



יוזמות עתיד
איתך בדרך להצלחה עסקית

ערכת למידה למאמנים

עמותת יוזמות עתיד





1. רקע ומטרות

- א. היכרות עם 'יוזמות עתיד'
- ב. תפקיד המנטור
- ג. היזם - סילבוס קורס היזמת ובסיס שיעורי בית מומלצים

2. תפקיד המנטור- איך עושים זאת?

- א. צעדי הליווי
- ב. מתווה מסגרת לפגישות הליווי
- ג. היכרות ותיאום ציפיות - הפגישה הראשונה (כולל טופס שיעורי בית ליזמת)
- ד. כלים בניהול עצמי, מוטיבציה, והנעה לפעולה (ניהול פרויקט, יומן, תחומי תוצאה, סיטואציות מאתגרות)
- ה. תמיכה למנטור

3. שיווק

- א. ניתוח שיווקי - מיפוי המצב כיום: המוצר\ העסק, הלקוחות, המתחרים, השותפים
- ב. אסטרטגיה שיווקית
- ג. פעילות שיווקית - פעילות און ליין ואוף ליין, הטבות העמותה.

4. ניתוח כספי - הוצאות , הכנסות, נק' איזון, תמחור והמחירה





עמותת יזמות עתיד מעניקה הזדמנות אמיתית, ליצירת הכנסה משמעותית ושיפור בחיי המשפחה כולה, לאלה הנמצאים במצב כלכלי מורכב, אשר מעוניינים באמת לפעול לשינוי מצבם, ע"י קידום עסק קטן.

פתגם ידוע אומר: "תן לאדם דג, הוא ישבע יום אחד. למד אותו לדוג – הוא ישבע כל חייו".
במסגרת תהליך הליווי אנו שואפים שהיזם יעבור תהליך משמעותי, שבו יקבל כלים ומיומנויות לניהול עסק עצמאי. אנו רוצים כי הכלים והמיומנויות אותם ירכשו היזמים והיזמיות ישמשו אותו גם לאחר סיום הליווי והם יעמדו בזכות עצמם.

העמותה מציעה ליזמים/ות המתאימים מעטפת תמיכה עסקית מלאה, ללא תשלום. המעטפת כוללת, בין היתר: קורס הכשרה עסקית מפגשים, בניית תכנית עסקית, ליווי עסקי אישי, הלוואה חברתית זעירה לטובת קידום העסק, סדנאות העשרה, ייעוץ מומחים ושירותים והטבות למינוף העסק. כל אלה עד כשנה מיום הכניסה לתכנית.

אנחנו שמחים מאד שבחרתם להיות חלק מאיתנו בשינוי עוד ועוד מעגלים ובתים בישראל. ומקווים כי התהליך הראשון יהיה רק סנונית ראשונה של דרך ארוכה יחד.

החזון שלנו

להעניק הזדמנות עסקית לאוכלוסיית המעוניינים לפעול לשינוי מצבם הכלכלי ולהיות בעלי עסק קטן, שיהווה עבורם מקור לפרנסה בכבוד ולגאווה.

אנו מאמינים שלכל אחת ואחד מגיע להרגיש חזק, מסוגל ויכול. באמצעות מעטפת תמיכה, המוענקת ללא תשלום, וליווי עסקי, מקצועי ואישי, אנו שואפים להסיר את החסמים הקיימים עבור היזמים השואפים לצאת לדרכם העצמאית, ולעזור להם להפוך לאנשי העסקים שהם תמיד חלמו להיות.

קהל היעד

התכנית מיועדת ליזמים ויזמיות בעלי רעיון עסקי מגובש ובעל פוטנציאל, אשר מימושו נמנע בשל מצב כלכלי מורכב, היעדר הון ראשוני או ניסיון עסקי מתאים.

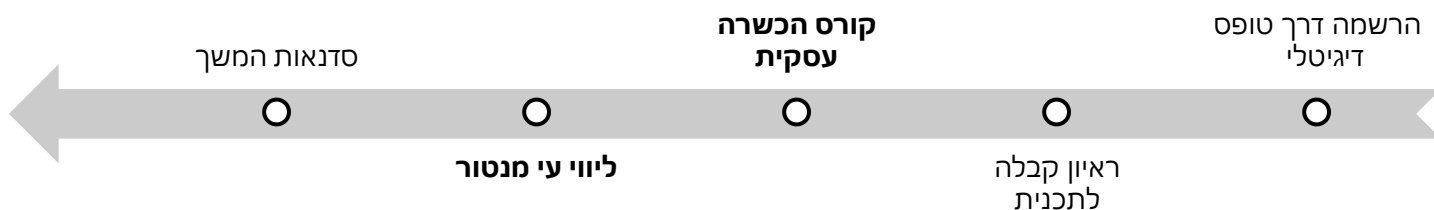


מעטפת התמיכה שלנו

כל מה שצריך כדי להצליח – במקום אחד, וללא כל עלות



מעטפת התמיכה שלנו



מאפייני היזמים/יזמיות

- » בעלי יוזמה עסקית, רעיון עסקי מגובש או פעילות עסקית קטנה
- » קריטריון כלכלי- מעוניינים בליווי עסקי אך אינם יכולות להרשות זאת לעצמם בשוק הפרטי
- » בעלי מוטיבציה גבוהה, רצון לשינוי ויכולת התמדה





המנטור/ית בעמותה היא חלק משמעותי ומהותי בתהליך יציאה ממצוקה לעצמאות כלכלית וממש ביכולתה לשנות חיי אדם.

מטרתנו המשותפת בהתנדבות הינה לקחת את הידע והכלים שלך, הניסיון האישי והמקצועי שצברת לאורך הזמן לצד ההכשרה ומגוון הכלים שלנו ויישומם לטובת תהליך ליווי מוצלח של יזמת בפיתוח העסק שלה וסיום תהליך כאשר היזם או היזמת **בעלת עסק ועומדת בזכות עצמה.**

מטרתו/ה של המנטור/ית

1. **ליווי תומך לעסק:** סיוע ביישום הנלמד לאחר הקורס.
2. **ליווי תומך ליזמת:** חשיבה והליכה משותפת, תמיכה והעצמה, דירבון, מתן אומץ, הבאת ניסיון והבאה ליכולת עבודה עצמאית.

מה זה אומר בפועל?

הליווי יכלול תמיכה סביב 6 מוקדים עיקריים בעסק, כאשר העבודה היא מעגלית ומתמשכת (ראו מתווה העבודה המוצע).

- 1 - **המוצר/ השירות** – עונה על צורך, פותר בעיה
- 2 - **קהל היעד** – למי המוצר/ השירות יוצר ערך?
- 3 - **שיווק מודעות והגעה** – איך אנשים ידעו שיש לי פתרון בשבילם?
- 4 - **הכסף** – ניהול הכנסות והוצאות. ההבדל בין תחביב לעסק = ניהול כספי.
- 5 - **המנוע/ היזמת** – קידום עצמי, אמונה בעצמי למרות הספק והביישנות, התמודדות עם קשיים, איזון בין מיקוד בפרטים לחזון, איזון בין רגשי לעסקי, הפרדה בין עסק לבית, ניהול זמן, סדר וארגון.
- 6 - **הרשויות** – פתיחת עסק רשמי, עבודה מול רשויות המס, ניתן להסתייע ביועץ מס/רו"ח מתנדבי יוזמות עתיד



בטרם החיבור למנטור/ית, היזם/ת עובר/ת תהליך הכשרה עיסקית הכולל 8 מפגשים בתחומים שונים. במהלך ההכשרה במקביל ללימוד הנושאים המשמעותיים לניהול העסק, עובד היזם על ניסוח ומענה על שאלות מרכזיות הקשורות בעסק.

