



התאחדות יזמים בישראל (ע"ר)
Association of Entrepreneurs in Israel
Ассоциация Предпринимателей Израэля

בדיקת היתכנות

ניהול מדיה חברתית

מרכז סיוע ליזמים ועסקים תל אביב - יפו

מרץ 2013

ערכו:
אלכס גמרניק
בן קוטלר



תוכן עניינים

3	1	רקע
3	2	תיאור כללי של השירות
3	3	תיאור הענף
4	4	צוות העובדים
4	5	תוכנית פעילות
5	6	תוכנית השיווק
5	7	אומדן הכנסות
6	8	תכנית רכש והקמה
6	9	הוצאות שוטפות
7	10	אומדן לדו"ח רווח והפסד לשנה הראשונה
8	11	אומדן לדו"ח תזרים מזומנים לשנה הראשונה
8	12	סיכום

טבלאות

5	טבלה 1	- פירוט המחירים ותחזית מכירות
6	טבלה 2	- פירוט עלויות הקמה ורכש
6	טבלה 3	- פירוט הוצאות השיווק
7	טבלה 4	- פירוט הוצאות שוטפות לניהול ותחזוקת העסק
7	טבלה 5	- אומדן לדו"ח רווח והפסד

נספחים

9	נספח א'	- אומדן לדו"ח רווח והפסד לשנה הראשונה
10	נספח ב'	- אומדן לדו"ח תזרים מזומנים תפעולי לשנה הראשונה



1 רקע

- 1.1 מטרת מסמך זה היא בחינת כדאיות כלכלית של הקמת עסק שייעודו ניהול מדיה חברתית עבור עסקים וארגונים. המסמך כולל תוכנית ביצוע עקרונית.
- 1.2 התוכנית העסקית נכתבה במסגרת תוכנית "יזמים עסק" שמפעיל מרכז סיוע לעסקים ויזמים תל אביב-יפו, על ידי היזמת בליווי יועצי התאחדות היזמים בישראל.
- 1.3 המסמך כולל הערכה כלכלית שנבנתה על בסיס הנחות עבודה, נתונים עסקיים ותחזיות לטווח ארוך.
- 1.4 מבנה ותוכן התוכנית העסקית הותאמו לאופי פעילותה ומטרותיה של היזמת.

2 תיאור כללי של השירות

- 2.1 רוב רובם של בעלי העסקים מבינים כיום את חשיבותה של נוכחות נכונה ברשתות החברתיות ואת הפוטנציאל השיווקי והפרסומי של נוכחות זו.
- 2.2 היזמת מציעה שירותי הקמה וניהול של דפים עסקיים בפייסבוק וברשתות חברתיות אחרות. השירותים המוצעים הם:
 - 2.2.1 הקמת דפי פייסבוק עסקיים
 - 2.2.2 הדרכות קבוצתיות ואישיות בנושא החשיפה ברשת
 - 2.2.3 ניהול חודשי שוטף של דפים עסקיים ברשתות החברתיות
 - 2.2.4 ניהול קמפיינים שיווקיים ברשתות החברתיות

3 תיאור הענף

- 3.1 עידן האינטרנט בכלל והרשתות החברתיות בפרט שינו את כללי המשחק של עולם השיווק והפרסום. הזירה האינטרנטית מאפשרת פרסום ממוקד והגעה מדויקת יותר לקהלי היעד. הדוגמה הטובה ביותר לכך היא פייסבוק המאפשר לכוון את הפרסום לקהלי יעד מאוד ספציפיים על פי מאפיינים שהמשתמשים מוסרים ביוזמתם בפרופיל שלהם.
- 3.2 עולם הרשתות החברתיות הוא חלק בלתי נפרד מההוויה בשנים האחרונות. בשנות האלפיים הוקמו יותר מ-300 רשתות. הגולשים הישראלים הם בין המובילים בעולם בזמן הממוצע שמבלה כל משתמש ברשתות החברתיות. זוהי אחת הסיבות לכך שעסקים קטנים רבים מסתפקים בדף פייסבוק עסקי, ולא מקימים אתר אינטרנט.
- 3.3 מכאן החשיבות של דף עסקי בנוי נכון ומנוהל נכון. דף כזה יכול לחזק את המותג ולשפר את התוצאות העסקיות בהשקעת משאבים יחסית נמוכה.



