

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ניקוד ב- % | הנחיות להערכה |
|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------|
| 1     | 18<br>12   | <p><b>פרק ראשון (72 נקודות)</b></p> <p><b>נדרש לענות על ארבע מבין השאלות 1-6</b></p> <p><b>(לכל שאלה – 18 נק')</b></p> <p><b>מבנה ארגוני</b></p> <p><b>א. תרשים ארגוני של העסק "שמש החיות" בשנת 2022 :</b></p> <pre> graph TD     A[מנהל העסק וטרינר ראשי] --- B[מזכירה]     A --- C[שירותים עירוניים]     A --- D[רפואה דחופה]     A --- E[רפואה כללית ופנימית]     C --- F[חיסון מפני כלבת]     C --- G[רישיונות עירוניים]     D --- H[סייעת]     G --- I[שבבים]         </pre> | 100        |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                            | ניקוד ב-%           | הנחיות להערכה                                                                                                                                                                                                   |
|-------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | 6          | <b>ב.</b> תרשים המבנה הארגוני מאפשר בין השאר להבין פעילויות שוטפות ותהליכים ארגוניים המתבצעים בין אנשים, מחלקות, כפופים וממונים: | 100                 |                                                                                                                                                                                                                 |
|       |            | תוכן הפנייה                                                                                                                      | הגורם המטפל בפנייה  | תיאור הפעילות למתן השירות                                                                                                                                                                                       |
|       |            | בקשה לתאם פגישה עם מנהל המרפאה                                                                                                   | מזכירה              | המזכירה רושמת ומעדכנת את יומנו של המנהל                                                                                                                                                                         |
|       |            | חיסון כלב                                                                                                                        | שירותים עירוניים    | פנייה למזכירה, שמפנה למחלקה לשירותים עירוניים לרישום הכלב. בעל הכלב מופנה למחלקה לרפואה כללית כדי לקבל את החיסון.                                                                                               |
|       |            | טיפול רפואי בכלב                                                                                                                 | רפואה כללית ופנימית | פנייה למזכירה, שמפנה למחלקה לרפואה כללית, שם הרופא מקבל את הכלב לטיפול לפי הצורך. אם מתבררת בעיה דחופה, הרופא מתייעץ עם המחלקה לרפואה דחופה ואם צריך – מעביר אליה את הכלב לטיפול. אחר כך דיווח ועדכון לפי הצורך |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה                                                                                                                  |
|-------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2     | 18<br>9       | <p><b>מנהיגות</b></p> <p>א. 1. שתי תכונות מנהיגות בולטות של אבי, הסבר כיצד כל תכונה קשורה בהובלת העסק להצלחה וציטוט הקטע המתאים:</p> <p><u>דבקות במטרה</u> – אבי מאמין בעשייתו ובטוח שפעילותו תוביל להצלחה. "אבי השתלב בעסקי הווטרינריה והתמודד עם קשיים וכישלונות. אבי לא אמר נואש, והחליט לפתוח בעיר אילת, מקום מגוריו, עסק עצמאי בתחום הכשרתו המקצועית".</p> <p><u>בעל חזון</u> – כלי מרכזי להגשמת מטרות הארגון בטווח הארוך, קו מנחה שלאורו מוגדרים מטרות הארגון ויעדיו לאורך זמן. מבטא את הערכים שעל פיהם יפעל הארגון. "אבי הגדיר לעצמו מטרת-על, והאמין שאם יפעל על פי ערכיו וגישתו המקצועית הוא יצליח להגשימה לאורך זמן". ואכן, "בתום השנה הראשונה לפעילות המרפאה, אבי זכה להכרה בקרב לקוחותיו בזכות ההגינות, היושרה, הסבלנות, האדיבות והמקצועיות במתן השירותים".</p> <p>2. סגנון המנהיגות שהפעיל אבי הוא <u>סמכותי</u>. הוא קיבל את החלטות ללא שיתוף העובדים וריכוז בידיו את כל הסמכויות. הוא קובע במה יעסוק כל עובד ואינו מאפשר להציע הצעות ייעול מצד העובדים.</p> | 100          | <p>60% לתת-סעיף 1 (2 × 10% לכל תכונה; 2 × 10% לכל הסבר; 2 × 10% לכל ציטוט);</p> <p>40% לתת-סעיף 2 (20% לסגנון, 20% לנימוק)</p> |
|       | 9             | <p>ב. 1. סגנון המנהיגות של יעל הוא <u>דמוקרטי</u>: משתפת את העובדים ומתייעצת עימם, מתוך הבנה שיש תרומה לניסיונם באיכות התכנון ובהחלטות, והיא מאפשרת להם להוציא אל הפועל את ההחלטות באופן עצמאי.</p> <p>2. סגנון המנהיגות שמשקפת הצעתו של גד הוא <u>מנהיגות עסקאית</u>. מנהיגות זו מעודדת מוטיבציה, היות שהיא מבוססת על דינמיקה של תגמולים. אם אבי יפעיל מערכת המבוססת על תמריצים כתמורה להשגת יעדים שיקבע, המוטיבציה של העובדים תגבר.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 100          | <p>50% לתת-סעיף 1 (25% לסגנון; 25% לנימוק);</p> <p>50% לתת-סעיף 2 (25% לסגנון, 25% לנימוק)</p>                                 |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה                                                                                                        |
