

نموذج النمو التسويقي والمالي

لمراكز البحوث

د. معن التنجي

غياث هواربي





النموذج الشائع لمراكز الدراسات العربية

قلة المراكز العربية الخاصة:

7.5% فقط نسبة المراكز العربية الخاصة في قائمة UNDP لـ 223 مركز بحثي عربي
ARAB THINK TANKS DIRECTORY. 2015

غياب أثر المراكز العربية في مجتمعاتها:

غياب المراكز العربية عن قائمة أكثر 100 مركز فكري مؤثر في مجتمعه، باستثناء
مركز عربي وحيد (مركز الأهرام للدراسات)
2014 GLOBAL GO TO THINK TANK INDEX REPORT. UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA. 2015

البحث في نموذج تسويقي ومالي أكثر فاعلية للمراكز العربية

نموذج التواصل



MCKINSEY DOESN'T SELL.

THE FIRM WAITS THE PHONE TO RING...

THE MCKINSEY WAY BOOK.



نموذج التواصل، ماكنزي مثالا

- نموذج تواصل المؤسسة مع العملاء ليس نموذج مبيعات تقليدي.
- إنما يعتمد على التواصل العلمي من جهة المؤسسة (إصدارات ومنتجات علمية)، والذي يعود بتواصل مبيعات من قبل العميل.



