# prACTica המיזם הלאומי ללימודי יזמות מעשית

כללי:

מטרת התוכנית היא להעניק את הבסיס העיוני והיישומי הדרוש ליזם לצורך הקמה של עסק רווחי ובר קיימא.

החזון של prACTica הינו ליצור את התכנית המעמיקה והמקיפה ביותר עבור יזמים הנמצאים בשלבים הראשונים של תכנון המיזם העסקי שלהם.

תכנית תתבסס על שלוש רגליים: מקצועיות ותכנון, השראה ופסיכולוגיה, ויצירת נטוורקינג וקהילה תומכת יזמות.

התכנים יועברו באמצעות שילוב בין למידה מרחוק לבין מפגשים פנים אל פנים במתחם היזמות של מכללת ספיר (ex-lab), למידה עצמית וליווי אישי על ידי מנטורים מקצועיים של התכנית.

יעד ראשי:

במהלך התוכנית יחליטו המשתתפים על רעיון לעסק ויציבו את הבסיס להקמתו, לרבות יצירת קשר עם לקוחות ראשונים.

יעדי משנה:

1. בליווי המרצים והמנטורים המקצועיים של התכנית יבצעו המשתתפים עבור העסק שלהם:
2. מחקר שוק (מחקר שניוני, מחקר דיגיטלי, ומחקר בשטח)
3. ביסוס ותיקוף של מודל עסקי
4. הפקת מוצר ושירות מוגבל (MVP)
5. פיתוח ערוצי שיווק והפצה ראשוניים
6. השגת לקוחות משלמים / משתמשים ראשוניים
7. בחינת הצעת מחודשת
8. גיבוש תכנית עסקית לעסק
9. המשתתפים יקבלו הדרכה ממוקדת בתחומים הבאים:
10. תכנון כספי לעסק
11. רגולציה, בירוקרטיה וחקיקה
12. שיווק דיגיטלי

ג. המשתתפים יתחברו לשלוש קהילות העסקים מרכזיות:

1. קהילת אנשי המקצוע הרלבנטיים לעסק שלהם.
2. קהילת היזמים במרחב בו הם מתגוררים או בו הם מעוניינים להקים את העסק.
3. קהילת המשתתפים בתכנית ושותפים פוטנציאליים מקהילה זו.

מפגשים:

המפגשים יתקיימו בימי שלישי בין השעות 17:00 ל20:00 במרחב היזמות של מכללת ספיר או במפגש וירטואלי באמצעות תוכנת ZOOM.

להלן לו"ז התכנית (בכפוף לשינויים עליהם יחליט ראש התכנית):

סמסטר ראשון:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| מספר מפגש | תאריך | נושא המפגש | תוצרים | תכני ליווי והעשרה |
| 1 | 03.11 | פתיחה, היכרות עם התוכנית והמשתתפים וחלוקה לקבוצות. מבוא ליזמות חלק 1 - מה זה אומר להיות יזם? |  | 1. שיחת השראה עם יזם מקומי  2. הצבת יעדים אישים ועסקיים |
| 2 | 10.11 | מבוא ליזמות חלק 2 מה זה אומר להיות יזם? | מיפוי נקודות חוזק וחולשה של המשתתפים | א. היכרות עם קהילת העסקים המקומית ב. שיחת העשרה: להיות יזם בישראל  ג. ליווי יזמים המתקשים בתוכנות האופיס הפתוחות. |
| 3 | 17.11 | מחקר וניתוח שוק - א' | 1. תכנית ניתוח שוק מאושרת.  2. בניית תכנית לאיתור מידע  3. תכנית בדיקות בסיס משפטיות וכלכליות  4. התנסות היזם בכלי מחקר שוק דיגטליים | חוק ויזמות חלק א יזמים וכספים חלק א |
| 4 | 24.11 | מחקר וניתוח שוק - ב' | קבלת משוב על תוצרי ניתוח השוק | 1. היכרות עם הקליניקות של התוכנית (משפטית, כלכלית, שיווקית, מחשוב ועיצוב).  2. קבלת משימת נטוורקינג |
| 5 | 01.12 | איתור אתגרים וצרכים – א' | תכנית איתור צרכים מאושרת. |  |
| 6 | 08.12 | איתור אתגרים וצרכים – ב' | קבלת משוב על פירוט האתגרים הקיימים בתחום היזם. | 1. שיחת השראה מיזם ותיק: "זה היה האתגר שאותו מיפינו".  2. הדרכת העברת מצגות להצגת מיזם ותוצרי מחקר שוק. |
| 7 | 15.12 | התמקדות בלקוח חלק - א' | תכנית למבנה ראיון מאושר | 1. חוק ויזמות חלק ב – רגולציה, זיכיונות ותקנים והשפעתם.  2. יזמים וכספים – חלק ב': האם הרעיון שלי הוא עסק כלכלי? איך בוחנים זאת? |
| 8 | 22.12 | התמקדות בלקוח חלק - ב' | הסקת מסקנות מראיינות ראשונים עם לקוחות פוטנציאליים. | 1. הרצאת השראה – חשיבות ההיכרות עם הלקוח בעסק |
| 9 | 29.12 | איתור ואפיון מתחרים - א' | 1. תכנית אפיון מתחרים מאושרת. 2. שימוש היזם בכלי מחקר מתחרים דיגיטליים. |  |
| 10 | 05.01 | איתור ואפיון מתחרים - ב' | 1קבלת משוב על אפיון המתחרים | 1. נטוורקינג – בחינת התקדמות.  2. עסק בר קיימא – מה זה אומר? |
| 11 | 12.01 | הצעת ערך - חלק א' | 1. גיבוש הצעת ערך ראשונית של העסק.  2. תוכנית סקר לבחינת הצעת ערך מאושר. | 1. חוק ויזמות חלק ד' – הולכים לבדוק תקינות.  2. יזמים וכספים – חלק ד' – בודקים ייתכנות. |
| 12 | 19.01 | הצעת ערך - חלק ב' | 1. תיקוף ראשון של הצעת הערך.  2. הסקת מסקנות מניתוח השאלונים. |  |
| 13 | 26.01 | סיום סמסטר, מצגות | בניית תכנית עבודה אישית לחופשת הסמסטר. | הרצאת השראה: מהצעת ערך לעסק |