סילבוס ההכשרה

מפגש 1:

- » היכרות
- » עקרונות ההצגה העצמית הנכונה לקידום העסק ולשיווק עצמי
- » העצמה עסקית – חשיבות החשיבה החיובית
- » עקרונות ניהול זמן
- » שילוב העסק עם הבית
- » הגדרת חזון
- » חברה עסקית

מפגש 2- ניתוח:

- » הגדרת מטרות ויעדים (והתקשרות עם נושא החזון)
- » מודל SMART
- » מודל SWOT
- » תכנית עבודה שבועית, חודשית ושנתית-
- » יצירתיות בחשיבה עסקית – משאבים

מפגש 3- שיווק:

- » הגדרת העסק
- » ייחודיות/ בידול
- » מיצוב
- » הגדרת קהל היעד – פילוח שוק: סגמנטציה של קהלי היעד הפוטנציאליים.
- » תמהיל שיווקי – עקרונות השיווק

מפגש 4- שיווק:

- » חזרה על שיעורי הבית – בניית התכנית השיווקית ודוגמאות של משימות מהתוכנית ויישומן
- » דרכי שיווק יצירתיות וייחודיות לעסק בהתאם לקהלי היעד שאופיינו
- » מחקר שוק – לקוחות פוטנציאליים, מתחרים, נתונים גיאוגרפיים ודמוגרפיים, ערוצי שיווק בענף
- » שיווק גרילה
- » שיתופי פעולה
- » נטוורקינג
- » המחרה של השירותים/ המוצרים בעסק



מפגש 5- שיווק דיגיטלי:

- » שיווק דיגיטלי – היכרות עם העולם הדיגיטלי
- » ופלטפורמות השיווק הגלומות בו
- » שיווק ברשתות החברתיות, אפשרויות קידום
- » עקרונות של כתיבה שיווקית

מפגש 6- פיננסים וחשבונאות:

- » תמחור והמחירה – סקר שוק
- » חישוב הכנסות והוצאות
- » חישוב נקודת איזון
- » יעדי מכירות
- » ניהול תזרים מזומנים
- » עבודה מול רשויות ובנקים
- » התייעצות עם אנשי מקצוע
- » הוספה לבניית התכנית העסקית – יעדים,
- » תמחור, תכנית השקעות ועל פי זה שיעורי
- » הבית

מפגש 7- מכירות:

- » מכירות – תהליך המכירה ושלביו: איתור צרכי
- » הלקוח, הצגת המוצר, סגירת העסקה.
- » תקשורת בין אישית, שפת גוף
- » סגנונות תקשורת
- » טיפול בהתנגדויות

מפגש 8- סיכום:

- » מפגש עם יזמת מצליחה
- » הצגת העסק – מצגת בסגנון טד 5 דק הכוללת
- » תוכנית עסקית מילולית
- » סיכום ומשוב
- » טקס סיום וחלוקת תעודות

במהלך הקורס תעבוד היזמת על מענה לשאלות הבאות:

קצת עליי במספר מילים:

גיל, מצב משפחתי, מספר ילדים, מצב תעסוקתי שלי, ניסיון תעסוקתי. הכשרה שרכשתי כדי לקדם את העסק הנוכחי?

מוטיבציה להקמת העסק

מה הניע אותך להקמת עסק/ להפוך לעצמאית, מדוע בחרת דווקא בתחום העסק הזה.

העסק בעתיד

כיצד היית מדמינת את העסק שלך שנה מהיום? מה החזון העסקי שלך?

עלויות ורווחים:

1. הציגי רשימה של המוצרים או השירותים שאת מציעה ללקוחותיך:
2. מה המחיר ללקוח?

מקורות המימון:

איך את מתכוונת לממן את פעילות העסק בשנה הראשונה? מה חסר לך כדי להתחיל את העסק או כדי לקדם את העסק הקיים? האם את מעוניינת לקחת הלוואה דרך יוזמות עתיד? אם כן – מהי מטרת ההלוואה?

הכנסות

רשמי את הכנסות* והוצאות הבית בכל חודש (המלצה: לעשות זאת מתוך דפי חשבון הבנק של הבית):

*במידה ויש הכנסות חריגות בחודש כלשהו אנא צייני זאת

במקרה של עסק קיים נשמח לדעת מה מתוך ההכנסות מה הם הרווחים מהעסק (רשמי מטה).

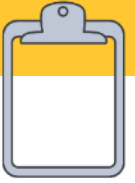
סוג תנועה/חודש	חודש שעבר	לפני חודשיים	לפני שלושה חודשים
הכנסות			
הוצאות			
סה"כ (הכנסות פחות הוצאות)			

רווחים מעסק קיים:

סוג תנועה/חודש	חודש שעבר	לפני חודשיים	לפני שלושה חודשים
רווח מעסק קיים (רווח נטו לאחר הוצאות עסקיות)			

* המסמך כתוב בלשון נקבה אך מתייחס לשני המינים כאחד.





צעדי הליווי

- א. **הכשרה** - כל מנטור עובר תהליך הכשרה בסיסי בו הוא רוכש ידע וכלים לניהול העסק הזעיר (תכנית עסקית, שיווק, כספים, רגולציה) וכן מיומנויות בין אישיות הדרושות למנטור. לתהליך זה יתווספו הפגישות החודשיות אחרי ההכשרה ובהן יש מקום לדילמות שעולות, להעשרה, ולהכשרות נוספות במידת הצורך.
- ב. **חברת הליווי** - משמשת את המנטור/ית ככלי תומך בתהליך.
- ג. **משך ותדירות** - תהליך הליווי של היזמת עורך כמינימום חצי שנה ולעיתים גם עד שנה (8-16 פגישות) והוא כולל מפגשים פרונטליים **אחת לשבוע** בתחילה למשך 3-4 הפגישות הראשונות , ולאחריהן מפגשים אחת לשבועיים על פי התפתחות היזמת והעסק. במקביל, נשמרת תקשורת רציפה בין המנטור ליזמת באמצעים נוספים (טלפון מיילים ואחרים). תקשורת רציפה היא קריטית להצלחת התהליך.
- ד. **הפגישות** - תאום המפגשים בין המנטור לבין היזמת הם באחריות משותפת, ותקבע במשותף גם הדרך לתגובה במצב של ביטול או דחיית פגישות.
- ה. **קו מומחים** - תהליך הליווי מאפשר יעוץ עם מתנדבים מומחים בתחומי: שיווק, יעוץ מס, שיווק דיגיטלי עו"ד וכדומה לפי הצורך (רשימת המומחים באתר העמותה) .
- ו. **סיכומי פגישה** - כל מנטור מדווח על ההתקדמות על פי הפירוט הבא (באתר העמותה).
 - א. סיכום לאחר כל פגישה, ועדיף ביחד עם היזמת מיד בסוף הפגישה.
 - ב. סיכום סיום בסוף תהליך הליווי.
- ז. **התייעצות הדדית** - הן קבוצת ההכשרה שלך והן קבוצת המנטורים הגדולה יותר מיועדות לתת תמיכה ויעוץ, להעלות צרכים לידע, ובעיקר לאפשר פלטפורמה ליעוץ הדדי בין מנטורים בעלי חוזקות וידע שונים. כמו כן לרשותך קבוצת הפייסבוק - "קהילת המנטורים עמותת יוזמות עתיד (העמוד הרשמי)".
- ח. **תקשורת ושיתוף** - כל מנטור מוזמן בכל עת להתייעץ, ולהעלות רעיונות או קשיים. גם במפגשים פרונטליים וגם באופן אישי עם ראש הצוות המלווה.
- ט. **מפגשי העשרה ואקדמיה למנטור** - המנטורים יוזמנו למפגשי העשרה בנושאים הקשורים לליווי היזמת, ייהנו ממפגש, מסיעור מוחות, וחשיבה משותפת.
- י. **סיום התהליך** - בתום תהליך הליווי , אם מסיבה "טבעית" לאחר תקופה בה היזמת קיבלה כלים והעסק מתפתח יפה, ואם מסיבה אחרת (חוסר מחויבות יזמת, נסיבות חיים, מנטור לא זמין וכו'..). יש למלא **טופס סיכום תהליך ליווי** . בעזרתו נוכל לבצע למידה ושיפור, ונדע את כבדת הדרך שעשיתם. וכן תערך שיחה בין המנטור לבין ראש הצוות, לסיכום וסגירת תהליך הליווי, ובתקווה לשיבוץ ליזמת נוספת.

