

دورة استراتيجية دخول السوق المتقدمة GTM

29 مارس – 2 أبريل 2027

ميونخ

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة استراتيجية دخول السوق المتقدمة GTM

المرجع: 237634_1839 **التاريخ:** 29 مارس – 2 أبريل 2027 **المكان:** ميونخ **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

دورة استراتيجية دخول السوق المتقدمة GTM هي دورة تطبيقية متقدمة تمتد أسبوع لقادة المبيعات ومديري التسويق وتسويق المنتجات وتطوير الأعمال والقنوات، ويعود المشاركون بخطة قرار وتنفيذ دخول السوق. تربط الدورة اختيار السوق وملف العميل المثالي بالتموضع والقنوات والمواءمة بين الوظائف وجاهزية الإطلاق والمقاييس والتكيف. تقدم أجايل للتدريب دورة في حوكمة قرارات دخول السوق وتنفيذها.

الفئة المستهدفة

- الوظائف المسؤولة عن الاستراتيجية التجارية واختيار فرص السوق
- الفرق المسؤولة عن تموضع المنتج ورسائله وتنسيق إطلاقه
- المجموعات المسؤولة عن تغطية المبيعات وبناء المسار وتأهيل الفرق
- العاملون المسؤولون عن القنوات والشراكات وقرارات الوصول إلى السوق
- الوظائف المسؤولة عن حوكمة الإطلاق والمقاييس والإجراء التصحيحي

تفترض الدورة مساهمة المشاركين في قرارات التجارة أو المبيعات أو التسويق أو المنتج أو القنوات، ولا تشمل مبادئ التسويق التمهيدية أو تشغيل منصات الحملات أو تطوير المنتج أو تنفيذ لوجستيات التوزيع.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تنسق دخول السوق وإطلاق العروض وقرارات التوسع التجاري.

- تسويق المنتجات واستراتيجية العلامة والتخطيط التجاري
- قيادة المبيعات وعمليات الإيرادات وتطوير الأعمال
- التقنية والخدمات المهنية والأعمال القائمة على الاشتراك
- التصنيع والخدمات الصناعية والمؤسسات المعتمدة على القنوات
- التجزئة والضيافة والتمويل وإدارة الرعاية الصحية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل جاذبية السوق والملاءمة الاستراتيجية وأدلة الجاهزية.
- بناء ملف العميل المثالي وخريطة لجنة الشراء.
- تقييم افتراضات التموضع والرسائل والتسعير والحزم.
- مقارنة مسارات الوصول المباشر والشراكات والمسارات الهجينة.
- تطبيق بوابات جاهزية الإطلاق والتأهيل والمقاييس والتجارب.
- ترتيب تعديلات ما بعد الإطلاق عبر مراجعات أدلة محكومة.

جدول الدورة

اليوم 1: اختيار السوق والعميل

- بطاقة جاذبية السوق والملاءمة الاستراتيجية وجاهزية الدخول
- قالب تقسيم ملف العميل المثالي وترتيب أولوياته
- خريطة لجنة الشراء وأدوار القرار ورحلة المشتريات
- سجل مشكلة العميل ومهمته وآلامه ومكاسبه وأدلة التبني
- قائمة افتراضات GTM وتبعياتها وأعمال التحقق منها

اليوم 2: تشكيل العرض التجاري

- مصفوفة تحليل البدائل التنافسية والتمييز
- لوحة تصميم عرض القيمة ونقاط الإثبات
- إطار التموضع وتسلسل الرسائل وتكييفها مع الجمهور
- ورقة قرار افتراضات التسعير والحزم والتجارة
- مراجعة ملاءمة العرض للشريحة وأدلة الاعتراضات

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: تصميم مسار الوصول إلى السوق

- مصفوفة قرار القنوات المباشرة والشراكات والأسواق الرقمية والمسار الهجين
- خريطة حركة اكتساب العملاء وتغطية رحلة الشراء
- مخطط تسليم العمل بين المبيعات والتسويق والمنتج ونجاح العملاء
- نموذج افتراضات الطلب ومسار الفرص والتحويل والطاقة
- سجل دور الشريك وحوافزه وتعارضاته وتأهيله