|-------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3     | 18<br>9       | <p><b>שיווק</b></p> <p>א. 1. <b>שלושה</b> צרכים שהמרפאה מספקת ללקוחות על פי הסקר:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- צורך רפואי - במתן מגוון שירותי רפואה לחיות מחמד.</li> <li>- צורך בשירותי מספרה.</li> <li>- צורך בייעוץ והדרכה בנושאי תזונה ובריאות כללית, וכן התנהגות - אילוף כלבים.</li> </ul> <p>2. <u>ההזדמנות העסקית</u>: אבי ערך סקר ובו איתר צרכים של לקוחות ותרם אותם הרצונות להזדמנות עסקית שמטרתה לספק את הצורך של שירותים נלווים לחיות מחמד - מספרה, תזונה ועוד.</p> <p><b>הערך</b> שאבי מעוניין לספק ללקוחותיו הוא שירות כולל לחיות מחמד במקום אחד.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 100          | <p>45% לתת-סעיף 1 (3 × 15% לכל צורך);</p> <p>55% לתת-סעיף 2 (30% להזדמנות העסקית, 25% לערך)</p>                      |
| 9     | 9             | <p>א. 1. <b>שתיים</b> מהתועלות של המערכת השיווקית של העסק המורחב, והסבר כל תועלת:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- תועלת השירות - שירותים רפואיים ושירותים נלווים.</li> <li>- תועלת המקום - כל השירותים במקום אחד.</li> <li>- תועלת הזמן - לקבל שירות בזמן קצר, קיצור תורים.</li> <li>- תועלת המידע - הלקוחות מקבלים מידע על הטיפולים שמוענקים במרפאה מבחינת אופי הטיפולים, מחירים ועוד.</li> </ul> <p>2. <b>שלושה</b> אמצעי תקשורת שיווקית מתאימים, וכיצד אבי יוכל להשתמש בהם כדי להשיג את היעדים:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>המדיה הדיגיטלית</u>: עליו להפעיל אתר אינטרנט ובו יפרט את כלל השירותים הניתנים, שעות פעילות ומחירים. המדיה הדיגיטלית תאפשר לעסק תקשורת (שיח) עם הלקוחות, מודעות ופרסומות ביוטיוב, בפייסבוק, ובאינסטגרם. זה יאפשר לו גם מעורבות של קהל הלקוחות והתאמת השירותים לקהל הלקוחות. בהמשך יוכל לפלח את הלקוחות לפי סוג חיית המחמד, גיל וכד' ולנהל מעקב של חיסונים וטיפולים.</li> </ul> | 100          | <p>40% לתת-סעיף 1 (2 × 20% לכל תועלת);</p> <p>60% לתת-סעיף 2 (3 × 10% לכל אמצעי; 3 × 10% לאופן השימוש בכל אמצעי)</p> |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה     |
|-------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------|
| 4     | 18            | <ul style="list-style-type: none"> <li>שיווק מסורתי: שיווק המתבצע באמצעי הפרסום המקובלים, כגון עיתונות – פרסום במקומונים העירוניים, שלטי חוצות באזור המלונות, וחלוקת פלאיירים במשרדי תיירות ובמלונות.</li> <li>מועדון לקוחות: מעורבות של לקוחות באמצעות מועדון לקוחות, מתן הטבות. או מתן משוב בטלפון.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          | 100          | 4 × 25% לכל משימה |
|       | 12            | <p><b>קליטת עובדים והתפטרות עובדים</b></p> <p><b>א. ארבע</b> משימות שהיה על נציג המרפאה למלא בקשר לקליטת העובדים החדשים ביוםם הראשון בעבודה:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>להכין תיקייה עם כל הטפסים לחתימה.</li> <li>לערוך סיור היכרות בעסק.</li> <li>להציג בפני העובד את נוהלי העבודה הבסיסיים.</li> <li>להציג בפני העובד את העמיתים לעבודה.</li> <li>להעביר לעובד רשימת משימות ראשונית.</li> </ul> <p><u>לאחר מכן:</u> לקבוע פגישות מעקב יומיות קצרות, לוודא שהעובד מקבל מענה לשאלות, לבדוק שיש לו כל הכלים הנדרשים לעבודה, להתחיל בהדרכה מקצועית הדרגתית.</p>            |              |                   |
|       | 6             | <p><b>ב.</b> לעמיתים לעבודה יש תפקיד חשוב ומכריע באופן קליטתו של עובד חדש בארגון. אם הם יראו נכונות להכירו וסובלנות כלפיו, העובד החדש יחוש נוח ויתאקלם ביתר קלות. אלא שעובדים חדשים לא תמיד מתקבלים בברכה בקרב חבריהם לצוות, לעיתים בשל חשש של אחד או יותר באשר למקומם בחברה, ולעיתים משום שהצוות לא יודע פרטים על העובד החדש ועל תפקידו. האדם הוא יצור חברתי מטבעו. עובדים שחשים מבודדים הם עובדים שהארגון עלול לאבד אותם כבר במהלך החודשים הראשונים לעבודתם בו. על מנת לוודא שאף אחד מהעמיתים אינו חש מאוים או חושש לתפקידו בשל הקליטה, יש להכין את העובדים בטרם העובד מתחיל לעבוד.</p> | 100          |                   |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה                                                                       |
|-------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 5     | 18<br>12   | <p><b>מנהיגות ושיווק</b></p> <p><b>א. 1. ארבעה</b> עקרונות שלפיהם יינתן "שירות לקוחות טוב" שיבדל את שירותי המרפאה:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• שירות לקוחות איכותי, אכפתי, נגיש וזמין</li> <li>• שירות אנושי במדיה הדיגיטלית (אפשרות של התייעצות דרך אפליקציה)</li> <li>• רגישות, במקרים של מחלות</li> <li>• מקצועיות</li> <li>• שקיפות</li> <li>• עמידה בזמנים</li> </ul> <p><b>2. כיצד ניתן לתת בפועל שירות וירטואלי:</b></p> <p>שירות וירטואלי יכול להתבצע באמצעות צ'אט המאפשר יצירת קשר 24/7 לבקשת התייעצות וטיפול במידת הצורך. הוא יכול לכלול שימוש בצ'אטבוטים המטפלים בפניות פשוטות. פייסבוק מאפשר קשר עם הלקוחות כאשר התגובות מהירות וניתן פתרון מיידי לבעיה. אמצעי זה מאפשר שקיפות בקשר ואינטראקציה בין הלקוחות. גם דוא"ל מהווה אמצעי לשירות וירטואלי כאשר צריך להעביר נתונים של בדיקות וכד'.</p> | 100       | <p>50% לתת-סעיף 1 (<math>4 \times 12.5\%</math>) לכל עיקרון;<br/>50% לתת-סעיף 2</p> |
