CORE CONCEPT

دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع:
نمذجة منطقة الجذب والتنبؤ بمبيعات الفروع الجديدة

19 – 23 يوليو 2027

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن

دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع: نمذجة منطقة الجذب والتنبؤ بمبيعات الفروع الجديدة

المرجع: 1955_29055 **التاريخ:** 19 – 23 يوليو 2027 **المكان:** لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن **الرسوم:** SAR 23000

مقدمة:

دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع، بما فيها نمذجة منطقة الجذب والتنبؤ بمبيعات الفروع الجديدة، دورة تمتد أسبوع لفرق التوسع وتخطيط شبكة الفروع وتحليلات المواقع، وتنتهي بإعداد خطة توسع شبكة الفروع لجهة الحالة. فكثير من سلاسل التجزئة والمطاعم والمقاهي والبنوك والصيدليات ومحطات الوقود تفتتح فروعا بالحدس، وتبالغ في تقدير إيرادات السنة الأولى، وتغفل استحواذ الفرع الجديد على مبيعات الفروع القائمة، وتبقي مواقع خاسرة مفتوحة مدة أطول مما ينبغي. ويعمل المشاركون أصلا في فرز المواقع أو إعداد مذكرات التوسع، ويتدربون عبر بناء نماذج حسابية على بيانات مدة القيادة والسكان وحركة المارة والمبيعات. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة.

أهداف الدورة:

- تحديد النطاقات التجارية بمضلعات مدة القيادة والمشي وحلقات المسافة وخرائط مواطن العملاء لكل صيغة متجر
- توصيف الطلب في منطقة الجذب من بيانات السكان والإنفاق وحركة المارة وعدادات المرور وتقدير الإنفاق المتاح لفرع جديد
- التنبؤ بإيرادات الفرع الجديد بنموذج Huff الاحتمالي وقانون Reilly للجاذبية التجارية ونماذج المتاجر المماثلة والانحدار ومقارنة التنبؤ بنتائج التشغيل الفعلية
- قياس انتقال المبيعات والتآكل بين الفروع القائمة والمقترحة وتحديد المناطق غير المخدومة في شبكة الفروع
- تقييم كل موقع مرشح بفترة الاسترداد وصافي القيمة الحالية وتحليل الحساسية واتخاذ قرار النقل أو تقليص المساحة أو إغلاق الفروع الضعيفة
- إعداد خطة توسع شبكة الفروع مع ترتيب المواقع ودراسة جدوى استثمارية لكل موقع تعرض على لجنة الاستثمار

الفئة المستهدفة:

- المديرون المسؤولون عن افتتاح الفروع والمنافذ ومحطات الخدمة الجديدة وعرض مقترحات المواقع للاعتماد
- المديرون المسؤولون عن تخطيط حجم شبكة المتاجر أو الفروع وتوزيعها على مدى عدة سنوات
- المحللون المسؤولون عن بيانات المواقع وخرائط نظم المعلومات الجغرافية GIS ونماذج التنبؤ بالمبيعات لقرارات التوسع
- المديرون المسؤولون عن استحواذ العقارات التجارية والتفاوض على عقود الإيجار والفحص النافي للجهالة للمواقع
- الشركاء الماليون للأعمال المسؤولون عن تقييم النفقات الرأسمالية للفروع الجديدة والفروع المجددة

محاور الدورة:

اليوم 1: استراتيجية المواقع وصيغ المتاجر وأسس النطاق التجاري

- نظرية المكان المركزي Central Place Theory وتدرج صيغ المتاجر
- بيان استراتيجية المواقع الذي يربط الصيغة بالعميل ودور الفرع في الشبكة
- قواعد تحديد النطاق التجاري الأولي والثانوي والثالثي
- رسم خرائط مواطن العملاء من بيانات الولاء والرموز البريدية للمعاملات
- خط أساس الشبكة الحالية لكثافة المبيعات وعمر الفروع

اليوم 2: بيانات منطقة الجذب ومسارات عمل نظم المعلومات الجغرافية ونماذج الجاذبية

- خطوط تساوي مدة القيادة والمشي المبنية على شبكات الطرق
- طبقات بيانات السكان وإنفاق الأسر والسكان النهاريين
- عدادات حركة المارة ولوحات بيانات مواقع الهواتف ومصادر إحصاءات المرور
- قانون Reilly للجاذبية التجارية وحساب نقطة التعادل بين مركزين
- نموذج Huff الاحتمالي بمعاملات الجاذبية وتناقص الأثر مع المسافة

اليوم 3: التنبؤ بمبيعات الفروع الجديدة وفرز المواقع

- اختيار المتاجر المماثلة والتنبؤ بنسب المبيعات المقارنة
- نموذج الانحدار المتعدد للمبيعات على متغيرات منطقة الجذب
- قائمة فحص المواقع للظهور وسهولة الوصول والمواقف وواجهة المحل
- حصر المنافسين ومؤشر الضغط التنافسي في كل منطقة جذب
- التحقق من التنبؤ مقابل مبيعات السنة الأولى للفروع المفتتحة حديثا

