

من الفوضى إلى النمو والتوسع

برنامج تدريبي عملي أونلاين على مدى ٩ أسابيع

لأصحاب الشركات القائمة

محاوِر البرنامج التفصيلية

عن البرنامج

برنامج تدريبي عملي مباشر أونلاين، موجّه لأصحاب الشركات القائمة، يهدف إلى نقل الشركة من إدارة معتمدة على الاجتهاد اليومي والرجوع المستمر إلى المؤسس، إلى إدارة أكثر نضجًا ووضوحًا، وقدرة على ضبط الشركة، وتجهيزها للنمو، وللحديث مع المستثمرين بثقة.

يمتد البرنامج على مدى 9 أسابيع، ويتكوّن من 9 جلسات مترابطة. تندرج تحت ثلاث محاور رئيسية. كل أسبوع يبدأ بجلسة مباشرة تفاعلية مدتها ساعتان تقريبًا، يتلوها تطبيق عملي يقوم به المشارك على شركته، وينضم المشارك إلى مجتمع متابعة وتبادل خبرات. ويتضمن البرنامج أيضًا جلسة استشارة فردية 1:1 لكل مشارك.

في هذا الملف نُقدّم تعريفًا تفصيليًا بمحاور البرنامج، والموضوعات التي يتناولها كل محور، والنماذج والأدوات التي يحصل عليها المشارك، والمخرجات العملية المتوقعة بنهاية كل محور.

نظرة عامة على المحاور

المحاور	الجلسات	الأسبوع
المحور الأول: نظام التشغيل	تفكيك الفوضى وإعادة تعريف دور المؤسس	1
	بناء نظام التشغيل وتدفق العمل	2
	هيكل الفريق وربط المسؤوليات بالمؤشرات	3
المحور الثاني: محركات الشركة	المحرك الإداري: ضبط إدارة الأداء والإيقاع	4
	إلى الإغلاق Lead المحرك التجاري: التسويق والمبيعات من الـ	5
	المحرك المالي: ضبط المال والقوائم المالية الأساسية	6
المحور الثالث: جاهزية النمو والتوسع	من الأرقام إلى القرار: النموذج المالي وجاذبية الاستثمار	7
	التخطيط الاستراتيجي للنمو ورسم مسار 3 سنوات	8
	جاهزية الاستثمار والوصول إلى المستثمرين	9

الجلسة الأولى | الأسبوع 1 تفكيك الفوضى وإعادة تعريف دور المؤسس

الهدف العام

تشخيص الوضع الراهن للشركة بصورة شاملة، وتحديد طبيعة اعتماد الشركة على المؤسس، وإعادة تعريف دوره القيادي، وانطلاق المشارك في رحلة البرنامج برؤية واضحة لمساره وأدواته ومخرجاته.

الموضوعات الرئيسية

1. افتتاحية البرنامج وتأطير الرحلة

- رحلة التحول خلال الأسابيع الثمانية
- الجدول الزمني والجلسات الجماعية والفردية
- منهجية وميثاق العمل

2. لماذا تستمر الشركة في الاعتماد على المؤسس؟

- أنماط الاعتماد المفرط وكيف تتجلى في القرارات اليومية
- الفرق بين القيادة والإدارة التفصيلية
- الفرق بين دور المؤسس (Founder) ودور المُشغّل / (Operator) المنقذ

3. تشخيص أنواع الفوضى داخل الشركة

- الفوضى الإدارية، التشغيلية، المعلوماتية، القرارية
- الفوضى الظاهرة مقابل الفوضى الخفية
- الخسائر غير المرئية التي تستنزف الشركة يومياً

4. المشهد الحالي في الشركة

- الوضع المالي والبشري الراهن مقابل المستهدف بعد 3 سنوات
- تحديد جوهر العمل (ماذا نعمل) والعمل الذي تخدمه الشركة (العميل المستهدف)
- المرايا الأربع: ما يستحق التعزيز، ما يجب تصحيحه، ما يجب إضافته، ما يحتاج توضيحاً
- فريق التحول الداخلي

5. تدقيق وقت المؤسس

- توزيع وقت المؤسس الفعلي خلال أسبوع نموذجي
- تصنيف الأنشطة: محرّك، قابل للتفويض، مستنزف، قابل للأتمتة
- تحديد القرارات اليومية التي تعود للمؤسس باستمرار

6. إعادة تعريف دور المؤسس (مصفوفة دور القائد)

- الانتقال من المُشغّل إلى القائد
- الأدوار التي يجب أن يتركها المؤسس
- الأدوار التي يجب أن يحتفظ بها
- الأدوار التي يجب أن يبنّيها لدى الفريق

