

מנהיגות ויזמות

הוראות לנבחן

א. משך הבחינה: שלוש שעות

ב. מבנה השאלון: בשאלון זה שני פרקים:

פרק ראשון: 72 נקודות

פרק שני: 28 נקודות

סה"כ: 100 נקודות

ג. חומר עזר מותר בשימוש:

1. מחשבון (פשוט או פיננסי) שאינו מאפשר תקשורת חיצונית
2. שלושה דפים מהודקים בגודל A4 כתובים על צד אחד או שניים בכתב יד או בהדפסה. בראש כל עמוד בצד שמאל ייכתב מספר תעודת זהות. הדפים הם אישיים ואין להעבירם לאחרים – העברת דפים בין נבחנים עלולה לגרום לפסילת הבחינה. בסיום ההיבחנות יש לצרף את הדפים למחברת הבחינה.

ד. הוראות מיוחדות:

1. כתבו את כל התשובות במחברת הבחינה, בעט בלבד.
2. בתשובה על שאלת חישוב, עליכם להציג את הנוסחה המתאימה ואת כל שלבי הפתרון באופן מפורט, ולהסבירם בקצרה. קבלת מרב הנקודות מותנית במילוי דרישה זו.
3. כתוב במחברת הבחינה בלבד, בעמודים נפרדים, כל מה שברצונך לכתוב כטיוטה (ראשי פרקים, חישובים וכדומה). רשום "טיוטה" בראש כל עמוד טיוטה. רישום טיוטות כלשהן על דפים שמחוץ למחברת הבחינה עלול לגרום לפסילת הבחינה!

ההנחיות בשאלון זה מנוסחות בלשון זכר ומכוונות לנבחנות ולנבחנים כאחד.

בהצלחה!

זכות היוצרים שמורה למדינת ישראל
אין להעתיק או לפרסם אלא ברשות משרד החינוך

השאלות

פרק ראשון - ענו על 4 שאלות מתוך 6-1 (18 נקודות לכל שאלה)

פרק שני - שאלה 7 או 8 - חובה (28 נקודות לשאלה)

תיאור העסק:

עסק לשירותי קוסמטיקה בבעלות והפעלה של בעלת עסק: חן סלומון בעיר קריית גת.

חן סלומון סיימה את לימודיה בבית ספר הרב תחומי ללימודי קוסמטיקה במרכז הארץ לפני חמש שנים. לאחר סיום לימודיה עבדה כשכירה באחד ממכוני היופי המוכרים בתחום. חן צברה ניסיון בביצוע טיפולים מגוונים וחדשניים ובנוסף המשיכה ללמוד קורסים מקצועיים עם מיטב המומחים בתחום האסתטיקה וטיפוח היופי, הכוללים גם כלים ניהוליים לפתיחת עסק עצמאי, כגון ניהול כספים, ניהול משאבי אנוש ושיווק. לפני שנתיים החליטה להתאים אחד החדרים בביתה בקריית גת ופתחה קליניקה ללא העסקת עובדים: "יופי החן".

הטיפולים שהציעה ללקוחות הפוטנציאליים- נשים בגילאי 20 עד 50 המתגוררות באזור- הם: מגוון טיפולי פנים, עיצוב גבות, בניית ציפורניים ולק גיל מבני. כיום, לאחר שנתיים, ולמרות שבעיר קריית גת פועלים מעל ל 30 קוסמטיקאיות וקליניקות, העסק של חן מעניק שרות ל- 60 לקוחות, חלקן קבועות וחלקן מזדמנות.

לאור ההצלחה, חן מעוניינת להרחיב את העסק. לצורך כך היא שוקלת להעביר את הקליניקה למרכז הקניות החדש בעיר. לטענתה מהלך זה יאפשר לה להגדיל את ההכנסות והרווחיות. להלן הפעולות שחן מתכננת לבצע:

- א. שיווק וקידום מכירות: לשימור והגדלת מספר הלקוחות הקבועים.
- ב. גיוס עובדת לסיוע בתחום הקוסמטיקה כדי לתת מענה למספר הלקוחות שצפוי לגדול.
- ג. רכישת מכשיר להסרת שיער בלייזר בעלות של 150,000 ₪ - שיאפשר לה לספק שרות נוסף וכך לגייס לקוחות שעד היום לא הגיעו אליה.

