

סדנאות חדשנות ליצרנים



פריצת דרך עסקית
מידע למנהלים

תקציר מנהלים

מנהל יקר,

אם אתה מנהל עסק יצרני, ומעוניין בצמיחה משמעותית בשנים הקרובות, אתה זקוק לחדשנות. **חדשנות אסטרטגית** - כניסה לתחומי פעילות או לשווקים חדשים, **חדשנות שיווקית** - פנייה חכמה ללקוחות הקיימים, או **חדשנות מוצרית** - חידושים במוצר ובשרות.

סדנאות **חדשנות ליצרנים**, בסבסוד ממשלתי ובמסגרת מערך סניפי **מעוף**, נועדו לצורך זה. הסדנאות מיועדות לעסקים תעשייתיים בני 100-111 עובדים, שאינם בקשיים ומעוניינים לבצע פריצות דרך ולצמוח משמעותית. הסדנאות מתקיימות לרוב אצלכם בעסק, בהשתתפות 4 או יותר מנהלים ועובדים שלכם.

את הסדנאות מעביר **ארי מנור**, מנכ"ל חברת הייעוץ **ZOOZ**. ארי הוא מומחה לאסטרטגיה ולשיווק, היה המנכ"ל הראשון של חברת החדשנות SIT, ונחשב ליועץ החדשנות המוביל בישראל. ארי הוביל תהליכי אסטרטגיה וחדשנות בקרב מאות ארגונים בארץ ובעולם.

בין היתר, ארי סייע בתחומי האסטרטגיה והחדשנות לגוגל, אינטל, מוטורולה, eBay, 3M, התעשייה האווירית ומגוון רחב של יצרנים: כתר, שטראוס, יוניליבר, טבע, אגיס, נשר, שילב, טבע-נאות, הולנדייה, פלסגד, גמל-שריד, קפרו, קליל, אבן קיסר, פלסאון, ש.צ.פ., חוליות, בגיר, דלתא גליל, גיבור סברניה, אפיקים רכב חשמלי ורבים אחרים.

ארי הקים לאחרונה מיזם חברתי בתחום הבריאות (**CureFacts**), ובאופן כללי אוהב לסייע גם לעסקים בינוניים לצמוח. יש לו זמן ללוות עד שני עסקים במקביל, לכן – **כל הקודם זוכה**. במקרה של פניות "צמודות", תנתן עדיפות לחברות עם מעל 50 עובדים, בגוש דן והשרון.

סדנאות **חדשנות ליצרנים** כוללות מספר מסלולים שונים, לבחירתכם:

1. **כיווני צמיחה אסטרטגיים** – איתור וגיבוש תחום פעילות חדש
2. **אסטרטגיית אוקיינוס כחול** – פיתוח מודל עסקי חדשני בשוק הנוכחי
3. **אסטרטגיה עסקית ושיווקית** – הגדלת מיקוד ובידול העסק בשוק הנוכחי
4. **חדשנות מוצרית** – פיתוח חידושים בקווי המוצרים הקיימים

בעמודים הבאים מופיע מידע מפורט על כל אחד ממסלולים אלה. אם אתה מעוניין שהעסק שלכם יבצע פריצת דרך בשנים הבאות, בדוק מה המסלול המתאים עבורכם. לאחר מכן, וצור קשר ישירות עם ארי (ari@zooz.co.il) או עם **סניף מעוף הקרוב**, להזמנות ובירורים.

נשמח לעמוד לרשותך, ומאחלים לך הרבה הצלחה ומיצוי מלא של הפוטנציאל העסקי!

בברכה,
מעוף ו-ZOOZ

כיווני צמיחה אסטרטגיים

איך לאתר תחום פעילות חדש ולהכפיל רווח נקי



גם כשהעסק יציב וצומח, במקרים רבים תחומי הפעילות העסקית הנוכחיים לא יביאו לצמיחה גדולה ומשמעותית בהכנסות וברווחים. על מנת להבטיח צמיחה דו-ספרתית, או הכפלת רווחים תוך שנים ספורות, יש לפנות לסוגי לקוחות חדשים, לפעול בזירות גיאוגרפיות חדשות, או לפתח קווי מוצרים חדשים.

