 26 أغسطس 2027 المكان: عن بعد الرسوم: GBP 1700

ملخص البرنامج

بحوث السوق محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لقادة التسويق ومديري الرؤى والمديرين التجاريين بمستوى استراتيجي، ويخرج منها كل مشارك بخطة لبحوث السوق تخدم قرارا قائما. فمن يكلف بالدراسات عليه أن يحكم هل يحتمل الطلب والعينة والتقرير ثقل قرار في التسعير أو الإطلاق أو الاستثمار. ويتدرج البرنامج من المبادئ إلى تشخيص الأدلة المتوافرة، ثم إلى تصميم الدراسات وضوابط البيانات، وصولا إلى التطبيق على سؤال حقيقي. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في بحوث السوق لقادة التسويق والأعمال التجارية.

المبررات المؤسسية

تشتري مؤسسات كثيرة دراسات لم تربط أسئلتها بقرار محدد، ثم تطلها النتائج متأخرة. أما بحوث السوق السليمة فتبدأ من القرار، وتحدد الأدلة اللازمة لاتخاذهم، وتضبط طريقة جمع البيانات، فتصبح النتائج جديرة بالثقة وقابلة للتنفيذ.

- الثقة في القرار: تتحسن حين ترتبط كل دراسة بقرار مسمى وبالأدلة التي يتطلبها.
- هدر البحوث: ينخفض حين يتفق على الطلبات والعينات ونطاق عمل الموردين قبل بدء العمل الميداني.
- الاستفادة من الرؤى: ترتفع حين تكتب النتائج توصيات لمن سيتصرف بناء عليها.

المبادئ والأساس المعرفي

- عملية بحوث السوق: تمتد من تحديد القرار وأسئلة البحث إلى التصميم والعمل الميداني والتحليل والتقرير، وتنظم عليها الجلسات الخمس.
- أداة جودة البيانات من Insights Association Data Quality Toolkit: ترشد فحوص موثوقية بيانات المسوح المطبقة على ضوابط العمل الميداني في الجلسة 4.
- المنهجان الكمي والنوعي: يؤطران اختيار التصميم في الجلسة 3 بحيث يطابق كل سؤال منهج قادر على الإجابة عنه.



المشاركون المستهدفون

- قادة التسويق الذين يحتاجون إلى أدلة قبل وضع خطط التموضع أو التسعير أو الإطلاق.
- مديرو الرؤى الذين يكلفون الوكالات ويدافعون عن تصاميم الدراسات أمام كبار الزملاء.
- المديرون التجاريون الذين يعتمدون على أدلة العملاء في قرارات الحسابات والمحافظ.
- قادة المنتجات والعلامات التجارية الذين يكلفون بدراسات المفاهيم والعملاء.
- مسؤولو الاستراتيجيات الذين يجمعون نتائج البحوث مع البيانات الداخلية.

يخدم البرنامج مؤسسات التجزئة والمصارف والسلع الاستهلاكية والاتصالات والرعاية الصحية، ويناسب المجموعات المختلطة.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على بناء طلب بحثي يربط كل سؤال بقرار وموعد محدد.
2. سيكون المشاركون قادرين على تقييم الأدلة المتوافرة وتحديد الفجوات التي يجب أن تسدها الدراسة الجديدة.
3. سيكون المشاركون قادرين على تبرير الاختيار بين المنهج الكمي والمنهج النوعي لسؤال معين.
4. سيكون المشاركون قادرين على تصميم استبيان وخطة للعينة تناسب الفئة المدروسة.
5. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص مشكلات جودة البيانات في العمل الميداني ووضع ضوابط على الموردين.
6. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب النتائج بحسب الأولوية وكتابة توصيات للجنة القرار.

