BLACKBIRD FOR TRAINING

سلسلة القيمة وإدارة الموزعين والفرص الاستراتيجية

22 – 26 مارس 2027

كيب تاون (جنوب أفريقيا)

سلسلة القيمة وإدارة الموزعين والفرص الاستراتيجية

المرجع: 338713_3255338 **التاريخ:** 22 – 26 مارس 2027 **المكان:** كيب تاون (جنوب أفريقيا) **الرسوم:** GBP 4200

مقدمة

تمثل سلسلة القيمة في أي مؤسسة الإطار الذي يربط بين الأنشطة التشغيلية والإنتاجية والتسويقية، مما يتيح فهماً أعمق لمصادر الربح والتميز التنافسي. وفي ظل الأسواق المتغيرة وتطور سلوك العملاء، أصبحت إدارة الموزعين جزءاً محورياً من هذه السلسلة، إذ تؤثر بشكل مباشر على كفاءة التوزيع، واستدامة العلاقات التجارية، وتحقيق النمو في الأسواق.

تركز دورة سلسلة القيمة وإدارة الموزعين والفرص الاستراتيجية على تمكين المشاركين من تحليل سلسلة القيمة للمؤسسة، وتحديد نقاط القوة والضعف في عمليات التوزيع، واستكشاف الفرص الجديدة التي يمكن من خلالها تحسين الأداء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

كما تقدم الدورة إطاراً عملياً لفهم العلاقة بين الموردين والموزعين والعملاء، مع التركيز على تطوير الشراكات التجارية الفعالة وتحسين تدفق المنتجات والخدمات عبر جميع مراحل السلسلة.

تستهدف هذه الدورة المديرين في المستويات المتوسطة والعليا ممن يشرفون على سلاسل التوريد والتوزيع أو يعملون في إدارات المبيعات والتسويق والتشغيل، ويبحثون عن سبل عملية لتحسين الكفاءة التشغيلية وتعظيم القيمة المقدمة للعملاء.

أهداف الدورة

- تحليل مكونات سلسلة القيمة وفهم ارتباطها بالعمليات المؤسسية.
- تحديد العوامل المؤثرة في أداء الموزعين والشركاء التجاريين.
- تطوير استراتيجيات لإدارة الموزعين وتحفيزهم لتحقيق الأهداف المشتركة.
- استكشاف الفرص الاستراتيجية لزيادة القيمة وتحسين التنافسية.
- تطبيق نماذج تحليل القيمة لتحديد مجالات التحسين في العمليات.
- تطوير خطط للتكامل بين الأقسام التشغيلية والتسويقية وسلاسل الإمداد.
- فهم آليات تقييم الموزعين وإدارة الأداء المؤسسي المشترك.
- تعزيز مهارات اتخاذ القرار الاستراتيجي في إدارة القنوات التوزيعية.

محاور الدورة

اليوم الأول: فهم سلسلة القيمة المؤسسية

- مفهوم سلسلة القيمة وأهميتها في بيئة الأعمال الحديثة.
- تحليل الروابط بين الأنشطة الأساسية والداعمة في المؤسسة.
- أدوات تحليل سلسلة القيمة وتطبيقاتها العملية.
- تحديد نقاط القوة والضعف في العمليات التشغيلية.
- العلاقة بين سلسلة القيمة والاستراتيجية التنافسية.
- دراسة حالة تطبيقية لتقييم سلسلة قيمة واقعية.

اليوم الثاني: إدارة الموزعين كشريك استراتيجي

- تعريف الموزع ودوره في سلسلة الإمداد.
- معايير اختيار الموزعين وبناء الشراكات طويلة الأجل.
- هيكلة شبكة التوزيع لتغطية الأسواق بكفاءة.
- تحديد أهداف الأداء وتقييم نتائج الموزعين.
- أساليب التواصل والتحفيز بين المؤسسة والموزعين.
- تمرين تطبيقي حول تطوير خطة لإدارة شبكة الموزعين.

اليوم الثالث: التكامل بين سلسلة القيمة والموزعين

- الربط بين مراحل سلسلة القيمة وعلاقات التوزيع.
- تحسين تدفق المعلومات والمنتجات عبر القنوات المختلفة.
- تحليل تكاليف التوزيع وتأثيرها على الربحية.
- بناء مؤشرات أداء رئيسية لمتابعة كفاءة القنوات التوزيعية.
- آليات التنسيق بين أقسام التسويق والتشغيل وسلاسل الإمداد.
- تطبيق عملي على تصميم نموذج توزيع متكامل.

اليوم الرابع: استكشاف الفرص والتحديات في سلسلة القيمة

- تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد الفرص المتاحة.
- الابتكار في إدارة القيمة لتحقيق التميز التنافسي.
- بناء شراكات جديدة لزيادة الحصة السوقية.
- التعامل مع التحديات اللوجستية والتشغيلية في التوزيع.
- إدارة المخاطر في عمليات سلسلة القيمة.
- تمرين عملي لتحديد فرص التحسين داخل المؤسسة.

اليوم الخامس: بناء استراتيجية مستدامة لإدارة القيمة والموزعين

- وضع إطار استراتيجي متكامل لإدارة سلسلة القيمة.
- تحديد الأولويات الاستراتيجية وتخصيص الموارد بفعالية.
- تطوير خطط تنفيذية لتحسين الأداء في قنوات التوزيع.
- متابعة وتقييم الأداء باستخدام أدوات التحليل الاستراتيجي.
- تعزيز التعاون المؤسسي لتحقيق التكامل بين الوظائف.
- جلسة ختامية لعرض المشاريع التطبيقية ومناقشة النتائج.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات!

- اكتساب فهم شامل لسلسلة القيمة وكيفية تحسين كفاءتها.
- تعزيز القدرة على إدارة الموزعين وبناء شراكات استراتيجية.
- تحديد الفرص الجديدة لزيادة الإيرادات وتقليل التكاليف.
- تحسين التكامل بين الأقسام التشغيلية والتسويقية.
- تطوير مؤشرات أداء دقيقة لمتابعة وتقييم النتائج.
- رفع مستوى التنسيق بين المؤسسة وشركائها التجاريين.
- تعزيز القدرات القيادية في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.
- تطبيق استراتيجيات عملية لتحقيق استدامة في سلسلة القيمة.

الخاتمة

تشكل إدارة سلسلة القيمة والموزعين عنصراً استراتيجياً في بناء ميزة تنافسية طويلة الأمد. فهي لا تقتصر على تحسين العمليات الداخلية فحسب، بل تمتد إلى تعزيز العلاقات الخارجية التي تضمن تدفق المنتجات والخدمات بكفاءة وجودة عالية.

تساعد دورة سلسلة القيمة وإدارة الموزعين والفرص الاستراتيجية المشاركين على فهم شامل لآليات تحليل القيمة، وتصميم استراتيجيات توزيع فعالة، واستثمار الفرص التي تساهم في تطوير أداء المؤسسة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

إنها تجربة تطبيقية متكاملة تجمع بين التحليل والابتكار، وتمكن المؤسسات من بناء منظومات أكثر توازناً واستدامة في عالم الأعمال المتغير.