הסדנא מתמקדת באיתור כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, הממנף את יכולות העסק, ויכול להעלות אותו על מסלול של צמיחה מואצת. במהלך הפעילות מפתחים גם תכנית עבודה ראשונית לקידום הפעילות העסקית החדשה שנבחרה.

מטרת הסדנא

איתור והתנעת כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, שיאפשר לעסק לצמוח במהירות בשוק חדש

המשתתפים

הנהלת החברה (ניתן לצרף גם יועצים חיצוניים וחברים בעלי ניסיון וראייה עסקית)

היקף הסדנא

3 ימים ומעלה, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך חודשיים או יותר

שלבי הפעילות

- **היום הראשון:** איפיון העסק, קביעת יעד כלכלי, והעלאת רעיונות לכיווני צמיחה
- **היום השני:** הצגת ובחינת רעיונות מובילים לכיווני צמיחה, ובחירת כיוון רצוי
- **היום השלישי:** דיוני עומק בעזרת כובעים, ופיתוח תוכנית להתנעת הכיוון הנבחר
- **ימים נוספים:** סדנאות הטמעה וליווי היישום – ניהול תהליך השינוי, אסטרטגיה עסקית ושיווקית, חדשנות מוצרית, וכו'

תפוקות

- איתור כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, בשוק חדש
- תכנית עבודה ראשונית לקידום כיוון זה
- שיפור ההבנה האסטרטגית והשיווקית של כלל המשתתפים

אסטרטגיית אוקיינוס כחול איך לשבור את הכללים ולעקוף את המתחרים



אסטרטגיית האוקיינוס הכחול מאפשרת ליצור פתרון חדש, ששובר את כללי התחרות בשוק, ומציע ללקוחות הרבה יותר מהמקובל בתחום שהכי חשוב להם, והרבה פחות מהמקובל בתחומים אחרים. מדובר בחדשנות אסטרטגית שמגדילה מאוד את הריווחיות, והופכת את המתחרים ללא רלוונטיים.

במהלך הסדנא נבחן נתיבים שונים להגיע לאוקיינוס כחול משלנו, ולהציע ללקוחות את מה שהם הכי רוצים, בלי להעלות מחירים. בהמשך, נפתח תכנית יישום והטמעה של הפתרון איתו בחרנו להתקדם.

מטרת הסדנא

פיתוח והתנעת חדשנות אסטרטגית בתחום הפעילות הנוכחי

המשתתפים

הנהלת החברה (ניתן לצרף גם יועצים חיצוניים וחברים בעלי ניסיון וראייה עסקית)

היקף הסדנא

3 ימים ומעלה, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך חודשיים או יותר

שלבי הפעילות

- **היום הראשון:** לימוד ותרגול [אסטרטגיית אוקיינוס כחול](#), בחינת נתיבים שונים להגיע לאוקיינוס כחול, ובחירת פתרון מתאים
- **היום השני:** דיוני עומק בעזרת [כובעים](#), ופיתוח תוכנית להתנעת הכיוון הנבחר
- **ימים נוספים:** סדנאות הטמעה וליווי היישום – [ניהול תהליך השינוי](#), אסטרטגיה עסקית ושיווקית, חדשנות מוצרית, וכו'

תפוקות

- איתור פתרון לחדשנות אסטרטגית (אוקיינוס כחול) בשוק הנוכחי
- תכנית עבודה ראשונית לקידום פתרון זה
- שיפור ההבנה האסטרטגית ויכולת היצירתיות של כלל המשתתפים

אסטרטגיה עסקית ושיווקית איך להגדיל את המיקוד העסקי וליצור בידול לעסק



לכל עסק יש תחומי פעילות עסקית ולקוחות שמשתלמים יותר. אם נדע באיזה תחומי פעילות עדיף להתמקד, ואיך להגדיל את כמות הלקוחות שקונים מאיתנו דווקא בתחומים אלה, נוכל להגדיל את ההכנסות ואת הרווחים של העסק.