حلول
مشاكل
الشركات



بناء
صورة ذهنية
لدى العميل



الهدف
الاستراتيجي
من التسويق

تواصل علمي



العميل

منتجات

- تطبيقات
- مؤشرات
- منهجيات

أنشطة

- مؤتمرات
- برامج تدريبية
- رعاية علمية

إصدارات

- بحث - مقالة
- دراسة - مجلة
- تقرير - كتاب



شركة الأبحاث

تواصل مبيعات

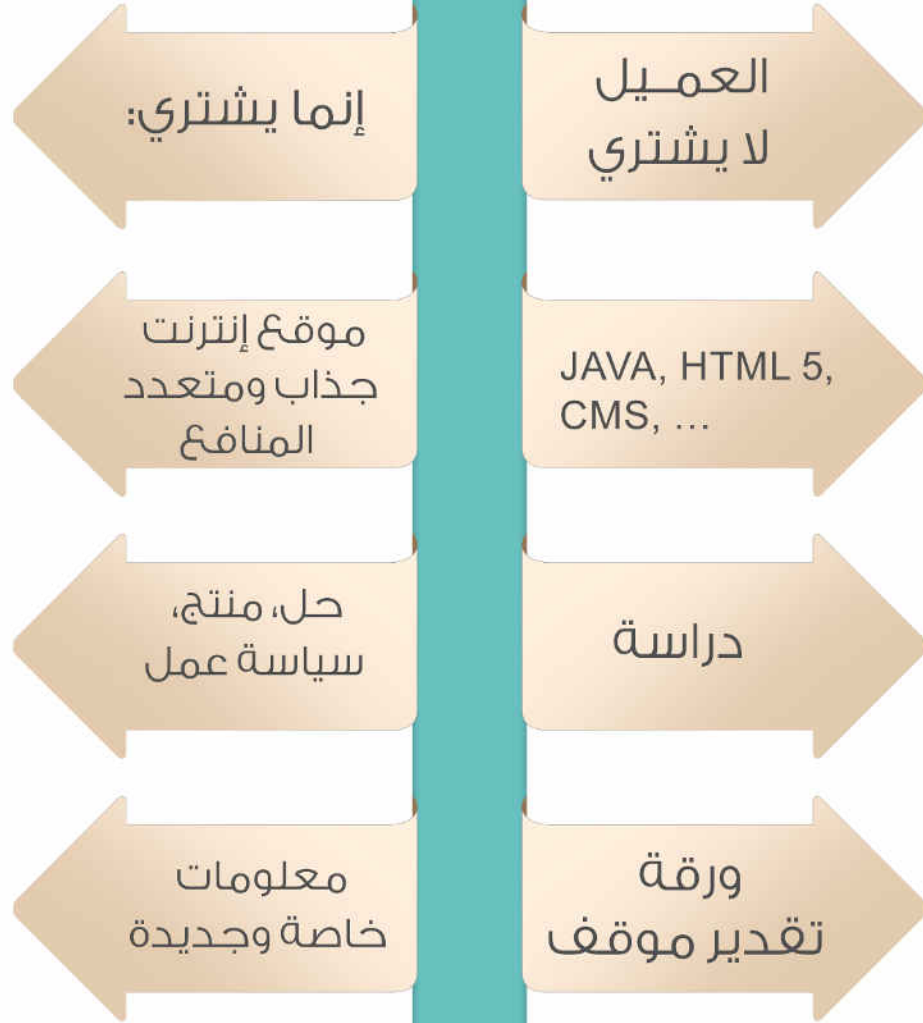


اتصال مباشر

- لقاء مباشر
- اتصال هاتفي
- تواصل إلكتروني



نموذج
التواصل
لماكزي



العائد المالي

تحصل المؤسسة على العائد المادي
عندما تخلق قيمة مضافة لدى العميل

العامل = مؤسسة
الأبحاث

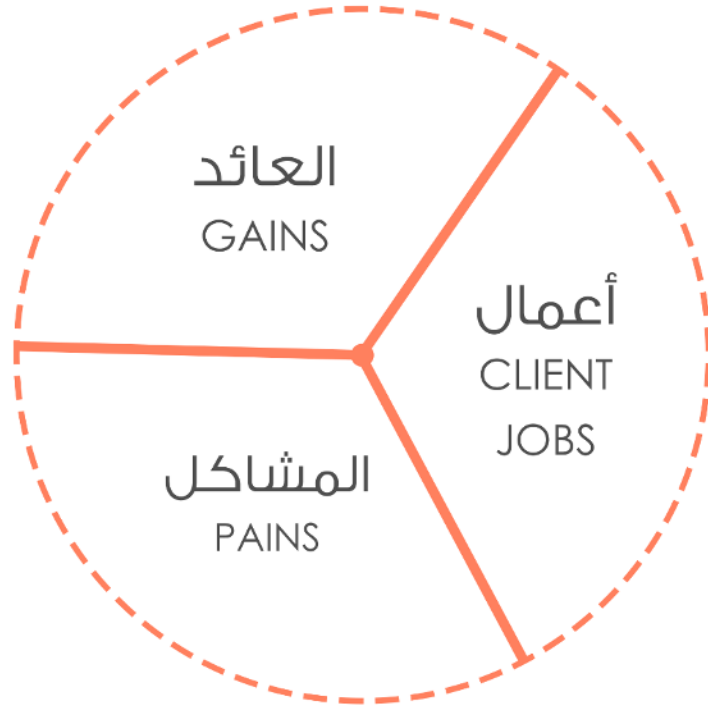
المورد
المالي

القيمة
المضافة



