



دورة إدارة المنتجات بالبيانات وصناعة القرارات



دورة إدارة المنتجات بالبيانات وصناعة القرارات

المرجع: 162395_824 التاريخ: 21 - 25 ديسمبر 2026 المكان: لندن الرسوم: Euro 5700

نظرة عامة

دورة إدارة المنتجات بالبيانات وصناعة القرارات هي دورة متوسطة المستوى مدتها أسبوع لمديري المنتجات ومالكيها والمحللين وفرق النمو وعمليات المنتج، ويعود المشاركون منها بحزمة أدلة وقرارات المنتج. يستخدم المشاركون تحليلات المنتج ومؤشراته وتحليل مسار التحويل والمجموعات والتجارب وترتيب الأولويات بالأدلة لربط سلوك العملاء بخيارات خارطة المنتج وقيمه. تعالج الدورة تشتت التقارير عبر دورة قرار قابلة للتكرار. تطور أجايل للتدريب قدرات إدارة المنتجات بالبيانات.

الفئة المستهدفة

- مهام إدارة المنتج المسؤولة عن الرؤية والنتائج والأولويات وقرارات خارطة المنتج
- مهام ملكية المنتج المسؤولة عن خيارات قائمة الأعمال وأدلة القبول وتسلسل التسليم
- مهام التحليلات المسؤولة عن البيانات السلوكية ومؤشرات المنتج والرؤى ودعم القرار
- مهام النمو المسؤولة عن الاستحواذ والتفعيل والتفاعل والاحتفاظ والتجارب
- مهام عمليات المنتج المسؤولة عن روتين القرار والأدوات والحوكمة والمواءمة بين الفرق
- مهام رؤى العملاء المسؤولة عن أدلة البحث والتجزئة والاحتياجات وإشارات التجربة

تفترض الدورة أن المشاركين يفسرون تقارير المنتج المعتادة ويسهمون في قراراته، وتستبعد النمذجة الإحصائية المتقدمة وهندسة البرمجيات وإدارة منصات بعينها.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تدير منتجات رقمية أو خدمة بأدلة العملاء والسوق والسلوك والعمليات.

- إدارات المنتج والتحليلات والنمو وتجربة العميل والبحث وعمليات المنتج
- قطاعات التقنية والاتصالات والخدمات المالية والتجارة الرقمية
- قطاعات الصحة والتعليم والضيافة والنقل والخدمات المهنية
- قطاعات التصنيع والمرافق والخدمات اللوجستية وخدمات الاشتراك
- قطاعات الخدمات العامة والعمل غير الربحي والبنية التحتية



أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- بناء نموذج قياس للمنتج يربط النتائج بالسلوك والمؤشرات
- تحليل مسارات التحويل والمجموعات وأنماط الاحتفاظ وشرائح العملاء
- تشخيص جودة الأدلة وفجوات تتبع سلوك المنتج
- ترتيب الفرص بحسب الأثر والثقة والجهد والمواءمة الاستراتيجية
- تقييم التجارب والتنبؤات ومفاضلات خارطة المنتج
- بناء حزمة أدلة وقرارات المنتج

جدول الدورة

اليوم 1: صياغة قرارات المنتج ومقاييسه

- لوحة صياغة قرار المنتج
- خريطة منطق النتائج والسلوك
- مقياس القيمة المحوري وشجرة المؤشرات المدخلة
- خريطة أدلة العملاء والسوق والعمليات
- قائمة فحص حوكمة قياس المنتج

اليوم 2: بناء تحليلات موثوقة للمنتج

- تصنيف الأحداث الحرجة وخصائصها
- خطة تتبع المنتج ومصفوفة الملكية
- تدقيق جودة التتبع وتغطيته
- منهج تعريف الشرائح ومقارنتها
- مواصفات لوحة صحة المنتج



اليوم 3: تشخيص الرحلات والاحتفاظ

- تحليل مسار التحويل المفتوح والمغلق
- تشخيص نقاط تسرب التحويل
- تحليل المجموعات السلوكية
- مراجعة منحنى التفعيل والاحتفاظ
- تحليل المسار وسجل فرضيات الاحتكاك

