



## دورة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد ونموها



## دورة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد ونموها

المرجع: 136922\_459 التاريخ: 16 - 20 نوفمبر 2026 المكان: طوكيو الرسوم: Euro 10000

### نظرة عامة

دورة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد ونموها هي دورة مهنية مدتها 5 أيام لمديري المنتجات المصرفية وفرق المصرفية الرقمية وتجربة العميل والقنوات والابتكار والمخاطر والامتثال وتحليل الأعمال. تربط الدورة احتياجات العملاء وشراؤهم وتشخيص المحفظة بعروض القيمة والودائع والمدفوعات والإقراض والخدمات الرقمية ونماذج الأعمال ورحلات الخدمة والتصميم المسؤول والتسعير والبيانات والتجارب والشراكات والحوكمة والإطلاق والتبني والأداء. ويعود المشاركون بخطة لابتكار منتجات مصرفية الأفراد. تقدم أجايل للتدريب هذه الدورة لتنمية المحفظة بمسؤولية وتحقيق نتائج قابلة للقياس للعملاء.

### الفئة المستهدفة

- مديرو منتجات مصرفية الأفراد المسؤولين عن الودائع أو المدفوعات أو الإقراض أو البطاقات
- فرق المصرفية الرقمية وتطبيقات الهاتف والقنوات الإلكترونية وتصميم الخدمات
- مختصو تجربة العميل والبحث والتحليلات وتحليل الأعمال
- فرق الابتكار وشراكات التقنية المالية والمصرفية المفتوحة
- وظائف المخاطر والامتثال والسلوك والشؤون القانونية والاحتيايل والخصوصية والأمن
- أصحاب المصلحة في المالية والتسعير والتسويق والمبيعات والعمليات والحوكمة

يفضل أن يمتلك المشاركون خبرة في المنتجات المصرفية أو رحلات العملاء أو الخدمات الرقمية أو حوكمة المنتجات. الدورة محايدة من حيث الولاية القضائية ولا تحل محل المشورة القانونية أو التنظيمية أو الائتمانية أو المتعلقة بالسلوك والخصوصية.

### الإدارات والقطاعات المستهدفة

تخدم الدورة الجهات التي تصمم المنتجات المالية للأفراد أو توزعها أو تشغيلها أو تحكمها أو تبني شراكات حولها.

- المصرفية للأفراد والمستهلكين والمصرفية الرقمية والإسلامية والمجتمعية
- المدفوعات والبطاقات والودائع والادخار والإقراض الشخصي والتمويل العقاري
- تطبيقات الهاتف والمصرفية الإلكترونية والفروع ومراكز الاتصال والقنوات المساندة
- التقنية المالية والمصرفية المفتوحة والتمويل المدمج ومنظومات الشراكة
- المنتجات وتجربة العميل والتحليلات والعمليات والمخاطر والامتثال
- التقنية والبيانات والتسويق والتسعير والمالية والتحول



## أهداف التعلم

بنهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد احتياجات العملاء والشرائح المستهدفة والنتائج غير المحققة وفجوات المحفظة
- تصميم عروض القيمة والخصائص والرحلات ونماذج الأعمال للمنتجات
- دمج القيمة العادلة والتصميم المسؤول والمخاطر والامتثال والخصوصية والأمن
- بناء نهج للتسعير والبيانات والنماذج الأولية والتجارب والشراكات
- تخطيط اعتماد المنتج وإطلاقه وتبنيه وخدمته ومراقبته وتحسينه
- بناء خطة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد بمخرجات قابلة للقياس

## جدول الدورة

### اليوم 1: احتياجات العملاء وفهم محفظة المنتجات

- خريطة سوق مصرفية الأفراد وسياق العميل
- ملف الشريحة والحاجة والنتائج المالية
- تشخيص محفظة المنتجات ودورة حياتها
- سجل احتكاكات العميل والاحتياجات غير الملباة
- مصفوفة فرص الابتكار وأولوياتها

### اليوم 2: عروض القيمة ومفاهيم المنتجات

- خريطة فرص الودائع والمدفوعات والإقراض والخدمات
- لوحة عرض القيمة للعميل
- معمارية الخصائص والمنافع والقيود
- تصميم الرحلة الرقمية ورحلة الفرع والقناة المساندة
- خيارات نموذج الأعمال والشراكات



### اليوم 3: التصميم المسؤول والتسعير والضوابط

- منطق السوق المستهدف وملاءمة المنتج
- تقييم السعر والرسوم والمنافع والقيمة العادلة
- قائمة المخاطر والامتثال منذ التصميم
- ضوابط الموافقة والخصوصية والأمن والاحتيايات
- مراجعة فهم العميل والدعم