نموذج بناء القيمة المضافة

العميل

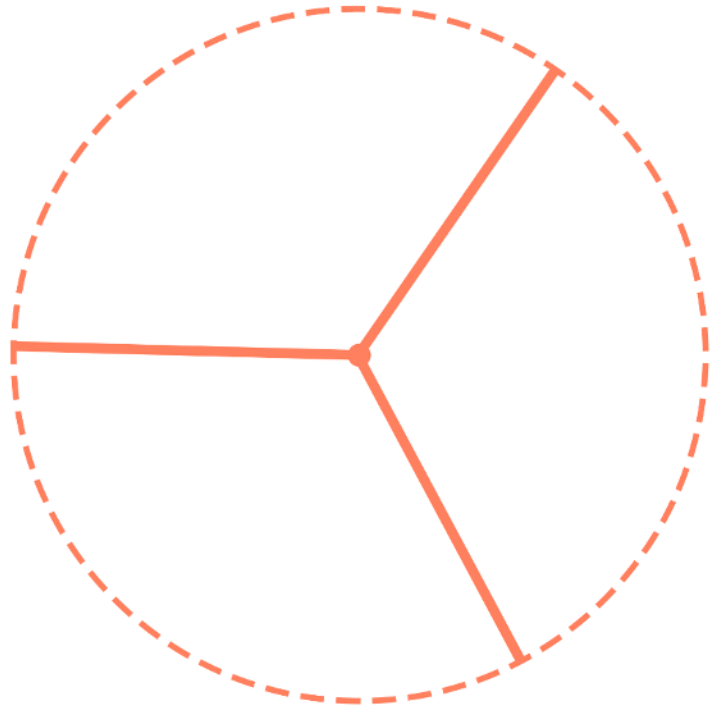


المنتجات والخدمات

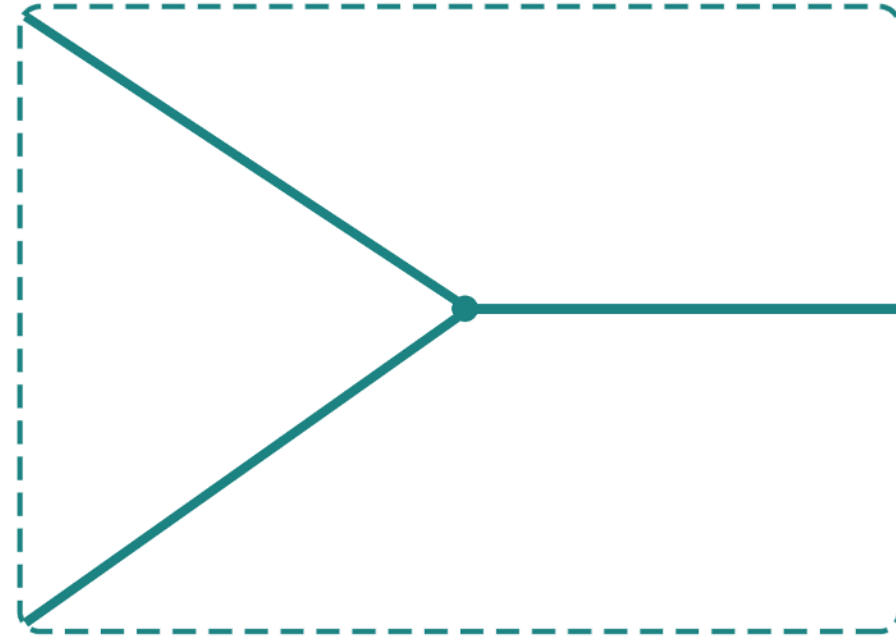


نموذج بناء القيمة المضافة

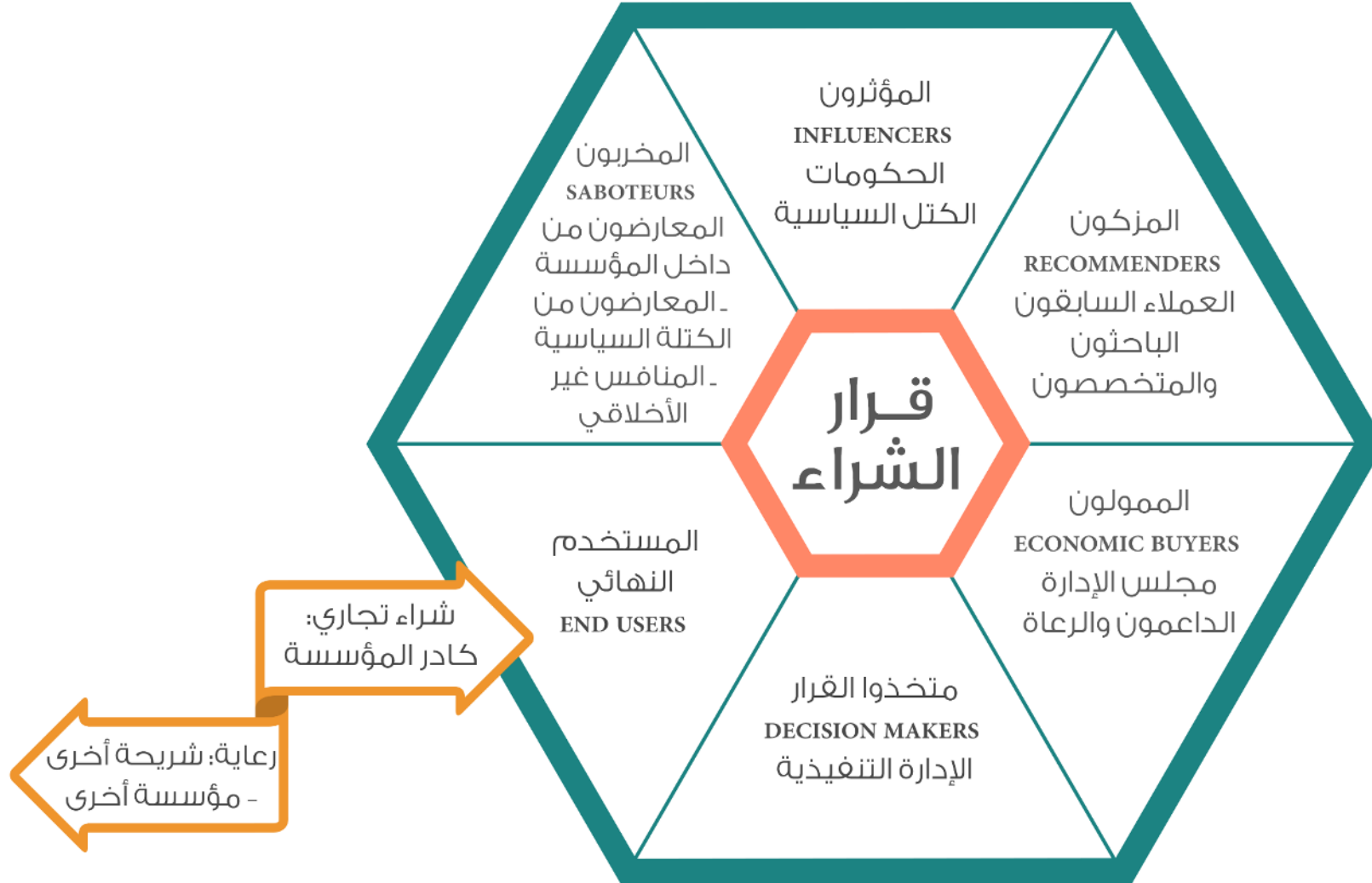
العميل



المنتجات والخدمات



خريطة المعنيين



تقييم الأعمال والمشاكل والعائدات لدى العميل:

الأعمال



هام

IMPORTANT

غير هام

INSIGNIFICANT

المشاكل



حرجة

EXTREME

معتدلة

MODERATE

العائدات



أساسية

ESSENTIAL

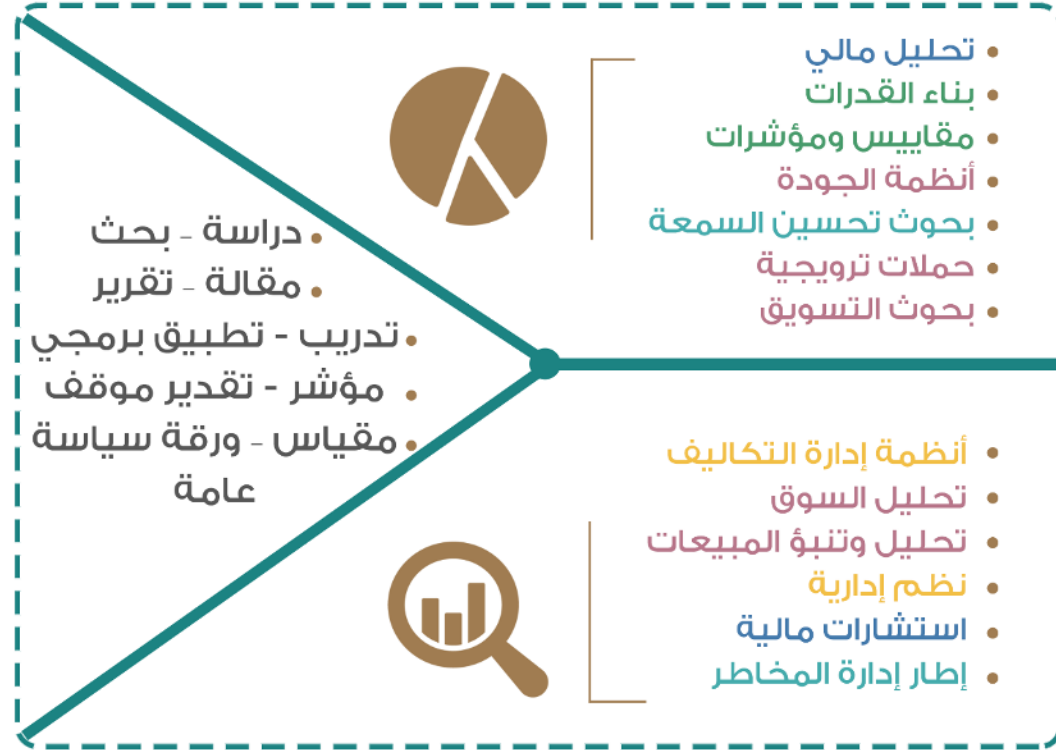
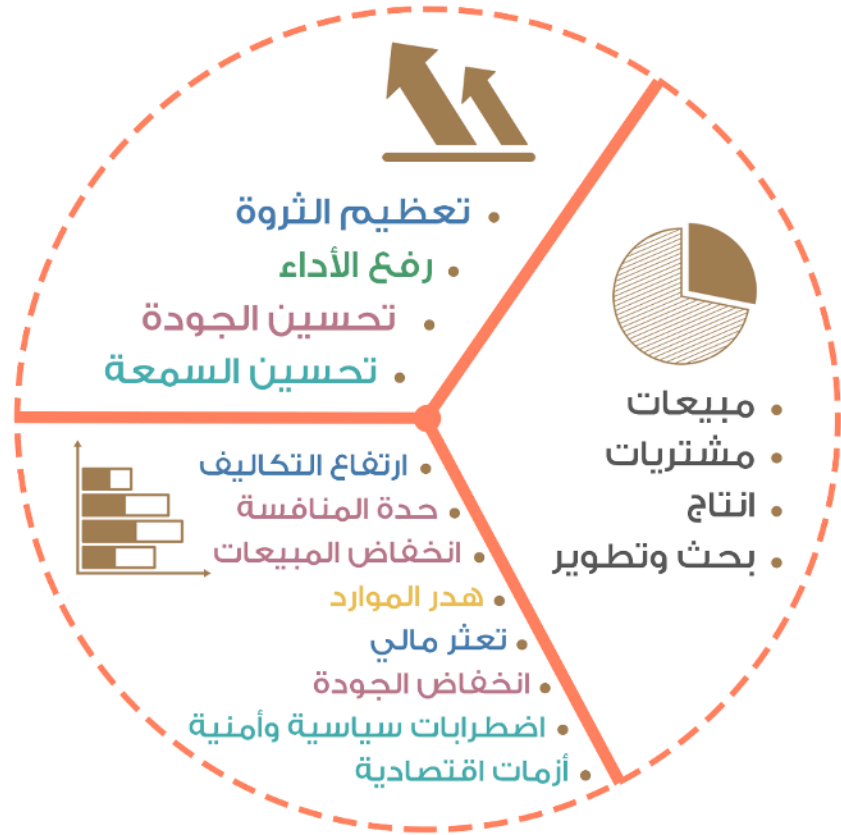
من الجميل
الحصول عليها

