الاستراتيجية التنافسية والتموضع في السوق

22 - 26 Feb 2027

عن بعد

الاستراتيجية التنافسية والتموضع في السوق

المرجع: 1107_1188 التاريخ: 22 - 26 Feb 2027 الموقع: عن بعد الرسوم: GBP 1500

الاستراتيجية التنافسية والتموضع في السوق دورة متقدّمة مدّتها خمسة أيام في الاستراتيجية التجارية يقدّمها Mars UK Centre Training في لندن وباريس ودبي ومدريد وشيكاغو وقد صُمّمت للمديرين التنفيذيين والمدراء العامين وكبار القادة التجاريين المسؤولين عن الموقع الذي تحتلّه مؤسساتهم في أسواقها.

الموقع التنافسي هو أساس الربحية. فموقعك في قطاعك، وما تمثّله في ذهن العميل، وما تفعله ولا يستطيع المنافس التالي تقليده بسهولة هذه هي الأسئلة التي تحدّد ما إذا كانت الهوامش ستتراكم أم تتآكل. وهي أيضًا الأسئلة التي تناقشها معظم الفرق القيادية بصرامة أقلّ ممّا ينبغي. صُمّم هذا البرنامج لكبار القادة الراغبين في إعادة الانضباط التحليلي الحقيقي إلى سؤال أين ننافس، وكيف نفوز، وكم يساوي موقعنا فعليًا.

على مدى خمسة أيام مركّزة، ستتناول أطر الاستراتيجية التنافسية الكبرى استراتيجيات Porter العامة والمنظور القائم على الموارد وOcean Blue ونظرية التموضع ومنهج المهام المطلوب إنجازها وتطبّقها على دراسات حالة واقعية من أسواق بريطانية وأوروبية وخليجية وآسيوية، وتبني استراتيجية تنافسية لمجال من مجالات أعمالك. ويقدّم البرنامج ممارسون كبار يتمتّعون بخبرة تنفيذية وخبرة في الاستراتيجية التجارية.

ماذا ستتعلّم

- تشخيص بنية قطاعك وموقع شركتك داخله.
- تطبيق استراتيجيات Porter العامة والمنظور القائم على الموارد وتفكير Ocean Blue بانضباط.
- رسم خريطة المنافسين بطريقة تقود إلى قرارات لا إلى شرائح عرض فحسب.
- تحديد مصدر ذي مصداقية للميزة التنافسية واختبار مدى استدامته.
- تصميم تموضع سوقي واضح وقابل للدفاع عنه ومتّسق مع نموذج التشغيل.
- بناء عرض قيمة متماسك للشرائح المستهدفة من العملاء.
- وضع التسعير بما ينسجم مع التموضع المختار لا استنادًا إلى قاعدة الكلفة وحدها.
- رصد إشارات تحوّل المنتج إلى سلعة مبكرًا والاستجابة لها بوعي.
- قيادة التغيير المؤسسي المطلوب عند الحاجة إلى تحويل الموقع التنافسي.

كيف ستستفيد

ستغادر ومعك استراتيجية تنافسية عملية لمجال من مجالات أعمالك، وطريقة منظّمة في التفكير بالموقع والميزة، وشهادة إتمام من Mars.

وستكسب مؤسستك قائدًا قادرًا على إدارة حوارات منضبطة حول الاستراتيجية التنافسية على المستوى التنفيذي، ومساءلة الافتراضات المتراخية حول الميزة، وإنتاج استراتيجيات متماسكة تجاريًا لا مجرّد طموحات.

لمن هذا البرنامج

صُمِّم هذا البرنامج لكبار القادة المسؤولين عن الموقع التجاري، ومنهم:

- المدراء التجاريون التنفيذيون ومدراء الاستراتيجية التنفيذيون
- مديرو وحدات الأعمال والمنتجات وشؤون العملاء
- المدراء العامون والمدراء القُطريون
- رؤساء التسويق والتسعير ورؤى العملاء
- رؤساء المبيعات وإدارة الحسابات الرئيسية على المستوى القيادي
- مُلّاك الشركات العائلية الذين يرسمون الاتجاه التجاري
- كبار التنفيذيين في القطاع العام المسؤولين عن تموضع الخدمات

الحدّ الأدنى للمستوى الوظيفي هو مدير أول فما فوق. تُقدّم الدورة حضوريًا على مدى خمسة أيام متتالية برسوم قدرها 4,950 جنيهًا إسترلينيًا.