

المقدمة:

تُعد إدارة العلاقات التجارية المهنية مجموعة متكاملة من الكفاءات، المهارات، والسلوكيات التي تهدف إلى تعزيز علاقات عمل منتجة وذات قيمة مضافة. تتمحور هذه الإدارة حول تنشيط وتحفيز وتوجيه الطلب التجاري على منتجات وخدمات مزود الخدمة، لضمان تحقيق أقصى قيمة ممكنة منها، سواء من حيث الاكتساب أو التحسين أو التقدير.

تعمل إدارة العلاقات التجارية المهنية (BRMP) كحلقة وصل استراتيجية بين الجهة المستفيدة (العملاء الداخليين أو الخارجيين) ومقدمي الخدمات داخل المؤسسة، مثل إدارات تكنولوجيا المعلومات أو الموارد البشرية أو المحاسبة. من خلال هذه الإدارة، يتم تسهيل وتحسين سبل التواصل بين الطرفين لضمان تحقيق قيمة حقيقية ومستدامة من الخدمات أو المنتجات أو القدرات المقدمة.

أهداف الدورة التدريبية:

- تأهيل وتطوير الكفاءات المتخصصة في إدارة العلاقات التجارية المهنية (BRMP).
- اكتساب الخبرات والاحترافية في مجال BRMP.
- فهم شامل لأدوار ومسؤوليات مدير العلاقة المهنية.
- التعرف على كيفية تطور هذا الدور في ظل التغيرات في متطلبات الأعمال والموردين.
- استيعاب مفاهيم نضج الطلب التجاري ونضج الإمدادات، وتأثيرهما على أداء BRM.
- التمييز بين الجوانب التكتيكية والاستراتيجية في دور BRM، والربط بينه وبين أدوار مثل "المستشار الموثوق" و"الشريك الاستراتيجي للأعمال".
- استيعاب النموذج التشغيلي المرتبط بإدارة العلاقات التجارية.

الشراكة الاستراتيجية:

- فهم مفهوم "تشكيل الطلب" كوسيلة لتعزيز العائد من الاستثمارات في الخدمات والأصول.
- القدرة على تطبيق أساليب وتقنيات إدارة العلاقات الاستراتيجية لتحسين العلاقات مع الشركاء والموردين.
- التعرف على مراحل دورة التواصل مع الشركاء التجاريين.
- المساهمة في تطوير استراتيجية مشتركة للعلاقة، يتم توثيقها بشكل تعاقدى يعكس التفاهم المتبادل.

ذكاء الأعمال:

- فهم مفهوم "تسريب القيمة" ودور BRM في الحد منه.
- الإلمام بمفهوم خارطة طريق القدرات، وكيفية اشتقاقها من الأهداف الاستراتيجية للأعمال.
- القدرة على ربط استراتيجيات الأعمال واستراتيجيات المزودين والمحافظ وخطط العمل، من أجل تحديد الأولويات وتعظيم القيمة التجارية.
- استخدام نتائج الأعمال في دعم المبادرات الاستراتيجية، وتحديد النطاق، ووضع مؤشرات لقياس القيمة المحققة.

إدارة المحافظ:

- فهم إدارة المحافظ كأداة مركزية ضمن نهج BRM لتحقيق قيمة مستدامة.
- استيعاب كيفية تطبيق إدارة المحافظ على دورة حياة الاستثمارات، بدءًا من استثمار جديد، مرورًا بتحسين القائم، وانتهاءً بإيقاف الاستثمارات غير الفعالة.
- التمييز بين إدارة المشاريع، والبرامج، والمحافظ، وكيفية تكاملها لتحسين القيمة المؤسسية.
- التعرف على أنواع المحافظ المشتركة وأسس تصنيفها، وتطبيقها ضمن معادلة تحسين المحفظة.
- فهم هياكل الحوكمة والعمليات الداعمة لإدارة المحافظ بفعالية.

إدارة انتقال الأعمال:

- فهم إدارة انتقال الأعمال، وأهميتها ودور BRM في نجاحها.
- التعرف على مكونات نموذج القدرة على إدارة الانتقال بفعالية.
- كيفية تحفيز أصحاب المصلحة على دعم عمليات الانتقال.
- تحديد الأدوار الحيوية في قيادة التغيير داخل المؤسسة.
- استيعاب أهمية التفاصيل والمعلومات الدقيقة أثناء عمليات الانتقال، واستخدامها في ضمان الوضوح والشفافية.
- تطبيق مفاهيم القيادة التغييرية والتخطيط لضمان تنفيذ ناجح لعملية الانتقال.

إدارة نطاق الخدمة:

- فهم القيمة المحورية التي تركز عليها الخدمات المقدمة.
- التمييز بين المنتجات والخدمات وما يترتب على ذلك من آثار على دور BRM.
- إدراك الجوانب المتعددة للقيمة التي تضيفها الخدمة، وكيفية تأثرها بقيود مقدمي الخدمات.
- فهم كيفية مواءمة العرض الخدمي مع الاحتياجات التجارية لتحقيق أقصى استفادة ممكنة

الاتصالات الفعالة:

- الإلمام بمكونات الاتصال الفعال.
- معرفة أساليب التأثير دون الحاجة إلى السلطة الرسمية أو الإشراف المباشر.
- القدرة على التعبير عن الأفكار باحترافية، من خلال عرض مقترحات ذات قيمة فريدة ومؤثرة.