

## אודות קורס אימון לליווי עסקים קטנים ובינוניים

אימון לליווי עסקים קטנים ובינוניים מסייע לבעלי עסקים למצות את הפוטנציאל העסקי שלהם באמצעות זיהוי חוזקות, מיקוד מסרים, שיפור מיומנויות וניהול אפקטיבי. התהליך מוביל לצמיחה, הגדלת רווחים ויצירת שינוי משמעותי בעסק לאורך זמן.

בקורס תלמדו לזהות ולמפות חוזקות אישיות ועסקיות, לאתר קהלי יעד ולקוחות משלמים, ולבנות מסרים שיווקיים ממוקדים ומדויקים. תרכשו כלים לבניית מוצרים מניבים ומשפכים שיווקיים רווחיים, לצד שיטות יעילות לתמחור ולניהול פיננסי. בנוסף, תשפרו את מיומנויות המכירה והשרות, תלמדו כיצד לנהל משימות ואנרגיה על ציר הזמן, ותתמקצעו בתכנון ותזמון פרויקטים. כל זאת במטרה להוביל עסקים קטנים ובינוניים למצות את הפוטנציאל העסקי שלהם ולהשיג תוצאות יוצאות דופן בזמן קצר.

כלי מרכזי שיילמד בקורס הוא מודל הקוביה - כלי עבודה מוחשי והוליסטי שפיתחה אביטל אריכא, מנחת הקורס. הכלי מכיל את כל השאלות שכדאי לשאול לפני יציאה עם מוצר או שירות חדש לשוק. מענה על השאלות במתודיקה שמקנה הקוביה מאפשרת לבנות בקלות תכניות עסקיות, תכניות שיווק וניהול משימות ולייצר בהירות לאורך כל שלבי פיתוח ושיפור העסק.

**הקורס מנוהל על ידי המכון לאינטגרציה, הפקולטה לחינוך**

מס	תאריך	נושא
1		<p><b>מבוא לקורס והיכרות עם כלי העבודה המלווים אותו</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>מהו מודל הקוביה – כלי עבודה לניתוח שיווקי וכיצד מסייע בהתפתחות העסק?</li> <li>מטרות הקורס ותהליכי עבודה</li> </ul>
2		<ul style="list-style-type: none"> <li>מהו smarketing ומדוע הוא משמעותי לבעל העסק הקטן?</li> <li>זיהוי מוטיבציה ואמונות מגבילות לטובת דיוק המוצר ותהליכי שיפור</li> <li>היכרות עם סוגי בידול ומותו של הבידול הקלאסי</li> <li>התנסות בחקר מתחרים</li> </ul>
3		<ul style="list-style-type: none"> <li>AI&amp;I פריסת ארגז כלים של בעל העסק ובדיקת חוסרים</li> <li>כלי זיהוי כוחות מניעים ומוטיבציה של בעלי עסקים ויזמים (WHY)</li> <li>היבטים רגשיים בהתפתחות אישית וטכניקות לשינוי הרגלים</li> <li>אסטרטגיות ליווי עסקי</li> <li>קביעת יעדים אישיים ועסקיים ובניית תכנית עבודה</li> <li>מיומנויות התחקיר – כיצד שואלים שאלות בעסק?</li> </ul>
4		<p><b>חקר לקוחות - מבוא</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>כלים לפילוח לקוחות</li> </ul>
5		<p><b>חקר לקוחות – ניתוח עומק</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ארגז כלים לזיהוי ואפיון רצונות וצרכים של הלקוח</li> <li>כלי ניתוח, כלים להקשבה ושיטות לזיהוי רצונות סמויים</li> </ul>
6		<p><b>מהלך ישות לקוח – ניתוח עומק (המשך)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>גורמים לדביקות ומעורבות רגשית במוצרים כלי הכרחי לשימור לקוח העתיד</li> <li>תרגול והטמעה של הכלים לרמת יישום</li> <li>בחינת חסמים המונעים רכישה</li> <li><b>יוצאים לדרך: תכנית פרקטיקום ליווי עצמאים</b></li> </ul>
7		<p><b>מהלך ישות לקוח – ניתוח עומק (המשך)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>מהו כסף</li> <li>כלים לבניית תפיסת ערך למוצר בעיני הלקוח</li> <li>מיצוב, המחשה, בניית עוגני תמחור, חיבור רגשי, יצירת אמון</li> </ul>