اليوم 4: حوكمة جاهزية الإطلاق

- بوابة جاهزية الإطلاق عبر الوظائف وقائمة أدلتها
- حزمة تأهيل أسلوب البيع والرسالة والاعتراض والإثبات
- بطاقة المؤشرات القائدة ومقاييس النتائج ودورية المراجعة
- سجل فرضية التجربة وحد القرار وقاعدة التوقف والنتيجة
- مصفوفة مخاطر الإطلاق والتبعيات والتصعيد والملكية

اليوم 5: تطبيق قرارات GTM

- تمرين مقترح: ترتيب الأسواق وملفات العملاء المثاليين
- تمرين مقترح: اختبار اتساق التموضع ومسار الوصول إلى السوق
- تمرين مقترح: تدقيق جاهزية الإطلاق عبر الوظائف
- تمرين مقترح: اختيار التوسع أو التكيف أو التعليق أو إعادة الاختبار
- المهمة الختامية: تجميع خطة قرار وتنفيذ دخول السوق

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة لتحويل الأدلة التجارية إلى خيارات محكومة لدخول السوق.

- نشاط مقترح: مقارنة خيارين لدخول السوق من خلال الملاءمة الاستراتيجية وجاهزية العملاء والوصول والتبعيات.
- نشاط مقترح: ربط ملف العميل المثالي بالتموضع ونقاط الإثبات وافتراضات التسعير واعتراضات البيع.
- نشاط مقترح: مطابقة تسليم العمل بين المنتج والتسويق والمبيعات والقنوات ونجاح العملاء مع بوابة الجاهزية.
- نشاط مقترح: مراجعة المؤشرات المبكرة وتوثيق قرار التوسع أو التكيف أو التعليق أو إعادة الاختبار.

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن يناسب تدريب استراتيجية دخول السوق المتقدمة وماذا يفترض؟

يناسب تدريب استراتيجية دخول السوق المتقدمة من يساهمون في قرارات التجارة أو المبيعات أو التسويق أو المنتج أو القنوات ويستطيعون تقييم أدلة السوق والعميل والعرض ومسار الفرص.

كيف تختلف استراتيجية دخول السوق عن تدريب استراتيجية التسويق العامة؟

تحكم استراتيجية دخول السوق كيفية وصول عرض محدد إلى عميل مختار عبر التموضع والقنوات والمبيعات وجاهزية الإطلاق والمقاييس، بينما تتناول استراتيجية التسويق العامة خيارات السوق والعلامة المستمرة.

ما الذي تتضمنه خطة قرار وتنفيذ دخول السوق؟

تربط خطة قرار وتنفيذ دخول السوق اختيار السوق وملف العميل ولجنة الشراء وعرض القيمة والتموضع وافتراضات التسعير والقنوات وتسليم العمل وأدلة الجاهزية والمقاييس والتجارب والملاك وقواعد التكيف.

كيف تكيف الفرق استراتيجية دخول السوق بعد الإطلاق؟

تكيف الفرق استراتيجية دخول السوق عبر مراجعات أدلة دورية تقارن الافتراضات باستجابة العملاء وجودة مسار الفرص والتحويل وأداء القنوات والطاقة والمخاطر دون الاستجابة لإشارة منفردة.

الخاتمة

يعود المشاركون بخطة قرار وتنفيذ دخول السوق. تربط الخطة خيارات السوق والعملاء بالتموضع وافتراضات التسعير والقنوات وتسليم العمل وبوابات الإطلاق والمقاييس والتجارب والملكية وقواعد التكيف. تحول الخطة أنشطة الإطلاق المتفرقة إلى أساس محكوم لقرار مكان الدخول وكيفية الوصول إلى المشترين وموعد التوسع أو التكيف أو التعليق أو إعادة الاختبار.