| 6     | 6          | <p><b>ב. שלוש</b> תכונות של מנהיג שיודע להוביל ברשת את המונהגים:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- בעל מנהיגות המותאמת לעידן הדיגיטלי והרשתות החברתיות. הוא חייב לגלות מיומנויות דיגיטליות, להיות פתוח לרעיונות ולהוביל לחדשנות, ללמוד מניסיון ולהסתגל במהירות לשינויים.</li> <li>- חייב לפעול בשקיפות ולבנות אמון בין חברי הרשת והקהילה, שכן הקשר עם הקהילה ברשת יוביל את העסק להצלחה.</li> <li>- מזהה סיכונים פוטנציאליים של הפעילות העסקית, הוא בעל תרבות של מודעות לסיכונים ומפתח אסטרטגיות להתמודדות איתם.</li> <li>- בעל חשיבה יצירתית כדי למצוא פתרונות חלופיים, משלב ניהול סיכונים עם החלטות שגרתיות.</li> <li>- משתף בשקיפות מידע ומגיב לדעות של אחרים.</li> </ul>                                                                                                                                     | 100       | <p><math>3 \times 33.3\%</math> לכל תכונה</p>                                       |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה                                                                                         |
|-------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6     | 18         | <p>– יכול ליצור השראה על ידי הצגת חזון בעל משמעות עבור חברי הקהילה, הפגנת ביטחון עצמי, מתן תמיכה אישית והבעת אמון ביכולות של חברי הקהילה.</p> <p><b>חוזה עבודה אישי והמשאב האנושי</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 100       | <p><math>3 \times 33.3\%</math> לכל פעולה</p>                                                         |
|       | 8          | <p><b>א. שלוש פעולות שהיה על כרמל לנקוט בטרם חתמה על חוזה:</b></p> <p>– לבקש לקבל את החוזה מראש לעיון מעמיק.</p> <p>– לדרוש שכל ההסכמות שסוכמו בעל פה יופיעו בכתב בחוזה.</p> <p>– לבקש לראות את "נוהל החברה" לגבי הבונוסים בכתב.</p> <p>– לנהל משא ומתן על הכנסת סעיף מפורט של מבנה הבונוסים.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |           |                                                                                                       |
|       | 10         | <p><b>ב. כיצד החידושים במרפאה תומכים בצורכי העובדים על פי התאוריה של מאסלו – התייחסות לחמשת הצרכים:</b></p> <p><u>צרכים פיזיולוגיים בסיסיים</u> – תנאי עבודה משופרים מבטיחים את בריאותם של העובדים, כגון מזון, כיסאות אורתופדיים ותאורה נכונה. תיפתח קפיטריה בשירות עצמי, ובה יוכלו העובדים להכין לעצמם כריכים ומשקה חם בשעות העבודה. וכן: צביעת המרפאה והחלפת הריהוט בחדרים לשיפור סביבת העבודה.</p> <p><u>צורך בביטחון</u> – הגדרת תפקידים מספקת ביטחון תעסוקתי באמצעות הגדרת תפקיד ברורות ומסלולי קריירה מובנים, מה שמפחית אי-ודאות ומגביר את תחושת הביטחון והיציבות. כל מנהל מחלקה יגדיר מחדש את תפקידיהם של עובדי המחלקה ויקיים עימם שיחות משוב אחת לחצי שנה.</p> <p><u>הצורך בשייכות, צורך חברתי</u> – העובד מרגיש צורך להשתייך לארגון, רצון להיות חלק מקבוצה. החל בשנה זו תקיים כל מחלקה יום גיבוש שבו יבחרו העובדים את מסלול הטיול והבילוי. <b>וגם:</b> הגדרת תפקידים ברורה מאפשרת שיתופי פעולה יעילים יותר בין עובדים, יוצרת הזדמנויות לעבודת צוות, ומחזקת את תחושת השייכות למחלקה ולארגון.</p> | 100       | <p><math>5 \times 10\%</math> לציון כל צורך;<br/><math>5 \times 10\%</math> לכל הסבר בהקשר המרפאה</p> |

דגם תשובות לשאלון **מנהיגות ויזמות**, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <p>צורך בהערכה – מנהל מחלקה יקיים עם העובדים שיחות משוב אחת לחצי שנה.</p> <p>צורך במימוש עצמי – מתן אפשרויות קידום, התפתחות ואופק תעסוקתי. רשימת הצעות של לימוד והכשרה ומסלולי קידום אפשריים לעובדים.</p> <p><b><u>פרק שני (28 נקודות)</u></b></p> <p><b><u>נדרש לענות על אחת מבין השאלות 7-8</u></b></p> <p><b><u>(28 נקודות לשאלה)</u></b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |              |               |
| 7     | 28            | <p><b>משימת קמפיין שיווקי למספרת הכלבים</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 100          |               |
