CONCEPT

دورة تصميم وإدارة برامج الولاء: اقتصاديات النقاط والمستويات وقياس الأثر الإضافي

8 – 12 أغسطس 2027

الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد



دورة تصميم وإدارة برامج الولاء: اقتصاديات النقاط والمستويات وقياس الأثر الإضافي

المرجع: 1608_25684 **التاريخ:** 8 – 12 أغسطس 2027 **المكان:** الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد **الرسوم:** SAR 20000

مقدمة:

دورة تصميم وإدارة برامج الولاء مدتها أسبوع، وتستهدف فرق التسويق في قطاع التجزئة ومديري برامج الولاء، وينتهي فيها المشارك بإعداد خطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته لمنشأة تجزئة افتراضية، مع التركيز على اقتصاديات النقاط والمستويات والشراكات وقياس الأثر الإضافي. تكافئ برامج كثيرة مشتريات كانت ستتم على أي حال، بينما يتراكم رصيد النقاط غير المستردة تكلفة لا تقاس. يعمل المرشحون فعلا في الحملات الترويجية أو بيانات العملاء لعلامة تجارية في التجزئة أو السلع الاستهلاكية، وتقدم الدورة بأسلوب بناء النماذج على بيانات حالة. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة في تصميم وإدارة برامج الولاء.

أهداف الدورة:

- تحديد أهداف برنامج الولاء وسلوكيات الأعضاء المستهدفة بما يربط إنفاق الولاء بهامش الربح وقيمة العميل
- تصميم معدلات كسب النقاط وقوائم المكافآت وعتبات المستويات بما يوجه الإنفاق دون التفريط في الهامش
- حساب القيمة المستحقة للنقاط وتكلفة النقطة ونسبة النقاط غير المستردة من بيانات الاسترداد ورفعها إلى الإدارة المالية
- هيكلة شراكات التحالف وترتيبات التمويل وتخطيط رحلات التطبيق والمحفظة الرقمية مع تسجيل موافقة العميل
- اختبار الأثر الإضافي بمجموعات المقارنة والاستبعاد وفصل الزيادة الحقيقية عن المبيعات المستقطعة من منتجات أخرى
- إعداد خطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته بسيناريوهات وضوابط وقواعد قرار لمنشأة تجزئة افتراضية

الفئة المستهدفة:

- مديرو التسويق في التجزئة والسلع الاستهلاكية المسؤولون عن تصميم برنامج مكافآت العملاء ونتائجه
- مديرو الولاء والعضوية المسؤولون عن التسجيل والنشاط وأداء الاسترداد
- مديرو بيانات العملاء والرؤى الذين يوفرون بيانات الأعضاء ويقيسون نتائج البرنامج
- مديرو منتجات التطبيقات والقنوات الرقمية المسؤولون عن المحفظة الرقمية والبطاقة الرقمية ورحلات حساب العضو
- الشركاء الماليون في الأعمال الذين يراجعون القيمة المستحقة للنقاط وتكاليف البرنامج وتسويات الشركاء

محاور الدورة:

اليوم 1: أسس برنامج الولاء والأهداف وتقييم الوضع الحالي

- مقارنة برامج العلامة الواحدة وبرامج التحالف وبرامج المراكز التجارية
- رسم آليات الكسب والاسترداد والمكانة على لوحة تشريح البرنامج
- تدقيق صحة قاعدة الأعضاء بمعدل النشاط ومسار التسجيل
- هرم أهداف الولاء الذي يربط غايات البرنامج بهامش التجزئة
- بطاقة مقارنة البرنامج القائم بمحركات قيمة العميل

اليوم 2: هيكلة البرنامج والمكافآت وتصميم المستويات

- تصميم شبكة معدلات الكسب بحسب هامش الفئة وشريحة الإنفاق
- اختيار قائمة المكافآت بمعيار القيمة المدركة ونسبة التكلفة
- تحديد عتبات المستويات بتوزيع الإنفاق وقواعد الاحتفاظ بالمكانة
- المحفزات السلوكية: تدرج الهدف والتقدم الممنوح وكراهية الخسارة
- نموذج نقطة التعادل للعضوية المدفوعة ومستوى الاشتراك

اليوم 3: القيمة المستحقة للنقاط والنقاط غير المستردة واقتصاديات البرنامج

- سجل القيمة المستحقة للنقاط ومعالجة الإيراد المؤجل وفق معايير الاعتراف الدولية بالإيراد
- تقدير نسبة النقاط غير المستردة من منحنيات الاسترداد وقواعد الانتهاء
- حساب تكلفة النقطة مع تنفيذ المكافآت وهوامش التمويل
- جدول حساسية القيمة المستحقة لتغير معدل الكسب وصدمات الاسترداد
- مراجعة أثر سياسات الانتهاء والخمول وتخفيض قيمة النقطة