פרק ראשון: 72 נקודות

בפרק זה שש שאלות (1-6), ענו על 4 שאלות מתוכן. תשובה מלאה על אחת מהשאלות בפרק זה מזכה ב-18 נקודות.

1. מבנה ארגוני והעסקת עובדים (פרק 1+2 בתוכנית הלימוד):

- א. רשום הגדרת תפקיד עבור העובדת החדשה שחן מעוניינת לגייס - שם התפקיד, כפיפות, תחומי אחריות, תכולת התפקיד, מדדי הצלחה, דרישות תפקיד, דרישות ניסיון וידע (פרט 5 תחומים בהגדרה)
- ב. ציין שלושה ערוצי מומלצים לאיתור העובדת ונמק את בחירתך.

מענה:

א. הגדרת התפקיד:

שם התפקיד: עובדת לסיוע במתן טיפולי קוסמטיקה

כפיפות: לבעלת ומנהלת העסק – חן סלומון

תחומי האחריות: מתן שירותי קוסמטיקה לקהל הלקוחות של העסק עפ"י הנחיות בעלת ומנהלת העסק

תכולת התפקיד: ביצוע טיפולי קוסמטיקה בקליניקה בקרית גת. השירות שיש לתת כולל - טיפולי פנים, טיפול בפצעי אקנה, טיפולי ציפורניים (שיקום ולק גיל) ועיצוב גבות.

מדדי הצלחה: רמת ביצוע מקצועית, רמת שביעות רצון של הלקוחות, שביעות רצון מנהלת העסק.

דרישות התפקיד:

- זמינות לעבודה במשרה מלאה – 8:30 עד 17:30
- יכולת מתן שירות ויצירת חווית לקוח ברמה גבוהה
- חריצות ויסודיות
- לויאליות ונאמנות
- יכולת לעבוד גם בשעות לא רגילות (בתשלום נוסף) – יתרון

דרישות ניסיון וידע:

- תעודות על קורסים והכשרות בתחומי השירותים המבוקשים

- ניסיון של שנה לפחות במתן השירותים המבוקשים או לחילופין בוגרת קורסים מקצועיים שמעוניינת בתקופת הכשרה
- המלצות ממעסיקים קודמים באם יש.

ב. ערוצי איתור מומלצים:

כדי לגייס עובדת מתאימה אני אפנה לערוצים הבאים:

- פרסום ברשתות חברתיות באזור:
יאפשר לי חשיפה לקהל צעיר באזור, בתפוצה רחבה יחסית, קהל שאם מתוכו אמצא עובדת מתאימה יכול גם לייצר לי חיבור לקהלי יעד נוספים באזור. הפרסום גם יועיל לשיווק העסק כך שהאוכלוסייה באזור תראה שהעסק מתרחב.
- פנייה לעסקים וארגונים המעבירים הכשרות לקוסמטיקאיות:
פנייה לגורמים אלו תאפשר לי לפנות רק לאותם מקומות שאני מעריך את הרמה המקצועית ויודע שהבוגרות של מקומות אלו הם ברמה מקצועית גבוהה יחסית – בוגרות שאוכל לקלות יחסית להכשיר לעבודה בעסק
- פרסום באתר אול ג'ובס:
יאפשר לי להגיע לקהלי יעד רחבים שמחפשים עבודה באופן אקטיבי – בעלות מוטיבציה ורצון להשתלב בתחום

2. מנהיגות וחשיבה יצירתית (פרק 3 + 4 בתוכנית הלימודים):

- א. מהו סגנון המנהיגות שהיית ממליץ לחן? נמק את תשובתך.
- ב. הצע שלושה רעיונות לחדשנות עסקית עבור חן והסבר כיצד הן יעצימו את מנהיגותה ויקדמו את הפעילות העסקית.

מענה:

א. מנהיגות:

לצורך קידום העסק מומלץ שחן תאמץ שילוב של מספר סגנונות

מנהיגות:

- מנהיגות עסקאית - תאפשר לה להוביל את הלקוחות של העסק ליצירת קשרים לאורך זמן ורכישת מוצרים לצורך הגדלת תמורת הערך שהן מקבלות. זאת על ידי אבחון מדויק של הצרכים שלהן ומתן פתרון מותאם לכל אחת ואחת
 - מנהיגות קהילתית חברתית - לפתח הובלה חברתית קהילתית בקהילה בה היא גרה ועובדת. לפתח מחויבות לשיפור איכות החיים של הקהילה (בין הייתר באמצעות בשירות אותו היא מעניקה) ולהפוך לדמות חברתית מוכרת ואהודה.
 - זה יאפשר לה להגדיל את המודעות על העסק, להרחיב את קהל הלקוחות ולשפר את שביעות הרצון שלהן מהשירות.
 - מנהיגות ברשת: לפתח מיומנויות של העלאת תכנים ויצירת מובילות מקצועית וחברתית ברשת הדיגיטלית. מנהיגות רשתית תסייע לה ליצור חדשנות, חיבור חזק ללקוחות ומחויבות לקהילה לחברה בעיר.
- ב. שלושה רעיונות לחדשנות עסקית:

- הגדלת מנעד השירותים שחן תציע ללקוחותיה. כיוון שלחן יש כבר כמות יפה וקבועה של לקוחות, הגדלת מנעד השירותים תאפשר לה להגדיל את נתח המכירות מכל לקוחה. במקום שכל לקוחה תגיע לקבלת שירת אחד או שניים היא תוכל לקבל את כל שירותי הקוסמטיקה והטיפוח במקום אחד ותחסוך זמן. חן נהנית ממוניטין טוב בקרה לקוחותיה ולכן הכנסת שירותים נוספים לאותן לקוחות לא תהווה קושי משמעותי
- כניסה לשותפות עם בעלת עסק דומה המעניקה שירותים אחרים מאלו שחן מעניקה ונמצאת במיקום מרכזי בעיר.

- שותפות כזאת תאפשר לחן להגדיל משמעותית את קהלי הלקוחות שלה, להיפתח לקהלי לקוחות חדשים ולשפר את שביעות רצון הלקוחות הקיימים שלה משירותים נרחבים.
- העברת סדנאות והכשרות בתחומי היופי והטיפוח לבחורות צעירות המעוניינות לרכוש מקצוע רווחי. ביצוע מהלך כזה יאפשר לחן להגדיל את מקורות ההכנסה, לשפר את מיתוג ומיצוב העסק בשוק, חשיפה לבחורות צעירות ומוכשרות שיכולות להוות עתודה לצוות עובדות בקליניקה של חן

3. אתיקה עסקית (פרק 5 בתוכנית הלימודים):

- א. חן מקפידה על תדמית הקליניקה, מעבירה משובים כדי לשפר באופן תמידי את השרות שהיא מעניקה ללקוחותיה. לאחרונה, לקוחה וותיקה של חן פנתה אליה וטענה שאחד התכשירים שהיא מכרה לה (עבור טיפול פנים) יצר לה פריחה וגירוד. התכשיר המדובר הוא אחד ממגוון מוצרים שחן מכינה באופן אישי עבור לקוחותיה, עם חומרי גלם איכותיים וייחודיים, הנמכרים ברווחיות מאד גדולה. הצע לחן צעדי התנהלות (לפחות 4 צעדים) כדי לא לפגוע בתדמית העסק ושהפגיעה לא תהיה בעלת משמעות כלכלית והסבר את בחירתך.
- ב. ציין דילמה אתית נוספת שחן יכולה להתקל בהפעלת העסק והסבר כיצד חן צריכה לפעול במקרה זה ולמה.

מענה:

א. הצעדים שחן צריכה לנקוט הם:

- להזמין את הלקוחה לקליניקה לבדיקה והבנת הבעיה
- במהלך הביקור לבחון האם התכשיר הוא גורם הבעיה ובכל מקרה לטפל בלקוחה לצורך פתרון הגירוד והפריחה.
- באם המסקנה של חן שהאשמה היא בתכשיר שהיא הכינה, לבחון איזה מרכיב יצר את הבעיה ומה צריך כדי לתקן את התקלה
- במקרה בו האשמה היא בתכשיר היא צריכה לעדכן את כל הלקוחות בדבר התקלה ולהסביר שמי שנתקלה בבעיה עליה לפנות אליה במידי.
- להכין תכשיר חדש עם ללא המרכיבים הבעייתיים ולהחליף לכל מי שמתלוננת את התכשיר הישן בחדש
- בכל מקרה להפסיק לשווק את התכשיר הבעייתי ובמקביל לפתח תכשיר אחר שיהיה בעל תכונות דומות ויאפשר רווחיות גבוהה

כך חן תוכל לפעול בהתאם עקרונות אתיים:

- שקיפות מלאה מול הלקוחות
- הגינות עסקית
- אמינות מלאה מול הלקוחות
- יושרה עסקית
- לקיחת אחריות על פעילות העסק

ב. דילמה נוספת :

לאחרונה בקליניקה אחרת בעיר בעלת המקום החלה להשתמש ולמכור תכשיר שחן יודעת מניסיון אישי שהוא לא איכותי ועלול לגרום לנזקים בפנים עבור הלקוחות.

