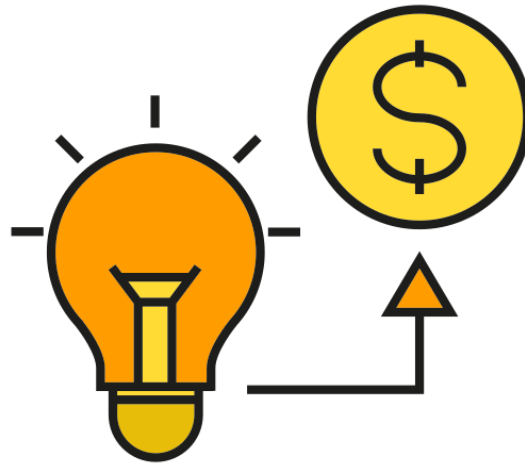


يقدم

مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج

تطوير استراتيجيات لإضافة قيمة



المقدمة

في بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار، أصبح تطوير استراتيجيات فعالة لإضافة القيمة عنصراً حاسماً لتحقيق النمو المستدام وتعزيز التنافسية. تسعى هذه الدورة إلى تمكين المشاركين من فهم الأسس والممارسات الحديثة لإضافة القيمة داخل مؤسساتهم، من خلال استراتيجيات مبتكرة وأدوات تحليلية متقدمة.

من خلال دراسة حالات عملية ونماذج ناجحة، سيتعلم المشاركون كيفية تحديد الفرص التي تساهم في تحسين الأداء، وتعزيز الابتكار، ورفع مستوى رضا العملاء. كما ستوفر الدورة إطاراً عملياً لتطبيق هذه الاستراتيجيات في بيئات عمل مختلفة، مما يتيح للمشاركين تحقيق تأثير ملموس في مؤسساتهم.

أهداف البرنامج

سيتمكن المشاركون في نهاية هذا البرنامج التدريبي مما يلي:

- فهم المبادئ الأساسية لإضافة القيمة في الأعمال من خلال دراسة الحالات الواقعية وتحليل أمثلة حية من الشركات الرائدة.
- تطوير استراتيجيات فعالة تساهم في إضافة قيمة للمنظمات باستخدام أدوات وتقنيات متقدمة مدعومة بحالات دراسية لأفضل الممارسات.
- استخدام الأدوات والاستراتيجيات المبتكرة لتحفيز النمو والتطور من خلال تقديم حلول استراتيجية للتحديات التي تواجهها المنظمات.
- قياس وتحليل فعالية استراتيجيات القيمة في بيئات العمل المختلفة باستخدام بيانات وتحليلات مستندة إلى حالات عملية ودراسات متعمقة.

محاوّر البرنامج:

★ اليوم الأول: مقدمة في إضافة القيمة

- تعريف مفهوم إضافة القيمة في سياق الأعمال الحديثة.
- العوامل الرئيسية التي تؤثر على القيمة في الأعمال من خلال دراسة حالات حية.
- الفرق بين الأنشطة المضافة للقيمة والأنشطة التي لا تضيف قيمة.
- دراسة حالة: كيف نجحت بعض الشركات في استبعاد الأنشطة غير القيمة وتحقيق قيمة مضافة.

★ اليوم الثاني: الأطر الاستراتيجية لإضافة القيمة

- تحليل سلسلة القيمة (نموذج بورتر) وكيفية تطبيقه في مختلف الصناعات.
- استخدام بطاقة الأداء المتوازن في إضافة القيمة: كيفية استخدام هذه الأداة لتوجيه الاستراتيجيات نحو أهداف محددة.
- الربط بين الاستراتيجية والابتكار لخلق قيمة مستدامة: استراتيجيات مبتكرة لتوسيع نطاق الاستراتيجيات المستدامة.
- دراسة حالة: تحليل سلسلة القيمة في إحدى الشركات الرائدة وكيف أدى ذلك إلى تعزيز القيمة التنافسية.

★ اليوم الثالث: الابتكار كمحرك رئيسي لإضافة القيمة

- دور الابتكار في تحسين المنتجات والخدمات وزيادة رضا العملاء.
- استراتيجيات الابتكار المستدامة التي تساهم في نمو الأعمال على المدى الطويل.
- كيفية تشجيع بيئة الابتكار داخل المنظمة وتوظيف الإبداع في العمليات اليومية.
- دراسة حالة: كيف استطاعت شركة [أمثلة مثل Apple أو Tesla] قيادة الابتكار وتحقيق نتائج استثنائية في أسواقهم.

★ اليوم الرابع: تنفيذ استراتيجيات إضافة القيمة

- خطوات تنفيذ استراتيجيات إضافة القيمة عبر مختلف المجالات داخل المنظمة.
- إدارة التغيير بشكل فعال خلال تنفيذ الاستراتيجيات لتحقيق أعلى مستوى من النجاح.
- بناء خطة تواصل فعالة لضمان توافق جميع الأطراف المعنية مع أهداف الاستراتيجية.
- دراسة حالة: كيف قامت إحدى الشركات الناشئة بتنفيذ استراتيجية مبتكرة وإدارة التغيير بنجاح.

★ اليوم الخامس: قياس وتقييم إضافة القيمة

- أدوات القياس والتقييم الاستراتيجي: كيفية قياس تأثير استراتيجيات القيمة باستخدام KPIs و مؤشرات الأداء.
- تحليل الأداء وتحقيق الأهداف من خلال استراتيجيات القيمة.
- التعديلات والتحسينات بناءً على التقييم المستمر: كيفية تعديل الاستراتيجيات استجابة للتحليل المستمر للبيانات.
- دراسة حالة: كيف تم تقييم وتحسين استراتيجيات القيمة في إحدى الشركات العالمية الرائدة بناءً على التحليل المستمر للأداء.

مخرجات البرنامج:

1. تطوير استراتيجيات موجهة لزيادة القيمة المضافة في القسم أو المنظمة استنادًا إلى الفهم المتعمق لممارسات الشركات الناجحة.
2. تقديم حلول مبتكرة لتحسين الأداء وزيادة القيمة التنافسية باستخدام أدوات واستراتيجيات معتمدة في حالات دراسية.
3. القدرة على تقييم استراتيجيات القيمة وتنفيذها بنجاح في بيئات العمل المختلفة من خلال تحليل الحالات الحية وتحقيق التعديلات المستمرة بناءً على نتائج القياس.

الفئة المستهدفة:

- المدبرون التنفذيون وأصحاب القرار في الشركات والمؤسسات.
- مدراء التطوير الاستراتيجي وإدارة الأداء.
- مسؤولو التخطيط وإدارة التغيير والتحول المؤسسي.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة الذين يسعون لتعزيز القيمة المضافة لأعمالهم.
- الاستشاريون والمحللون في مجالات الاستراتيجية والابتكار وتحسين العمليات.

الكفاءات والجدارات التدريبية :

- التفكير الاستراتيجي
- تحليل الأعمال واتخاذ القرار
- الابتكار وريادة الأعمال
- إدارة التغيير
- قياس الأداء والتقييم
- التواصل الفعال

أساليب التدريب:

1. تحليل دراسات الحالة: تحليل دراسات حالة واقعية لشركات نجحت في إضافة قيمة من خلال استراتيجيات مبتكرة.
2. محاكاة استراتيجية: إنشاء استراتيجية مخصصة لإضافة القيمة في بيئة عمل افتراضية تتضمن تحديات ومعوقات فعلية.
3. تقييم الأداء: تحليل البيانات والنتائج الخاصة بالشركات في دراسات الحالة لتحديد فعالية الاستراتيجيات.