النماذج والأدوات

- نموذج المشهد الحالي للشركة
- تدقيق وقت المؤسس
- مصفوفة دور القائد

المخرجات العملية المتوقعة

- وضوح كامل لمسار البرنامج ومنهجيته ومخرجاته النهائية
- مشهد واضح لوضع الشركة الراهن والمستهدف بعد 3 سنوات
- خريطة واضحة لتوزيع وقت المؤسس وقراراته اليومية
- تعريف محدد لدور المؤسس المستهدف خلال 90 يوماً

الجلسة الثانية | الأسبوع 2 بناء نظام التشغيل وتدفق العمل

الهدف العام

تشخيص الوضع الراهن للشركة وتحديد طبيعة اعتماد الشركة على المؤسس، وإعادة تعريف دوره القيادي، بناء تصور واضح لكيفية عمل الشركة كمنظومة من محركات القيمة المترابطة، وتحويل المعرفة الضمنية المخترنة في رؤوس الأشخاص إلى إجراءات موثقة، وتقليل الاعتماد على الاجتهاد الفردي عبر رسم تدفق العمل وتوحيد الإجراءات المتكررة.

الموضوعات الرئيسية

1. نظام التشغيل في الشركة

- المقصود بنظام التشغيل داخل الشركة
- الفرق بين العمل اليومي العشوائي والعمل المنضبط بنظام
- لماذا ينهار الأداء عند غياب نظام التشغيل
- ما المقصود بمحركات القيمة داخل الشركة، ولماذا هو إطار أعمق من الأقسام التقليدية
- الأنواع الثلاثة للمحركات: محركات النمو، محركات التنفيذ، محركات الابتكار

2. رسم تدفق العمل داخل الشركة (Workflow Mapping)

- كيف تسير المهام من نقطة الانطلاق إلى المخرج النهائي
- أين تنتقل المسؤولية من شخص إلى آخر
- أين تقع الاختناقات والتأخير والتكرار وإعادة العمل
- كيف نكشف نقاط التعطيل الخفية في دورة العمل
- متى يحتاج العمل إلى إجراء واضح، ومتى يصبح الإجراء قيدًا لا أداة

3. بناء كتيبات التشغيل (Playbooks)

- ما الذي يجب أن يتحول إلى Playbook
- الفرق بين الإجراءات المكتوب والمعرفة المحفوظة في رأس شخص واحد
- كيف تُسهل الكتيبات في تقليل الأخطاء، وتدريب الموظف الجديد، وتسهيل التوسع
- مكونات كتيب التشغيل الفعّال: المُطلق، الخطوات، الأدوار، المخرج، نقاط القياس
- كيف نقوم بإعداد كتيبات التشغيل

4. من التشخيص إلى البناء العملي

- اختيار محرك واحد للبدء به (الأكثر إلحاحًا أو الأعلى تأثيرًا)
- تحويل المحرك المختار إلى مخطط تدفق ثم إلى كتيب تشغيل واحد
- الجسر إلى المحور التالي: لماذا لا يكتمل النظام دون فريق وإيقاع ومحاسبة

النماذج والأدوات

- نموذج المشهد الحالي للشركة
- خريطة محركات الشركة: نموذج بصري لتشخيص محركات الشركة وتصنيفها
- مخطط تدفق العمل: لرسم مسار العمل من المطلق إلى المخرج
- قالب كتيب التشغيل: قالب موحد لتوثيق الإجراءات المتكررة

المخرجات العملية المتوقعة

- خريطة واضحة لمحركات الشركة الفعلية، مع تحديد المحرك الأولي للمعالجة
- مخطط تدفق عمل لأحد المحركات الجوهرية مع تحديد نقاط الاختناق
- مسودة كتيب تشغيل (Playbook) ، جاهزة للاستكمال خلال الأسبوع
- وضوح أعمق لدى المؤسس حول "أين يكسر العمل" داخل شركته فعليًا، بدل التعامل مع الأعراض المتفرقة

الجلسة الثالثة | الأسبوع 3: هيكل الفريق وربط المسؤوليات بالمؤشرات

الهدف العام

بناء فريق واضح الأدوار والمسؤوليات، يعمل وفق النظام بحيث ترتبط مسؤولية كل دور بمؤشر أداء يقيسه؛ فلا تبقى المسؤولية عبارة عامة بل التزامًا قابلاً للقياس والمحاسبة.