המשך השימוש יגרום לבעיות עור ללקוחות, יגרום לתלונות על המקום ולמעבר לקוחות מהקליניקה המתחרה לקליניקה של חן.

להלן הצעדים שחן צריכה לבצע כדי לטפל בדילמה :

כדי לעמוד בסטנדרטים אתיים חן צריכה לפנות לבעלת המקום המתחרה ולהתריע בפניה על השימוש בתכשיר. לספר לה על הניסיון והידע שלה ולהציע לה לעבור לשימוש בתכשירים אחרים.

זאת גם במחיר של אובדן מעבר של לקוחות חדשים לעסק שלה.

כך חן תוכל לפעול בהתאם עקרונות אתיים :

1. שקיפות מלאה מול בעלת עסק מתחרה

2. הגינות עסקית

3. אמינות מלאה

4. יושרה עסקית

4. מימון (פרק 6 בתוכנית הלימודים) :

חן מעוניינת לרכוש מכשיר לייזר להסרת שיער בסך 150,000 ₪.

א. חן שוקלת את כדאיות ההשקעה על פי ע.נ.נ.

ההכנסה השנתית הצפויה בשנה הראשונה היא 42,000 ₪, בשנה השנייה ושלישית 84,000 ₪. העלות השנתית להפעלת המכונה היא 15,000 ₪ בשנה הראשונה ו-20,000 ₪ בשנה השנייה ושלישית. מחיר ההון 7%. האם ההשקעה כדאית?

ב. חן בודקת נטילת הלוואה בסך 150,000 ₪ מהבנק בו מתנהל חשבון העו"ש של העסק ב-10 תשלומים שנתיים, שיעור הריבית השנתי: 9%. התשלומים יחושבו על פי לוח סילוקין שפיצר. ערוך את לוח הסילוקין לפי שפיצר.
ג. לחן יש תכנית חיסכון בבנק. ערך התוכנית להיום 60,000 ₪. הבנק מציעה לחן לדחות את רכישת המכשיר בשנה. להלן ההצעה:

- להפקיד את ה-60,000 ₪ בתוכנית לשנה בריבית חודשית של 4%.
- הפקדה חודשית של 3,000 ₪ בריבית חודשית של 5%.

חשב את הערך העתידי של שתי תוכניות החיסכון. האם הסכום שתקבל לאחר שנה יספיק לה למימון המכשיר?

תשובה

א.

שנה/פעולה	0	1	2	3
רכישת המכונה	(150000)			
הכנסה		42000	84000	84000
עלות הפעלה		(15000)	(20000)	(20000)
	0	27000	64000	64000

$$ע.נ.נ. = 27000 * 0.935 + 64000 * 0.873 + 64,000 * 0.816 - 150,000 = (16,659)$$

על פי שיטת ע.נ.נ לא כדאי לחן לרכוש את המכשיר.

ב.

$$a = \frac{K \cdot r \cdot (1+r)^t}{(1+r)^t - 1}$$

$$a = \frac{150,000 \times 0.09 \times (1+0.09)^{10}}{(1+0.09)^{10} - 1} = 23,373$$

התשלום השנתי הוא 23,373 ₪.

יתרת הקרן	סה"כ תשלום	תשלום ריבית	תשלום קרן	תשלום
150,000				
140,127	23,373	13500	9,873	1
129,365	23,373	12611	10,762	2
117,635	23,373	11643	11,730	3
104,849	23,373	10587	12,786	4
90,913	23,373	9436	13,937	5
75,722	23,373	8182	15,191	6
59,164	23,373	6815	16,558	7
41,116	23,373	5325	18,048	8
21,443	23,373	3700	19,673	9
0	23,373	1930	21,443	10

ג. א. חישוב תוכנית חיסכון 60,000 ₪ לשנה.

