CONCEPT

تسويق الخدمات المهنية وتطوير الأعمال: القيادة الفكرية وإدارة فرص العطاءات

29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



تسويق الخدمات المهنية وتطوير الأعمال: القيادة الفكرية وإدارة فرص العطاءات

المرجع: 939_21579 **التاريخ:** 29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

تعتمد كثير من شركات الاستشارات والهندسة وإدارة المرافق والخدمات الاستشارية على العلاقات الشخصية لعدد محدود من الشركاء لجلب الأعمال الجديدة، فيتذبذب حجم الفرص بين الوفرة والشح، وتعد عروض لمناقصات لا فرصة حقيقية للفوز بها، وتخفض الأتعاب لمجاراة المنافسين. يقدم تسويق الخدمات المهنية وتطوير الأعمال بديلا منظما يقوم على تموضع واضح للممارسة، وقيادة فكرية مبنية على الرؤى، وبرامج لكبار العملاء، وقرارات منضبطة للمشاركة في العطاءات، ونماذج أتعاب قائمة على القيمة. تمكن هذه الدورة من كور كونسبت الشركاء والمديرين وفرق تطوير الأعمال من تطبيق هذا النهج، ويخرج المشاركون بخطة تسويق وتطوير أعمال للممارسة لشركة محل دراسة حالة.

أهداف الدورة:

- تشخيص طريقة اختيار العملاء المستهدفين للمستشارين الخبراء وتعيينهم، وتحديد مصادر أعمال الشركة الحالية
- تحديد تموضع الممارسة وأسس تميزها وبنية علامتها التجارية بصورة يتعرف عليها العملاء ويتذكرونها
- تصميم برنامج للقيادة الفكرية والفعاليات والتحدث في المؤتمرات مرتبط بمشكلات عملاء القطاعات
- إدارة خط فرص العطاءات بقيم مرجحة وتطبيق معايير قرار المشاركة أو الاعتذار قبل تخصيص جهد إعداد العروض
- اختيار نماذج الأتعاب ومسارات البيع المتقاطع والإحالة التي ترفع إيراد الأتعاب لكل عميل
- إعداد خطة تسويق وتطوير أعمال للممارسة وقياسها بمؤشرات أداء لشركة محل دراسة حالة

الفئة المستهدفة:

- الشركاء والمديرون المسؤولون عن إيرادات الممارسة والعلاقات مع كبار مسؤولي العملاء
- مديرو تطوير الأعمال الذين يديرون خط فرص العطاءات وينسقون فرق إعداد العروض
- مديرو التسويق الذين يخططون لهوية الشركة ومحتوى الرؤى والفعاليات
- قادة الممارسات والقطاعات المسؤولون عن تنمية خط خدمة محدد
- مديرو العطاءات والعروض الذين ينسقون التقديمات متعددة التخصصات
- مديرو علاقات العملاء الذين يقودون أهم حسابات العملاء في الشركة

محاور الدورة:

اليوم 1: كيف يشتري العملاء الخبرة وخط الأساس لنمو الشركة

- صفات الثقة في شراء الخبرة: إشارات المهارة والسمعة والقدرة والأخلاقيات
- أنواع الشركات المهنية: النموذج التقليدي والنموذج المهني الجديد ونموذج مطوري التقنية
- مسارات اختيار المستشار: التعيين المباشر وقوائم الموردين المؤهلين والمناقصات التنافسية والإحالات
- تحليل منشأ الأعمال: العملاء المتكررون والأعمال المحالة والعملاء الجدد
- بطاقة تدقيق الوضع الحالي لتطوير أعمال الممارسة

اليوم 2: التموضع وهوية الممارسة ونماذج القيادة الفكرية

- لوحة تموضع الخبرة: القطاعات المستهدفة ومشكلات العملاء وأدلة الإثبات
- اختبارات التمايز: خيار الشركة المتخصصة مقابل الشركة متعددة الخدمات
- بنية العلامة التجارية للشركة والممارسة: العلامة الأم والعلامات المساندة وأسماء خطوط الخدمة
- تصميم برنامج القيادة الفكرية: محاور الرؤى والتقارير البحثية وأوراق وجهات النظر
- خطة الفعاليات والتحدث: موائد العملاء المستديرة والندوات الإلكترونية ومشاركات المؤتمرات