الموضوعات الرئيسية

1. الهيكلية وتحديد الأدوار

- الفرق بين الهيكل القائم على الأشخاص والهيكل القائم على الأدوار
- كيف يُبنى هيكل يعكس محرّكات الشركة لا الأقسام التقليدية
- التوصيف الوظيفي القصير والعملي بدلاً من التوصيفات الجامدة
- كشف الفجوات بين الأدوار المطلوبة والمتوفرة، والتميز بين فجوات الأشخاص والمهارات والصلاحيات
- متى يحتاج الفريق إلى دور جديد، ومتى يكفي إعادة توزيع المسؤوليات

2. توزيع المسؤوليات بمصفوفة RACI

- ما هي مصفوفة المسؤوليات (RACI) وكيف تُقرأ
- الفرق بين المنفّذ (Responsible) والمُحاسب (Accountable) والمُستشار (Consulted) والمُطلّع (Informed)
- كيف تُنهي ظاهرة "كل الفريق مسؤول، والمؤسس وحده يُحاسب"
- تطبيق المصفوفة على كتيب التشغيل (Playbook) الذي بُني في الجلسة السابقة

3. مؤشرات الأداء: ما الذي يستحق القياس فعلاً (KPIs)

- ما الذي يستحق القياس فعلاً، وما الذي يبدو مهمًا لكنه لا يُحرّك قرارًا
- الفرق بين مؤشرات المظهر (Vanity Metrics) والمؤشرات الجوهرية المُحرّكة للقرار
- المؤشر المُتقدّم (المُنبيء) والمؤشر المُتأخّر (النتيجة)، ولماذا يحتاج كل دور إلى النوعين معًا
- مواصفات المؤشر السليم: محدد، له مالك واحد، له مصدر بيانات، له هدف رقمي ودورية واضحة

4. دمج المسؤوليات بالمؤشرات: من الدور إلى بطاقة الإنجاز (Scorecard)

- الفرق بين المؤشرات (KPIs) وبطاقات الإنجاز (Scorecards)
- لماذا تبقى المسؤولية بلا أثر إن لم يقابلها مؤشر يقيسها
- كيف نُحوّل كل دور حرج إلى بطاقة إنجاز (Role Scorecard)
- الربط الرأسي: كيف تتجمّع مؤشرات الأدوار لتُغذي أهداف الشركة (Company Goals)
- كيف نربط المؤشر بالمحاسبية الشخصية للدور وليس بالتقارير العامة فقط
- كيف يخفّ الضغط عن المؤسس حين يصبح كل دور مرتبًا بمؤشره الخاص

النماذج والأدوات

- نموذج خريطة الفريق عالي الأداء (High Output Team Canvas)
- مصفوفة المسؤوليات (RACI Matrix) لتوزيع المسؤوليات على الإجراءات الجوهرية
- بطاقة إنجاز الدور (Role Scorecard) قالب يدمج مسؤوليات الدور بمؤشرات قياسه وأهدافه الرقمية

المخرجات العملية المتوقعة

- هيكل تنظيمي مبدئي قائم على الأدوار يعكس محركات الشركة
- مصفوفة RACI مُطبَّقة على إجراء جوهري واحد على الأقل
- بطاقة إنجاز مكتملة لدور حرج واحد على الأقل، تربط كل مسؤولية بمؤشر وهدف رقمي
- لائحة مؤشرات أداء أولية مميّزة عن مؤشرات المظهر، ومربوطة بأصحابها
- وضوح أعلى لدى الفريق حول: من يفعل ماذا، وبأيّ مؤشر يُقاس، ومن يُحاسب على ماذا

الجلسة الرابعة | الأسبوع 4: المحرك الإداري: ضبط إدارة الأداء والإيقاع

الهدف العام

تحويل الشركة من إدارة تفاعلية مبنية على ردّ الفعل، إلى إدارة استباقية مبنية على إيقاع واضح ومحاسبة منتظمة؛ بحيث يصبح التحقق من الأداء وتصحيح المسار جزءًا روتينيًا من عمل الفريق وليس استجابةً للأزمات.

الموضوعات الرئيسية

1. إيقاع الإدارة والاجتماعات الفعّالة (Management Rhythm)

- أنواع الاجتماعات التي تحتاجها الشركة فعلاً: اليومي، الأسبوعي، الشهري، الفصلي
- بنية الاجتماع الفعّال: الأجندة، البيانات، القرارات، الالتزامات
- كيف تُحوّل الاجتماع من مضيعة وقت إلى أداة متابعة وقرار
- الانتقال من الإدارة التفاعلية (الإطفائية) إلى الإدارة الاستباقية
- كيف يخفّ الضغط عن المؤسس مع نضوج إيقاع الإدارة داخل الفريق