המתווה המוצע מציג את הנושאים שעליהם יש לעבור יחד עם היזמת לאורך תהליך הליווי. **עם זאת, כל עסק וכל יזם נמצאים במקום שונה, ולכן יש לעבוד בשיקול דעת, ולהתאים לצרכים.**

- » ייתכנו שינויים תוך כדי תנועה.
- » קצב העבודה תלוי בעסק וביזמת, ולכן מספרי הפגישות הינם המלצה כללית בלבד.
- » תהליך נכון אשר מכסה בעינינו את כל תחומי העסק הנדרשים – הינו לפחות בן 8 מפגשים ועוד 8 מפגשים נוספים במידת הצורך, בהתאם לשיקול דעת המנטור והיזם.
- » תדירות פגישות: חודש ראשון – פגישה אחת לשבוע (4 פגישות).
חודש שני והלאה – פגישה אחת לשבועיים.

מס'	הפגישה והנושאים לטיפול	הערות
תיאום והעברת פרטים	העברת פרטי היזם בצרוף מצגת ודוח סיום הקורס למייל של המנטור.	צוות יוזמות עתיד
פגישה 1	הכרות הדדית, קביעת דרך עבודה ובירור מצב קיים - הצגה עצמית והקשבה ליזמת - קביעת דרך העבודה המשותפת: חשיבה משותפת, בניית תכנית, משימות לביצוע ועוד. - מעבר על תוצרי קורס ההכשרה של היזמת - בירור מצב קיים: מכירות, לקוחות, תחום פעילות	תוך שבוע ממועד קבלת המייל מצוות יוזמות עתיד. סיכום פגישה בסיום המפגש (אזור מתנדבים באתר)
פגישה 2	שיח על חזון עסקי, מטרות. - תחילת הרכבת התכנית העסקית - עבודה עפ"י המידע הקיים אצל היזמת	סיכום פגישה
פגישה 3	עבודה ראשונית על גיוס לקוחות: - עבודה ראשונית על גיוס לקוחות - במעגלי היכרות ראשוניים, תכנון ואימון על שיחה שבה היזמת מודיעה שפתחה עסק, ומבקשת הפנית חברות. - משימה: הגדרת יעד כמותי לביצוע שיחות הצגה עצמית כבעלת	סיכום פגישה

	עסק.	
סיכום פגישה	זום- אין על לקוחות: 1. מי הלקוחות שלי היום – מה מאפיין אותם 2. קהל היעד- למי אני רוצה ויכולה לתת שירות ולמי לא 3. משימה: עריכת סקר לקוחות	פגישה 4-5
סיכום פגישה עד חודש מפגישה ראשונה מהיזמת / 5 פגישות, יש להעביר תכנית עסקית	העסק ותכנית עסקית: 1. ניתוח העסק swot. 2. בחינת הצורך בהלוואה: רכישת ציוד, שיפוץ, פרסום וכו'.. ועזרה לפי הצורך. 3. סיום בניית התכנית העסקית	פגישה 5-6
סיכום פגישה	בידול ומיצוב 1. הגדרת הערך המדויק ללקוח וכתובת סלוגן/ משפט המדייק אותו 2. אימון על הצגה עצמית ב 60 שניות ואיזה הפניות מבקשת לקבל. משימה: קביעת יעד להפניות מהמעגל העסקי ויעד מכירות לחודש הבא.	פגישה 7
מומחים בתחומי: שיווק, עיצוב גרפי, פייסבוק, צילום ועוד (בלשונית מתנדבים באתר)	בחינת אפשרויות פרסום ואביזרי שיווק 1. מעבר על קובץ הטבות 2. מיפוי אמצעים שיווקיים דרושים : מדיות פרסומיות, החומר השיווקי הנדרש לעסק: כרטיס ביקור/ פלייר/ ברשור/עמוד בפייסבוק/ שובר מתנה ועוד. 3. בחינת עלויות והצעות מחיר 4. הכנת תכנית שיווקית- עדכון הגיליון פירוט מילולי וכמותי	פגישה 8-9
	שיתופי פעולה ונטוורקינג 1. חיפוש מעגלים עסקיים קרובים: קישורי אמהות , Bni , מעגלים עירוניים וקביעת המועד בו היזמת מגיעה למעגל . 2. הזדמנויות לחיבורים מפרים עם שותפים שונים : אזור גיאוגרפי, אותם קהלים, מוצר חדש , וכו'..	פגישה 10
ניתן להיעזר במומחה המופיע באתר יוזמות עתיד. סיכום פגישה	תמחור 1. קביעת תמחור -ההוצאות הישירות, והעקיפות.. 2. המחרה - קביעת המחיר לפי השוק והערך הנתפס ללקוח ..	פגישה 11



סיכום פגישה	פעילות שיווק ופרסום בפועל 1. אופליין: חלוקת פליירים וכרטיסי ביקור ותליית מודעות במקומות מרכזיים וכו'... 2. אונליין: שיווק דיגיטלי – פייסבוק/ אתר/ בלוג התייעצות עם מומחה במידת הצורך 3. הכנסת תכנים, תמונות, סרטוני, מבצעים ועוד. דגש על גיבוש דרך עבודה רציפה ומתוכננת מראש.	פגישה 12-13
סיכום פגישה	התאמת התכנית העסקית 1. התאמת התכנית העסקית (קובץ האקסל): קביעת דרכי פעולה והכנסות והוצאות צפויות	פגישה 14
מנטור/איש מקצוע מתנדב	ניהול כספי רישום ומעקב תרגול מעקב קבוע אחר הוצאות והכנסות 1. ניהול תזרים מזומנים 2. מעקב ובחינה על ההוצאות של העסק 3. פתיחת עסק רשמי – עבודה מול רשויות המס 4. ניהול רישום המחברת או אקסל - לתיעוד פגישות, הלקוחות. כסף שנכנס מכל לקוח, הוצאות שהוצאו ועוד.	15
סיכום פגישה	ניהול זמן, עבודה לפי יעדים ודרכי מעקב עבודה עם יומן, טבלת מעקב, קביעת סדר יום וכו'...	פגישה 16
בחינת צרכים ודרך להמשך תהליך ליווי העסק/ סיום התהליך		



סיכום פגישה דרך אתר העמותה הוא כלי עזר חשוב לניהול תהליך הליווי, **והובנה** למלאו עבור כל תהליך! מומלץ בסוף כל פגישה למלא עם היזמ/ת יחד בכדי לוודא שהפעולות והמשימות לפגישה הבאה ברורות ולהתחיל כל פגישה עם סיכום מהפגישה הקודמת.

טיפ!

מומלץ לנהל מחברת מיוחדת לתהליך הליווי לכתיבת הרעיונות, הכלים, התוכניות לעתיד, שיתופי פעולה אפשריים ועוד..



מתווה ליווי - למנטורים המלווים קבוצות

ליווי יזמיות בקבוצה קטנה מאפשר **העברת ידע וליווי מקצועי**, בשילוב עם **נטוורקינג וקבוצת תמיכה**.

מעבר לידע והניסיון המועבר מהמנטור, היזמיות מהוות בעצמן מקור כוח, ידע ושיתוף.

כללי:

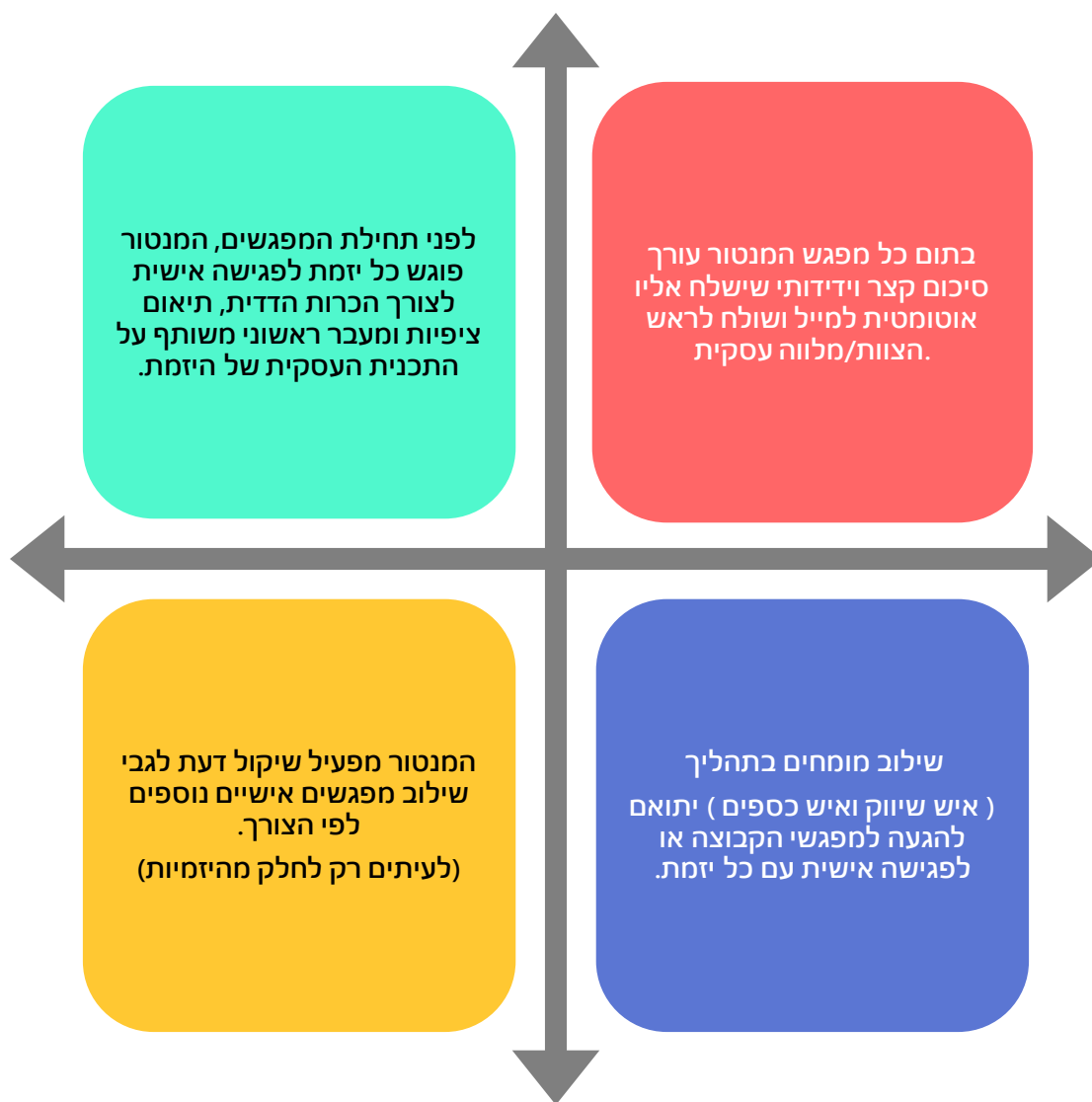
- 1 - הליווי כולל כ – 8-16 מפגשים בני כשעה וחצי כל אחד.
- 2 - המפגשים נערכים אחת לשבועיים במקום וזמן קבועים.
- 3 - קשר טלפון, מייל וקבוצת וואטסאפ למשתתפים, בין מפגש למפגש

מבנה המפגש:

- א. **20 דק' – שיתוף** : כל יזמת מתארת משימות שביצעה, הצלחות או קשיים שחוותה, ובעיות או תובנות שעלו. הקבוצה מתייחסת לדברים בקצרה. **חשוב** – להקשיב באופן מעצים, לחזק כל הצלחה.
- ב. **20 דק' – הצגת נושא מרכזי**: המנטור מעביר כלים וידע, בהתאם למתווה העבודה למנטור.
(הגדרת מטרות, ניתוח העסק, בידול ומיצוב, תמחור, פרסום, דרכי קידום מכירות, ניהול כספי, ניהול זמן ועבודה לפי יעדים. ניתן לשלב כלים נוספים שאינם מופיעים בחוברת העבודה.)
- ג. **40 דק' – יישום הנושא בעסק**: כל יזמת מתייחסת לנושא בהקשר של העסק שלה. המנטור עובר בין היזמיות ומסייע. מומלץ לעבוד בזוגות של יזמיות, כך שכל צוות עובד תחילה על היישום בעסק הראשון ואז עובר ליישום בעסק השני.
- ד. **20 דק' – סיכום והגדרת משימות ופעולות** למפגש הבא: כל יזמת מציגה את המשמעויות ודרכי היישום שעלו בהקשר לעסק שלה, המנטור מסכם, וכל יזמת כותבת לעצמה את המסקנות שלה והמשימות שנוצרו לה ושעליהן תדבר במפגש הבא.



דגשים:



הפגישה הראשונה

1. את המפגש הראשון כדאי לערוך במקום "ניטרלי" ושקט, שבו ניתן לשבת בניחותא, לשמוע ולהתוודע האחד לשני. הניטרליות מאפשרת לשני הצדדים להרגיש נוח ומעניקה לשניהם "בעלות" שווה על השיחה. אף אחד אינו "אורח" ואף אחד אינו "מארח".
2. ניתן לפתוח את השיחה בכך שתספרו על עצמכם. כאשר אתם פותחים את השיחה בצורה זו, אתם מייצרים מודל שעל פיו יכולות היזמיות לספר מאוחר יותר על עצמן. דרך זו מאפשרת ליזמת להכיר אתכם, ומקנה הזדמנות לבניית אמון ראשוני. עם זאת, אפשר גם לבקש מהיזמת לפתוח - כך תוכלו לראות מה חשוב לה, איך מארגנת את השיחה, מה מדגישה ומספרת בהתחלה ומה לא מוזכר כלל או מוזכר בצורה מינורית. חשוב לזכור שמדובר בשיחה ראשונית, וטבעי שהיזמת לא תחלוק עמכם את כל ההיבטים המשמעותיים בחייה כבר במהלכה.
3. היו עצמכם, שאלו שאלות בצורה חופשית, כמובן עם תשומת לב לפידבק של האדם מולכם כי מרגיש בנוח, ועודדו שאילת שאלות.
4. במהלך המפגש הראשון קבעו ביחד מסגרת עבודה:
 - » קבעו **תוכנית מפגשים** קדימה. נסו לקבוע יום ושעה קבועים, ואם לא מתאפשר, תאמו תמיד מפגש אחד קדימה לפחות.
 - » **תיאום ציפיות**: שאלו את היזמת איך רואה את הקשר, איך מצפה שיתנהל, ובעיקר מה היא מצפה לקבל מכם, חשוב להדגיש שאתם תומכים ומלווים אך לא עושים במקומה. האם יש משהו שנראה לה בעייתי. ספרו למשתתפת את הציפיות שלכם.
 - » חשוב לדבר על **מחויבות לתהליך**. אחריות להגיע לפגישות, לבצע את המטלות, סיכום המפגשים, להיות בקשר ולקחת אחריות על התהליך. וכן כיצד יהיה נכון להגיב במצב של אי עמידה במחויבויות השונות.
5. **שימו לעצמכם כמטרה לצאת מהמפגש הראשון כשאתם יודעים**:
 - » מה מצפה מכם היזמת;
 - » דבר-מה עליה – (ניסיון, יכולות, חלומות, שאיפות..).
 - » שתיים או שלוש משימות ראשונות שניתנות לביצוע עד לשבוע הבא.





הנושא	תוכן	דגשים
מטרה	הכרות ומיפוי	הכרות ראשונית, תחילת בניית קשר, תאום צפיות, מיפוי מצב העסק והיזמת
הגדרת מסגרת	"אנחנו עומדות להיפגש" ... "המטרה שלנו"	הגדרה כללית, מטרה משותפת להצלחת העסק...
החזון	"בואי נעצור רגע" - ספרי לי על מה את חולמת? איפה את רואה את עצמך בעוד שנה/ בעוד 3 שנים?	לנסות לגרום ליזמת לחשוב במונחי הווה את התקופה בעוד 3 שנים... "לחלום" חשוב להבין מה המוטיבציה שלה לקיום העסק ובאופן כללי
הצגת תחומי הליווי	"חשבתי שנתמקד בכמה דברים (למשל): א. הכרות עם המוצרים שלך ב. זיהוי קהלי היעד ג. שיווק ופרסום ד. תמחור והתנהלות פיננסית	תשומת לב ליזמת - האם התחומים ברורים לה האם יש דברים שעליהם היא רוצה לעבוד בכל מקום בו אתם מרגישים שהיזמת לחוצה, נרתעת, מפחדת, נסגרת, לחזור "אחורה" אל תחומי הנוחות שלה- משפחה, ילדים, חוזקות
מיפוי	מה עשית עד כה כדי לשווק את העסק שלך? איזה דברים עבדו? הצליחו? היו דברים שלא עבדו? האם את מרוצה מהתוצאות? מה היית רוצה שיקרה?	למפות את הפעילות שעשתה עד כה בכל אחד מהתחומים הנ"ל
שיעורי בית	לקחת את אחד התחומים שנראה שצריך את ההתמקדות המיידית ולבקש- "תחשבי על 2 רעיונות" תמשיכי בכיוון זה ותנסי למפגש הבא להביא...	
סיכום	איך את מרגישה? יש משהו אחר שרצית לעבוד עליו? מה את לוקחת מפה? מה היית רוצה שיהיה במפגש הבא?	אפשרות של שיתוף המנטור בהרגשה שלה לגבי הפגישה
תאום פגישה נוספת	פתיחת יומן ותאום פגישה הבאה הסבר על מה קורה במהלך השבוע הקרוב שינוי מועד הפגישה- חשוב מספיק זמן מראש כדי שלא אגיע במיוחד	מסר מחזק- חשוב בסוף הפגישה
הפגישה הבאה	חיבור למפגש הקודם: "בואי נזכר מה היה במפגש הקודם" "איך עבר השבוע האחרון מאז שנפגשנו" "איך יצאת מהמפגש הקודם?" "ספרי לי על חוויה אחת/הצלחה אחת?"	להתחיל כל פגישה בסיפור אישי שלך - הבן שלי..., בבית שלי.... וכו'





