



دورة أساسيات فهم العملاء والسوق وتحليل الأدلة



دورة أساسيات فهم العملاء والسوق وتحليل الأدلة

المرجع: 156590_742 التاريخ: 9 - 13 مايو 2027 المكان: آخر الرسوم: Euro 4100

نظرة عامة

دورة أساسيات فهم العملاء والسوق وتحليل الأدلة لمدة 5 أيام، وهي دورة تأسيسية للمسؤولين عن التسويق ورؤى العملاء والمنتجات والمبيعات والخدمة، ويعود المشاركون منها بموجز رؤى العملاء والسوق. تحدد الدورة قرار البحث وحدود السوق، وتجمع أدلة احتياجات العملاء، وتبني الشرائح وشخصيات العملاء القائمة على الأدلة، وترسم المنافسين، وتسجل إشارات الطلب، وتجمع النتائج في موجز يدعم القرار. تطور أجايل للتدريب فهم العملاء والسوق وتحليل الأدلة.

الفئة المستهدفة

- الفرق المسؤولة عن جمع أدلة العملاء وتفسيرها
- المهنيون المسؤولون عن تعريف الأسواق والشرائح المستهدفة
- فرق المنتجات المسؤولة عن مدخلات العملاء والمنافسين
- فرق المبيعات والخدمة المسؤولة عن نقل إشارات الطلب
- المدبرون المسؤولون عن الأدلة المستخدمة في قرارات السوق

تفترض الدورة أن المشاركين يساهمون في قرارات العملاء أو السوق، وتستبعد تخطيط الحملات وأساليب البيع وتصميم رحلة العميل وقياس الرضا والتحليلات المتقدمة.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تحتاج إلى أدلة منظمة عن العملاء والمنافسين والشرائح وطلب السوق.

- إدارات التسويق ورؤى العملاء
- فرق المنتجات وتطوير الأعمال
- عمليات المبيعات ووحدات خدمة العملاء
- مؤسسات التجزئة والضيافة
- مؤسسات الرعاية الصحية والخدمات المهنية



أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تطبيق بيان قرار البحث على أسئلة العملاء والسوق
- بناء سجلات مقابلات العملاء وأدلة الاحتياجات
- تحليل حدود السوق والشرائح وإشارات الطلب
- مقارنة المنافسين باستخدام خريطة سوق منظمة
- بناء ملفات الشرائح وشخصيات العملاء القائمة على الأدلة
- تقييم النتائج في موجز رؤى العملاء والسوق

جدول الدورة

اليوم 1: قرارات البحث ونطاق السوق

- لوحة بيان قرار البحث
- سجل أسئلة العملاء والسوق
- خريطة الأدلة الأولية والثانوية
- ورقة تعريف حدود السوق
- قائمة فحص جودة الأدلة والتحيز

اليوم 2: أدلة احتياجات العملاء

- تصميم دليل مقابلة العميل
- مصفوفة مراجعة أسئلة الاستبيان
- نموذج تسجيل ملاحظات المشاهدة
- صيغة بيان احتياجات العملاء
- مصفوفة ترميز الأدلة والموضوعات



اليوم 3: الشرائح وشخصيات العملاء

- مصفوفة اختيار متغيرات التجزئة
- أداة فحص جاذبية الشريحة
- بطاقة ملف الشريحة المستهدفة
- شخصية العميل القائمة على الأدلة
- سجل التحقق من افتراضات الشريحة

اليوم 4: المنافسون وإشارات الطلب

- خريطة المنافسين المباشرين وغير المباشرين
- مصفوفة مقارنة عروض المنافسين
- تحليل بدائل العميل
- سجل أدلة إشارات الطلب
- لوحة تجميع رؤى السوق

اليوم 5: ممارسة رؤى العملاء والسوق

- تمرين: تعريف قرار البحث وحدود السوق
- تمرين: ترميز أدلة العملاء إلى موضوعات احتياج
- تمرين: بناء ملف شريحة وشخصية عميل
- تمرين: رسم المنافسين وإشارات الطلب
- المشروع الختامي: موجز رؤى العملاء والسوق

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة من قطاعات التجزئة والضيافة والرعاية الصحية والخدمات المهنية.

- نشاط مقترح: تحويل سؤال عمل إلى بيان قرار بحث وخطة أدلة.
- نشاط مقترح: ترميز ملاحظات المقابلات إلى بيانات احتياجات وموضوعات متكررة.
- نشاط مقترح: اختيار متغيرات التجزئة وإعداد شخصية عميل قائمة على الأدلة.
- نشاط مقترح: مقارنة المنافسين وتسجيل إشارات الطلب وإعداد موجز رؤى.



الأسئلة الشائعة

لمن يناسب تدريب فهم العملاء والسوق، وماذا يفترض؟

يناسب التدريب المسؤولين عن التسويق والرؤى والمنتجات والمبيعات والخدمة، ويفترض مساهمتهم في جمع أدلة العملاء أو دعم قرارات السوق.

كيف يختلف فهم العملاء والسوق عن تدريب استراتيجية التسويق الرقمي؟

يركز فهم العملاء والسوق على أسئلة البحث والأدلة والتجزئة وشخصيات العملاء وخرائط المنافسين وإشارات الطلب، بدلا من اختيار القنوات وتخطيط الحملات والمحتوى وقياس أداء الوسائط.

كيف تحدد احتياجات العملاء ضمن فهم العملاء والسوق؟

تحدد احتياجات العملاء من خلال صياغة سؤال البحث، وجمع أدلة المقابلات والاستبيانات والمشاهدة والبحث المكتبي، وترميز الموضوعات المتكررة، وكتابة بيانات احتياج مدعومة بالأدلة.

كيف تدعم تجزئة السوق فهم العملاء؟

تدعم تجزئة السوق فهم العملاء عبر تجميعهم بمتغيرات مناسبة، ومقارنة خصائص الشرائح وجاذبيتها، وبناء ملفات تربط أدلة العملاء بقرار سوق محدد.

ماذا يتضمن موجز رؤى العملاء والسوق؟

يتضمن موجز رؤى العملاء والسوق القرار وحدود السوق ومصادر الأدلة واحتياجات العملاء والشرائح وشخصيات العملاء وبدائل المنافسين وإشارات الطلب والافتراضات والآثار.

الخاتمة

يعود المشاركون بموجز رؤى العملاء والسوق مدعوما بأسئلة البحث وحدود السوق وأدلة احتياجات العملاء وملفات الشرائح وشخصيات العملاء وخرائط المنافسين وسجلات إشارات الطلب. يحول الموجز الملاحظات المتفرقة إلى أدلة سوق قابلة للتتبع. ويساعد الفرق على فصل النتائج عن الافتراضات وصياغة القرارات حول عملاء محددين وظروف سوق واضحة.