



**المتغيرة الدورة التدريبية: البحث والتطوير الموجه للعملاء -  
تسريع الابتكار وتلبية احتياجات السوق**

**Ref: #TDD2779**



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



ورغباتهم في صميم عملية الابتكار، نهجاً استراتيجياً يضع (Customer-Driven R&D) يُعد البحث والتطوير الموجه للعملاء إلى وتلبي توقعات المستخدمين. تهدف هذه الدورة لضمان تطوير منتجات وخدمات تلقى قبولاً في السوق احتياجات العملاء مرحلة من مراحل دورة حياة تزويد المشاركين بالاستراتيجيات والأدوات اللازمة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center السوق، وتحليل البيانات، وتصميم تجربة البحث والتطوير. سنتعمق في تقنيات فهم العملاء، مثل لدمج صوت العميل في كل من التفكير تقنية قابلة للتنفيذ. كما سنستكشف أساليب التعاون المستخدم، وكيفية ترجمة هذه الرؤى إلى متطلبات أبحاث إن فهم هذه المفاهيم يمكن المؤسسات من المشترك إلى الاختبار المبكر للمفاهيم والنماذج مع العملاء خلال عملية الابتكار، الدورة على الابتكار، وبناء ولاء العملاء من خلال تقديم حلول تقليل مخاطر الفشل في إطلاق المنتجات، وتسريع دورة الأولوية. مرموقين مثل Eric Ries ، مؤلف أحدث الممارسات في مجال الابتكار الموجه بالعملاء، مبتكرة تلبي احتياجاتهم الحقيقية. تعتمد وخدمات جديدة مع التركيز على التعلم المستمر كتاب The Lean Startup ، الذي يقدم منهجية لإنشاء مستلهمة من رؤى خبراء والتطوير في هذه الاستراتيجيات يضمن للمشاركين امتلاك من العملاء والتحقق السريع من الفرضيات. إن التعمق منتجات التنافسية لمؤسساتهم في سوق دائم التي تركز على العملاء، وتحقيق الابتكار المستمر، الأدوات اللازمة لقيادة مبادرات البحث التغير. وتعزيز الميزة



## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء البحث والتطوير والابتكار.
- مدراء المنتجات وتطوير الأعمال.
- فرق التسويق والمبيعات.
- المتخصصون في تجربة المستخدم وتصميم الخدمات.
- رواد الأعمال والمدراء التنفيذيون للشركات الناشئة.
- المنتجات. المهندسون والمصممون الذين يشاركون في تطوير
- المستشارون في مجال الابتكار وإدارة العملاء.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- قطاع السلع الاستهلاكية.
- صناعة السيارات.
- قطاع الخدمات المالية.
- الرعاية الصحية.
- التصنيع والبحث والتطوير الصناعي.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- قسم البحث والتطوير.
- إدارة المنتجات.
- إدارة الابتكار.
- التسويق.
- تطوير الأعمال.
- تجربة العملاء.
- المبيعات.

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- فهم عميق لمبادئ البحث والتطوير الموجه للعملاء.
- الخفية. تحديد احتياجات العملاء غير الملباة والرغبات
- تطبيق أدوات وتقنيات أبحاث السوق وفهم العملاء.
- ترجمة رؤى العملاء إلى متطلبات منتج قابلة للتنفيذ.
- الاختبار). إشراك العملاء في عملية الابتكار (التفكير المشترك،
- العملاء. تصميم واختبار النماذج الأولية بناءً على ملاحظات
- قياس رضا العملاء وأثر المنتجات الجديدة.
- والتطوير. بناء ثقافة تنظيمية تركز على العميل في البحث
- للعملاء. التغلب على التحديات الشائعة في الابتكار الموجه
- المستمرة من العملاء. تسريع دورة الابتكار من خلال التغذية الراجعة

## منهجية الدورة التدريبية:



مبادرات البحث على منهجية عملية وتطبيقية، تركز على تزويد Center تعتمد هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training التفاعلية التي تشرح الأطر النظرية والتطوير الموجه للعملاء. ستتضمن المنهجية مزيجاً المشاركين بالمهارات اللازمة لقيادة رحلة تتيح للمشاركين تطبيق تقنيات أبحاث السوق وتصميم لفهم العملاء والابتكار، وورش العمل العملية التي من المحاضرات كما ستوفر الدورة فرصاً للعمل العميل، وتحديد نقاط الألم، وتوليد الأفكار بناءً تجربة المستخدم. سيتم إجراء تمارين على تحليل راجعة فردية وجماعية لتعزيز التعلم. يتم التركيز الجماعي ومحاكاة مواقف واقعية، مع تقديم تغذية على احتياجات حقيقية. والتطوير لديهم. يمكنهم تطبيقها فوراً لدمج صوت العميل في عمليات على تزويد المشاركين بالأدوات والاستراتيجيات التي البحث