בהקמת עצמאית של עסק, גדול או קטן לא פעם ישנה בדידות רבה.

לא פעם אנו מוצאים יזמ/ת שמגיעה מרקע או סביבה שבה חסרה תמיכה אישית ורגשית ולכן לחוסר הבטחון בהצלחת העסק גלווה חוסר בטחון עצמי וקושי להאמין ביכולת האישית. חלק לא קטן בתהליך הליווי כולל רכיב של מתן מוטיבציה, טיפוח בטחונה העצמי של היזמת ומתן אוזן קשבת להתלבטויות וקשיים לאורך הדרך. אחת הנוסחאות שמסייעות במתן מסגרת מוטיבציונית הכוללת הצבת מטרה ברורה והגדרת הדרך להגעה אל המטרה היא מסגרת **GROW**.



כדי להגדיר את מטרת העסק, מומלץ לקיים עם היזמת שיחה על מנת לסייע לה להבין מה הייתה רוצה להשיג.

שאלות שיכולות לעזור לך לקיים שיחה מקדמת לקראת תוצאות - שאלות מקדמות:

- מה תרצי להשיג? איך תדעי שהשגת?
- מה הלך טוב? מה מאפשר את זה? מה גרם לזה לקרות? מה עדיין לא הצליח?
- מה אפשר לעשות אחרת? מה כבר ניסית?
- איך אני יכולה לעזור? אילו משאבים צריך כדי להצליח?



כלים בניהול עצמי, מוטיבציה והנעה לפעולה

בשלב הבא נשאל שאלות המגדירות את המטרה:

הגדרת מטרות - עיקרון SMART:



א. הגדרת מטרות מדויקות - פשוטה, מדידה, ברת השגה, רלוונטית, תחומה בזמן.

- מה התוצאות שתרצי בסוף התהליך? כמה? מתי?
- מה זה ייתן? איך יעזור?
- איך תדעי שהגעת למטרה?
- כמה זה יהיה קשה? מה זה ידרוש?



ב. טבלה שעשויה לעזור במציאת כל התוצאות שנרצה להשיג :

(החלוקה לתחומים פותחת אפשרות חשיבה לתוצאות נוספות)

תחומי תוצאה

אנשים	כספים	שיווק	לימוד/ מו"פ	לוגיסטיקה
פגישה עם מובילת דעה בתחום	הכרת ההכנסות שלי	100 לייקים על פוסט	הכרת מספר הלקוחות באזור	חלוקת זמן נכונה
קבלת רשימת הוואטסאפ של..	צמצום עלות למוצר	דוכן בכנס	ידע בכתיבת תוכן	צמצום זמן העבודה על כל מוצר
			ידע על פעילות מתחרים	

לדוגמא:

פרסום בעיתון / פגישה עם לקוח/ שיתוף פעולה עם.. / פגישה עם ספק א' / ארגון מחדש של העסק שלי / להתקשר ל _____ לקוחות/ לאחל מזל טוב ל לקוחות שלי / ליזום קנייה או יצירה של מתנות לחג לספקים/לקוחות/ ליזום פעילות מיוחדת לקראת החג..... / הכנת דף/גלויה לרישום פרטים אישיים ללקוחות שלי לצורך בניית מועדון לקוחות / הכנת כרטיסי ביקור /להירשם לקורס.....בתחום המקצועי שלי / לרכוש ציוד..... ל..... / לפנות לקהל יעד חדש בעיר אחרת/מגזר שונה / לבנות אתר באינטרנט/ לגייס עובדת חדש/ לפתוח תיק עוסק מורשה / למצוא רואה חשבון /לפנות לגרפיקאית לבניית המותג שלי- לוגו ותדמית / ליזום יצירת ערב נשים בנושא..... / להשתתף בכנס..... עם דוכן/ לפנות לארגונים ומוסדות / לחגוג יום הולדת לעסק / לחגוג השקה לעסק החדש

לאחר שמצאנו את התוצאות שנרצה להגיע אליהן, בשלב שני נכניס כל תוצאה רצויה לטבלת ניהול פרויקטים ונפרט את הדרך להגיע אליה. (ככל שהפירוט רב יותר – יהיה קל וברור יותר לעבודה).

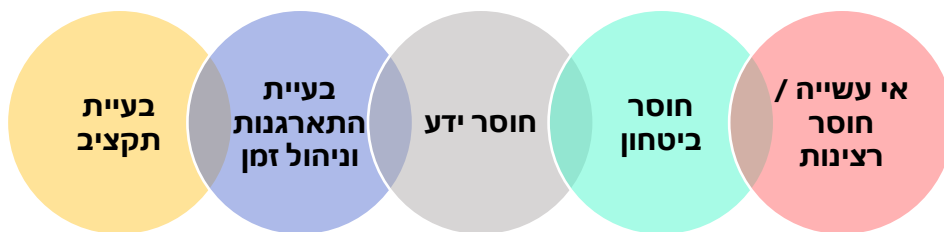


ניהול פרויקט

תוצאה רצויה	תיאור המשימות	בשיתוף	לוח התחלה	לוח סיום	הערות

הליך הליווי מאתגר ולא פשוט ליזם, והמנטור/ית עלול להיתקל במגוון קשיים ואתגרים

דוגמאות לסיטואציות מאתגרות בתהליך:



דרכים כלליות לפתרון:

- » להתייעץ עם ממומחה מתנדב בתחום.
- » **לפרק משימה** לשלבים (מה יכולה לבד, ומה יחד)
- » לבנות **תסריטי שיחה** (מול לקוחות, ספקים, מכרים..)
- » **לעשות יחד** (שיחה ראשונה, חלוקת כרטיס ביקור, בחירת ציוד)
- » **להתייעץ** יחד עם גורמים מנוסים (לגבי רכישת ציוד, התנהלות)
- » **לחזק** הצלחות קטנות וגדולות
- » להיות **בקשר**





דוגמאות לסיטואציות מאתגרות, והצעות לפתרון:

1. קיבל משימה לפנות ל 5 לקוחות חדשים, אבל טוען כי לא נעים לו לפנות למכרים, ושלא מכיר הרבה אנשים חוץ מהמשפחה הקרובה.

אפשרויות לפתרון:

לעבור יחד על רשימת אנשי הקשר בטלפון שלו לבחור מיהם 5 האנשים הראשונים שהיו ממליצים עליו להכין יחד איתה תסריט שיחה לשיחות הטלפון למכירה לספר על פתיחת העסק לבצע יחד שיחת טלפון ראשונה (ואף שנייה) לקבוע יחד משימה לשבוע הבא – למי מתקשרים ומה אומרים להיות בקשר במהלך השבוע.

2. לא הגיע לפגישה כי מאוד עמוס ולא זכרה אותה. קשה לקבוע איתה כי כל פעם קורה משהו אחר.

