



## פרקי התוכנית ולוח הזמנים למילוי

פרק	השלב למילוי – על פי ההרצאה
תמצית מנהלים	בסוף הקורס
פרופיל היזמים	לאחר הרצאת פתיחה למאפייני היזם
פרופיל העסק שלב 1: צורך, חזון ומטרות	לאחר הרצאת גיבוש הרעיון העסקי מתוך "האסטרטגייה השיווקית"
פרופיל העסק 2: ניתוח אסטרטגי	לאחר הרצאת גיבוש האסטרטגייה השיווקית
תאור המוצר /השירות	לאחר הרצאת שיווק ב': שיווק העסק ופרסום מסורתי
תאור השוק/הענף	לאחר הרצאת גיבוש האסטרטגייה השיווקית
תמהיל השיווק	לאחר הרצאת שיווק ב': שיווק העסק ופרסום מסורתי
תוכנית ותחזיות פיננסיות	לאחר הרצאת התוכנית הפיננסית והתפעולית

## **תמצית מנהלים:**

תמצית מנהלים צריכה להיכתב בצורה שתעביר את המסרים המרכזיים של התוכנית העסקית, תייצר עניין אצל הקורא ותציג משמעויות עיקריות של התוכנית העסקית. בדרך כלל פרק זה נכתב בסוף העבודה לאחר השלמת התוכנית העסקית ואורכו עד 3 עמודים

## **פרופיל היזמים:**

ניסיון, יכולות, מיומנויות, יתרונות יחסיים של בעלי העסק

## **פרופיל העסק (הרעיון העסקי/ הצורך):**

1. מדוע כדאי להקים את העסק? (תאור הצורך הקיים), תאור החזון והייעוד, מטרות ויעדים.
2. ניתוח SWOT - הערכים והתועלות שהעסק מייצר ללקוחותיו (חוזקות), חולשות, הזדמנויות ואיומים, היסטוריה עסקית(באם קיימת).

## תיאור המוצרים / השירותים:

תיאור של תכונות המוצרים / השירותים וכיצד הוא עונים בצורה טובה לצרכים ולדרישות השוק.

הסבר על התמחיר – חשוב להתייחס לעלויות הייצור, חומרי הגלם, העמסות ורווחיות. ביצוע השוואה למוצרים/ שירותים מתחרים (ניתן לבנות טבלת השוואה עם פרמטרים רלוונטיים).

התאמת קהלי היעד למוצרים//השירותים הרלוונטיים.

מוצר / שירות א':

מוצר/ שירות ב':

מוצר /שירות ג':

מוצר / שירות ד':

מוצר/ שירות ה':

מוצר /שירות ו':

## תאור הענף/השוק:

תאור השוק - תאר את הענף ברמת מאקרו (גודל הענף, מספר שחקנים, שרשרת האספקה/ערך וכד')  
לקוחות - שוק היעד (הסבר על קהל היעד, הרגלי הצריכה שלהם, מיקומם הגיאוגרפי, צרכים וכד')  
מתחרים ותחרות - תאר את המתחרים העיקריים - רצוי בתוך טבלת השוואה עם פרמטרים רלוונטיים.  
ספקים – ספקים עיקריים, תנאי שירות ואספקה, מחירים

## לדוגמא:

שם העסק	מחזור משוער	גודל בשוק	חוזקות / יתרונות יחסיים	חולשות	הערות נוספות

## תוכנית השיווק והמכירות:

הסבר על אסטרטגיית השיווק ואמצעים עיקריים למשיכת לקוחות

### על פי תמהיל השיווק:

- מיתוג ואופן הצגת המוצר:
  
- מדיניות המחירים וההנחות:
  
- תוכנית המכירות הפרטנית:
  
- פירסום – כלים ואמצעים:
  
- הפעלת יחסי ציבור:
  
- פעולות לקידום מכירות:
  
- אופן הפעלת שירות הלקוחות – תהליכי שימור לקוחות והנעת חוזרת למכירה:

### אמצעים ותקציבים:

הערות	עלות שנתית בש"ח	עלות חודשית בש"ח	אמצעי שיווק / פירסום



## תפעול וכ"א

הסבר על אופן התפעול של העסק -

פירוט והסבר על שרשרת השירות והאספקה

מבנה הארגון והרכב כוח האדם הצפוי (רצוי לצרף תרשים ארגוני)

### עלויות שכר

תפקיד	מספר העובדים	עלות שכר חודשי	עלות שכר שנתי
סה"כ			

מבנה עלויות הנהלה וכלליות (פירוט בטבלה)

סעיף הוצאה	עלות חודשית בש"ח	עלות שנתיית בש"ח

## **ניתוחים ותחזיות פיננסיות**

### **למלא את טבלאות האקסל המופיעות בקובץ המצורף:**

- טבלת ההשקעות ומקורות המימון לתוכנית - דו"ח מקורות ושימושים
- דו"ח תחזית רווח והפסד - ניתוח נקודת איזון
- דו"ח תזרים מזומנים

## **נספחים**

תעודות, חומרים וכל דבר הרלוונטי לתוכנית העסקית ולהנחות שנקחו