2. أدوات وآلية التواصل الفعال داخل الفريق

- لماذا يُعيق غياب بروتوكول التواصل الواضح أداء الفريق وينشئ فوضى المعلومات
- الفرق بين التواصل الفوري (Synchronous) والمتأخر (Asynchronous)، ومتى يناسب كل نوع
- مجموعات الدردشة الفورية (Chat Groups)
- البريد الإلكتروني الاحترافي
- بناء بروتوكول تواصل داخلي: أي قناة لأي نوع رسالة، ومستوى الإلحاح المناسب لكل منها
- كيف تُنهي ظاهرة "كل شيء عاجل على الواتساب" وأثرها على تركيز الفريق وإنتاجيته

3. أدوات إدارة الفريق

- لماذا تضيع المهام والقرارات حين لا يوجد نظام مرئي مشترك
- الفرق بين الطبقات الثلاث: التواصل، إدارة المهام، التوثيق
- الأدوات الرقمية لإدارة المهام، عرض مقارن
- منظومة ERP للشركات الصغيرة والمتوسطة
- كيف نستفيد من برامج وأدوات الإدارة لتطبيق مفاهيم الجلستين الأولى والثانية

4. أدوات الذكاء الاصطناعي في دعم إدارة الفريق وتسريع الإنتاجية

- أدوات AI لتسريع التواصل والتوثيق
- أدوات AI لتسريع إنتاجية الفريق
- حدود الذكاء الاصطناعي وما لا يمكنه تعويضه: القيادة، المحاسبة الشخصية، وقرار المؤسس

النماذج والأدوات

- مصفوفة بروتوكول التواصل الداخلي: جدول يحدد القناة المناسبة لكل نوع رسالة، ومستوى الإلحاح، وتوقع الاستجابة
- نموذج إيقاع الإدارة: (Management Rhythm Template) جدول يوضح أنواع الاجتماعات، دوريتها، أصحابها، مدتها، وبنيتها الثابتة (الأجندة، البيانات، القرارات، الالتزامات)
- نموذج متابعة الالتزامات: (Commitments Tracker) أداة لرصد القرارات والالتزامات الصادرة عن الاجتماعات، أصحابها، ومواعيد تسليمها

المخرجات العملية المتوقعة

- إيقاع إداري مُصمّم لشركة المشارك: أنواع الاجتماعات، دوريتها، وبنيتها الثابتة
- بروتوكول تواصل داخلي واضح يحدد القناة المناسبة لكل نوع رسالة ومستوى إلحاحها
- نظام متابعة التزامات ناشئ عن الاجتماعات يُشغّله الفريق دون تذكير مستمر من المؤسس
- خريطة أدوات مبدئية للشركة: أداة تواصل، أداة مهام، وأداة توثيق مع مبررات الاختيار

الجلسة الخامسة | الأسبوع 5: المحرك التجاري: التسويق والمبيعات من ال Lead للإغلاق

الهدف العام

بناء مسار تجاري واضح ومنضبط يضمن تدفقًا أفضل للعملاء المحتملين، وتأهيلًا أدق، ومتابعة أقوى، وفرصًا أعلى للإغلاق.

الموضوعات الرئيسية

1. تشخيص واقع المحرك التجاري

- أين يقف المحرك التجاري الحالي: هل يعمل بنظام أم بالحدس والعلاقات الشخصية؟
- الفرق بين النشاط التجاري العشوائي ومحرك نمو فعلي قابل للتوسع والتفويض
- العلامات المبكرة لضعف المحرك التجاري قبل أن تتحول إلى خسارة مرئية في الإيرادات

2. وضوح العرض والعميل المثالي

- ما الذي نبيعه فعلاً، ولماذا يشتري العميل، وهل الإجابة مبنية على بيانات أم على افتراضات؟
- من هو العميل المثالي (ICP): تعريفه بدقة وفق الصفات الديموغرافية والسلوكية ومؤشرات جاهزية للشراء
- كيف يؤثر غياب وضوح العرض والعميل على نسب التحويل في كل مرحلة من مراحل المسار

3. مصادر الليدز والخطة التسويقية

- الفرق بين قناة تسويقية فاعلة ومحرك نمو حقيقي، ولماذا الانتشار في كل القنوات يُضعف النتائج
- كيف نحدد مصادر الليدز الأنسب لطبيعة الشركة وحجمها ومرحلتها
- بناء خطة تسويقية مبسطة قائمة على الأولويات لا على الشمولية