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### للعملاء. الوحدة الأولى: فهم أساسيات البحث والتطوير الموجه

- مفهوم البحث والتطوير الموجه للعملاء وأهميته.
- للعملاء. الفرق بين الابتكار الداخلي والابتكار الموجه
- فوائد تبني نهج يركز على العميل في الابتكار.
- دورة حياة المنتج من منظور العميل.
- تحديات دمج صوت العميل في البحث والتطوير.
- أمثلة على شركات نجحت في الابتكار الموجه للعملاء.
- دور القيادة في تعزيز ثقافة التركيز على العميل.



## الوحدة الثانية: تقنيات فهم العملاء وأبحاث السوق.

- المجموعات البؤرية، المقابلات). أدوات أبحاث السوق الكمية والنوعية (المسوحات، تحليل رحلة العميل وتحديد نقاط الألم والفرص.
- فهم احتياجات العملاء غير المعلنة (Implicit Needs).
- تقنيات الاستماع الاجتماعي وتحليل البيانات.
- التفاعلية (Empathy Maps) بناء شخصيات العملاء (User Personas) والخرائط
- تحليل المنافسين من منظور العميل.
- تحويل رؤى العملاء إلى متطلبات منتج واضحة.

## الوحدة الثالثة: إشراك العملاء في عملية الابتكار.

- مفهوم التفكير المشترك (Co-creation) مع العملاء.
- إشراك العملاء في مراحل توليد الأفكار.
- تصميم ورش عمل تفاعلية مع العملاء.
- الاختبار المبكر للمفاهيم والحلول.
- بناء مجتمعات العملاء للابتكار.
- الاستفادة من التغذية الراجعة المستمرة.
- إدارة توقعات العملاء خلال عملية التطوير.

## مع العملاء. الوحدة الرابعة: تطوير المنتجات والتحقق من صحتها



- البحث والتطوير الموجه للعملاء. منهجيات التطوير السريع (Agile) والرشييق (Lean) في
- العملاء. بناء النماذج الأولية (Prototypes) واختبارها مع
- (Usability Testing). إجراء اختبارات قابلية الاستخدام
- التحقق من صحة الفرضيات بناءً على بيانات العملاء.
- أهمية التكرار السريع والتحسين المستمر.
- العملاء. قياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) المتعلقة برضا
- التحديات في ترجمة ملاحظات العملاء إلى تصميمات.

## الوحدة الخامسة: استدامة الابتكار الموجه للعملاء.

- بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل في جميع الأقسام.
- دمج ملاحظات العملاء في استراتيجية المنتج.
- التعامل مع التغييرات في احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- العميل. الابتكار المدمر (Disruptive Innovation) من منظور
- الاصطناعي في فهم العملاء. الاستفادة من البيانات الضخمة (Big Data) والذكاء
- الابتكار. بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال
- للعملاء. وضع خطة عمل لتبني نهج البحث والتطوير الموجه

## الأسئلة المتكررة:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام،

ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي



## سؤال للتأمل:

لم يكن العملاء على لاحتياجات العملاء الحالية وبين الابتكار الجذري كيف يمكن للمؤسسات أن توازن بين الاستجابة السريعة  
دراية بها بعد؟ الذي قد يخلق احتياجات جديدة

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

لا تقدمها الدورات منهجية البحث والتطوير الموجه للعملاء، مما يوفر تتميز هذه الدورة بتركيزها العملي والمتعمق على  
الدقيقة لكيفية تحديد احتياجات العملاء العامة عن الابتكار أو إدارة المنتجات. نحن نغوص في للمشاركين رؤى واستراتيجيات  
أمثلة واقعية وتحويل ملاحظاتهم إلى منتجات ناجحة. نقدم أدوات الحقيقية، وإشراكهم بفعالية في عملية الابتكار، التفاصيل  
بناء ثقافة مؤسسية تركز على ودراسات حالة لشركات رائدة نجحت في تبني هذا النهج. وتقنيات قابلة للتطبيق مباشرة، مع  
هذا التميز يجعل الدورة ضرورية لأي محترف العميل، مما يمكن المشاركين من قيادة التغيير داخل كما تركز الدورة على  
ابتكارات تلقى صدقاً حقيقياً في السوق وتلبي توقعات يسعى لضمان أن جهود البحث والتطوير لديه تؤدي إلى مؤسساتهم.  
العملاء.