|       | 18            | <p><b>א. <u>קמפיין שיווקי עבור מספרת הכלבים:</u></b></p> <p>1. <b><u>הגדרת השוק</u></b></p> <p>• <b>זיהוי קהל יעד:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>בעלי כלבים באזור המעוניינים בשירותי טיפוח וטיפולים וטרינריים.</li> <li>משפחות עם חיות מחמד שזקוקות לשירותים משולבים של בריאות וטיפוח.</li> <li>בעלי כלבים שמבקרים באופן קבוע במרפאה ויכולים להיות לקוחות גם לשירותי המספרה.</li> </ul> <p>• <b>מיקום:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>יש למקד את הקמפיין בשיווק המיועד לאזור הגאוגרפי הסמוך למרפאה ולמספרה.</li> </ul> <p>• <b>מתחרים:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ביצוע ניתוח של המתחרים המקומיים (בעיר ובאזור הקרוב) בתחום הווטרינריה ומספרות כלבים: האם יש להם הצעות משולבות? מה המחירים בשוק? מהם היתרונות והחסרונות שלהם?</li> </ul> <p>2. <b><u>מיצוב העסק</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>יש למצב את המרפאה כמקום מקצועי ומקיף לבריאות החיות, עם התוספת של מספרת כלבים נוחה לשירות.</li> <li>השיווק יכוון להציע ערך מוסף – "בריאות וטיפוח במקום אחד", כך שהלקוח לא יצטרך לפצל את הזמן והמאמץ בין שני עסקים נפרדים.</li> </ul> |              |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <p>3. <u>מיתוג</u></p> <p>- <b>לוגו:</b> עיצוב לוגו המשלב את אלמנטי הבריאות והטיפול. לדוגמה, אפשר ליצור לוגו שמשלב סמל של אוזן וטרינרית (רפואי) עם מסר עיצובי של מספרה (קוצץ או מספריים).</p> <p>- <b>סלוגן:</b> "בריאות וטיפול במקום אחד" או "כי כל כלב ראוי לבריאות וסטייל".</p> <p>4. <u>פעילויות שיווקיות</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>הצעת חבילות שירותים משולבים:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- חבילת שירותים המשלבת טיפול וטרינרי עם טיפוח כלבים. לדוגמה: "בדיקת בריאות + תספורת כלב במחיר מיוחד".</li> <li>- הצעות למבצעים במהלך עונות שונות (כגון "הכנה לקיץ - שירותי מספרה במחיר מיוחד", או "מבצע חורף - חיסון על חידוש חיסון עם כל תספורת").</li> </ul> </li> <li>• <b>הפניות מלקוחות קיימים:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- יצירת תוכנית נאמנות ללקוחות קיימים: למשל, כל לקוח שמפנה חבר למספרה/מרפאה מקבל הנחה או שירות נוסף.</li> <li>- הפניות משירותי וטרינריה למספרה - למשל, וטרינר מומלץ יכול להציע לבעלים של כלב לטפל בחיית המחמד שלהם במקביל גם במספרה.</li> </ul> </li> <li>• <b>קמפיינים ממומנים ברשתות החברתיות:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- יצירת מודעות ממומנות שמתמקדות בהצעת שירותים משולבים, כמו "עכשיו גם אצלנו - מספרה מקצועית לכלבך ליד המרפאה".</li> <li>- פרסום תמונות של כלבים לפני טיפוח ואחרי טיפוח (באישור בעלי הכלבים).</li> <li>- מודעות ממומנות עם הצעות מבצע ייחודיות כגון הנחה על שירותים משולבים.</li> </ul> </li> </ul> |              |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>יצירת תוכן ערך מוסף:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- סרטונים או פוסטים בבלוג שמסבירים איך לשמור על בריאות הכלב (תזונה, טיפול רפואי) ואיך טיפוח כלבים יכול לשפר את איכות חייהם.</li> <li>- פוסטים עם טיפים איך לבחור מספרה לכלב או איך לזהות תספורת המתאימה לכלב שלך לפי סוג השיער והגזע.</li> </ul> </li> </ul> <p>5. <u>מדדי הצלחה</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>מדידה כמותית:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- מספר הלקוחות החדשים במרפאה ובמספרה בכל חודש.</li> <li>- שיעור הגידול במבקרים שנמצאים גם במרפאה וגם במספרה.</li> <li>- שיעור השימוש במבצעים המשותפים של טיפוח וטרינרי.</li> </ul> </li> <li>• <b>מדידה איכותית:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- סקרים לשביעות רצון לקוחות – האם הם מרוצים מהשירות המשולב, איכות העבודה והמחיר.</li> <li>- משוב מלקוחות על השילוב בין טיפולים וטרינריים לשירותי מספרה.</li> </ul> </li> </ul> <p>6. <u>תוצר סופי</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>מצגת שיווקית:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- הצגת אסטרטגיית השיווק המפורטת, פעילויות השיווק ותחומי המדידה.</li> <li>- תכנון הפעילויות החודשיות של הקמפיין ואופן פעולתו בהדרגה.</li> </ul> </li> <li>• <b>מודעות פרסומיות לדיגיטל:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- פרסום של פוסטים ומודעות שמבליטות את היתרונות של הקמפיין.</li> </ul> </li> <li>• <b>שירותי ניהול תוכן:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- יצירת תכנים ווידאו עם בעלי כלבים שמספרים על השירותים, תיעוד חוויות הצלחה במרפאה ובמספרה.</li> </ul> </li> </ul> |              |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה                                                                                                              |
|-------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | 10            | <p><b>ב. ארבעה שינויים עיקריים בקמפיין השיווקי:</b></p> <p><b>1. הדגשת היתרונות של שילוב מרפאה ומספרה תחת קורת גג אחת.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הערך המוסף של השירותים המשולבים: יש להדגיש את היתרון של הלקוחות לקבל שירות רפואי וטיפוח במקום אחד.</li> <li>לדוגמה: "טיפול רפואי וטיפוח כלבים במקום אחד, עם מומחים בתחום הבריאות והטיפוח!".</li> <li>ניתן להציע חבילות משולבות שכוללות גם טיפול רפואי וגם טיפוח, דבר שאי אפשר למצוא בחנות למזון לחיות מחמד.</li> <li>היתרון של זמינות ויחס אישי: הדגשת היתרון של שירות אישי וממוקד. הוטרנר יכול להציע שירות מותאם אישית לכל כלב, תוך שילוב בטיפול רפואי וייעוץ מקצועי.</li> </ul> <p><b>2. יצירת מיתוג שונה וברור יותר</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>יצירת מיתוג מבודל: כעת, יש להבהיר ללקוחות מה מייחד את המרפאה/המספרה מול המתחרים. אם בחנות למזון לחיות מחמד יהיו אולי מחירים נמוכים יותר, יש להתמקד בנקודות החוזק של העסק:</li> <li>שירות מקצועי ומקיף: "אנחנו כאן בשבילך ובשביל חיית המחמד שלך – טיפול וטרנרי אישי ושירות מספרה מקצועי תחת קורת גג אחת".