4. تأهيل الليدز وضبط قمع المبيعات

- معايير تأهيل الليد قبل الدخول في المسار البيعي، وكيف تُنهى هدر وقت الفريق على فرص لن تُغلق
- المراحل البيعية الواضحة التي يمر بها العميل من الفرصة إلى الإغلاق، ومؤشر التقدم في كل مرحلة
- أين يحدث التسرب الفعلي في قمع المبيعات، وكيف نكشفه بالأرقام لا بالانطباعات

5. المتابعة والإغلاق وتحليل الخسارة

- لماذا لا تُغلق الصفقات رغم وجود اهتمام، وما بروتوكول المتابعة الفعّال الذي يعمل بدون المؤسس
- كيف نُحوّل تحليل أسباب خسارة الصفقات من تمرين نقد إلى أداة تحسين مستمر
- ربط المحرك التجاري بالنظام التشغيلي للشركة حتى يصبح عملية لا نشاطاً عشوائياً

6. إدارة علاقات العملاء (CRM)

- لماذا يُعدّ غياب ال CRM أحد أكبر أسباب تسرب الفرص وضياع بيانات العملاء في الشركات الصغيرة
- معايير اختيار ال CRM المناسب لمرحلة الشركة
- كيف يتحول ال CRM من أداة تسجيل إلى محرك متابعة فعلي

النماذج والأدوات

- نموذج العميل المثالي (Ideal Customer Profile)
- قالب قمع التسويق والمبيعات
- نموذج تأهيل الليدز و قمع المبيعات

المخرجات العملية المتوقعة

- تشخيص واضح لواقع المحرك التجاري الحالي ومواضع الخلل الفعلية فيه
- نموذج عميل مثالي مكتمل يُبنى عليه التأهيل والمتابعة والرسائل التسويقية
- قمع مبيعات مرسوم لشركة المشارك مع معايير تأهيل واضحة لكل مرحلة
- بروتوكول متابعة وإغلاق أولي يعمل بدون تدخل مستمر من المؤسس
- خريطة CRM مبدئية: الأداة المختارة، وكيفية ربطها بقمع المبيعات وإيقاع المتابعة

الجلسة السادسة | الأسبوع 6: المحرك المالي: ضبط المال والقوائم المالية الأساسية

الهدف العام

تمكين صاحب الشركة من قراءة صورته المالية الحقيقية، وضبط الرقابة المالية اليومية، وفهم مؤشرات السيولة والتكاليف بوضوح ليصبح قادرًا على اتخاذ قرارات مالية واعية بدلًا من الإدارة بالحدس أو الانتظار حتى نهاية الشهر ليعرف أين ذهب المال.

الموضوعات الرئيسية

1. لماذا يفقد صاحب الشركة السيطرة على المال؟

- كيف تظهر الفوضى المالية داخل الشركة وأين تبدأ
- الفرق بين وجود إيرادات ووجود ضبط مالي
- العلامات المبكرة لضعف الرقابة المالية قبل أن تتحول إلى أزمة

2. المفاهيم المالية والمحاسبية الأساسية لغير المحاسبين

- الإيرادات، المصروفات، الأصول، الالتزامات، وحقوق الملكية
- الفرق بين الربح والسيولة، أكثر المفاهيم التباسًا في الشركات الصغيرة
- القوائم الثلاث: الدخل، الميزانية، التدفق النقدي، ما يفهمه صاحب الشركة وما يفوضه للمحاسب

3. التدفق النقدي والسيولة (قاتل الشركات الصامت)

- لماذا قد ترباح الشركة على الورق وتختنق نقدًا في الواقع
- دورة تحويل النقد (Cash Conversion Cycle) وأثرها على الشركة
- كيف نراقب السيولة ونكتشف الخطر قبل أن يتحول إلى أزمة
- الإجراءات العملية لتحسين إدارة التدفق النقدي في الشركات الصغيرة

4. ضبط المصروفات والرقابة المالية

- أين يحدث التسرب المالي غالبًا في الشركات الصغيرة
- الفرق بين المصروف الضروري والمصروف المستنزف الذي يمكن حذفه
- الصلاحيات المالية الأساسية: من يوافق، من يصرف، من يراجع (كضمانة لا كبيروقراطية)

5. المؤشرات المالية التي يحتاجها فعليًا

- الهامش الإجمالي، صافي الربح، نسبة السيولة، وكيف نقرأها
- الفرق بين المؤشر المفيد والمؤشر الذي يُشغّل وقتًا دون قرار
- كيف نحدد المؤشرات الأنسب لطبيعة الشركة

6. ربط المال بالتشغيل والقرار

- كيف يؤثر قرار التوظيف والتوسع على الصورة المالية
- كيف نقيس الأثر المالي للقرارات قبل اتخاذها لا بعدها
- الجسر إلى المحور الخامس: هذه الأرقام هي مدخل النموذج المالي