اليوم 4: الشراكات والقنوات الرقمية وقياس الأثر الإضافي

- اقتصاديات شركاء التحالف وقواعد شراء النقاط والتسوية
- خريطة رحلة التكامل مع التطبيق والمحفظة الرقمية والبطاقة الرقمية
- تحديد هوية العميل وتسجيل موافقته عند نقطة البيع والتطبيق
- تصميم اختبار الأثر الإضافي بمجموعة مقارنة مطابقة ومجموعة استبعاد
- ضوابط الاستقطاع من منتجات أخرى والاحتيال وإساءة الاستخدام بقواعد تنبيه بعتبات

اليوم 5: بناء النماذج وخطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته

- إعداد بيانات أعضاء منشأة التجزئة الافتراضية وحساب خط الأساس للإنفاق
- بناء نموذج سيناريوهات لمعدل الكسب وعتبات المستويات
- توقع القيمة المستحقة والنقاط غير المستردة مع فحص الحساسية
- خطة اختبار الأثر الإضافي بمقاييس النجاح وقواعد القرار
- استكمال خطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته ومناقشتها مع النظراء

المهارات التي ستكتسبها:

- هيكلة برامج الولاء
- تصميم معدلات الكسب والمستويات
- تقدير القيمة المستحقة للنقاط
- توقع النقاط غير المستردة
- هيكلة شراكات التحالف
- تصميم رحلات التطبيق والمحفظة
- تصميم اختبارات مجموعات المقارنة
- نمذجة سيناريوهات البرنامج

لماذا تحضر هذه الدورة:

- تسليم خطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته إلى مدير التسويق والمسؤول المالي ومالك منتج التطبيق
- الحسم في ما إذا كان مستوى أو مكافأة أو عرض شريك يغطي تكلفته، بالاعتماد على النقاط غير المستردة والأثر الإضافي لا على عدد عمليات الاسترداد
- تفادي قيمة نقاط مستحقة غير مسجلة وهامش يضيع في مكافآت على مشتريات كانت ستتم أصلا وإعادة تصميم مكلفة بعد الإطلاق
- توجيه الفرق والوكالات إلى قراءة نتائج مجموعات المقارنة وتقارير القيمة المستحقة بتعريفات موحدة

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يعرض المشارك خطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته على مدير التسويق والمسؤول المالي ومالك منتج التطبيق، فيعتمدون عليها في إقرار معدلات الكسب وعتبات المستويات وشروط الشراكات ومخصص القيمة المستحقة للنقاط. وتطبق فرق التسويق والرؤى تصميم مجموعة الاستبعاد فيها على دورة الحملات التالية. وبعد أول فترتين من التقارير تراجع الوحدة النقاط غير المستردة الفعلية وتكلفة الاسترداد والزيادة المقاسة مقارنة بالخطة، ثم تعدل معدلات الكسب وقواعد الانتهاء وتمويل الشركاء.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشارك قبل دورة تصميم وإدارة برامج الولاء؟

ينبغي أن يعمل المشارك فعلا في الحملات الترويجية أو بيانات العملاء أو تسويق التجزئة، وأن يتقن الجداول الإلكترونية والهوامش والمتوسطات. ويفيد إحضار وصف لقواعد برنامجه ومعدلات الكسب وبيانات الاسترداد لتكون تمارين بناء النماذج أقرب إلى واقعه.

بم تختلف دورة تصميم وإدارة برامج الولاء عن دورة عامة في علاقات العملاء؟

تركز هذه الدورة على البرنامج نفسه: قواعد الكسب والمكافآت والمستويات والقيمة المستحقة للنقاط وغير المستردة والشراكات واختبارات الأثر الإضافي. أما الدورة العامة في علاقات العملاء فتتناول الاستراتيجية والبيانات وعمليات الخدمة، وتعد برامج الولاء موضوعا واحدا بين موضوعات كثيرة.

لماذا تهم القيمة المستحقة للنقاط في تصميم وإدارة برامج الولاء؟

النقاط الصادرة تكلفة مستقبلية على المنشأة وتعالج عادة إيرادا مؤجلا. وإذا وضعت قواعد الكسب والاسترداد دون نمذجة القيمة المستحقة ونسبة النقاط غير المستردة المتوقعة، فقد تتحرك النتائج المالية والهوامش بصورة غير متوقعة.

ماذا يعود به المشارك من دورة تصميم وإدارة برامج الولاء؟

يعود المشارك بخطة تصميم برنامج الولاء واقتصادياته، إضافة إلى نموذج لمعدلات الكسب والمستويات وتوقع للقيمة المستحقة والنقاط غير المستردة وقائمة تحقق لشروط الشركاء وتصميم لاختبار مجموعة المقارنة قابل للتكييف مع برنامجه.