$$FV = PV(1+r)^t$$

$$FV = 60,000(1+0.04)^{12}$$

$$FV = 96,062$$

ב. חישוב תוכנית חיסכון – הפקדה חודשית

$$FV = P \cdot \left[\frac{(1+r)^t - 1}{r} \right]$$

$$FV = 3000 \cdot \left[\frac{(1+0.05)^{12} - 1}{0.05} \right]$$

$$FV = 47,751.38$$

$$47,751.38 + 96,062 = 143,813.38$$

הסכום לא יספיק לה (במידה ואחרי שנה המחיר ימשיך להיות 150,000 ₪)

5. ניהול מלאי (פרק 7 בתוכנית הלימודים):

- א. ציין שיטה לניהול מלאי אשר חן צריכה לאמץ כדי לנהל מלאי יעיל ורווחי והסבר מדוע.
- ב. ציין והסבר חלופה לניהול ואחזקת מלאי עבור חן – חלופה שלא תחייב אותה להחזיק כמות מלאי אצלה בעסק.

מענה:

- א. שיטה הטובה ביותר לניהול המלאי הוא על פי מודל פארטו. חן צריכה לבחון שני פרמטרים בנוגע למוצרים אותם היא מוכרת: מוצרים שנמכרים באופן תדיר (ביקוש גבוה וקבוע) ומוצרים שהרווחיות עליהם גדולה יותר. מוצרים אלו היא צריכה להחזיק ברמה שתעמוד ברמת הביקושים. את ייתר המוצרים היא צריכה להחזיק ברמה נמוכה מאד (אם בכלל).
- ב. כדי להימנע מאחזקת מלאי בקליניקה חן יכולה לעבור לאספקת מוצרים לפי הזמנה. להגיע להסכם עם הספקים שהיא תעביר הזמנות אליהם והם יספקו את המוצרים ישירות לבית הלקוחה. חן תגבה את התשלום מהלקוחות ותעביר לספקים תשלום עבור המוצרים בניכוי עמלת מכירות שתסוכם מראש.

6. שיווק (פרק 8 בתוכנית הלימודים):

- א. חן טוענת כי עליה לבדל את השרות שהיא מעניקה ללקוחות בעסק, היות ושרות מקצועי, עמידה בלוח זמנים ושקיפות יסייעו לה ליצור מותג בתחום הקוסמטיקה בעיר וסביבותיה. הסבר את טענתה של חן.
- ב. באילו ערוצי שיווק מומלץ לחן לשווק את הקליניקה, כדי להגדיל את כמות הלקוחות שלה – ציינו לפחות 3 ערוצי שיווק שונים והסבירו את בחירתכם.

מענה:

- א. כפי שנרשם בעיר קריית גת פועלות מעל ל 30 קליניקות. כדי שלקוחות יגיעו לקליניקה של חן היא אכן צריכה לבדל את עצמה. כדי הלקוחות יעדיפו אותה על פני קוסמטיקאיות אחרות. כיוון שרובן משתמשות בחומרים דומים, בעלות ניסיון וברמה מקצועית גבוהה ונמצאות קרוב לבתי הלקוחות נדרש לבצע בידול מתוך אופן מתן השירות. זאת אומרת להפוך את חווית השירות והשהות של הלקוחה ל"וואו" שיגרום לה לבוא שנית ולהמליץ לחברות שלה.
- בידול באמצעות מתן שירות אמין שעומד בזמנים, מכבד את הזמן של הלקוחה, מייצר לה שקיפות ותחושה של בטחון אכן יכול לייצר בידול מול המתחרים.
- ב. ערוצי השיווק והפרסום:
- שיווק ברשתות חברתיות (פייסבוק, אינסטגרם וטיקטוק) לקהל היעד שגר בסביבה הקרובה. שיווק בערוצים אלו יבטיח הגעה לקהל צעיר שרלוונטי לשירות, יאפשר גיוס לקוחות חדשים ויגדיל את המודעות על העסק בעיר כולה.
 - גיוס מובילות חברתיות כלקוחות של העסק שבתמורה לשירות בחינם או בהנחה יפרסמו בפלטפורמות שהן מנהלות את העסק וימליצו על העסק. שיווק ע"י המלצות הוא שיווק מאד חזק. בייחוד המלצה של מי שמוגדרת ונחשבת כמובילה חברתית. העלות לשיווק תהיה קטנה יחסית וההשפעה על גיוס הלקוחות תהיה דרמתית
 - מתן הרצאות וסדנאות במתנס"ים ומרכזים קהילתיים בעיר ובאזור על טיפים בטיפוח העור והפנים. העברת הרצאות וסדנאות תמצב את חן כגורם מקצועי ו"אוטוריטה" מקצועית בתחום טיפוח היופי והקוסמטיקה בעיר ובאזור. תגדיל את הפניות של הלקוחות ותמצב את העסק כעסק מוביל בתחומו.