### اليوم 4: النماذج الأولية والبيانات والتجارب

- فرضية المنتج وسجل الافتراضات
- النموذج الأولي ومخطط الخدمة
- حدود البيانات والتحليلات والتخصيص
- خطة التجربة والاختبار والأدلة
- تقييم شريك التقنية المالية والمصرفية المفتوحة

### اليوم 5: الإطلاق والتبني وأداء المنتج

- تمرين مقترح لتشخيص محفظة منتجات مصرفية
- تمرين مقترح لبناء عرض قيمة ورحلة عميل
- تمرين مقترح لمراجعة القيمة العادلة وضوابط المنتج
- تمرين مقترح لتصميم تجربة وبوابة إطلاق
- التمرين الختامي لخطة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد

### التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة لربط أدلة العملاء باقتصاديات المنتج والتصميم المسؤول والتجارب المضبوطة وقرارات المحفظة.

- نشاط مقترح لتحليل شرائح العملاء واحتياجاتهم وعوائقهم وسلوك القنوات والنتائج والشكاوى وبيانات الخدمة وأداء المحفظة لتحديد فرصة.
- نشاط مقترح لبناء عرض قيمة ومجموعة خصائص وخريطة المنافع والقيود ورحلة الخدمة وافتراسات التشغيل وخيارات الشراكة.
- نشاط مقترح لمراجعة السوق المستهدف والتسعير والقيمة العادلة ومخاطر الائتمان والسلوك والإفصاح والموافقة والخصوصية والأمن والاحتيايات والدعم.
- نشاط مقترح لدمج الفرضيات والنموذج الأولي والبيانات والتجربة وبوابات الحوكمة والإطلاق ومقاييس التبني والأداء والتحسين في الخطة الختامية.



## الأسئلة الشائعة

### ما المقصود بابتكار المنتجات المصرفية للأفراد؟

هو تصميم أو تحسين منضبط للودائع والمدفوعات والإقراض والبطاقات والخدمات الرقمية والرحلات المرتبطة بها لمعالجة احتياجات العملاء وتقديم قيمة عادلة والعمل بمسؤولية وتحقيق نتائج مستدامة.

### كيف تستخدم شرائح العملاء في تصميم المنتج؟

ترتبط الشرائح الاحتياجات والسلوك والظروف والأهداف المالية وتفضيلات القنوات والعوائق والمخاطر ومتطلبات الخدمة بخصائص المنتج ودعمه دون استخدام مؤشرات بديلة غير مناسبة أو استبعاد غير عادل.

### ما الذي يشمل تصميم المسؤول للمنتجات؟

يشمل السوق المستهدف ونتائج العملاء والخصائص والاتصالات المفهومة والقيمة العادلة وضوابط المخاطر والإتاحة والخصوصية والأمن والحماية من الاحتيال والدعم والمراقبة والحوكمة والمعالجة عند ضعف النتائج.

### كيف يختبر البنك مفهوما لمنتج جديد؟

يحدد الفرضيات والافتراضات والمشاركين والنموذج الأولي والبيانات المعتمدة والضمانات ومقاييس النجاح والضرر وأسلوب الاختبار وبوابات المراجعة وسجل التعلم والمعالجة وقرار الإيقاف أو التعديل أو التجريب أو الإطلاق.

### ما الذي يقيم في شراكة مصرفية مفتوحة؟

يشمل التقييم حالة الاستخدام ورحلة الموافقة وغرض البيانات والأدوار والترخيص والأمن والخصوصية ومستويات الخدمة والمرونة والمسؤولية والشكاوى والدعم التشغيلي والنموذج التجاري والمراقبة والخروج ومسؤوليات الامتثال.

### كيف يراقب أداء المنتج المصرفي؟

قد تشمل المراقبة التنبؤ والاستخدام النشط ونتائج العملاء والقيمة وجودة الخدمة والشكاوى والتخلي والتعثر أو الخسائر والاحتيال والدعم وسلوك القنوات والاستثناءات والفروق بين الشرائح والربحية وأداء الشركاء والمعالجة.



## الخاتمة

يعود المشاركون بخطة ابتكار منتجات مصرفية الأفراد تضم أدلة العملاء والشرائح وتشخيص المحفظة وأولويات الفرص وعرض القيمة وتصميم الخصائص والرحلة وخيارات نموذج الأعمال وتحليل التسعير والقيمة العادلة والضوابط والتجارب وتقييم الشريك وبوابات الحوكمة وإجراءات الإطلاق ومقاييس التبني ومراجعات الأداء. تحول الخطة الأفكار المتفرقة إلى حالة تطوير منتج مضبوطة. وتدعم الابتكار المرتكز على العميل والتبني المسؤول والقرارات المشتركة وتحسين المحفظة القابل للقياس.