النماذج والأدوات

- قالب القوائم المالية الأساسية المبسّطة
- نموذج التدفق النقدي الشهري
- قائمة تحقق للرقابة المالية، إجراءات يومية وأسبوعية وشهرية

المخرجات العملية المتوقعة

- فهم أوضح للوضع المالي الفعلي (ليس كما يظنّه صاحب الشركة بل كما تُظهره الأرقام)
- قدرة على قراءة مؤشرات الجوهرية دون الحاجة إلى ترجمة المحاسب
- فهم عملي لخطر الاختناق النقدي وكيف يرصده مبكرًا
- نموذج تدفق نقدي مبدئي لشركته جاهز للاستخدام الشهري
- قائمة تحقق مالية معتمدة تُشغّل رقابته اليومية دون تعقيد

الجلسة السابعة | الأسبوع 7: من الأرقام إلى القرار: النموذج المالي وجاذبية الاستثمار

الهدف العام

الانتقال من الإدارة المالية اليومية إلى التفكير الاستثماري: بناء نموذج مالي عملي يعكس واقع الشركة ومسار نموها، وتشخيص موقع الشركة من مؤشرات الجاذبية الاستثمارية، وفهم منطق تقييم الشركات ليصبح المؤسس قادرًا على تقديم صورة مالية مقنعة بثقة، سواء للمستثمر أو لنفسه.

الموضوعات الرئيسية

1. من القوائم المالية إلى النموذج المالي

- الفرق بين القوائم المالية والنموذج المالي
- الفرق بين التسجيل المالي (Reporting) والتخطيط المالي (Financial Modeling)
- لماذا يحتاج صاحب الشركة الصغيرة إلى نموذج مالي حتى لو لم يكن يسعى للاستثمار الآن

2. بناء النموذج المالي ثلاثي السنوات، خطوة بخطوة

- محركات الإيراد (Revenue Drivers) وهيكل التكاليف
- نقطة التعادل (Break-even)
- التدفق النقدي المتوقع (Projected Cash Flow)
- السيناريوهات الثلاثة: السيناريو المتحفظ (Base)، السيناريو الأمثل (Bull)، السيناريو الضاغط (Bear)
- كيف يقرأ المستثمر الفجوة بين السيناريوهات ويحكم على نضج المؤسس المالي

3. مؤشرات الجاذبية الاستثمارية، أين تقف شركتي؟

- ما الذي يبحث عنه المستثمر قبل أن يسأل عن الأرقام
- نمو الإيرادات (Revenue Growth Rate) وثباته
- الهامش الإجمالي والصافي (Gross & Net Margin) ومعنى كل منهما
- اقتصاديات الوحدة (Unit Economics): هل كل صفقة تُربح أم تُنزف؟
- CAC و LTV و Payback Period، كيف تُحسبها بأرقامك الحقيقية
- Runway، و Burn Rate متى تنفذ السيولة إن لم يتغير شيء؟
- التشخيص الذاتي: كيف تُقيّم نفسك على كل مؤشر: قوي / يحتاج تحسين / حرج

4. منطق تقييم الشركة، كيف يفكر المستثمر؟

- ما الذي يحدد قيمة شركتي؟
- المنهجيات الثلاث المُبسّطة: مضاعفات الإيراد (Revenue Multiples)، مضاعفات الأرباح (EBITDA Multiples)، والمقارنة بشركات مماثلة (Comparables)
- لماذا DCF وحده غير كافٍ للشركات الصغيرة في مراحلها المبكرة
- الفرق بين التقييم والتمن، وما الذي يُفاوض عليه فعليًا
- خطورة اعتماد تقييم ذاتي دون مراجعة متخصص، لماذا الرقم الخاطئ أضر من غيابه

النماذج والأدوات

- قالب النموذج المالي ثلاثي السنوات (Excel) موحد بـ Sheets منظمة تشمل: الإيرادات والتكاليف، التدفق النقدي، نقطة التعادل، والسيناريوهات الثلاثة في وثيقة واحدة متكاملة
- بطاقة تشخيص الجاذبية الاستثمارية (Investor Attractiveness Scorecard): أداة تقييم ذاتي يقيس فيها المشارك موقع شركته من كل مؤشر استثماري جوهري، مع دليل تفسير النتيجة