מס	תאריך	נושא
8		<p><b>מהלך ישות לקוח – ניתוח עומק (המשך)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>מתי הלקוח -זיהוי התנהגויות לקוח במרחב ועל צירי הזמן.</li> <li>איפה הלקוח –ניתוח התנהגויות וזיהוי הזדמנויות במרחב הפיזי והדיגיטלי</li> <li>התמודדות ערוצי השיווק עם עיוורון סלקטיבי של לקוח שתלך ותתעצם בעתיד</li> </ul>
9		<p><b>מהלך ישות לקוח – ניתוח עומק (המשך)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>כיצד הלקוח -טכניקות וכלים לאיסוף מידע מלקוחות וצרכנים לדיוק מאמצי השיווק</li> <li>קבוצות מיקוד, סקרים 1/1, תצפיות</li> <li>תחנת דיווח על תהליך הליווי (סטאג')</li> </ul>
10		<p><b>מהלך ישות מוצר – ניתוח עומק מיתוג וחווית מוצר</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>היבטים באפיון מוצר וזיהוי המעורבים בתהליך ייצור המוצר, שיווק ומכירתו.</li> <li>מי המוצר - מיתוג ובניית פרסונה ייצוגית</li> <li>תירגול יצירת חווית מוצר</li> <li>גיוס עובדים תואמי חווית מוצר</li> <li>כלי השראה לבניית מיתוג</li> </ul>
11		<p><b>מהלך ישות מוצר – ניתוח ויישום</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ניתוח ובחירת מסרים שיווקיים</li> <li>AI בשורות הכתיבה השיווקית</li> <li>סוגי מניפות מוצרים וחבילות ותועלותיהן וכלים לבנייתן</li> <li>משפכים שיווקיים פשוטים ומורכבים</li> </ul>
12		<p><b>מהלך ישות מוצר – ניתוח ויישום בתחום הפיננסיים</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>תמחור מוצר והמחרתו, קריאת דוחות חשבונאיים</li> <li>תזרים, רווח והפסד, מאזן</li> <li>כללי אצבע לבעלי עסקים קטנים</li> <li>הקניית הרגלים פיננסיים</li> <li>מרצה ומלווה את התחום הפיננסי בפרקטיקום: רן אריכא</li> </ul>
13		<p><b>מהלך ישות מוצר – ניתוח ויישום</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>תרגול פרזנטציה מכירתית ממוקדת</li> <li>מיקום המוצר במרחב הפיזי והדיגיטלי ומיצובו</li> <li>בניית תרשים תוכנית פעולה לפיתוח המוצר בעזרת יישום כלי הקובייה</li> </ul>

<p><b>סוגרים מעגל – חזרה למהלך ישות "אני" וכלים לביצוע החלטות</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• פריסת צרכים ואמצעים פיננסיים לצורך פיתוח מבוססי תרשים תוכנית פעולה</li> <li>• "רמזור" – טכניקה ייחודית לניתוב זמן ואנרגיה בתכנון משימות</li> <li>• טכניקות להטמעת הרגלים חדשים ושינוי התנהגותי</li> </ul>	<p>14</p>
<p><b>המשך ישות אני וכלים נוספים מעולם שיווק המכירות</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• כלי אוטומציה בשרות העסק</li> <li>• הגנה מפני סיכונים</li> <li>• הבאת תנועה לעסק, סוגי מוכרים ואידאל המכירה</li> </ul> <p><b>6 שלבים למכירה אפקטיבית</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• שירות לקוחות</li> <li>• שימור לקוחות</li> </ul>	<p>15</p>
<p><b>סיכום ותובנות</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• שינוי יחסי בתפיסת המוצר והשוואה לתחילת תהליך החקירה</li> <li>• מסקנות סטאז' ותובנות התלמידים וחלוקת תעודות</li> </ul>	<p>16</p>



# וצאת לתעודה

כי

מר/גב' ישראל ישראלי

דוגמה

ת.ז. 123456789

השתתף/ה ועמד/ה בדרישות הקורס

אימון וליווי עסקים  
קטנים ובינוניים

בהיקף של 90 שעות לימוד  
1- 18 שעות פרקטיקום

יולי 2024 | סיון תשפ"ד

אקדמיקה  
לימודי המסחר בר-אילן

אביטל אריכא

ישראל ישראלי  
מנהל המכון לאינטגרציה

ישראל ישראלי  
ראש המכון לאינטגרציה