3.4 קהל היעד :

גופים המעוניינים לקדם את עצמם באמצעות הרשתות החברתיות, כגון :

3.4.1 עסקים בינוניים וקטנים

3.4.2 ארגונים לא עסקיים

3.5 פוטנציאל השוק :

3.5.1 מספר המתחרים הוא גדול. שחקנים רבים פועלים בשוק הקידום והפרסום באינטרנט בכלל וברשתות החברתיות בפרט.

3.5.2 יחד עם זאת, שוק זה נמצא עדיין בצמיחה ויש מקום לשחקנים נוספים.

3.6 חסמי כניסה לשוק :

מלבד האישורים הרגילים הדרושים להקמת עסק, פתיחת תיק במע"מ, במס הכנסה ובמוסד לביטוח לאומי, לא נדרשים אישורים נוספים.

4 צוות העובדים

4.1 עובדים בתפקידים הבאים יידרשו להפעלת המיזם :

4.1.1 מנהל מדיה חברתית

4.1.2 איש שיווק

4.1.3 מנהל העסק

4.2 היזמת, תחיה בן צור, תמלא את כל התפקידים הללו.

4.3 השכלת היזמת :

תואר ראשון וקורס ניהול מדיה חברתית.

5 תוכנית פעילות

5.1 יצירת חלל עבודה בבית בסלון (ההשקעה הנדרשת מפורטת בסעיף 8 להלן).

5.2 אופן מתן השירותים ללקוח :

5.2.1 אפיון צרכי הלקוח - מבנה הדף והטאבים.

5.2.2 יצירת עולם תוכן.

5.2.3 הפצת הדף והכנת תוכנית עבודה.

5.2.4 תפעול הדף או/וגם הדרכת הלקוח על העבודה השוטפת.



5.2.5 חשיפה ברשתות החברתיות השונות.

6 תוכנית השיווק

לצורך קידום הפעילות מתכוונת היזמת לפעול בערוצים הבאים:

- 6.1 הקמת אתר אינטרנט שיציג את השירותים המוצעים ויאפשר יצירת קשר.
- 6.2 הקמת דף אוהדים בפייסבוק.
- 6.3 קידום דף הפייסבוק באמצעות הקבוצות בהן היזמת פעילה.
- 6.4 פרסום ממומן בפייסבוק.
- 6.5 הכנת מחברות ממותגות לחלוקה ללקוחות.
- 6.6 הכנת כרטיסי ביקור.
- 6.7 פנייה יזומה ללקוחות פוטנציאליים.
- 6.8 לכל אלו מצטרף הפרסום מפה לאוזן.

7 אומדן הכנסות

7.1 להלן פירוט המחירים ותחזית המכירות של היזמת לשנת הפעילות הראשונה:

טבלה 1 - פירוט המחירים ותחזית מכירות

שירות	הקמת דף פייסבוק עסקי	שעת הדרכה	ניהול מדיה חודשי	ניהול קמפיין
מחיר מכירה	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX
חודש 1	3	2	2	
חודש 2	4	3	2	
חודש 3	4	3	2	1
חודש 4	4	3	2	1
חודש 5	4	3	3	1
חודש 6	5	3	3	1
חודש 7	5	3	3	1
חודש 8	5	3	3	2
חודש 9	5	3	4	2
חודש 10	6	3	4	2
חודש 11	6	3	4	2
חודש 12	6	3	4	2

7.2 על פי תחזית מכירות זו, ההכנסה השנתית תעמוד על כ-XXX ₪, וההכנסה החודשית בסוף

שנת הפעילות הראשונה תגיע ל-XXX ₪.