المخرجات العملية المتوقعة

- نموذج مالي مبدئي لشركة المشارك (3 سنوات) يشمل الإيرادات والتكاليف والتدفق النقدي والسيناريوهات
- وضوح كامل حول محركات الإيراد الحقيقية في شركته والافتراضات الكامنة وراءها
- تشخيص ذاتي دقيق لموقع شركته من مؤشرات الجاذبية الاستثمارية، مع تحديد نقاط التحسين الأولوية
- فهم عملي لمنطق التقييم وكيف يفكر فيه المستثمر، دون الوقوع في خطأ التقييم الذاتي المنفرد
- جاهزية عالية للجلسة الثامنة: النموذج المالي جاهز، والمؤشرات معروفة، وال Pitch Deck يصبح بناءً على أساس وليس ارتجالاً

الجلسة الثامنة | الأسبوع 8: التخطيط الاستراتيجي للنمو ورسم مسار 3 سنوات

الهدف العام

نقل صاحب الشركة من إدارة الحاضر إلى هندسة المستقبل: بناء بوصلة وضوح استراتيجية، ورسم مسار نمو من 3 سنوات بأرقام محددة، وتحويل ذلك إلى خطة تنفيذ ربع-سنوية قابلة للقياس، مربوطة بإيقاع مراجعة يمنع الخطة من التحول إلى ورق ميت.

الموضوعات الرئيسية

1. لماذا تفشل الشركات الصغيرة في التخطيط الاستراتيجي؟

- الفرق بين الخطة الورقية والخطة التشغيلية
- لماذا الخطة السنوية وحدها لا تكفي
- التخطيط كنظام إيقاعي وليس حدثًا سنويًا

2. بناء بوصلة الوضوح (Clarity Compass)

- رؤية الشركة في عبارة واحدة قابلة للقياس
- الهدف ثلاثي السنوات بأرقام محددة: إيرادات، هامش، حجم
- نقاط الارتكاز الاستراتيجية (Strategic Anchors): ما الذي يجب أن يبقى ثابتًا مهما تغير السوق
- القيم الجوهرية والغرض (Purpose)

3. رسم مسار 12 ربعًا (Q Planning Canvas)

- نقطة البداية الفعلية (Y1 Starting Point): إيرادات وأرباح اليوم كما هي، لا كما يتمنى
- الهدف بعد 3 سنوات بأرقام دقيقة
- معدل النمو الربع-سنوي المطلوب (QoQ Growth) وكيف يُحسب واقعيًا
- لماذا تنمو الشركات بشكل غير خطي، وكيف نبني ذلك في الخطة
- الأسئلة الستة التوجيهية لكل ربع

4. التخطيط الفصلي وتنفيذ Sprint ربعي (Quarterly Sprint Canvas)

- ثلاثة أهداف ربع-سنوية بمستويات (Good / Better / Best)
- الموضوع الفصلي (Theme / Rallying Cry) الذي يوحد الفريق حول أولوية واحدة
- ثلاثة أركان استراتيجية للربع مع مسؤول ومعلم لكل ركن
- مقاييس نجم الشمال (North Star Metrics): كيف نقيس نجاح الربع بمؤشر واحد أو اثنين

5. ربط الخطة بالإيقاع الإداري (Cadence)

- كيف تُغذّي مؤشرات الـ Sprint الاجتماع الأسبوعي الذي بُني في الجلسة الثالثة
- المراجعة الربع-سنوية: تقييم الـ Sprint المنتهي وإعداد التالي
- المراجعة السنوية: تحديث Clarity Compass و Q Plan12
- كيف لا تتحول الخطة إلى ورق ميت: المحاسبة على الالتزامات لا على النوايا

النماذج والأدوات

- نموذج بوصلة الوضوح (Clarity Compass Canvas)
- نموذج تخطيط 12 ربعًا Excel (12Q Planning Canvas)، يتضمن الأسئلة الستة التوجيهية مدمجة
- نموذج Quarterly Sprint Canvas

المخرجات العملية المتوقعة

- بوصلة وضوح مكتملة لشركة المشارك: رؤية، هدف 3 سنوات، ونقاط ارتكاز
- مسار 12 ربعًا بأرقام دقيقة مع الأسئلة التوجيهية لكل ربع
- Quarterly Sprint للربع القادم جاهز للتنفيذ بمسؤولين ومواعيد
- وضوح عملي حول كيفية ربط الخطة الاستراتيجية بالإيقاع الإداري اليومي

الجلسة التاسعة | الأسبوع 9: جاهزية الاستثمار والوصول إلى المستثمرين

الهدف العام

تحويل الخطة الاستراتيجية إلى قصة استثمارية مقنعة، وتجهيز الشركة كفرصة قابلة للاستثمار، والوصول إلى المستثمرين المناسبين بشكل مهني، وفهم أساسيات التفاوض والإغلاق.