اليوم 4: ترتيب الأولويات والتجريب والتنبؤ

- مراجعة أدلة شجرة الفرص والحلول
- مصفوفة ترتيب الأثر والثقة والجهد
- بطاقة فرضية التجربة ومؤشر الحماية
- تنبؤ نتائج المنتج المبني على السيناريوهات
- سجل مفاضلات خارطة المنتج وقراراتها

اليوم 5: ممارسة دمج قرارات المنتج

- تمرين: إصلاح شجرة مؤشرات المنتج
- تمرين: تشخيص حالة مسار تحويل ومجموعات
- تمرين: ترتيب الفرص في ظل القيود
- تمرين: مراجعة تجربة وتنبؤ
- التطبيق الختامي: حزمة أدلة وقرارات المنتج

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة مبنية على الخدمات الرقمية والاشتراكات وبوابات العملاء والمنتجات التشغيلية.

- نشاط مقترح: تحويل هدف منتج إلى خريطة نتائج وشجرة مؤشرات وأحداث حرجة وخطة تتبع.
- نشاط مقترح: مقارنة أدلة مسار التحويل والمجموعات لتحديد الاحتكاك وصياغة فرضيات قابلة للاختبار.
- نشاط مقترح: تقدير الفرص وترتيبها مع توثيق عدم اليقين والقيود والمواءمة الاستراتيجية.
- نشاط مقترح: تقييم نتائج تجربة وتحديث تنبؤ والتوصية بقرار لخارطة المنتج.



الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة إدارة المنتجات بالبيانات، وما الذي تفترضه؟

تناسب مهام إدارة المنتج وملكيته والتحليلات والنمو والبحث وعمليات المنتج، وتفترض خبرة معتادة في تقارير المنتج والقرارات المشتركة بين الفرق.

كيف تختلف إدارة المنتجات بالبيانات عن التدريب العام على تحليلات البيانات؟

تطبق إدارة المنتجات بالبيانات الأدلة على نتائج المنتج وسلوك العملاء واختيار الفرص والتجارب والتنبؤات ومفاضلات خارطة المنتج، بينما يركز التدريب العام على تحليلات البيانات على أساليب وأدوات أوسع.

ما مؤشرات المنتج التي ينبغي لفريق المنتج تحديدها؟

ينبغي لفريق المنتج تحديد مؤشر للنتيجة ومؤشرات سلوكية مدخلة ومقاييس للتفعيل والاحتفاظ ومؤشرات حماية وجودة للبيانات وحدود للقرار تعكس حصول المستخدم على القيمة.

كيف يدعم تحليل مسار التحويل والمجموعات قرارات المنتج؟

يكشف تحليل مسار التحويل مواضع فقد المستخدمين في تسلسل محدد، بينما يقارن تحليل المجموعات سلوك شرائح معرفة عبر الزمن، ويكشف دمجهما احتكاك الرحلة وفروق الشرائح وأنماط الاحتفاظ.

كيف تؤثر تجارب المنتج في خارطة المنتج؟

تحدث تجارب المنتج مستوى الثقة في الفرضية وتقيس تغير المؤشر المستهدف ومؤشرات الحماية وتكشف أثر الشرائح، ثم توجه قرار التقدم أو التعديل أو الإيقاف المؤقت أو التوقف.

الخاتمة

يعود المشاركون بحزمة أدلة وقرارات المنتج التي تضم أشجار المؤشرات وخطط التتبع ونتائج المسارات والمجموعات ودرجات الفرص وبطاقات التجارب والتنبؤات وسجلات القرار. تغير الحزمة نقاشات المنتج من آراء متفرقة إلى أدلة قابلة للتتبع وافتراضات صريحة. وتدعم ترتيب الأولويات ومراجعة خارطة المنتج ومتابعة القيمة بطريقة متكررة.