

€ TRAINING

فن تسعير الخدمات الرقمية: استراتيجيات مبتكرة لتحقيق الربحية
والتنافسية

21 - 25 إبريل 2025
باريس (فرنسا)



فن تسعير الخدمات الرقمية: استراتيجيات مبتكرة لتحقيق الربحية والتنافسية

رمز الدورة: J1608 تاريخ الإنعقاد: 21 - 25 إبريل 2025 دولة الإنعقاد: باريس (فرنسا) - التكلفة: 5750 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبح تسعير الخدمات الرقمية عنصراً حاسماً في تحقيق الربحية والتنافسية. يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بفهم عميق لاستراتيجيات التسعير الحديثة التي تأخذ في الاعتبار طبيعة الأسواق الرقمية، توجهات العملاء، وتحليل التكاليف والقيمة. سيتعرف المشاركون على كيفية تصميم وتنفيذ سياسات تسعير مرنة تعزز من قدرة الشركات على جذب العملاء وتحقيق النمو المستدام.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم العوامل الأساسية المؤثرة في تسعير الخدمات الرقمية.
- تطبيق استراتيجيات تسعير مبتكرة لزيادة التنافسية والربحية.
- تحليل بيانات السوق وسلوك العملاء لدعم قرارات التسعير.
- تصميم نماذج تسعير مرنة تتكيف مع تغيّرات السوق.
- قياس تأثير سياسات التسعير على الأداء المالي للشركة.

الفئات المستهدفة:

- موظفو التسعير في الشركات التقنية.
- مدراء المنتجات والخدمات الرقمية.
- مختصو تطوير الأعمال في السوق الإلكتروني.
- مدراء المبيعات والتسويق في القطاعات الرقمية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع التقنية.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

أساسيات تسعير الخدمات الرقمية:

- المفاهيم الأساسية للتسعير الرقمي وأهميته في السوق.
- الفروق الجوهرية بين تسعير المنتجات التقليدية والخدمات الرقمية.
- آليات دراسة السوق الرقمية: التحليل التنافسي وسلوك العملاء.
- العلاقة بين تكلفة الخدمة والقيمة المقدمة.
- الجوانب القانونية والسياسات المؤثرة في قرارات التسعير.

الوحدة الثانية:

استراتيجيات التسعير في الخدمات الرقمية:

- استراتيجيات التسعير المستندة إلى القيمة Pricing Based-Value.
- تسعير الاشتراكات والخدمات المستمرة.
- استراتيجيات التسعير المجزأ Freemium وتطبيقاتها.
- العروض الترويجية والخصومات: متى وكيف يتم تطبيقها؟

- استراتيجيات تسعير التوسع الدولي للخدمات الرقمية.
- دراسات حالة لشركات تقنية عالمية ناجحة.

الوحدة الثالثة:

التحليل المالي والبيانات لدعم قرارات التسعير:

- تحليل التكلفة والأرباح للخدمات الرقمية.
- تطبيق أدوات تحليل البيانات لتحديد السعر المثالي.
- قراءة مؤشرات السوق وتحليل التوجهات الرقمية.
- التوقع المالي لتأثير قرارات التسعير على الأداء العام.
- تطبيق النماذج التحليلية لتحسين كفاءة استراتيجيات التسعير.

الوحدة الرابعة:

إدارة الأسعار في ظل التغيرات السوقية:

- التكيف مع تغيّرات الطلب الموسمي.
- استراتيجيات التعامل مع المنافسة المتزايدة.
- إدارة أسعار الخدمات الرقمية في حالات التضخم والانكماش.
- تطوير خطط تسعير مرنة وبديلة لمواجهة الأزمات.
- إدارة الأسعار في الأسواق الدولية وتحليل الاختلافات الإقليمية.

الوحدة الخامسة:

بناء سياسات تسعير مرنة ومستدامة:

- تحديد أهداف وسياسات التسعير بما يتماشى مع استراتيجية الشركة.
- تصميم نماذج تسعير مرنة تلبي احتياجات العملاء المتغيرة.
- تحقيق التوازن بين الربحية وقيمة العميل.
- الابتكار في تصميم نماذج تسعير جديدة.
- التخطيط الاستراتيجي لتحديث سياسات التسعير المستقبلية.