7.3 נקודת איזון הכוללת שכר עבודה של XXX ₪ עומדת על הכנסה חודשית ממוצעת של כ- XXX ₪.

8 תכנית רכש והקמה

8.1 להלן מוצג פירוט ההוצאות והעלויות לטובת הקמת העסק. סך כל ההוצאות המפורטות בטבלה הינו חד פעמי.

טבלה 2 - פירוט עלויות הקמה ורכש

עלות הקמה - חד פעמי	
₪XXX	אבזור חלל העבודה: מסך, ספה ושולחן
₪XXX	מחשב
₪XXX	מזגן
₪XXX	הקמת אתר אינטרנט
₪XXX	סה"כ

8.2 לצורך חישוב אומדן לרווח, נניח שהיזמת מתכננת להחזיר את ההשקעה בתוך תקופה של 24 חודשים.

9 הוצאות שוטפות

9.1 הוצאות כוח אדם ישיר:

עלות שכר העבודה של מנהלת המדיה החברתית תעלה בהדרגה במהלך שנת הפעילות הראשונה ותגיע לרמה של XXX ₪ בסוף השנה הראשונה.

9.2 הוצאות שיווק וקידום מכירות:

טבלה 3 - פירוט הוצאות השיווק

עלויות שיווק - לחודש	
₪XXX	פרסום ממומן בפייסבוק
₪XXX	מחברות ממותגות
₪XXX	קרטיסי ביקור
₪XXX	סה"כ



טבלה 4 - פירוט הוצאות שוטפות לניהול ותחזוקת העסק

הוצאות הנהלה וכלליות - לחודש	
₪XXX	הוצאות הנהלה
₪XXX	דלק
₪XXX	הנהלת חשבונות
₪XXX	אינטרנט
₪XXX	טלפון
₪XXX	תוכנות
₪XXX	חשמל
₪XXX	ארנונה
₪XXX	סה"כ

9.3.1 סעיף הוצאות ההנהלה מתייחס להוצאת כוח אדם לא ישירות, עבור ניהול ושיווק העסק.

9.3.2 ההוצאה בגין שירותי הנהלת חשבונות מתייחסת לפעילות במסגרת של עוסק פטור. תחזית המכירות של היזמת לא עוברת את תקרת ההכנסה של עוסק פטור לשנת 2013 (כ-78,000 ₪). **חשוב לציין כי בשנת 2014 תעלה התקרה ל-100,000 ₪.**

10 אומדן לדו"ח רווח והפסד לשנה הראשונה

10.1 להלן מוצג אומדן דו"ח רווח והפסד הן ברמה חודשית והן ברמה שנתית :

טבלה 5 - אומדן לדו"ח רווח והפסד

קטגוריה	ממוצע חודשי	סה"כ שנה ראשונה
הכנסות	₪XXX	₪XXX
הוצאות כ"א ישיר	₪XXX	₪XXX
רווח גולמי	₪XXX	₪XXX
הוצאות שיווק	₪XXX	₪XXX
סה"כ הוצאות הנהלה וכלליות	₪XXX	₪XXX
רווח תפעולי ללא בצ"מ	₪XXX	₪XXX
הוצאות בגין החזרת השקעה	₪XXX	₪XXX
הוצאות מימון	₪XXX	₪XXX
רווח לפני מס	₪XXX	₪XXX

10.1.1 שנת הפעילות הראשונה היא הקריטית ביותר והמשפיעה ביותר על עתיד העסק. ניתן לראות כי על פי תחזית המכירות, השנה תסתיים ברווח של כ-XXX ₪.

10.1.2 **בנספח א'** מצורף אומדן מפורט לדוח רווח והפסד לשנה הראשונה.