الموضوعات الرئيسية

1. الانتقال من الخطة الاستراتيجية إلى القصة الاستثمارية

- كيف تتحوّل الخطة (Q Plan12 والنموذج المالي) إلى Investment Thesis واضح
- الفرق بين قصة المؤسس وقصة المستثمر، وأين يقع الخلط الأكثر شيوعًا
- ما الذي يبحث عنه المستثمر فعليًا قبل أن يسأل عن الأرقام: الجذب، الفريق، الوضوح

2. بناء Pitch Deck بمعايير دولية

- الهيكل القياسي للعرض (10-12 شريحة)
- مواصفات الشريحة الفعّالة: رسالة واحدة، رقم واحد، وضوح بصري بلا حشو
- الأخطاء الأكثر شيوعًا التي تُحرق العرض أمام المستثمر

3. تجهيز ملف العناية الواجبة (Data Room)

- الملفات التي يتوقعها أي مستثمر قبل الدخول في نقاشات جدية: المالي، القانوني، التشغيلي
- الحوكمة الأساسية: اتفاقية الشركاء، التوصيف الوظيفي للأدوار الحرجة، السياسات الداخلية
- التمييز بين ما يجب أن يكون جاهزًا الآن وما يمكن إعداده خلال مرحلة الـ Due Diligence

4. خريطة التمويل والوصول إلى المستثمرين

- أنواع التمويل الرئيسية وملاءمة كل نوع: Angel، VC، Private Equity، تمويل بنكي، صناديق حكومية ومنح
- كيف تحدد المستثمر المناسب بناءً على مرحلة شركتك، قطاعك، وحجم الطلب
- أدوات البحث العملية: LinkedIn، Crunchbase، MAGNiTT
- كيف تُدير Pipeline المستثمرين بشكل منهجي لا عشوائي

5. خطة جمع التمويل لـ 90 يومًا

- بناء قائمة مستثمرين أولية مستهدفة (10-15 اسمًا) مع مسوّغ اختيار كل اسم
- الجدول الزمني الأسبوعي والأهداف الأسبوعية
- بروتوكول المتابعة المهنية بعد كل تواصل أو اجتماع

6. أساسيات Term Sheet والتفاوض

- المكونات الأساسية: التقييم، Liquidation Preference، Anti-dilution، Vesting، Board Seats الجدول
- الزمني الأسبوعي والأهداف الأسبوعية
- الفخاخ الشائعة التي يجب الانتباه إليها
- الاستعانة بمستشار قانوني (أمر غير قابل للتفاوض)

النماذج والأدوات

- قالب Pitch Deck بمعايير دولية (10-12 شريحة)
- قائمة Data Room (Checklist) قابلة للتطبيق الفوري
- قالب خطة جمع تمويل لـ 90 يومًا يتضمن قائمة المستثمرين المستهدفة وجدول المتابعة الأسبوعي

المخرجات العملية المتوقعة

- مسودة Pitch Deck لشركة المشارك تبدأ داخل الجلسة وتكتمل بعدها
- قائمة Data Room مُشخّصة بحالة كل بند: جاهز / يحتاج عمل / غير موجود
- قائمة مستثمرين أولية مستهدفة (10-15 اسمًا) مع مسوِّغ لكل اختيار
- خطة جمع تمويل عملية لـ 90 يومًا جاهزة للتنفيذ فور انتهاء البرنامج

الخلاصة

بنهاية البرنامج، يكون المشارك قد انتقل من شركة قائمة تعمل، إلى شركة مننظمة الإدارة، واضحة الأرقام، ذات خطة نمو من 3 سنوات، وجاهزة لفتح أبواب الاستثمار بثقة.

ما يخرج به المشارك بنهاية البرنامج

- تشخيص دقيق لمواضع الفوضى والاعتماد على المؤسس
- نظام تشغيل وإيقاع إداري منضبط
- هيكل تنظيمي ومسؤوليات واضحة
- فهم محكم للصورة المالية وقدرة على القرار المالي
- نموذج مالي مبدئي لشركته (3 سنوات)
- محرك تجاري مرسوم: من Lead إلى الإغلاق
- خطة استراتيجية كاملة بمسار 12 ربعًا (3 سنوات) و Sprint ربعي للتنفيذ
- مسودة Pitch Deck و Data Room Checklist مُشخّصة لشركته
- قائمة مستثمرين مستهدفة وخطة وصول عملية لـ 90 يومًا

للتسجيل والاستفسار

للاطلاع على تفاصيل المسارات والأسعار والتسجيل، يُرجى زيارة صفحة البرنامج، أو التواصل معنا مباشرة.

academy.we-validate.com/chaos-to-growth