CONCEPT

استراتيجية التسعير وإدارة الإيرادات: الاستعداد للدفع وضبط الخصومات وتخصيص السعة

24 – 28 أكتوبر 2027

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



استراتيجية التسعير وإدارة الإيرادات: الاستعداد للدفع وضبط الخصومات وتخصيص السعة

المرجع: 90_14900 **التاريخ:** 24 – 28 أكتوبر 2027 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

تحدد استراتيجية التسعير وإدارة الإيرادات حجم ما تحتفظ به المنشأة فعلا من القيمة التي تصنعها، ومع ذلك تضع مؤسسات كثيرة أسعار القوائم بحكم العادة، وتترك الخصومات تتسع عبر موافقات بلا ضوابط، وتبيع سعتها القابلة للتلف بأسبقية الحجز. تقدم هذه الدورة من كور كونسبت للممارسين أساليب تحديد السعر انطلاقا من قيمة العميل ومرونة الطلب السعرية، وتتبع تسرب الهامش عبر شلال السعر، وتخصيص السعة المحدودة وفق الطلب المتوقع. ويبني المشاركون نماذج عملية على بيانات حالات من قطاعات متعددة، ويخرجون بدليل التسعير والإيرادات لمنتجاتهم أو خدماتهم.

أهداف الدورة:

- اختيار أهداف التسعير واستراتيجية التسعير المناسبة للمنتج والموقع التنافسي والحد الأدنى للتكلفة
- تقدير الاستعداد للدفع لدى العملاء ومرونة الطلب السعرية من بيانات الاستبيانات والمعاملات والاختبارات
- رسم شلال السعر من سعر القائمة إلى صافي السعر المحقق ووضع قواعد خصومات توقف تسرب الهامش
- تطبيق أدوات التحكم في إدارة الإيرادات مثل حدود الحجز وحواجز الأسعار والحجز الزائد على السعة القابلة للتلف
- تقييم العروض الترويجية وتغييرات الأسعار بتحليل خط الأساس والحجم الإضافي والربح بعد انتهاء العرض
- إعداد دليل التسعير والإيرادات متضمنا نموذجا للسعر والسعة وإجراء حوكمة لصلاحيات الموافقة

الفئة المستهدفة:

- مديرو التسعير والإيرادات المسؤولون عن أسعار القوائم وخطط الأسعار وتغييرات الأسعار
- المديرون التجاريون ومديرو المنتجات المسؤولون عن هامش خط منتجات أو محفظة خدمات
- مديرو المبيعات الذين يوافقون على خصومات العملاء والحسومات اللاحقة وشروط الصفقات الخاصة
- مديرو الإيرادات والعائد في الضيافة والطيران والنقل والفعاليات وغيرها من الخدمات القائمة على السعة
- مديرو المالية التجارية الذين يحللون تحقق الأسعار وعائد العروض الترويجية وانحرافات الهامش

محاور الدورة:

اليوم 1: أهداف التسعير وروافع السعر وتقييم أداء الأسعار الحالي

- مصفوفة أهداف التسعير: الحجم والحصة السوقية والهامش ودخول السوق
- جدول حساسية الربح: أثر تغير السعر بنسبة واحد بالمئة مقارنة بالحجم والتكلفة
- شبكة مقارنة استراتيجيات التسعير بالتكلفة زائد هامش والتسعير التنافسي والتسعير على أساس القيمة
- قرارات تسعير القشط وتسعير الاختراق وتدرج الفئات جيد وأفضل والأفضل
- فحص سلامة تحقق الأسعار لأسعار القوائم والفواتير الحالية

اليوم 2: قيمة العميل والاستعداد للدفع وتجزئة الأسعار

- تقدير القيمة الاقتصادية: القيمة المرجعية وقيمة التمايز
- بحوث الاستعداد للدفع: طريقة Gabor-Granger وتحليل المفاضلة Conjoint
- حساب مرونة الطلب السعرية الذاتية والتقاطعية من سجل المبيعات
- حواجز تجزئة الأسعار: خصائص المشتري وتوقيت الشراء والكمية
- بناء شلال السعر: سعر القائمة وسعر الفاتورة وصافي السعر المحقق

اليوم 3: إدارة الإيرادات للسعة القابلة للتلف

- الشروط المسبقة لإدارة الإيرادات: السعة الثابتة وقابلية التلف والطلب القابل للتجزئة
- منحنى الحجوزات ونموذج التنبؤ بالطلب بطريقة الالتقاط
- حدود الحجز ومستويات الحماية وقاعدة Littlewood للفئتين
- حساب مستوى الحجز الزائد من تكلفة عدم الحضور وتكلفة رفض الخدمة
- قواعد التسعير الديناميكي لغرف الفنادق ومقاعد الطيران ومواعيد الخدمات

اليوم 4: حوكمة الخصومات والعروض الترويجية ومخاطر التسعير

- تحليل نطاق صافي السعر المحقق والأسباب الجذرية لتسرب الهامش
- مصفوفة صلاحيات الخصم وسير عمل الموافقة في مكتب الصفقات
- تحليل العرض الترويجي بعد انتهائه: خط الأساس والزيادة والتآكل الداخلي والشراء المسبق
- تنفيذ تغيير الأسعار: خطة التواصل والتوقيت وتمكين فريق المبيعات
- ميثاق حوكمة التسعير: حقوق القرار ومؤشرات الأداء ودورية مجلس الأسعار

اليوم 5: بناء نموذج التسعير والإيرادات وإعداد الدليل

- حالة تصنيع بين الشركات: إصلاح شلال السعر وإعادة تصميم سياسة الخصومات
- حالة فندق وشركة طيران: نموذج تخصيص السعة والحجز الزائد في ظل صدمات الطلب
- حالة خدمات التجزئة: نموذج عائد تقويم العروض الترويجية
- بناء نموذج التسعير والإيرادات لمنتج أو خدمة المشارك
- عرض دليل التسعير والإيرادات ومناقشته أمام الزملاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تحديد السعر على أساس القيمة
- بحوث الاستعداد للدفع
- تحليل مرونة الطلب السعرية
- تحليل شلال السعر
- تخصيص السعة
- التنبؤ بالطلب على الحجوزات
- قياس عائد العروض الترويجية
- تصميم حوكمة التسعير

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بدليل التسعير والإيرادات ونموذج عملي مبني على بيانات الأسعار أو الخصومات أو الحجوزات الخاصة بجهتك
- تحديد مواضع تآكل صافي الهامش بسبب خصومات الفواتير والحسومات اللاحقة وشروط السداد، وسدها بقواعد موافقة واضحة
- تقدير حجم السعة الواجب حجزه للطلب المتأخر الأعلى سعرا، والحد المقبول للحجز الزائد دون الإضرار بالخدمة
- اختبار قرارات التسعير مع زملاء من التصنيع والضيافة والطيران والخدمات على حالات واقعية

الخاتمة:

السعر هو الرافعة الأكبر أثرا في الربح، ولا يؤتي ثماره إلا حين تتجه الاستراتيجية والتحليل وانضباط الموافقات في اتجاه واحد. تنتقل الدورة من أهداف التسعير واختيار الاستراتيجية، إلى قيمة العميل والاستعداد للدفع ومرونة الطلب، ثم إلى أدوات إدارة الإيرادات للسعة القابلة للتلف، وصولا إلى حوكمة الخصومات وتحليل العروض الترويجية وتنفيذ تغيير الأسعار. ويطبق اليوم الأخير هذه الأساليب على حالات من قطاعات متعددة، ليخرج المشاركون بدليل التسعير والإيرادات يعتمدون عليه في قرار التسعير التالي.