اليوم 3: تنمية العملاء وخط فرص العطاءات واستراتيجية الأتعاب

- نموذج خطة العميل الرئيسي: خريطة العلاقات ومدى انتشار الخدمات ومستهدفات النمو
- برنامج الاستماع للعملاء: مراجعات ما بعد المشروع ومقابلات صحة العلاقة
- مراحل خط فرص العطاءات: الفرصة الأولية والفرصة المؤهلة والعرض والترسية بقيم مرجحة
- مصفوفة قرار المشاركة أو الاعتذار Go/No-Go: معايير الملاءمة وفرص الفوز والموارد والهامش
- مقارنة نماذج الأتعاب: الأتعاب الثابتة والأسعار بالساعة والاشتراك الدوري وأتعاب النجاح

اليوم 4: روافع النمو والحضور الرقمي ومزالق أداء تطوير الأعمال

- البيع المتقاطع بين الممارسات: خريطة الخدمات المتجاورة وبروتوكول التعريف بين الشركاء
- بناء شبكات الإحالة: الوسطاء وشركاء التحالف وشبكة الموظفين السابقين
- الموقع الإلكتروني للشركة وحضورها في محركات البحث: صفحات الخبرة ودراسات حالة المشاريع ومراكز الرؤى
- محاور الفوز في العروض وفخاخ خصم الأتعاب ومنهجية مراجعة الخسارة
- لوحة أداء تطوير الأعمال: معدل الفوز وتغطية خط الفرص وتحصيل الأتعاب وتكلفة البيع

اليوم 5: خطة تسويق وتطوير أعمال الممارسة لشركة دراسة الحالة

- موجز الحالة: ملفات شركات هندسية وإدارة مرافق واستشارية مع بيانات الإيرادات
- بيان التموضع وتقويم القيادة الفكرية للحالة
- قائمة العملاء المستهدفين وخطط العملاء الرئيسيين وفرز قرار المشاركة للحالة
- استراتيجية الأتعاب ومستهدفات البيع المتقاطع لكل ممارسة في الحالة
- عرض خطة تسويق وتطوير أعمال الممارسة أمام لجنة من الشركاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تموضع الخبرة
- بنية علامة الممارسة
- تخطيط القيادة الفكرية
- تخطيط العملاء الرئيسيين
- تأهيل فرص العطاءات
- اختيار نماذج الأتعاب
- بناء شبكات الإحالة
- قياس أداء تطوير الأعمال

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة تسويق وتطوير أعمال للممارسة لشركة استشارية أو هندسية أو لإدارة المرافق محل دراسة حالة
- التوقف عن إنفاق جهد إعداد العروض على مناقصات فرص الفوز بها ضعيفة
- تحويل خبرة الشركاء إلى محتوى رؤى ومشاركات متحدثين تجذب العملاء إلى الشركة
- مقارنة ممارسات تطوير الأعمال مع نظراء من شركات الاستشارات والهندسة وإدارة المشاريع والخدمات الاستشارية

الخاتمة:

تنمو الشركات المهنية بثبات حين تتموضع خبرتها بوضوح وتصبح مرئية للعملاء وتتحول إلى أعمال عبر عملية مدارة لا عبر تعارف عابر. تنتقل الدورة من طريقة شراء العملاء للخبرة ومصادر أعمال الشركة، إلى التموضع وهوية الممارسة والقيادة الفكرية والفعاليات، ثم خطط العملاء الرئيسيين وخط فرص العطاءات وقرار المشاركة ونماذج الأتعاب، فالبيع المتقاطع وشبكات الإحالة والحضور الرقمي ومؤشرات تطوير الأعمال. ويطبق اليوم الأخير هذه الأساليب على شركة محل دراسة حالة، وينتج خطة تسويق وتطوير أعمال للممارسة جاهزة لمراجعة الشركاء.