</li> <li>הנחות ללקוחות חוזרים: לדוגמה, "הלקוחות שלנו זוכים להנחות במרפאה ובמספרה – כי טיפול בחיית מחמד הוא לא רק בריאות, אלא גם רווחה ורוגע".</li> </ul> <p><b>3. תכנון וביצוע של שיווק ממומן וממוקד יותר</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>קמפיינים ממומנים שמתמקדים במרחק הקרוב: יש להשתמש במודעות ממומנות שמדגישות את היתרון של קרבה למרפאה, ושהלקוחות יכולים לקבל את כל השירותים במקום אחד.</li> <li>לדוגמה: "רק 100 מטרים מהמרפאה שלנו – מספרת כלבים מקצועית שמסלימה כל טיפול רפואי!".</li> </ul> | 100          | <p><math>4 \times 12.5\%</math> לציון כל שינוי;<br/> <math>4 \times 12.5\%</math> לכל הסבר כיצד השינוי ייתן מענה לבעיה</p> |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <ul style="list-style-type: none"> <li>הנחות ומבצעים ממוקדים לאזור הגאוגרפי: להציע הנחות או מבצעים רק לתושבי האזור הקרוב או מי שיביאו את חיית המחמד למרפאה ולטיפול במספרה.</li> </ul> <p><b>4. פיתוח מבצעי מכירות משולבים</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>הנחות זוגיות:</b> להציע חבילות משולבות של שירותי וטרינריה עם מספרה במחירים אטרקטיביים יותר מהמתחרים.</li> <li>- לדוגמה: "תספורת מקצועית לכלב + טיפול וטרינרי במחיר מיוחד - רק לקוחות שלנו!".</li> <li>שירותים חנם או חצי מחיר ללקוחות חדשים: מבצע "פגישה ראשונה" לכל לקוח חדש יכול לכלול גם תספורת עם בדיקת בריאות, או טיפולים נוספים במחיר מוזל.</li> </ul> <p><b>5. יצירת בידול באמצעות תוכן ייחודי</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הדגמת הייחודיות של המרפאה דרך תוכן יצירתי: <ul style="list-style-type: none"> <li>- סרטוני וידאו עם וטרינרים וספרי כלבים המפרטים על היתרונות של טיפול רפואי לפני טיפוח. לדוגמה, "האם טיפול רפואי יכול להקל על טיפוח הכלב שלך?".</li> <li>- טיפים מקצועיים על היתרונות של שילוב בין טיפולים וטרינריים לטיפול כלבים, למשל: איך טיפוח נכון יכול לסייע לבריאות הכלב או איך מניעת בעיות עור קשורה לטיפול וטרינרי נכון.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>6. קידום שירותים ייחודיים שלא ניתנים אצל המתחרה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>להסביר מדוע זה חשוב לקבל טיפול רפואי לפני טיפוח: בניגוד למספרה בחנות לחיות מחמד, ניתן להדגיש את הצורך בתיאום טיפול וטרינרי לפני תספורת (למשל, כלב עם בעיות עור שדורש טיפול לפני שהוא מקבל טיפול טיפוח).</li> <li>הצעת שירותים רפואיים מיוחדים: ניתן להציע שירותים רפואיים מיוחדים (כגון חיסונים, טיפולי שיניים לכלבים) שיתואמו יחד עם תספורת כלבים במבצע משולב.</li> </ul> |              |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה                                                                  |
|-------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 8     | 28            | <p>7. חיזוק קשרים עם לקוחות קיימים</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>תוכנית הפניות: מתן תמריצים ללקוחות כדי שימליצו על המרפאה והמספרה לחבריהם. לדוגמה: "הפנה חבר ותקבל תספורת חינם או הנחה על טיפול וטרינרי".</li> <li>הפניות ישירות מהמספרה לרופאים: אם בעלי הכלבים לוקחים את הכלבים למספרה והם רואים בעיות רפואיות, וטרינר במקום יוכל להציע להם טיפול רפואי בזמן אמת.</li> </ul> <p>משימת הכנה והגדרה של פרויקט הפנסיון לכלבים</p> <p>א. פרויקט: בדיקת הכדאיות והקמת פנסיון כלבים בעיר אילת.</p> <p>1. שתי מטרות של הפרויקט:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>בדיקת הצורך בשירות פנסיון כלבים בעיר אילת</b> – האם יש דרישה לשירות פנסיון כלבים במגוון העונות והאם הוא יכול להוות עסק רווחי.</li> <li><b>קבלת תמונה רחבה על דרישות השוק</b> – הבנת צורכי התיירים ובעלי הכלבים המקומיים לגבי פנסיון כלבים, כולל דרישות בתחום השירות, תנאי המחיה של הכלבים והמחירים.</li> <li><b>הערכת הכדאיות הכלכלית להקמת פנסיון כלבים בעיר</b> – האם יש מקום עסקי לפנסיון כזה בעיר אילת והאם יש צורך בהשקעה כלכלית.</li> <li><b>תכנון השירותים והמתקנים לפנסיון כלבים</b> – הכנת תוכנית להקמת הפנסיון בצורה שתענה על הצרכים השונים של הלקוחות והכלבים.</li> </ul> <p>2. משימות עיקריות ופעילויות (נדרשות 8-10):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>יצירת קשר עם גורמים רלוונטיים בעיר:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>פנייה למחלקת התיירות בעירייה על מנת להבין את הצרכים של התיירים.</li> <li>יצירת קשר עם 10 בעלי מלונות בעיר לפחות, לשם קבלת תמונה על הביקוש מצד תיירים – במהלך החודש הקרוב.</li> </ol> </li> </ul> | 100          | <p>נדרשות שתי מטרות, 8-10 משימות עיקריות ופעילויות, לוח זמנים וסדרי עדיפות</p> |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------|