هيكل البرنامج

اليوم 1: مبادئ بحوث السوق والطلب المرتبط بالقرار

أي قرار تخدمه بحوث السوق، وما الأدلة التي قد تغيره؟

- مراحل عملية بحوث السوق
- شجرة القرار وأسئلة البحث
- نموذج الطلب البحثي
- خريطة المنهجين الكمي والنوعي
- جدول ميزانية الدراسة ومدتها

اليوم 2: تشخيص الأدلة المتوافرة وفجوات المعلومات

ماذا تعرف المؤسسة أصلاً، وما مدى موثوقية ذلك؟



- جرد الأدلة من البيانات الداخلية
- فحص موثوقية المصادر الثانوية
- مراجعة ملاحظات العملاء
- سجل فجوات المعلومات
- ورقة صياغة الفرضيات

اليوم 3: تصميم المسوح والعينات والمقابلات

كيف تبني الأسئلة والعينات وأدلة المقابلات لتكون الإجابات قابلة للاستخدام؟

- قائمة فحص تصميم الاستبيان
- ورقة عمل إطار العينة وحجمها
- هيكل دليل المقابلة
- خطة الاختبار التجريبي
- مراجعة تحيز صياغة الأسئلة

اليوم 4: تصميم ضوابط العمل الميداني وخطط التحليل

كيف يضبط الموردون والبيانات حتى تصبح النتائج جاهزة للتحليل؟

- بطاقة تقييم اختيار الموردين
- سجل مراقبة جودة العمل الميداني
- فحوص أداة جودة البيانات من Insights Association Data Quality Toolkit
- خطة التحليل بالجدول المتقاطعة
- مخطط تقرير النتائج

اليوم 5: تطبيق بحوث السوق على قرار قائم

هل خطة البحث جاهزة لاعتماد الراعي؟

- تطبيق شجرة أسئلة الجلسة 1 على القرار المختار
- سد سجل الفجوات من الجلسة 2
- اختبار الاستبيان وخطة العينة من الجلسة 3
- التدرب على مراجعة الراعي
- إنجاز خطة بحوث السوق



المنهجية

يقوم البرنامج على تمارين منظمة تستند إلى طلبات بحثية ومسودات استبيانات وتقارير دراسات نموذجية موجهة المصدر. يعمل المشاركون في مجموعات صغيرة على نقد الطلبات وبناء الاستبيانات وخطط العينات والدفاع عن خياراتهم، مع تغذية راجعة من الأقران والميسر على كل مخرج.

- نشاط مقترح: إعادة كتابة طلب بحثي غامض بحيث يشير كل سؤال فيه إلى قرار.
- نشاط مقترح: مراجعة مسودة استبيان بحثاً عن الصياغة الموجهة وتسجيل التعديلات.
- نشاط مقترح: تقييم عرضين من موردين وفق بطاقة اختيار.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة لبحوث السوق تخدم قراراً قائماً. وتضم طلباً بحثياً، وسجلاً لفجوات الأدلة، واختياراً للمنهج، ومخططاً للاستبيان، وخطة للعينة، وقائمة لروابط الموردين، ومخططاً للتقرير. وتستخدم الخطة في العمل لتكليف وكالة أو فريق داخلي والاتفاق مع الراعي على النطاق والتوقيت.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب بحوث السوق القادة الذين لم يكلفوا بدراسة من قبل؟

نعم، فهذا البرنامج في بحوث السوق يبدأ من الطلب المرتبط بالقرار ويفترض مسؤولية عن قرارات التسويق أو الرؤى أو الأعمال التجارية، ولا يتطلب خبرة سابقة في إدارة الدراسات.

على أي نماذج تقوم بحوث السوق في هذا البرنامج؟

تقوم بحوث السوق هنا على عملية بحوث السوق وأداة جودة البيانات من Insights Association والاختيار بين المنهجين الكمي والنوعي.

كيف تستخدم خطة بحوث السوق في العمل؟

تستخدم خطة بحوث السوق لتكليف وكالة أو فريق داخلي، والاتفاق مع الراعي على النطاق والتوقيت، وضبط جودة البيانات أثناء العمل الميداني.



بماذا تختلف بحوث السوق عن تحليل المنافسين؟

تدرس بحوث السوق العملاء والأسواق عبر المسوح والمقابلات للإجابة عن سؤال قرار، بينما يركز تحليل المنافسين على منافسين محددين وخطواتهم المرجحة.