סמסטר שני:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 14 | 09.03 | מפגש פתיחת סמסטר. | הצגת הסמסטר ובחינת התקדמות המיזמים בזמן החופשה. |  |
| 15 | 16.03 | כתיבת תכנית עסקית חלק א' | טיוטת תכנית עסקית | 1. חוק ויזמות חלק ה' – חוק רגולציה והצגת העסק.  2. יזמים וכספים – חלק ה' – ההיבטים הכספיים והכלכליים של התכנית העסקית |
| 16 | 23.03 | כתיבת תכנית עסקית חלק ב' | קבלת משוב על התכנית העסקית | 1. שיחת השראה: איך הפכנו רעיון לעסק.  2. משימת נטוורקינג סמסטר ב'.  3. צורות שונות של גביה בעידן החדש. |
| 17 | 30.03 | אפיון מוצר ושירות חלק א' | תכנית אפיון מוצר ושירות מאושרת. |  |
| 18 | 06.04 | אפיון מוצר ושירות חלק ב' | קבלת משוב על טיוטת אפיון מוצר. | 1. מסלולים להמשך – היכרות עם מסלולים ציבוריים ופרטיים ליזמים.  2. שיטות שונות לקבל מימון למיזם לפני שהוא מרוויח.  3. עסקים קטנים ומשברים גדולים – איך מיזמים קטנים צולחים משברים. |
| 19 | 13.04 | תכנון ניסוי MVP א' | אישור תכנית MVP |  |
| 20 | 20.04 | ניסוי MVP ב' | קבלת משוב 360 מעלות על תכנית MVP. | 1. שיחות אישיות עם כלל הקליניקות והמנטורים.  2. מסלולים ציבוריים תומכי יזם – הרצאה ושאלות ותשובות |
| 21 | 27.04 | דברור הערך - חלק א': פרסום, שיווק, ותוכן. | 1. אישור תכניות להפצה של המוצר לטובת ניסוי הMVP.  2. שימוש היזם בפלטפורמות דיגיטליות להפצת תכנים. | שיחת השראה: לספר על העסק שלי. |
| 22 | 04.05 | דברור הערך - חלק ב': | 1. קבלת משוב לתכנית הבאת לקוחות ראשוניים.  2. פרסום ראשוני של היזמים ברשתות חברתיות בחניכה. | הרצאת אורח: מימון ופתרונות מימון ליזמים בדרום – הלוואות, משקיעים וכו' |
| 23 | 11.05 | שיחת בקרה להתנהלות מול לקוחות ראשונים ומדידת תוצאות | 1. ליווי בחינת המוצר והשירות בשטח  2. בחינת היזם מסע קידום דיגיטלי למיזם שלו. | 1. איך מנהלים נכון קשרי לקוחות? |
| 24 | 18.05 | הצגת ממצאים  מ-MVP וכתיבת תוכנית עסקית ג | קבלת משוב על ממצאי הMVP | 1. שיחת השראה: התמודדות עם משברים.  2. משימת נטוורקינג סמסטר ב': בקרה ומטלת המשך. |
| 25 | 25.11 | להעמיד עסק יציב וכתיבת תוכנית עסקית ד | 1. רישום העסק באופן רשמי ועמידה בתקנים.  2. תכנון BMC (לרלוונטיים בלבד).  3. ניתוח SWOT (לרלוונטיים בלבד).  4. אישור תכנית לשימור לקוחות. | הדרכות אישיות ע"י מומחים (לפי קביעה מראש). |
| 25 | 01.06 | בדיקת מומחים של העסק לפני סיום. | 1קבלת אישור על העבודה עד כה על ידי מומחי התכנית, והדרכה להמשך העבודה בעתיד. | היכרות חוזרת עם קהילות העסקים המקומיות |
| 26 | 08.06 | מצגות סיכום  וסיכום התכנית | טקס סיום וקבלת תעודה. |  |

פעילות מחוץ ללו"ז:

בנוסף לפעילות הממוסדת בימי שלישי אחר הצהרים, יקיימו המשתתפים מפגשים נוספים, בתיאום מראש, עם המנטורים.

\*כלל התכנים כפופים לשינויים.

## הגעה והשתתפות

* ההשתתפות הינה חובה בכל המפגשים.
* משתתף אשר יפסיד מעל ל20% מהמפגשים יעבור שימוע על מנת לבחון את התאמתו להמשך ההשתתפות בתוכנית.
* משתתף אשר מפסיד השתתפות במפגש חייב להשלים את התכנים החסרים על חשבון זמנו.
* חריגה מכלל זה הינה באישור ראש התוכנית בלבד.

## סגל התכנית:

ראש התכנית: ד"ר אוהד שקד, מרצה ויזם. ראש התמחות שיווק טכנולוגיות מידע ותקשורת (ICT) המחלקה לשיווק טכנולוגי, המכללה האקדמית ספיר.

מרצי התכנית: מרצים לשיווק, מנהל עסקים ומשפטים ממכללת ספיר.

מנטורים: יזמים ואנשי עסקים בעלי ניסיון מוכח.