|       |            | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>עריכת סקר שוק בקרב בעלי כלבים ובמלונות:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. בניית סקר עבור בעלי כלבים שיבקשו לשים את חיותיהם בפנסיון במהלך שהייתם בעיר אילת.</li> <li>2. העברת סקר בבתי מלון בעיר אילת לגבי הצרכים של תיירים ושירותי פנסיון כלבים.</li> </ol> </li> <li><b>הערכת עלויות הקמה ותפעול של הפנסיון:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. בדיקת העלות הצפויה להקמת המתקנים (חדרי כלבים, גדרות, ציוד).</li> <li>2. חישוב עלויות שוטפות (צוות עובדים, מזון לכלבים, טיפול רפואי, תחזוקה).</li> <li>3. חישוב הרווחיות הצפויה על פי היקף השוק.</li> </ol> </li> <li><b>תכנון המתקנים ושירותי הפנסיון:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. תכנון שירותי הפנסיון (לינה, אוכל, פעילות יום-יומית, בריאות ורווחה).</li> <li>2. פיתוח סטנדרטים ברורים לטיפול וביטחון לכלבים.</li> <li>3. יצירת חוויית שירות גם לבעלי הכלבים וגם לכלבים עצמם.</li> </ol> </li> <li><b>הקניית מיתוג שיווקי לפנסיון:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. עיצוב לוגו מותאם לפנסיון הכלבים שיותאם לתיירים ולקהל המקומי.</li> <li>2. פיתוח תוכנית שיווקית על מנת למשוך לקוחות, כולל פרסום במלונות, סוכנויות נסיעות ואתרי תיירות.</li> </ol> </li> </ul> <p><b><u>פירוט הפעולות הנדרשות לביצוע המשימות:</u></b></p> <p><b>שלב 1: מחקר שוק</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>יצירת קשר עם מרכז המידע לתייר של העירייה</b> (משך הזמן: שבועיים) <ul style="list-style-type: none"> <li>- פגישה עם אנשי קשר במרכז המידע על מנת להבין את הביקוש לפנסיון כלבים והאם יש צורך בשירות כזה לאור כניסת תיירים עם כלבים.</li> <li>- קבלת נתונים על מספר התיירים המגיעים עם כלבים והאם יש ביקוש לשירותי פנסיון.</li> </ul> </li> </ul> |           |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------|
|       |            | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>הכנת סקר שוק עבור בעלי כלבים ומלונות</b><br/>(משך הזמן: 3 שבועות) <ul style="list-style-type: none"> <li>יצירת סקר דיגיטלי עבור בעלי כלבים בעיר אילת והסביבה שיבקשו שירותי פנסיון.</li> <li>שליחת סקר למלונות בעיר על מנת לברר אם יש צורך בהשגת שירותי פנסיון לכלבים עבור אורחים עם כלבים.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>שלב 2: ניתוח הכדאיות הכלכלית</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>ניתוח תוצאות הסקרים</b> (משך הזמן: שבועיים) <ul style="list-style-type: none"> <li>ניתוח התוצאות מכל הסקרים על מנת להבין את דרישות השוק, המחירים הצפויים, והצרכים המיוחדים של בעלי כלבים והתיירים.</li> <li>חישוב עלויות להקמת פנסיון, כולל הוצאות עבור מבנה, מתקנים, צוות עובדים, ביטוח, מזון, ציוד, ותחזוקה.</li> </ul> </li> <li><b>הכנת דוח הכדאיות הכלכלית</b> (משך הזמן: שבועיים) <ul style="list-style-type: none"> <li>חישוב מחירים מומלצים, רווחיות צפויה, תוכניות שיווק ותחזית לעתיד.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>שלב 3: תכנון שירותים ומתקנים</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>תכנון המתקנים לפנסיון</b> (משך הזמן: 3 שבועות) <ul style="list-style-type: none"> <li>פיתוח תוכנית עיצובית לפנסיון שיכלול חדרי לינה, מתקני פעילות, גדרות סגירה, אזורי אוכל, שירותי בריאות ועוד.</li> <li>תכנון מערכת ניהול, לרבות צוות עובדים, אמצעי בטיחות ואירוח נוח לכלבים.</li> </ul> </li> <li><b>הכנת תוכנית שיווקית</b> (משך הזמן: 2 שבועות) <ul style="list-style-type: none"> <li>פיתוח תוכנית שיווקית לקידום הפנסיון ויצירת קשרים עם בתי מלון, סוכנויות נסיעות, ותיירים.</li> </ul> </li> </ul> |           |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------|
|       |            | <p><b>שלב 4: הקמת הפנסיון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>התחלת ההקמה</b> (משך הזמן: 2-3 חודשים) <ul style="list-style-type: none"> <li>- רכישת ציוד מתאים (מיטות לכלבים, ציוד משחקים, מזון, כלי אוכל).</li> <li>- הקמת תשתיות ותחזוקת המבנה.</li> <li>- גיוס צוות עובדים (מטפלים, וטרינר זמני).</li> </ul> </li> <li>• <b>בדיקות ואישור הרגולציה</b> (משך הזמן: חודש) <ul style="list-style-type: none"> <li>- בדיקות רגולציה וציות לחוקי הבריאות, זכויות בעלי חיים ודרישות רשויות מקומיות.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>3. לוחות זמנים לסיום הפרויקט:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>חודש 1:</b> מחקר שוק, יצירת קשרים עם גורמים רלוונטיים בעירייה ובבתי המלון, הפצת סקרים.</li> <li>• <b>חודש 2:</b> ניתוח תוצאות הסקרים, הכנת דוח כלכלי.</li> <li>• <b>חודש 3-5:</b> תכנון מתקני הפנסיון, הכנת תוכניות שיווקיות, גיוס צוות.</li> <li>• <b>חודש 5-6:</b> הקמת הפנסיון, קנייה של ציוד והתחלת גיוס עובדים.</li> <li>• <b>חודש 6:</b> השקה ראשונית, תחילת קבלת לקוחות.</li> </ul> |           |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה     | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ניקוד ב-%      | הנחיות להערכה                           |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
|-----------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------|---------------|----------------|---------------------|--------|---|---|----|-----------------------------------------|--------|--------|---|----|----------------------------------------|--------|--------|---|----|-----------------------|--------|--------|---|----|----------------------------|--------|--------|---|----|-------------------------|--------|--------|---|----|-----------------------|---------|--------|---|----|-----------------------------------------|--------|---|---|----|--------------------------|---------|---------|---------|----|-------------------------------------|--|
