# الدورة التدريبية: التمازج الاستراتيجي - تحقيق التكامل التشغيلي بين سلاسل الإمداد والتسويق لتعزيز التنافسية



30 نوفمبر - 04 ديسمبر 2026
برشلونة
5900 € (للشخص الواحد)
Ref: #PSC9636_387351

## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في بيئة الأعمال المتسارعة والتنافسية، يعد الفصل بين وظائف سلسلة الإمداد والتسويق مصدرًا رئيسيًا للهدر وضياع الفرص وضعف خدمة العملاء. تقدم الدورة التدريبية في التمازج الاستراتيجي من BIG BEN Training Center منهجًا تحويليًا من الصفر إلى الواحد، مصممًا لسد هذه الفجوة الوظيفية الحرجة. تركز هذه الدورة الفريدة على تمكين المتخصصين من كلا المجالين، وكذلك القادة الاستراتيجيين، من فهم الترابط العميق بين إدارة الطلب (التسويق) وإدارة العرض (الإمداد) وبناء الجسور العملية لتحقيق التكامل التشغيلي الأمثل. من خلال استكشاف مفاهيم أساسية مثل محاذاة الطلب والعرض، تخطيط المبيعات والعمليات (S&OP) المتقدم، وتدفق المعلومات الفعال، يتعلم المشاركون كيفية تطوير نماذج تنبؤ مشتركة دقيقة، وتحسين إدارة المخزون بناءً على رؤى تسويقية استباقية، وتصميم استراتيجيات تسعير وتوزيع متزامنة تعزز الربحية. يعتمد المحتوى على أسس أكاديمية رصينة، مستلهمًا أعمال خبراء مثل البروفيسور مارتن كريستوفر في إدارة سلسلة التوريد والعلاقة مع التسويق، مع تقديم أمثلة عملية وحلول قابلة للتطبيق فورًا. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة كاستثمار استراتيجي لتعزيز كفاءة سلسلة التوريد والتسويق معًا، وتحسين تجربة العميل بشكل ملحوظ، ودفع التنافسية المؤسسية إلى آفاق جديدة من خلال كسر الصوامع التنظيمية وبناء ثقافة تعاونية مستدامة.

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو ومسؤولو سلسلة الإمداد والتوريد والخدمات اللوجستية.
- مديرو ومسؤولو التسويق والمبيعات وتخطيط الطلب.
- مديرو العمليات والتميز التشغيلي.
- مديرو المنتج وإدارة العلامات التجارية.
- المدراء التنفيذيون وقادة الأعمال الاستراتيجيون.
- استشاريو تحسين العمليات وإدارة التغيير.
- محللو البيانات في مجالات الإمداد والتسويق.
- أعضاء فرق تخطيط المبيعات والعمليات (S&OP).
- المهتمون بتطوير مهارات القيادة في التكامل الوظيفي.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التصنيع (السلع سريعة الحركة FMCG، الإلكترونيات، الأدوية، السيارات).
- قطاع التجزئة (المتاجر الكبرى، المتاجر المتخصصة، التجارة الإلكترونية).
- قطاع الخدمات اللوجستية والنقل والتوزيع.
- قطاع الطاقة والمرافق.
- قطاع الخدمات (الصحية، السياحية، الاستشارية).
- الهيئات الحكومية والوزارات ذات الصلة بالتجارة والصناعة والنقل والتموين.
- الشركات شبه الحكومية والمؤسسات العامة.
- قطاع التقنية والاتصالات.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة سلسلة التوريد والإمداد والخدمات اللوجستية.
- إدارة التسويق والمبيعات والتسويق الرقمي.
- إدارة المبيعات والتخطيط والتنبؤ.
- إدارة العمليات والتصنيع.
- إدارة التخطيط الاستراتيجي والأداء.
- إدارة خدمة العملاء والعلاقات.
- إدارة المنتج وإدارة العلامة التجارية.
- إدارة المشتريات والتوريد.
- إدارة التحول الرقمي والتميز التشغيلي.
- مكتب التخطيط المالي والموازنة.

## أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم الروابط الاستراتيجية والعملياتية الحيوية بين وظائف سلسلة الإمداد والتسويق وتأثيرها على الأداء الشامل.
- تحليل التحديات والفرص الناتجة عن انفصال أو ضعف التنسيق بين إدارة الطلب (التسويق) وإدارة العرض (الإمداد).
- تطبيق إطار عمل منهجي لتحقيق التكامل التشغيلي الفعال بين سلاسل الإمداد واستراتيجيات التسويق.
- تصميم وتنفيذ عمليات تخطيط المبيعات والعمليات (S&OP) متقدمة وفعالة تشمل كلا الوظيفتين.
- تطوير نماذج تنبؤ مشتركة دقيقة تعكس رؤى تسويقية وتوقعات إمداد واقعية.
- تحسين قرارات إدارة المخزون والتوزيع بناءً على خطط تسويقية واستراتيجيات تسعير متكاملة.
- استخدام مؤشرات أداء تكاملية (KPIs) لقياس نجاح مبادرات التكامل بين الإمداد والتسويق.
- تطبيق استراتيجيات عملية لتحسين تدفق المعلومات وكسر الصوامع التنظيمية (Silos) بين الإدارات.
- قيادة مبادرات التغيير لبناء ثقافة تعاونية تدعم التكامل المستدام بين الوظائف.
- تقييم تأثير التكامل الناجح على تحسين خدمة العملاء ورضاهم وزيادة الربحية والتنافسية.

## منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد منهجية الدورة التدريبية في التمازج الاستراتيجي التي يقدمها BIG BEN Training Center على مزيج ديناميكي من أساليب التعلم الفعالة لضمان نقل المعرفة وتطبيق المهارات. تبدأ الجلسات بعروض تقديمية تفاعلية تغطي المفاهيم الأساسية والنماذج الأكاديمية والعملية لتحقيق التكامل، مع التركيز على الربط المباشر بالكفاءة التشغيلية وتحسين تجربة العميل. تشكل دراسات الحالة الواقعية من قطاعات مختلفة (مثل التصنيع، التجزئة، الخدمات اللوجستية) العمود الفقري للتعلم، حيث يناقش المشاركون التحديات والحلول المتعلقة بمحاذاة الطلب والعرض وتخطيط المبيعات والعمليات (S&OP) وتدفق المعلومات. يتم تخصيص وقت كبير للعمل الجماعي والتمارين التطبيقية، حيث يعمل المشاركون في فرق مختلطة (تسويق وإمداد) على حل مشكلات تكاملية محددة، وتصميم نماذج تنبؤ مشتركة، ومحاكاة سيناريوهات صنع القرار المتكامل. تشجع الجلسات التفاعلية والحوار المفتوح على تبادل الخبرات وتحديد أفضل الممارسات لكسر الصوامع التنظيمية وبناء ثقافة التعاون. يحصل كل مشارك على تغذية راجعة مستمرة من المدرب الخبير ومن الأقران، مع التركيز على التطبيق العملي للمفاهيم في سياقاتهم الوظيفية الخاصة. يقدم BIG BEN Training Center بيئة تعليمية محفزة تشجع على الابتكار في تطوير استراتيجيات ربط إدارة المخزون بخطط التسويق وتحسين الربحية من خلال التكامل.

# خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

## الوحدة الأولى: أساسيات التكامل الاستراتيجي بين الإمداد والتسويق:

- فهم الدور المترابط لسلسلة الإمداد والتسويق في خلق القيمة للعميل والمؤسسة.
- تحليل التكاليف والفرص الضائعة نتيجة الانفصال الوظيفي (الصوامع التنظيمية).
- استكشاف إطار عمل متكامل لربط استراتيجيات التسويق بسلاسل التوريد.
- مبادئ محاذاة الطلب (التسويق) والعرض (الإمداد) لتحقيق التوازن الأمثل.
- دور التكامل في تعزيز تجربة العميل ورضاه وولائه.
- مقدمة عن مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) التكاملية لقياس النجاح.
- تحليل تأثير التسويق على متطلبات سلسلة التوريد والعكس صحيح.

## الوحدة الثانية: آليات التنسيق والتخطيط المشترك:

- التعمق في عملية تخطيط المبيعات والعمليات (S&OP) كأداة رئيسية للتكامل.
- هيكلة وتشغيل اجتماعات S&OP فعالة تضم التسويق والإمداد والتمويل والعمليات.
- تطوير نماذج تنبؤ مشتركة دقيقة تجمع بين رؤى التسويق وقدرات الإمداد.
- إدارة الطلب المتكاملة (Integrated Demand Management) واستراتيجيات التشكيل.
- تخطيط الحملات التسويقية بالتزامن مع قدرات سلسلة التوريد وإدارة المخزون.
- تحسين تدفق المعلومات وشفافية البيانات بين الإدارات.
- أدوات وتقنيات دعم اتخاذ القرار المشترك.