اليوم 4: التآكل بين الفروع والمناطق غير المخدومة واقتصاديات إغلاق الفروع

- مصفوفة انتقال المبيعات بين الفروع القائمة والفروع المقترحة
- تحليل المناطق غير المخدومة والطلب غير الملبى في الشبكة
- دراسة جدوى الموقع بفترة الاسترداد وصافي القيمة الحالية وتحليل الحساسية
- قواعد قرار النقل وتقليص المساحة والإغلاق للفروع الضعيفة
- انحياز التنبؤ ومخاطر التفاؤل ومراجعة الأداء بعد الافتتاح

اليوم 5: بناء نموذج خطة توسع شبكة الفروع

- إعداد خريطة منطقة الجذب وملف الطلب لجهة الحالة
- مقارنة تنبؤات Huff والمتاجر المماثلة للمواقع المرشحة لجهة الحالة
- ترتيب التآكل والمناطق غير المخدومة في شبكة جهة الحالة
- دراسات جدوى مواقع جهة الحالة وقائمة الفروع المرشحة للإغلاق
- استكمال خطة توسع شبكة الفروع والدفاع عنها أمام لجنة

المهارات التي ستكتسبها:

- ترسيم النطاق التجاري
- رسم خطوط تساوي مدة القيادة
- تقدير الطلب في منطقة الجذب
- معايرة نماذج الجاذبية
- التنبؤ بالمبيعات بالمتاجر المماثلة
- قياس التآكل بين الفروع
- تحديد المناطق غير المخدومة
- تقييم الاستثمار في المواقع

لماذا تحضر هذه الدورة:

- تقديم خطة توسع شبكة الفروع مع ترتيب المواقع ودراسات الجدوى إلى مدير التوسع ولجنة الاستثمار
- الحسم في المواقع المرشحة بين الاعتماد والتأجيل والرفض، وفي الفروع الضعيفة بين النقل والإغلاق، استنادا إلى التنبؤ وفترة الاسترداد
- تجنب خسارة تكاليف التجهيز والإيجار في فروع لا تبلغ التنبؤ أو تكتفي بسحب المبيعات من الفروع المجاورة
- نقل نماذج خطوط تساوي مدة القيادة وأوراق تنبؤ المتاجر المماثلة وقوائم فحص المواقع إلى فرق العقارات والمالية والتحليلات

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يسلم المشارك خطة توسع شبكة الفروع إلى مدير التوسع والإدارة المالية ولجنة الاستثمار. ويعتمدون عليها في إقرار الموجة التالية من الافتتاحات، وتحديد مستهدفات التنبؤ لكل موقع، والاتفاق على الفروع التي تنقل أو تغلق، وتمويل البيانات وأدوات نظم المعلومات الجغرافية التي يحتاجها التحليل. وبعد أن تكمل الفروع الجديدة الأولى سنة تشغيل كاملة، يقارن الفريق الإيرادات الفعلية وانتقال المبيعات وفترة الاسترداد بالتنبؤات، ويعيد معايرة نماذج الجاذبية والمتاجر المماثلة.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشارك قبل دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع؟

يحتاج المشارك إلى إلمام بجداول البيانات وخبرة عملية في فرز المواقع أو إعداد مذكرات التوسع أو مراجعة الشبكة. ويساعده إحضار مبيعات فروع مجهلة أو رموز بريدية للعملاء أو مقترح موقع حديث على ربط النموذج بشبكته.

بم تختلف دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع عن دورات إدارة المراكز التجارية أو تشغيل المتاجر؟

تتناول هذه الدورة أين يفتتح الفرع أو ينقل أو يغلق وكم سيبيع كل موقع. أما دورات المراكز التجارية فتتناول مزيج المستأجرين والتأجير داخل مركز واحد، ودورات تشغيل المتاجر تتناول إدارة الفرع بعد افتتاحه.

لماذا يستخدم اختيار مواقع متاجر التجزئة نماذج الجاذبية مثل نموذج Huff؟

لأن نماذج الجاذبية تقدر حصة المتجر من إنفاق منطقة الجذب بحسب جاذبيته ومسافة الوصول إليه مقارنة بالمنافسين. فهي تحول خريطة الطلب والمنافسة إلى تنبؤ بالمبيعات يمكن اختباره مقابل المتاجر المماثلة.

ماذا يعود به المشارك من دورة اختيار مواقع متاجر التجزئة وتحليلات الموقع؟

يعود المشارك بخطة توسع شبكة الفروع لجهة الحالة، تضم خرائط منطقة الجذب وتنبؤات Huff والمتاجر المماثلة ومصفوفة التآكل وترتيب المناطق غير المخدومة ودراسات جدوى المواقع، ويمكنه تكييفها مع شبكته.