|           | 12         | ב. 1. הכנת לוח גאנט לפרויקט:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 100            |                                         |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
|           |            | <table><thead><tr><th>מועד סיום</th><th>מועד התחלה</th><th>פעילות מקדימה</th><th>משך הזמן בימים</th><th>משימה/פעילות לביצוע</th></tr></thead><tbody><tr><td>T + 14</td><td>T</td><td>–</td><td>14</td><td>A יצירת קשר עם מחלקת התיירות של העירייה</td></tr><tr><td>T + 35</td><td>T + 14</td><td>A</td><td>21</td><td>B הכנת סקר שוק עבור בעלי כלבים ומלונות</td></tr><tr><td>T + 49</td><td>T + 35</td><td>B</td><td>14</td><td>C ניתוח תוצאות הסקרים</td></tr><tr><td>T + 63</td><td>T + 49</td><td>C</td><td>14</td><td>D הכנת דוח הכדאיות הכלכלית</td></tr><tr><td>T + 84</td><td>T + 63</td><td>D</td><td>21</td><td>E תכנון המתקנים לפנסיון</td></tr><tr><td>T + 98</td><td>T + 84</td><td>E</td><td>14</td><td>F הכנת תוכנית שיווקית</td></tr><tr><td>T + 160</td><td>T + 98</td><td>F</td><td>62</td><td>G התחלת ההקמה (רכישת ציוד, גיוס עובדים)</td></tr><tr><td>T + 32</td><td>T</td><td>A</td><td>32</td><td>H בדיקות ואישור הרגולציה</td></tr><tr><td>T + 180</td><td>T + 160</td><td>A, G, H</td><td>20</td><td>I הרצה – התחלת מתן שירותים ראשוניים</td></tr></tbody></table> | מועד סיום      | מועד התחלה                              | פעילות מקדימה | משך הזמן בימים | משימה/פעילות לביצוע | T + 14 | T | – | 14 | A יצירת קשר עם מחלקת התיירות של העירייה | T + 35 | T + 14 | A | 21 | B הכנת סקר שוק עבור בעלי כלבים ומלונות | T + 49 | T + 35 | B | 14 | C ניתוח תוצאות הסקרים | T + 63 | T + 49 | C | 14 | D הכנת דוח הכדאיות הכלכלית | T + 84 | T + 63 | D | 21 | E תכנון המתקנים לפנסיון | T + 98 | T + 84 | E | 14 | F הכנת תוכנית שיווקית | T + 160 | T + 98 | F | 62 | G התחלת ההקמה (רכישת ציוד, גיוס עובדים) | T + 32 | T | A | 32 | H בדיקות ואישור הרגולציה | T + 180 | T + 160 | A, G, H | 20 | I הרצה – התחלת מתן שירותים ראשוניים |  |
| מועד סיום | מועד התחלה | פעילות מקדימה                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | משך הזמן בימים | משימה/פעילות לביצוע                     |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 14    | T          | –                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 14             | A יצירת קשר עם מחלקת התיירות של העירייה |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 35    | T + 14     | A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 21             | B הכנת סקר שוק עבור בעלי כלבים ומלונות  |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 49    | T + 35     | B                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 14             | C ניתוח תוצאות הסקרים                   |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 63    | T + 49     | C                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 14             | D הכנת דוח הכדאיות הכלכלית              |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 84    | T + 63     | D                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 21             | E תכנון המתקנים לפנסיון                 |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 98    | T + 84     | E                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 14             | F הכנת תוכנית שיווקית                   |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 160   | T + 98     | F                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 62             | G התחלת ההקמה (רכישת ציוד, גיוס עובדים) |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 32    | T          | A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 32             | H בדיקות ואישור הרגולציה                |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
| T + 180   | T + 160    | A, G, H                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 20             | I הרצה – התחלת מתן שירותים ראשוניים     |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
|           |            | <p><b>פעולה</b></p> <p><b>זמן בימים</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                |                                         |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |
|           |            | הערה: הסרטוט ללא קנה מידה.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                |                                         |               |                |                     |        |   |   |    |                                         |        |        |   |    |                                        |        |        |   |    |                       |        |        |   |    |                            |        |        |   |    |                         |        |        |   |    |                       |         |        |   |    |                                         |        |   |   |    |                          |         |         |         |    |                                     |  |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ניקוד ב-% | הנחיות להערכה                                             |
|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------|
|       |            | <p>2. עדכון הגדרת הפרויקט: הקמת פנסיון כלבים במועצה האזורית אילות</p> <p><u>משימות מעודכנות לפרויקט:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>איתור מיקום במועצה האזורית אילות:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- חיפוש שטח מתאים במועצה האזורית, תוך ביצוע ניתוח עלויות שכר דירה/השקעה.</li> <li>- בחינת זמינות תחבורה ואפשרות לאספקת שירותים לוגיסטיים.</li> </ul> </li> <li>• <b>הערכת הביקוש לאור המעבר:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ביצוע סקר בשיתוף בעלי כלבים מהסביבה וממחוז אילות (לא רק בעיר עצמה).</li> <li>- יצירת קשר עם בתי המלון הממוקמים באילת לגבי אפשרויות שיתוף פעולה למתן שירותי פנסיון לכלבים, תוך הדגשה שמיקום הפנסיון יהיה ביישובים הסמוכים.</li> </ul> </li> <li>• <b>שינויים בתכנון המתקנים:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- תכנון מתקנים שיכילו את הצרכים של הכלבים, אך גם יתאימו למיקום החדש מבחינת התנאים הפיזיים של השטח.</li> <li>- יצירת שיקול דעת אודות גודל המקום ומרחב המאפשר תנועה חופשית, פעילות יומית וטיפול רפואי.</li> </ul> </li> <li>• <b>פיתוח פתרונות תחבורה ופתרונות לוגיסטיים:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ייתכן שיהיה צורך לפתח שיתופי פעולה עם חברות תחבורה מקומיות או ליצור שירותי הסעות כלבים מאילת לפנסיון, או לחלופין להציע שירותי איסוף והחזרה.</li> <li>- בחינת האפשרות להשכיר או לרכוש רכבים המתאימים להובלת כלבים.</li> </ul> </li> <li>• <b>תכנון והכנה של תוכנית שיווקית מותאמת:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- השקת קמפיינים שיווקיים הממוקדים לקהל יעד רחב יותר – תיירים שמגיעים לאילת יחד עם כלבים, וכן בעלי כלבים מהיישובים הסמוכים.</li> <li>- הדגשת היתרון של שירות איכותי ומקצועי גם באזור המרוחק מאילת.</li> </ul> </li> </ul> |           | <p>הנבחן נדרש לציין שני שינויים בלבד במשימות הפרויקט.</p> |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <p><b>פעילויות מעודכנות לפרויקט:</b></p> <p><b>שלב 1: איתור מיקום ובדיקת שטח במועצה האזורית אילות</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>איתור נכסים זמינים לשימוש כשטח לפנסיון</b><br/>(משך הזמן: 2 שבועות)</li> <li>- פנייה למועצה האזורית אילות לצורך קבלת מידע על שטחים פוטנציאליים באזור, כולל ניתוח יתרונות/חסרונות של מיקומים שונים.</li> <li>• <b>בחינת גישה נוחה ללקוחות מאילת ומיישובים סמוכים</b><br/>(משך הזמן: 2 שבועות)</li> <li>- בדיקה של אפשרויות תחבורה שיביאו את הלקוחות לפנסיון, למשל על ידי שיתופי פעולה עם חברות תחבורה מקומיות.</li> </ul> <p><b>שלב 2: עריכת סקרים בקרב בעלי כלבים ומלונות באזור אילת והסביבה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>סקר בעלי כלבים ומלונות באזור אילת ובאזור המועצה אילות</b> (משך הזמן: 3 שבועות)</li> <li>- יצירת סקרים דיגיטליים ומדגם של בעלי כלבים בעיר אילת ובסביבה הקרובה.</li> <li>- קבלת משוב מבתי מלון בעיר אילת לגבי הצורך בשירותי פנסיון כלבים, כולל חשש המרחק – מיקום מחוץ לאילת.</li> </ul> <p><b>שלב 3: תכנון מתקנים ושירותים מותאמים למיקום החדש</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>תכנון המתקנים והשטח</b> (משך הזמן: 4 שבועות)</li> <li>- תכנון מתקני הפנסיון במיקום החדש, תוך שמירה על תשתיות מקומיות, נוחות וביטחון לכלבים, והכנה להקמת מתקנים ברמה גבוהה.</li> <li>• <b>הערכת עלויות הקמה ותפעול על בסיס המיקום החדש</b> (משך הזמן: 2 שבועות)</li> <li>- ביצוע ניתוח עלויות נוסף, כולל חישוב עלויות תחבורה, שירותי איסוף והחזרה, והוצאות אחרות הנוגעות למיקום מחוץ לעיר אילת.</li> </ul> |              |               |

דגם תשובות לשאלון מנהיגות ויזמות, סמל 799381, קיץ תשפ"ה

| השאלה | ניקוד<br>בנק' | פתרון                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ניקוד<br>ב-% | הנחיות להערכה |
|-------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
|       |               | <p><b>שלב 4: תכנון והכנה של תוכנית שיווקית חדשה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>שיווק ממוקד לתיירים ובעלי כלבים מהסביבה</b><br/>(משך הזמן: 2 שבועות)</li> <li>- עדכון המיתוג והקמפיינים השיווקיים כך שיתאימו ללקוחות שמגיעים לאילת עם כלבים וגם לקהל מקומי באזור המועצה.</li> </ul> <p><b>שלב 5: הקמת הפנסיון במועצה האזורית</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>הקמת הפנסיון והתחלת השירות</b> (משך הזמן: 3-4 חודשים)</li> <li>- יצירת תשתיות פיזיות ושירותים מתאימים לפנסיון בשטח המועצה האזורית.</li> <li>- הפעלת שירותי תחבורה מאילת לפנסיון במועצה האזורית והתחלת קבלת לקוחות.</li> </ul> |              |               |