אפשרויות לפתרון:

בירור של ההבנה לצורך בליווי, ואיך קידום עסק ישפר את מצבו. והסיבה שצריך להתאמץ בשבילו הסבר על כך שבעל עסק חייב לעמוד בלוח, ובהתחייבויות. וכן שהמנטור בעל זמן מוגבל ויוכל לעזור ליזם אחר, אם לא מתאים. בירור אם הסיבה לאי ההגעה נובעת מחוסר עמידה במשימות – ואם כך, להתאים ולתאם את רמת המשימות עזרה טכנית וארגונית – יומן, תזכורת וואטסאפ

3. קיבל/ה הלוואה אך לא קנתה את הציוד, כי מתלבטת בין שתי חברות עם הצעות מחיר דומות. כרגע לא יכולה להציע שירותים חדשים ללקוחות.

אפשרויות לפתרון:

שיחה משותפת עם הספקים התייעצות עם קוסמטיקאית ותיקה תסריט שיחה עם הספק לפני הגעה לרכישה במידת הצורך – ביקור משותף אצל הספק



4. לא מבצע/ת משימות, לטענתו לא יודע איך לעשות ולמה הייתה בדיוק הכוונה. מעדיף לעשות יחד.

אפשרויות לפתרון:

עץ משימות – הסבר על חשיבות פירוק משימה וצעדים קטנים וברורים ודוגמא מעבר מפורט על רשימת המשימות ובדיקה שהיא ברורה ויודע "מה לעשות מחר בבוקר" ביצוע משימה בזמן הפגישה ומתן חיזוק על הצלחה קביעת נוהל לעדכון בשיחה או וואטסאפ לעדכון ויעוץ במהלך השבוע הסבר על חשיבות לקיחת אחריות על התקדמות העסק

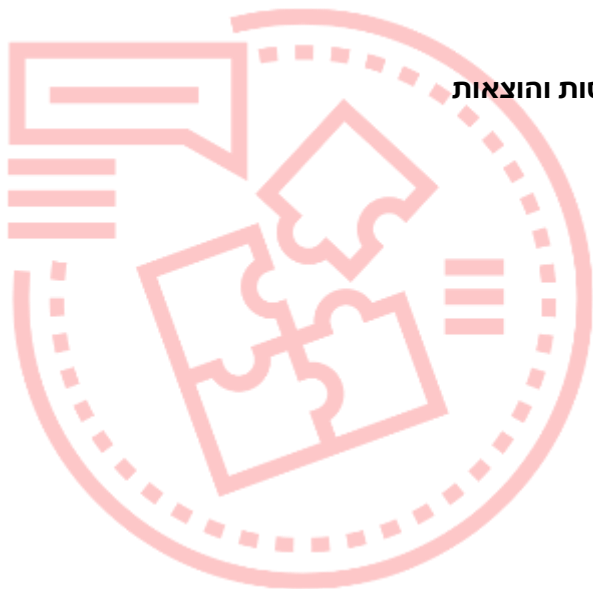
5. מעוניינת לנהל את חשבון הפייסבוק שלה בעצמה, אומרת שהבן שלה יעזור וילמד אותה הכל. לאחר שבועיים

עדיין אין חשבון פייסבוק, הבן היה עסוק...

אפשרויות לפתרון:

בירור ההבנה לחשיבות הפייסבוק
בחינה של האפשרויות הנוספות לקידום החשבון (עזרה ממישהו אחר? עזרה בתשלום?..) הסבר חשיבות לקיחת אחריות על קידום העסק

מומלץ: שימוש ביומן שבועי למילוי משימות, וגם מעקב הכנסות והוצאות





נושא השיווק הוא קריטי לכל עסק, גדול כקטן. רבים טועים לחשוב שיווק משמעו פרסום, אך שיווק נוגע לבסיסו של העסק ונוגע בהגדרת הלקוחות, תמחור, הפצה (במקרה של מוצר) ותקשורת שיווק. פרק השיווק מתחלק לניתוח שיווקי הכולל את הבנת המוצר או השירות והשוק בו היזם מתמודד, אסטרטגיית השיווק שתיגזר מתוצאות הניתוח השיווקי, ותוכנית השיווק שהיא תוכנית הפעולה של העסק להגיע למטרותיו בהתאם למשאביו.

ניתוח שיווקי:

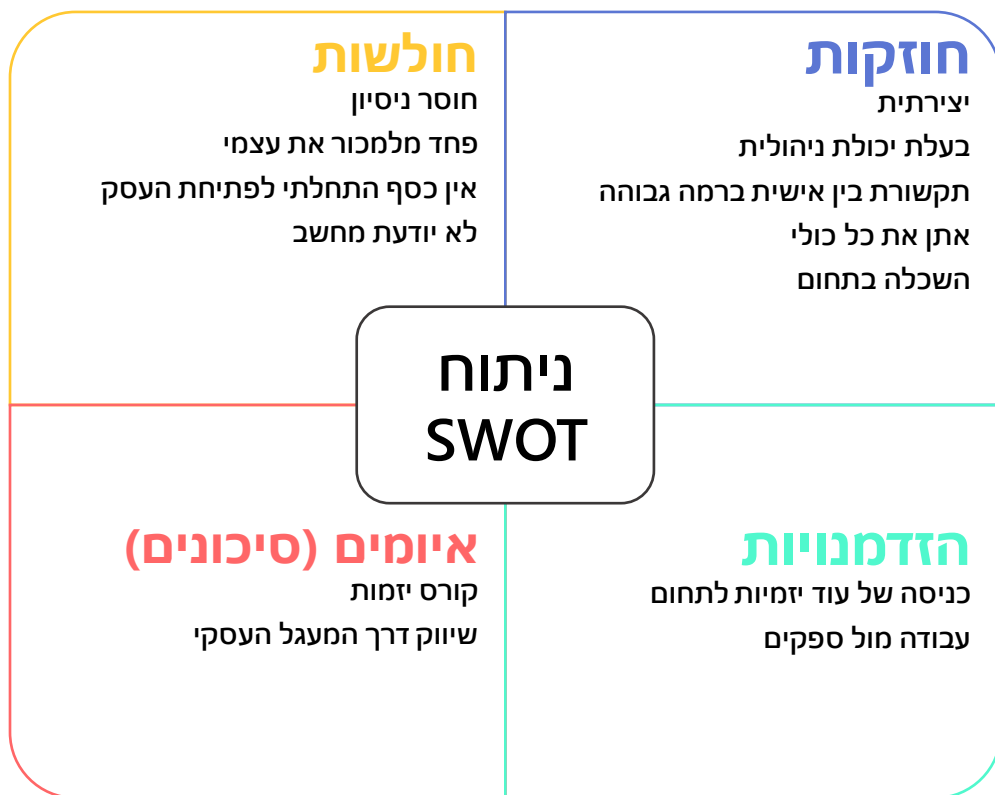
בשלב הניתוח השיווקי, נאסוף את כל המידע שאנחנו יכולים על העסק, המוצר, המתחרים, המחיר הסביבה ועוד על מנת להבין טוב ככל שניתן את יסודות העסק. אחד מהתהליכים שנהוג לבצע בתהליך הניתוח הוא ניתוח **SWOT** המאפשר למפות את החוזקות והחולשות של העסק, יתרונותיו והאיומים עליו:

ניתוח SWOT





דוגמא לניתוח SWOT בעסק קיים



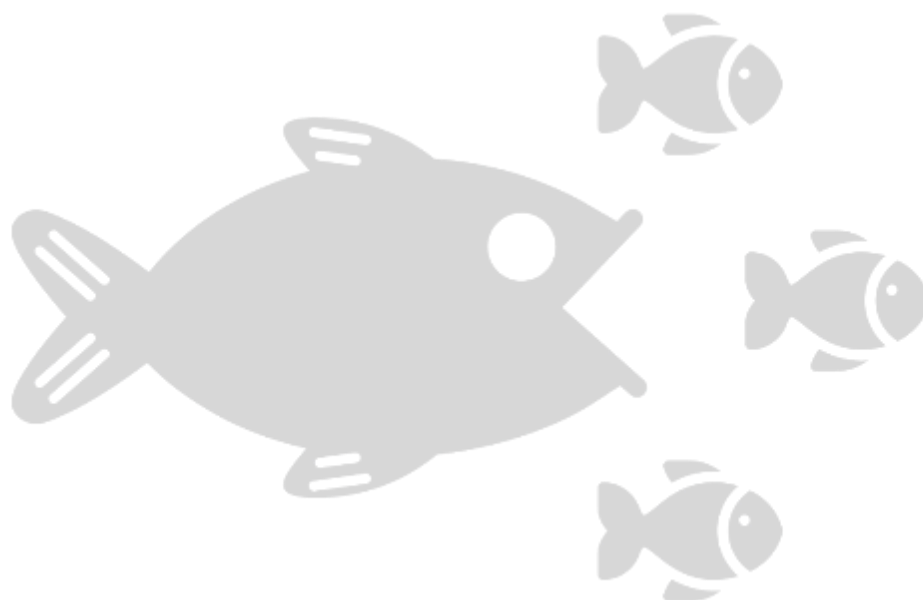
שאלות שניתן לשאול את היזמת בדרך למילוי טבלת ה SWOT:

- תארי את העסק שלך או הרעיון העסקי כפי שהוא פועל כיום
- במה את עוסקת? איזה שירות את מעניקה? או איזה מוצר את מוכרת / מייצרת / משווקת?
- טווח המחירים של המוצר או השירותים
- למה באים אליי? במה אני טובה ממתחרים?
- איזה יתרונות אני מציעה? האם מציעה משהו שלא ניתן להעתיק?
- מה צריך לשפר? ממה כדאי להימנע? במה המתחרים טובים יותר?
- בעלת העסק. במה חזקה? במה פחות? ידע, ניסיון, קשרים, הופעה, יכולות ותכונות, יחסי אנוש, שיווק, חדשנות.
- שותפים/עובדים נוספים: האם יש עובדים בעסק, באיזה תפקידים?



מתחרים: במה הם חזקים? במה הם חלשים? מה יש/אין להם: ידע, ניסיון, קשרים, הופעה, יכולות, כישורים, תכונות. במה הם גרועים/טובים: יחסי אנוש, שיווק, חדשנות, כספים, תפעול. למה באים אליהם? במה טובים מאחרים?

שם המתחרה	נקודות החוזק והחולשה שלו/ה	מה המענה שלי לחוזק זה / או לחולשה זו?





דמות הלקוח הטיפוסי - מי הוא/היא? מין, גיל, אזור מגורים, עיסוק...האם נאמן, מגוון, מזדמן?
חשוב לשאול גם - מי הוא לא הלקוח שלי.

איך הגיע אלי? מהיכן מגיע (פיזית)?

לאיזו מטרה מגיעים אלי : תחזוקה, בילוי, פינוק, יחד, לבד...

מדוע מגיעים/יגיעו דווקא אלי : זמינות, מחיר, קרבה, בטחון...

צורך סל מוצרים או מוצר יחיד?

בתהליך הניתוח מומלץ לשאול 5-10 לקוחות (לתת להם שאלון למלא בכתב)

- א. מה את/ה מקבלת/מהעסק שלי? מה היתרונות שלי? מה לדעתך כדאי לי להוסיף?
- ב. מה כדאי לי לשנות? על מה לוותר?
- ג. למי כדאי במיוחד לבוא לעסק שלי? האם המלצת לחבר/ה עליי?
- ד. האם תחזיר/תחזור? אם כן, לאיזו מטרה? (מה שקיבלת היום או משהו אחר?)



אסטרטגיה שיווקית:

בשלב האסטרטגיה השיווקית, נאסוף את כל המידע שלקחנו ונסדר אותו לכללי הבסיס של העסק. אחת השיטות המסורתיות להבניית האסטרטגיה השיווקית היא ארבעת ה Ps:



פעילות שיווקית:

בשלב זה נבחר את הדרך הנכונה ביותר להגיע אל קהל היעד שהגדרנו על מנת לידע אותו במוצר או השירות שהעסק מציע, בהתחשב במשאבים הקיימים של העסק. לדוגמה:

למי	היתרון היחסי שלי	איך אני מגיעה אליו
	[...לעומת המתחרים שלי. או איך החוזקות שלי יעזרו לי להגיע אל הקהל הזה.	[פעולות שיווקיות]
נשים צעירות אחרי לידה	יש לי התמחות בטיפולים אלטרנטיביים להקלה בכאבים שלאחר הלידה	סדנאות בטיפות חלב

- איך לדעתך תגיעי לקהלי היעד הללו ? איך לדעתך יגיעו אליך לקוחות?
- איזה עזרים שיווקיים יעזרו לך לשווק את עצמך ואת העסק ולהגיע לקהלי יעד אילו ?
- מהם הכלים הנדרשים לך כדי שיהיו אותך ואת המוצרים שלך- לוגו, כרטיס ביקור, אתר, שלט ועוד

א.מ.י.ל.י - מה יוצא לי מזה?

- מה התועלת ללקוח מהשרות/מוצר שאתה מעניק:
- רוגע
- להרגיש טוב
- הנאה
- להראות טוב

USP = מה מייחד אותי Unique selling proposition

- מה מבדל אותך מהמתחרים
- מה מייחד אותך
- למה יבואו דווקא אליך ולא למתחרה
- מה נקודות החוזק שלך

הגדרה

- **הגדרת העיסוק שלך:** מיכל כהן- מנחה ומטפלת בכירה בשיטת ה NLP
- **הסבר קצר:** על העיסוק והשיטה (חישובו שאתם מציגים את עצמכם ב- 60 שניות)

המוצרים שלי

- צרו מספר מוצרים המבוססים על השירות שלכם ונסו לאפיין מוצרים שונים על פי קהל היעד:
- סדנאות לארגונים
- סדנאות לאמהות
- מוצר לנשים קרייריסטיות- קצר וממצא
- ליווי אישי למבוגרים
- סדנאות למורות

קהל היעד שלך

- נסו לאפיין את קהלי היעד השונים שלכם: נשים?
- מה מאפיין אותן? אמהות ליד ראשון, אמהות לילד שני, סטודנטיות, מנהלות בכירות, נשים קרייריסטיות, נשים בגיל המעבר, נשים הסובלות מבעיות נשימה וכו'.

סלוגן

- "ההבטחה" שלך ללקוח מה התועלת, מה הוא מקבל כתוצאה סופית מן השירות שלך.
- הסלוגן "מצטרף" להגדרת העיסוק ויופיע בכל החומרים השיווקיים.
- על בסיס התועלת ללקוח - לרקוד. להרגיש. לחיות
- פתרונות גדולים לעסקים קטנים
- תרגישי שאת נראית טוב
- פגישה. דרך. מודעות

תוכנית פעולה

- "לפרק" כל אחד מהרעיונות ב"איך להגיע" לקהל היעד ולבנות תוכנית פעולה אופרטיבית עם יעדים לביצוע:
- 1. מכתב פנייה- עד תאריך _____
- 2. מצגת שיווק- עד _____
- 3. תרגול שיחת מכירה בטלפון לקביעת פגישה
- 4. חלוקת פליירים בגן שעשועים וכו'.

איך להגיע לקהל היעד

- חשיבה דרכי פעולה יצירתיות להגעה לקהל היעד:
- בוקר של כיף לנשים בבית קפה בנושא רלוונטי
- שיתופי פעולה עם חנויות רלוונטיות
- כתיבת תוכן באתרים רלוונטיים
- פנייה לבתי ספר- שת"פ
- הטבה מיוחדת ללקוחות חנות ספרים ועוד

איפה נמצא קהל היעד

- לנסות לבדוק איפה "נמצא" כל אחד מהקהלים שלנו
- **לדוגמא אמהות לא עובדות:** קניונים, בתי קפה, גני שעשועים, מרכזי הורות, פורומים להורים, מעגלים חברתיים, רופאי ילדים, גניולוגים, קניות מזון, חנויות ספרים, חנויות לדברי יצירה, סטודיו C ועוד.



אז מה עושים בפועל?

1. עבודה ראשונית על גיוס לקוחות

להציע ליזמת לעשות רשימה של מעגל הראשון של מכריה - למשל מעבר על רשימת הטלפונים שלה - להודיע לכל מכריה שפתחה עסק ולבקש את עזרתם בהפצת הבשורה. לצורך כך לתכנן עם היזמת את השיחה איך היא מודיעה ואיך לנהל את השיחה. אפשר לכתוב תסריט שיחה ביחד. להנחות את היזמת לאסוף רשימת לקוחות מסודרת הכוללת: שם ושם משפחה, טלפון נייד, אימייל, כתובת מגורים, יום הולדת. להציע ליזמת שבתהליך חיפוש איש מקצוע -תספר על עצמה ותשווק בעסקים בסביבה שלה.

