

CENTRAL BANK OF EGYPT  
Egyptian Banking Institute



البنك المركزي المصري  
المعهد المصرفي المصري

# تطوير المنتجات المصرفية للمشروعات الصغيرة و المتوسطة



## وصف البرنامج:

تم تصميم هذا البرنامج لتناول عملية تطوير المنتجات الجديدة والتي تمتاز بأنها عملية دائمة التطور يعمل فيها فريق تطوير المنتجات في تزامن محكم يضمن الإطلاق الناجح للمنتجات أو الخدمات، ويمكن تحقيق الهدف من تطوير المنتج إذا تم تحديد الأهداف لكل عملية و بالتركيز على أهم احتياجات العملاء من المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي لوحظت مؤخرا وذلك يتواءم مع التطور السريع للمحددات المنظمة للسوق والتطوير المستمر للمنتجات والخدمات من البنوك العاملة في السوق المصرفي، كما أنه يتضمن الأنشطة المتعلقة بأبحاث السوق والتحليل البيئي وفهم تفضيلات العملاء والمنافسة واختبار المنتجات وتقييم المنتجات.

## الى من يوجه البرنامج:

- فرق تطوير المنتجات المصرفية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- كل من حضر برنامج التسويق وقنوات التوزيع واستراتيجية الاستحواذ على عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

## أهداف البرنامج:

- وصف كيفية تطوير المنتجات الجديدة.
- تخطيط وتطبيق مراحل تطوير المنتج.

## محتويات البرنامج:

### الجزء الأول: وصف كيفية تطوير المنتجات الجديدة

#### ● تعريف تطوير المنتجات

- مقدمة عن تطوير المنتجات
- ماذا يعني تطوير المنتج؟
- اختبار المنتج أو الخدمة قبل إطلاقها
- علاقة تطوير المنتجات والخدمات بالتسويق
- لماذا تقوم المؤسسات بعملية تطوير وتصميم المنتجات والخدمات؟

#### ● تحديد مراحل عملية التطوير

- مراحل عملية التطوير
- الأنشطة الرئيسية لتطوير المنتج
- عوامل تساعد علي نجاح عملية التطوير
- عوامل تتسبب في أخفاق عملية التطوير

### الجزء الثاني: تخطيط وتطبيق مراحل تطوير المنتج

#### ● شرح كيفية بناء فريق تطوير المنتج

- عملية تطوير منهجية واضحة للمنتجات
- كيفية بناء فريق تطوير المنتج

#### ● شرح كيفية تقييم السوق وتقييم المنافسين

- ماهي البحوث التسويقية؟
- أهمية البحوث التسويقية وتأثيرها على الربحية
- العوامل الرئيسية المؤثرة في تقييم السوق
- مصادر المعلومات الداخلية والخارجية
- تقييم المنافسين

## ● تطبيق دورة تطوير المنتج

- تطوير النموذج المبدئي للمنتج
- أعداد المراحل التجريبية واختبار المنتج الجديد
- خطوات إطلاق المنتج
- تطوير باقة المنتجات لدعم المنتجات الجديدة والحالية
- عوامل نجاح تطوير المنتجات للمشروعات الصغيرة والمتوسطة

## ● تحديد احتياجات العملاء من المشاريع الصغيرة والمتوسطة

- مصادر تحديد احتياجات العملاء
- مجموعة منتجات وخدمات المشروعات الصغيرة والمتوسطة

## ● تحليل البحوث التسويقية

- مراحل تحليل البحوث التسويقية
- أساليب وأدوات تحليل البحوث التسويقية

## ● تسعير المنتجات وقنوات التوزيع

- استراتيجية تسعير المنتج
- التسعير بناء على المخاطر
- طرق احتساب التكلفة
- تأثير قنوات التوزيع على التسعير

## استراتيجية التقييم والحضور:

- على المشاركة ٢٠٪
- على المشروع النهائي ٨٠٪

# اجتياز هذا البرنامج بنجاح يؤهل المتدربين للحصول على :

عدد ٢.٦ وحدات تعليم مستمر (تمنح بناء على الساعات الفعلية للمحاضرات)

## اللغة المستخدمة:

العربية ●

HOTLINE

**15200**

*One number to better serve you!*

فرع مدينة نصر (الفرع الرئيسي)  
العنوان: ٢٢٢ شارع الدكتور أنور المفتي  
مبنى طيبة ٢٠٠، ص.ب. ٨١٦٤ القاهرة

انضم الى صفحتنا



[facebook.com/EgyptianBankingInstitute](https://facebook.com/EgyptianBankingInstitute)

تابعنا على



[instagram.com/egyptianbankinginstitute](https://instagram.com/egyptianbankinginstitute)

انضم اليانا



[linkedin.com/company/egyptian-banking-institute](https://linkedin.com/company/egyptian-banking-institute)

شاهدنا على



YouTube Channel: Egyptian Banking Institute (EBI)

[www.ebi.gov.eg](http://www.ebi.gov.eg)