הסדנא מתמקדת תחילה באיפיון העסק ואיתור תחומי פעילות עסקית משתלמים, ובהמשך מסייעת לעסק לפתח בידול ותוכנית שיווק שתביא לו יותר לקוחות בתחומים אלה.

מטרת הסדנא

מיקוד עסקי ואסטרטגי, והבאת יותר לקוחות משתלמים, בשוק הנוכחי

המשתתפים

הנהלת החברה (ניתן לצרף גם יועצים חיצוניים וחברים בעלי ניסיון וראייה עסקית)

היקף הסדנא

5 ימים ומעלה, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך חודשיים או יותר

שלבי הפעילות

- **יומיים-שלושה - אסטרטגיה עסקית**: קביעת **יעד כלכלי**, איפיון מעמיק של העסק, ניתוח מתחרים, בחינת תחומי הפעילות ובחירת כיוונים משתלמים להתמקדות, **תמחור**, ועוד
- **יומיים-שלושה - אסטרטגיה שיווקית**: פיתוח **בידול ומיצוב** לעסק, יצירת תמהיל שיווק חדש ורעיונות לחידושים לתמיכה בבידול שנבחר, וגיבוש תכנית עבודה מעשית ליישום האסטרטגיה השיווקית
- **ימים נוספים**: ליווי ההטמעה ותכנית העבודה

תפוקות

- אסטרטגיה עסקית (תחומי פעילות, תמחור, ועוד)
- אסטרטגיה שיווקית (בידול, תמהיל שיווקי, תוכנית עבודה)
- שיפור ההבנה העסקית והשיווקית של כלל המשתתפים

חדשנות מוצרית

איך לפתח ולקדם חידושים במוצר ובשרותים נלווים



על מנת לפתח מוצרים או שרותים חדשניים, אינך חייב לגייס אנשים יצירתיים במיוחד, או להכריח עובדים שלך לצאת מהריבוע. במקום, נשתמש בחשיבה המצאתית, שיטה המאפשרת גם לאנשים המקובעים ביותר לפתח רעיונות מקוריים, מפתיעים ושימיים, תוך שעות ספורות.

הסדנא מתמקדת בכלי-חשיבה המניבים חידושים מהותיים במוצר או בשרות, וביישום של כלים אלו על תחום מוצרים או שרותים נבחר של הארגון. בסדנא מועלים עשרות רעיונות לחידושים בשני קווי מוצרים, ובהמשך לומדים לסנן ולקדם רעיונות נבחרים.

מטרת הסדנא

פיתוח וקידום רעיונות לחידושים במוצר ובשרות, והטמעת תהליך ניהול חדשנות שיטתי ויעיל

המשתתפים

צוות רב-תחומי בדגש שיווקי (מנכ"ל, אנשי שיווק, אנשי פיתוח וייצור) בארבעת הימים הראשונים – רצוי שיהיו 8-10 ממשתתפים, בהמשך – 4-5 בלבד

היקף הסדנא

7 ימים, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך רבעון.

שלבי הפעילות

- 3 ימים: פיתוח רעיונות בקו מוצרים ראשון בעזרת כלי חשיבה המצאתית
- יום: פיתוח רעיונות לחידושים בקו מוצרים שני, בהנחייה עצמית
- 3 ימים נוספים: סינון פנימי וחיצוני (לרבות קונספט טסטינג) וקידום רעיונות

תפוקות

- בנק עם מאתיים ויותר רעיונות לחידושים בשני תחומים
- תשתית לניהול חדשנות: ועדת חדשנות ותהליך סינון וקידום רעיונות
- הטמעת כלי החשיבה ושיטות לניהול אפקטיבי של החדשנות