2. השתתפות במעגלים עסקיים קיימים באזור מגוריה

- א. **מעגלים עסקיים מטרם להעצים ולשכלל את כוחו של העסק הבודד לכדי מעגל מלוכד של בעלי עסקים מתחומים שונים, אשר יחד תומכים ומסייעים זה לזה בהפניות עסקיות.**
- ב. חיפוש משותף עם היזמת על מעגלים עסקיים שמתקיימים במקום מגוריה - דוגמאות IBC, קישורי אמהות, Bni, מעגלים עירוניים ועוד, לקבוע במשותף את המועד בו היא מגיעה למעגל. (***) ראו הטבות ליזמיות למעגלי נטוורקינג
- ג. לתכנן איתה במהלך הפגישה איך מציגה את עצמה ב 60 שניות ואיזה הפניות מבקשת לקבל. אפשר להמשיך הנושא טלפונית או במייל.
- ד. בדיקת אפשרות הצגת המוצרים של היזמת במעגלים העסקיים

3. אביזרים שיווקיים אפשריים:

- א. כרטיסי ביקור, כרטיסי ביקור מיוחדים בשילוב כרטיס חבר או כרטיסיית ביקורים, מבצע מיוחד, כרטיס VIP, גלוית הזמנה לאירוע מיוחד, הזמנה אישית לאירוע מיוחד ללקוחות קיימים- הכנת גלוית הזמנה, הזמנה אישית לקהל יעד מיוחד- ליוולדת, לכלות, אפשרות תליית כרזות/פוסטרים בלוחות מודעות שכונתיים
- ב. אפשרות למשלוח בדואר או חלוקה במקומות בהם נמצאות קהל היעד- שמלות כלה, חנויות תכשיטים, מאפרות, אולמות אירועים- גלויה או עלון איכותי וליזום חלוקה.
- ג. שיתוף פעולה עם חנויות רלוונטיות/עסקים אחרים, רופאים, טיפות חלב



4. בניית מועדון לקוחות-

- א. לקוח קיים-כל לקוחה שמגיעה לעסק- לקחת פרטים- שם, כתובת, טלפון, מייל
- ב. "אנחנו מודיעים על מבצעים מיוחדים ועושים ימי מכירה מיוחדים ללקוחות ותיקים" ומתנות מיוחדות לחברות המועדון
- ג. ליצור באופן קבוע- אירועי מכירה מיוחדים ללקוחות VIP , שיתופי פעולה עם בעלות עסקים אחרות לאירוע משותף

5. רעיונות נוספים

- א. הכנת מצגת שיווקית למשלוח במייל ללקוחות פוטנציאליים/להצגה בעסק
- ב. השתתפות בתצוגות ואירועים, תערוכות, ימי עיון או סמינרים מקצועיים והדגמות חिנם.
- ג. השתתפי כמרצה במקומות רלוונטיים
- ד. צרי ערכים מיוחדים בתחום שלך או עם תחומים משיקים
- ה. חבר מביא חבר
- ו. למצוא דרך להגיע לרשימות של קהל היעד שלך.- יולדות- בתשלום
- ז. פנייה ישירה טלפונית, טלמרקטינג/טלמיטינג
- ח. פנייה לארגונים וחברות להציע את השירותים והמוצרים



1. רקע כללי- תארי את העסק שלך

2. מהו המוצר/שירות העיקרי שלך?

3. מיהם קהלי היעד העיקריים שלך?

4. מיהם המתחרים של העיקריים?

5. מה מבדיל אותך מהמתחרים שלך?

6. מה את מבטיחה ללקוחותיך? "מה יוצא להם מהשירות או המוצר שלך?

7. אילו ערכים עיקריים מיצגים ומאפיינים את המותג שלך?סמני והוסיפי הערות.

- עשיר - מרענן - ילדותי - צבעוני - עתיק - יוקרתי - פשוט - נקי	- עדכני/מודרני/עכשווי - קלאסי - מורכב - עתידני - מתוחכם - אנרגטי - אסתטיקה	- צעיר - שמרני - רציני - זול - עדין - ידידותי - מקצועי - רפואי
--	--	---

8. האם יש לך העדפה של צבעים?

9. האם יש לך העדפה לצורה או תמונה שתאפיין את הלוגו שלך?

10. האם את מעדיפה לוגו עם ציור, גיאומטרי, אבסטרקטי? אחר?

1. חשבי תחילה למי את מפנה את הפלייר- מי קהל היעד? השפה, המילים והמסרים יותאמו לקהל היעד.
2. חשבי מהו הרעיון הבסיסי שאת רוצה לבטא ואיזה מסרים עיקריים את רוצה להעביר ללקוח/ה.
3. כתבי כותרת קצרה באותיות גדולות שמעבירה את המסר המרכזי.
4. כתבי עוד מספר משפטים בודדים שיתארו את היתרונות היחסיים של העסק- מה מיוחד במוצר או שירות שלך מה שונה? מה מיוחד? הצגת המוצרים של העסק
5. אפשרות להציג מבצע מיוחד- הנעה לפעולה
6. תמונה שווה אלף מילים...
7. לאן לפנות- לוגו, טלפון מייל כתובת אתר אינטרנט
8. אל תרבי במלל כתבי משפטים קצרים, שיביעו בצורה ברורה את המסר השיווקי כותרת קצרה .
9. אפשר להוסיף - בקרה פרסומית (למשל 10% הנחה בהצגת מודעה זו)
10. חשוב! קו פרסומי אחיד בכל הכלים השיווקיים.





ניהול פיננסי נכון ולימוד עקרונותיו חשובים להצלחה העסקית של היזמת. יש לבנות בסיס לעבודה עם היזמת אשר יכיל את התחזית השנתית, הכוללת הוצאות הכנסות והרווח הצפוי. כמו כן להקפיד כי היזמת מנהלת בעצמה רישום בסיסי של הוצאות והכנסות.

הרגל של רישום ומעקב אחר הוצאות וההכנסות יהווה כלי משמעותי עבור היזמת בעבודתה העצמאית. לימוד כלים של מעקב, רישום ותיעוד הפעולות היומיומיות של היזמת יובילו אותה לניהול פיננסי נכון. (נספח א' – אפשרות לעבודה ביומן פשוט).

בתהליך הליווי הדגישו את הלימוד של הנושאים הבאים באמצעות הקובץ שנשלח אליכם

- » הכנסות/תקבולים
- » הוצאות ישירות
- » הוצאות קבועות
- » רווח
- » סה"כ רווח = הכנסות- הוצאות
- » נקודת האיזון היא נקודה בה רמת המכירות (ההכנסות) של העסק שווה לרמת ההוצאות. כלומר העסק מאוזן, לא מפסיד ולא מרוויח ורמת ההכנסות שווה לרמת ההוצאות.

ניהול כספים:

תכנית עבודה				
סעיף		ינואר	פברואר	
הכנסות	מוצר 1			
	מוצר 2			
הוצאות	חומרי גלם			
	שעות עבודה			
	שכר			
	חשמל, ארנונה			
	ביטוח, יעוץ			
	פעילות שיווקית			



עקבו אחר הוצאות הכספים בהתאם לתוכנית ההשקעות אשר ניתנה לכם בתוכנית העסקית .

רישום הוצאות ההלוואה				
תאריך	שם ההוצאה	סוג ההוצאה	סכום העסקה	כמה נשאר מההלוואה
			-	
			-	
סוף חודש	יתרה להעברה לחודש הבא לתקופתיות			-
		בפועל		
		-		
		יתרה בבנק/ים בסוף החודש		



לתמיכה במנטור בתהליך הליווי מספר כלים:



קבוצת ההכשרה שבה השתתף, קבוצת הפייסבוק



המלווה העסקית באזור הפעילות ראש צוות המנטורים



עדיין מרגישים חנוקים? הפנו את תשומת ליבנו גם בטופס הדיווח אחרי כל פעילות - בקשו שיחזרו אליכם



מפגשי האקדמיה למנטור - המתקיימים אחת לחודשיים ומטרתם להעלות דילמות מהשטח ולדון בהן בצוותא