NICE TO HAVE

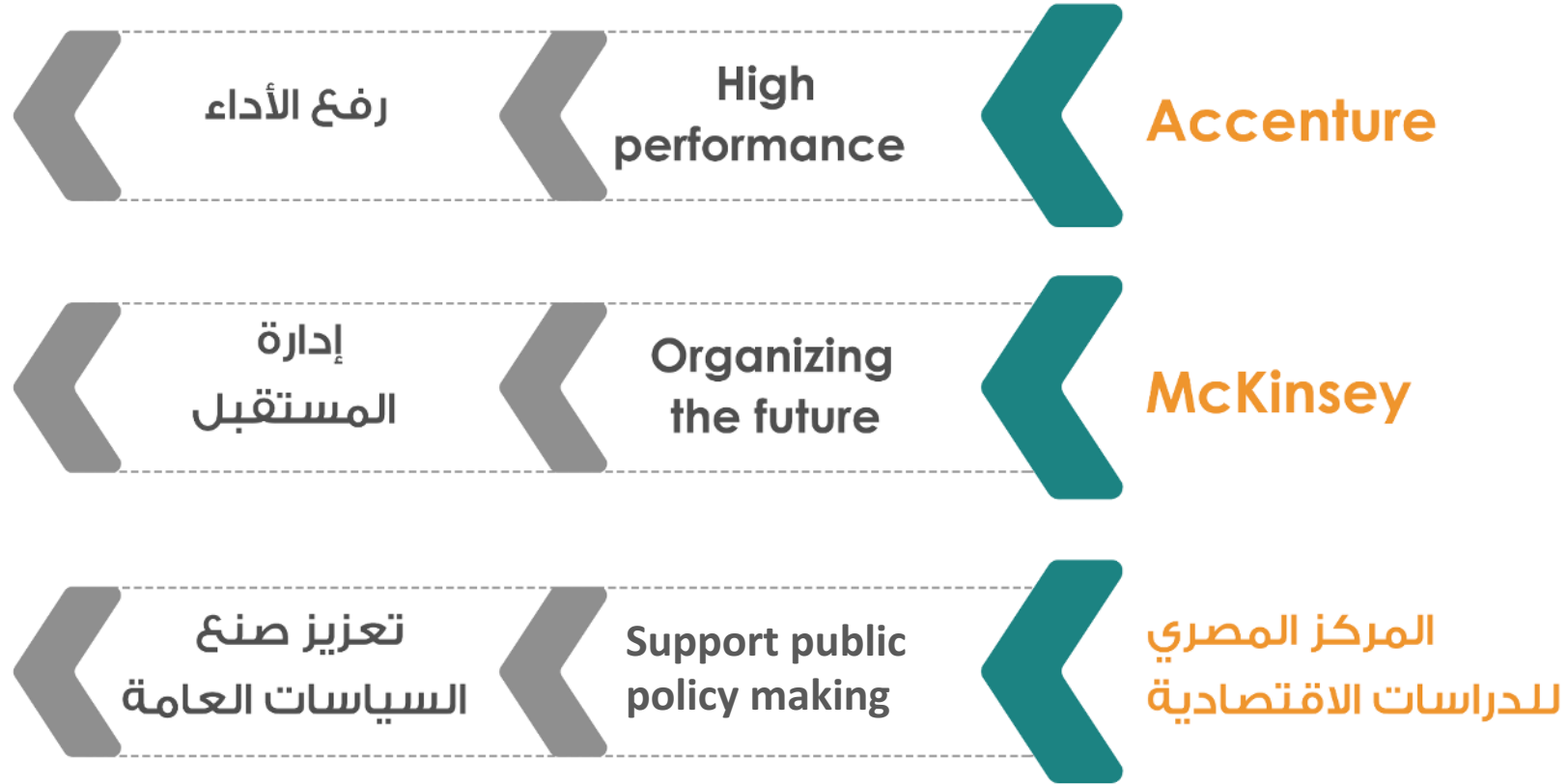
نموذج خلق القيمة المضافة - القطاع الثالث



نموذج خلق القيمة المضافة - القطاع الخاص



القيمة المضافة لدى بعض المؤسسات البحثية





الأصول الثابتة: سر مؤسسات الأبحاث

: ACCENTURE

204 آلاف موظف، 4500 مدير تنفيذي، 200 مدينة في 53 دولة حول العالم.
"أرقام 2015"

وفقا لدراسة أجرتها المجموعة الاستشارية EVERST GROUP حول مفاتيح
نجاح ACCENTURE : "الموظفون الموهوبون"
هم المفتاح الجوهري لنجاح ACCENTURE

[:WWW.EVERESTGRP.COM](http://WWW.EVERESTGRP.COM)

WHY IS ACCENTURE SO SUCCESSFUL? SHERPASIN BLUE SHIRTS. JUNE. 2015



الأصول الثابتة: سر مؤسسات الأبحاث

تم تصنيف شركة BOSTON CONSULTING GROUP في الترتيب 4 على مستوى العالم من بين الشركات الأفضل عالمياً للعمل في العام 2013. والسبب وفقاً لرؤية إدارة الشركة يعود إلى التطوير المستمر في:

"أهم أصول الشركة: الموظفين"

the development of the firm's most important asset: its employees

Lucy Brady, a partner and managing director in the company's Chicago office

www.workforce.com: Part of Boston Consulting Group's
Success Comes From Looking Out for Its Workers



الأصول الثابتة: سر مؤسسات الأبحاث

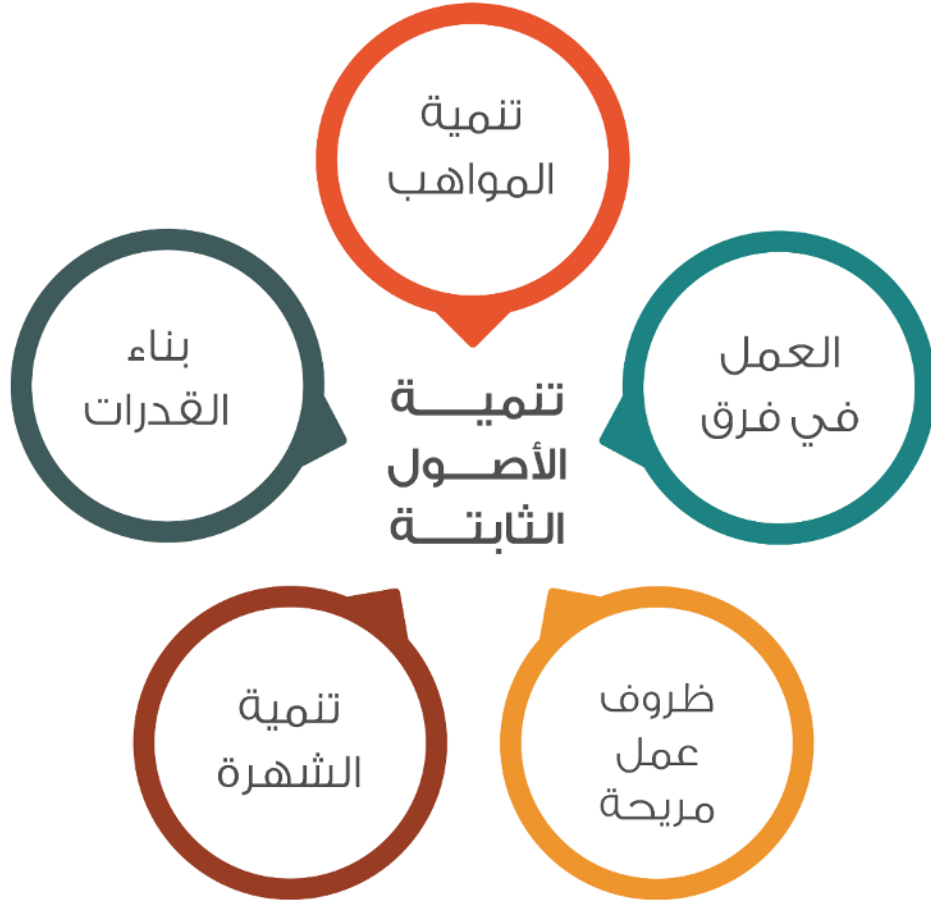
■ السر الجوهري في نجاح المؤسسات هم "الأشخاص الموهوبين" الذين يعتبرون المكون الأكبر للأصول الثابتة للمؤسسة.

الموهبة

الأشخاص

■ كمثال، ERNST & YOUNG توقفت عن طلبها للدرجات الجامعية في التوظيف، وزاد اعتمادها على مقاييس الموهبة التي تجريها للمرشحين عبر الإنترنت.

■ تعتبر E&Y بأنه "لا توجد علاقة بين النجاح في الجامعة وبين النجاح في العمل المهني".



الاستدامة والنمو =
تنمية الأصول الثابتة:



تنمية الأصول الثابتة: تنمية شهرة الأشخاص



■ تضع كبرى شركات الأبحاث العالمية أسماء باحثيها في بداية تقارير الدراسات، إضافة إلى سيرتهم الذاتية في آخر الدراسة.



