دورة إدارة قيمة العميل وتسعير خدمات الاتصالات

25 – 29 يناير 2027

فرانكفورت

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة إدارة قيمة العميل وتسعير خدمات الاتصالات

المرجع: 223216_1667 **التاريخ:** 25 – 29 يناير 2027 **المكان:** فرانكفورت **الرسوم:** 5700 Euro

نظرة عامة

دورة إدارة قيمة العميل وتسعير خدمات الاتصالات هي دورة لمدة أسبوع لفرق التسعير وإدارة قيمة العميل والتحليل التجاري وإدارة المنتجات والإيرادات وتحليل العملاء، ويعود المشاركون منها بخطة قيمة وتسعير للاتصالات. تربط الدورة إدارة قيمة العميل وتسعير خدمات الاتصالات وتجزئة العملاء وتصميم التعرفة والباقات واقتصاديات الاحتفاظ والقيمة العمرية للعميل. ويحول المشاركون الأدلة إلى عروض واختبارات وقرارات تتبع حوكمة التسعير. وتطور أجايل للتدريب مهارات قيمة العميل والتسعير في الاتصالات.

الفئة المستهدفة

- فرق مسؤولة عن نماذج قيمة العميل والرؤى التجارية
- فرق مسؤولة عن التعرفة والباقات واقتصاديات العروض
- فرق مسؤولة عن محافظ المنتجات وأداء الإيرادات
- فرق مسؤولة عن تحليل تسرب العملاء وإجراءات الاحتفاظ
- فرق مسؤولة عن تحليل العملاء وقياس الحملات

تفترض الدورة مشاركة المتدربين في قرارات الاتصالات التجارية، ولا تتناول اللوائح الخاصة بدولة أو التحضير للشهادات أو البرمجة الاقتصادية القياسية المتقدمة.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تخدم الدورة الإدارات والقطاعات التي تصمم عروض الخدمات المتكررة وتدير قيمة العميل وتحكم قرارات السعر.

- الوظائف التجارية والتسويقية في الاتصالات
- إدارة المنتجات والإيرادات والتسعير
- تحليل العملاء وإدارة تجربتهم
- خدمات الاشتراك الرقمي والإعلام
- المرافق والخدمات المالية وغيرها من أعمال الخدمات المتكررة

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل محركات قيمة العميل واقتصاديات الشرائح
- تطبيق منهج الاستعداد للدفع ومرونة السعر
- بناء التعرفة والباقات ومقترحات القيمة
- تقييم مفاضلات التسرب والاحتفاظ والقيمة العمرية
- استخدام اختبارات الحملات ولوحات أداء التسعير
- بناء خطة محكومة لقيمة العميل وتسعير الاتصالات

جدول الدورة

اليوم 1: أسس قيمة العميل

- خريطة محركات قيمة العميل وسجل الأدلة
- نموذج قيمة دورة حياة العميل ورحلته
- مصفوفة تجزئة الاحتياجات السلوكية والاستخدام
- تحليل ربحية الشرائح ومساهمتها
- إطار قرارات إدارة قيمة العميل

اليوم 2: تحليل السعر والطلب

- مجموعة أسئلة بحث الاستعداد للدفع
- تحليل سيناريوهات مرونة السعر
- تقييم السعر المرجعي والقيمة المتصورة
- شبكة مقارنة عروض المنافسين
- منهج نطاق السعر وحدود القرار

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: التعرفة والباقات والعروض

- لوحة بنية التعرفة ومنطق الاحتساب
- مصفوفة تصميم الباقات المتقاربة
- أداة بناء مقترح قيمة الشريحة
- اقتصاديات العرض وجسر الهامش
- قائمة تحقق تداخل محفظة العروض

اليوم 4: الاحتفاظ والاختبار والحوكمة

- نموذج محركات التسرب وترتيب إجراءات الإنقاذ
- ورقة حساب القيمة العمرية للعميل
- بطاقة تصميم اختبار الحملات والتعلم منها
- خريطة أدوار حوكمة التسعير والموافقات
- لوحة متوسط الإيراد والاحتفاظ وأداء القيمة

اليوم 5: ممارسة قيمة العميل والتسعير

- تمرين تشخيص قيمة الشريحة واستجابتها للسعر
- تمرين بناء بنية التعرفة والباقات
- تمرين تقييم خيارات الاحتفاظ والقيمة العمرية
- تمرين عرض قرار تسعير محكوم
- المشروع الختامي: خطة قيمة وتسعير للاتصالات

التمارين التطبيقية

تستخدم الأنشطة المقترحة سيناريوهات الهاتف المحمول والنطاق العريض والاشتراك الرقمي والخدمات المتكررة.

- نشاط مقترح: تحويل أدلة الاستخدام والاحتياجات والمساهمة إلى شرائح عملاء قابلة للتنفيذ
- نشاط مقترح: مقارنة أدلة الاستعداد للدفع وسيناريوهات المرونة قبل تحديد نطاق السعر
- نشاط مقترح: تصميم باقة واختبار آثارها في الهامش والتداخل والاحتفاظ
- نشاط مقترح: جمع قرارات الحوكمة ومقاييس الحملات ومؤشرات اللوحة في خطة قيمة

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة إدارة قيمة العميل وتسعير خدمات الاتصالات وما متطلباتها؟

تناسب الدورة الفرق التي تسهم في التجزئة أو العروض أو الإيرادات أو الاحتفاظ أو التحليلات وتستطيع تفسير بيانات العملاء والمعلومات التجارية الأساسية.

كيف تختلف إدارة قيمة العميل في الاتصالات عن التدريب العام على التسعير؟

تربط إدارة قيمة العميل في الاتصالات التسعير بسلوك دورة العلاقة وشرائح الاستخدام وبنى التعرفة والباقات والتسرب واقتصاديات العميل المتكررة، بينما يطبق التدريب العام مناهج أوسع عبر منتجات وقطاعات متعددة.

كيف تدعم تجزئة العملاء استراتيجية تسعير خدمات الاتصالات؟

تدعم تجزئة العملاء استراتيجية التسعير بجمع العملاء وفق الاحتياجات والاستخدام والقيمة وأنماط الاستجابة، ثم مواءمة المقترحات ونطاقات السعر وإجراءات الاحتفاظ مع الأدلة.

كيف تستخدم مرونة السعر والاستعداد للدفع في تصميم عروض الاتصالات؟

يقدم كل منهما دليلا مختلفا؛ فمرونة السعر تختبر استجابة الطلب لتغير السعر، بينما يساعد بحث الاستعداد للدفع على تحديد القيمة المتصورة ونطاقات السعر المقبولة.

ما المقاييس المناسبة للوحة إدارة قيمة العميل في الاتصالات؟

يمكن للوحة إدارة قيمة العميل أن تجمع متوسط الإيراد والهامش والتسرب والاحتفاظ وتبني العروض واستجابة الحملات والقيمة العمرية للعميل وافتراضات القرار لمتابعة الآثار المباشرة وآثار دورة العلاقة.

الخاتمة

يعود المشاركون بخطة قيمة وتسعير للاتصالات تجمع أدلة الشرائح وسيناريوهات السعر وخيارات التعرفة والباقات واقتصاديات الاحتفاظ وتصاميم الاختبار وقرارات الحوكمة ومقاييس الأداء. وتجعل الخطة الافتراضات التجارية ومفاضلات العملاء ظاهرة. وتساعد فرق التسعير والمنتجات والإيرادات والتحليلات على تنسيق قرارات قابلة للتكرار عبر دورة علاقة العميل.