## الوحدة الثالثة: تحسين العمليات التشغيلية من خلال التكامل:

- تكامل إدارة المخزون مع استراتيجيات التسويق والتسعير والترويج.
- تحسين استجابة سلسلة التوريد للتغيرات السريعة في الطلب وحملات التسويق.
- استراتيجيات التوزيع والتسويق المتكاملة لتحسين وصول المنتج للعميل.
- تقليل وقت دورة الطلب إلى التسليم (Order-to-Delivery Cycle Time) عبر التنسيق.
- إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) وربطها بتحسين الخدمات اللوجستية.
- تحسين جودة وموثوقية الخدمة اللوجستية كعامل تسويقي تنافسي.
- استخدام التحليلات لتحسين التنسيق التشغيلي اليومي.

### الوحدة الرابعة: القيادة وثقافة التكامل وإدارة التغيير:

- دور القيادة في تعزيز ورعاية ثقافة التكامل بين الوظائف.
- استراتيجيات كسر الحواجز التنظيمية (Silos) وبناء الثقة والتعاون.
- مهارات التواصل الفعال بين فرق التسويق وسلسلة الإمداد.
- إدارة الصراع والتفاوض لتحقيق نتائج تكاملية مربحة للجميع.
- تصميم هيكل تنظيمي وحوافز تدعم التكامل الوظيفي.
- استراتيجيات إدارة التغيير لتبني ثقافة التكامل المستدامة.
- قياس وتقدير العائد على الاستثمار (ROI) لمبادرات التكامل.

### الوحدة الخامسة: التكنولوجيا والمستقبل والتطبيق العملي:

- دور أنظمة التكنولوجيا (ERP، SCM، CRM، Analytics) في تمكين التكامل.
- استخدام تحليلات البيانات الكبيرة لدعم قرارات التكامل بين الإمداد والتسويق.
- الاتجاهات الحديثة في تكامل سلسلة التوريد والتسويق (مثل التجارة الإلكترونية، التخصيص).
- تطوير خطط طوارئ مشتركة للتكيف مع الاضطرابات والطلب المتقلب.
- ورشة عمل تطبيقية: بناء خطة عمل تكاملية لمؤسسة المشارك.
- تحديد أولويات الخطوات التطبيقية بعد الدورة لتحقيق التمازج الاستراتيجي.
- نقاش ختامي: التحديات المستقبلية وفرص التطوير المستمر للتكامل.

## الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

## سؤال للتأمل:

كيف يمكن قياس وتحديد القيمة الاقتصادية المضافة الحقيقية (على مستوى المؤسسة ككل) الناتجة عن التكامل الناجح بين وظائف سلسلة الإمداد والتسويق، بما يتجاوز مؤشرات الأداء التقليدية لكل قسم على حدة، مع الأخذ في الاعتبار تعقيدات التكاليف والفوائد المشتركة وغير المباشرة؟

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

تميز الدورة التدريبية في التمازج الاستراتيجي التي يقدمها BIG BEN Training Center بتفرد تركيزها على نقطة الالتقاء الحرجة بين سلسلة الإمداد والتسويق، متجاوزةً النظرة التقليدية المنعزلة لكل وظيفة. لا تقدم الدورة نظريات عامة فحسب، بل تغوص في العمليات التشغيلية والآليات العملية لتحقيق التكامل الحقيقي، مثل تفعيل تخطيط المبيعات والعمليات (S&OP) كمنصة للتنسيق الفعال، وبناء نماذج تنبؤ مشتركة تعكس رؤى تسويقية عميقة مع مراعاة قيود وقدرات الإمداد. يعتمد التميز على المنهجية التطبيقية القائمة على دراسة حالات واقعية من قطاعات متنوعة تواجه تحديات التنسيق بين إدارة الطلب والعرض، مما يوفر للمشاركين حلولًا قابلة للتطبيق مباشرة في سياقاتهم. التركيز على الجانب الثقافي والقيادي لكسر الصوامع التنظيمية وبناء جسور التعاون المستدام يميز الدورة، حيث لا يقتصر النجاح على الأدوات بل على تحول ثقافي داخل المؤسسة. يقدم BIG BEN Training Center بيئة محاكاة فريدة تعمل فيها فرق مختلطة (تسويق وإمداد) معًا على حل مشكلات تكاملية معقدة، مما يعزز الفهم المتبادل ويطور مهارات التواصل والتفاوض اللازمة للنجاح. هذا التركيز الشامل على الاستراتيجية، والعمليات، والثقافة، والتطبيق العملي من خلال منهجية تفاعلية محفزة، هو ما يجعل هذه الدورة استثمارًا فريدًا لتعزيز الكفاءة التشغيلية الشاملة، وتحسين تجربة العميل بشكل ملموس، ودفع التنافسية المؤسسية في السوق.