تنمية الأصول الثابتة: العمل في فرق

■ تعتمد ACCENTURE على الهيكل المصفوفي. حيث يتم تعيين مدير لكل مشروع خدمة متعلق بعميل، وبالتالي كل عضو في الفريق يتبع لمديرين، الأول هو المدير الوظيفي FUNCTIONAL MANAGER إضافة إلى مدير المشروع PROJECT MANAGER





تنمية الأصول الثابتة: تنمية المواهب

- تعمل شركة ERNST & YOUNG على استقطاب الموهوبين الجدد من خلال شبكة متخصصة تركز على الطلاب الموهوبين بالدرجة الأولى.
- وفقا لدراسة أجرتها مؤسسة المؤشرات الدولية CIPD حول إدارة الموهبة لدى **520** مؤسسة حول العالم في العام **2015**، تبين:
 - **82%** من المؤسسات تعتقد أن المنافسة على استقطاب الموهوبين ازداد في العامين السابقين
 - نصف القطاع الخاص ازداد إنفاقه على إدارة الموهبة في العام الماضي
 - **63%** يعتقدون أن المهارات المطلوبة في العمل تتغير بسرعة، وبالتالي لم تعد المهارات شرطا في التوظيف.



تنمية الأصول الثابتة: بناء القدرات

استثمرت ACCENTURE ما يقارب

850.000.000 \$

دولار على تدريب حوالي

80.000

فرد من المؤسسة في مختلف التخصصات

والمستويات العلمية في العام 2014



تنمية الأصول الثابتة: ظروف عمل مريحة

GOOGLE



IDEO



- المؤسسة البحثية لا تبيع بأسلوب تقليدي
- تتواصل مع المجتمع من خلال الإصدارات والمنتجات العلمية والأنشطة

.....

- الخطوة ١، تحليل ملف العميل: تحليل أعماله، ومشاكله، وتطلعاته في العائدات
- الخطوة ٢، المنتجات والخدمات: يتم تكييفها بما يتناسب مع ملف العميل

.....

- الفريق الموهوب هو أهم مكون للأصول الثابتة
- الاستثمار في تنمية الأصول الثابتة من خلال:
 - تنمية المواهب - تنمية شهرة الأفراد
 - بناء القدرات - العمل في فرق - البيئة المريحة

التواصل العلمي =
بناء صورة ذهنية أن
المؤسسة لديها
حلول بحثية



العائد المالي
=
القيمة المضافة



النمو المالي =
الاستثمار في الأصول
الثابتة

الخلاصة





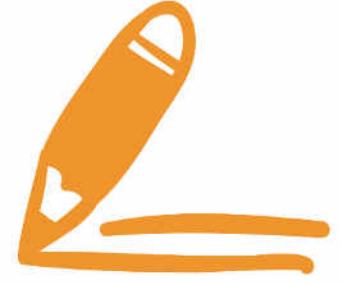
د. معن التنجي

باحث متخصص في الإحصاء وبحوث الأعمال إضافة إلى مشاريع المراقبة والتقييم ودراسة الأثر الاجتماعي. يحمل الدكتوراه في الإحصاء الطبي. مدير البحث والابتكار في مركز سبر.



غياث هوارى

استشاري وباحث خبير في التخطيط الاستراتيجي والقيادة والتطوير المجتمعي. عمل مع كبرى الشركات العربية في توفير حلول بحثية واستراتيجية متكاملة. مؤسس مركز سبر للدراسات الإحصائية والسياسات العامة في تركيا، وشريك مؤسس لشركة هوارايزن ليرننغ التدريسية في بريطانيا



فريق الإعداد:



عن مركز سبر

■ مركز استشارات وأبحاث مستقل يتخصص بتقديم حلول استشارية لقطاع الأعمال والمؤسسات الحكومية والمنظمات المجتمعية، وتتوزع مكاتبه في دول الخليج العربي وتركيا.

■ يصمم سبر حلوله اعتمادا على الدمج بين خبرات الهيئة الاستشارية وبين الاستثمار في البيانات والمعلومات من خلال التحليل الإحصائي المتقدم الذي يقدم تشخيص موضوعي دقيق لمشكلة العميل وتنبؤات علمية للحلول المطروحة.

مسارات عمل سبر:

- القطاع الثالث
- المجتمع
- أعمال
- الإعلام
- التعليم
- التحليل الإحصائي



www.sabr-sp.com

info@sabr-sp.com



(Sabr Consulting)