11 אומדן לדו"ח תזרים מזומנים לשנה הראשונה

- 11.1 תזרים המזומנים הינו כל תנועות המזומנים בעסק. התנועות כוללות את כל התקבולים וכל התשלומים בסכום המלא וממוינות בהתאם למועד התשלום.
- 11.2 הנחות עליהן נבנה תזרים המזומנים לשנת הפעילות הראשונה:
- 11.2.1 הפעילות השוטפת תמומן באמצעות מסגרת אשראי בנקאית (10% ריבית שנתית).
- 11.2.2 הלקוחות ישלמו בשוטף פלוס 30.
- 11.2.3 הוצאות ההקמה תחולקנה לחמישה תשלומים.
- 11.3 על פי תחזית המכירות, תזרים המזומנים יהיה שלילי במהלך שנת הפעילות הראשונה, ויגיע לשיאו (כ-XXX ₪) בחודש השישי לפעילות, בעיקר עקב עלויות ההקמה. סכום זה הוא גובה המימון הנדרש לעסק.
- 11.4 תזרים המזומנים צפוי להפוך לחיובי בשנה השלישית לפעילות העסק, בהנחה שההכנסות החודשיות תשארנה ברמה של החודש ה-12.
- 11.5 **בנספח ב'** מצורף אומדן מפורט לתזרים מזומנים תפעולי.

12 סיכום

- 12.1 שנת הפעילות הראשונה היא הקריטית ביותר והמשפיעה ביותר על עתיד העסק. על פי תחזית המכירות, השנה תסתיים ברווח של כ-XXX ₪.
- 12.2 נקודת איזון להפעלת העסק הכוללת שכר עבודה של XXX ₪ עומדת על הכנסה חודשית ממוצעת של כ-XXX ₪.
- 12.3 על פי צפי תזרים המזומנים, גובה המימון שיידרש לעסק (עלויות הקמה ופעילות שוטפת) עומד על כ-XXX ₪.
- 12.4 התוכנית העסקית המוצגת במסמך זה נבנתה על פי ההנחות המופיעות בה.
- 12.5 התוכנית המוצגת היא בגדר בחינת הרעיון העסקי ויש לעדכנה עם כל שינוי או התפתחות.
- 12.6 על פי הנחות היסוד פתיחת המיזם במתכונתו הנוכחית כדאית מבחינה כלכלית.



נספח א' - אומדן לדו"ח רווח והפסד לשנה הראשונה

7	6	5	4	3	2	1	קטגוריה/חודש
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הכנסות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות כ"א ישיר
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח גולמי
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות שיווק
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	סה"כ הוצאות הנהלה וכלליות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח תפעולי ללא בצ"מ
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות בגין החזרת השקעה
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות מימון
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח לפני מס

סה"כ שנה ראשונה	ממוצע חודשי	12	11	10	9	8	קטגוריה/חודש
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הכנסות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות כ"א ישיר
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח גולמי
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות שיווק
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	סה"כ הוצאות הנהלה וכלליות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח תפעולי ללא בצ"מ
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות בגין החזרת השקעה
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות מימון
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח לפני מס



נספח ב' - אומדן לדו"ח תזרים מזומנים תפעולי לשנה הראשונה

6	5	4	3	2	1	קטגוריה/חודש
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הכנסות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות כ"א ישיר
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח גולמי
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות שיווק
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	סה"כ הוצאות הנהלה וכלליות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח תפעולי ללא בצ"מ
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות הקמה
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות מימון
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	תזרים מזומנים
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	תזרים מזומנים מצטבר

12	11	10	9	8	7	קטגוריה/חודש
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הכנסות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות כ"א ישיר
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח גולמי
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות שיווק
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	סה"כ הוצאות הנהלה וכלליות
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	רווח תפעולי ללא בצ"מ
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות הקמה
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	הוצאות מימון
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	תזרים מזומנים
₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	₪XXX	תזרים מזומנים מצטבר