פרק שני: 28 נקודות

בפרק זה שתי שאלות (7-8), ענו על שאלה אחת מתוכן. תשובה מלאה על אחת מהשאלות בפרק זה מזכה ב-28 נקודות.

ביצוע מטלה – הכינו אחת מהמטלות המפורטות להלן- מבין שאלות 7,8:

7. הכנת קמפיין שיווקי (פרק 9 בתוכנית הלימודים)

להלן בריף שיווקי שחן הגדירה עבור קמפיין לשיווק העסק:

- המטרה – פיתוח והגדלת העסק ע"י הגדלת כמות הלקוחות
- היעד - הגדלת כמות הלקוחות ב 25%
- המוצרים - שיווק שירותי העסק הקיימים
- קהל היעד – נשים בגילאים 20 עד 60 הגרות בעיר קריית גת ובסביבותיה
- המתחרים – קוסמטיקאיות וותיקות וחדשות הפועלות בעיר קרית גת וסביבתה.
- הגדרת תקציב - 10,000 ₪ לשלושה החודשים הקרובים
- הגדרת לוח זמנים - הגדלת כמות הלקוחות הנדרשת תוך 3 חודשים

א. הכן הצעה לקמפיין השיווקי עבור חן תוך מתן מענה ל:

1. קהלי היעד המומלצים לביצוע הפנייה
2. ערוצי השיווק והפרסום הנדרשים
3. המסר והתכנים השיווקיים הרצויים
4. חלוקת התקציב שהוגדר לפי חודשי הפעילות
5. לוחות זמנים לביצוע הקמפיין
6. המשימות הנדרשות
7. תהליכי המעקב והבקרה לבדיקת האפקטיביות של הפרויקט.

- ב. מיד לאחר שחן הכינה את הקמפיין השיווקי, פורסם כי משרד הבריאות אוסר על שימוש במרכיב מסוים לייצור תכשירי קוסמטיקה, מכיוון שלטווח ארוך גורם לבעיות עור חמורות. חן השתמשה בחומר הגלם האסור. מצב זה יצר ירידה משמעותית בכמות הלקוחות שפנו לטיפול אצל חן.

כיצד צריך לשנות את הקמפיין שהכנת במטרה לענות על המצב החדש שנוצר. פרט את השינויים הנדרשים והסבר מדוע.

סעיף א': מענה – קמפיין שיווקי:

א. קהלי היעד:

מבין קהלי היעד שהוגדרו הקמפיין יתמקד בקהל הצעיר יותר – נשים בגילאים 20 עד 35. זאת כיוון שיהיה קל יותר לגייס אותן כלקוחות. חן היא בגיל הנמצא בחתך זה ויש לה יכולת להתחבר בקלות לצרכים ולמתן מענה מתאים לנשים בגילאים האלו.

ב. ערוצי השיווק המומלצים לביצוע קמפיין שיווקי:

- רשתות חברתיות: פייסבוק, אינסטגרם וטיקטוק – ביצוע קמפיינים ממומנים תוך שימוש בספק תוכן לביצוע הקמפיינים. פלטפורמות אלו מתאימות לגיוס לקוחות מחתך הגילאים שהוגדר
- נשים מובילות חברתיות: איתור שתי מובילות חברתיות בעיר לצורך ביצוע שת"פ – מתן שירותי טיפולי פנים בהנחה/בחינם עבור העלאת תכנים בפלטפורמות השונות להנעת לקוחות לקליניקה.

ג. המסר והתכנים השיווקיים:

- המסרים השיווקיים יציגו את הצרכים הקיימים בשוק – צרכים המאפיינים את חתך הגילאים שאליהם פונים (פצעי אקנה, בעיות עקב שהות ממושכת בחוץ ובשמש וכו')
- המסר יציג את הפתרונות שהעסק יכול לתת לצרכים אלו תוך הצגת הניסיון והרמה המקצועית הגבוהה של חן, הזמינות והקשר האישי לכל לקוחה ולקוחה

ד. חלוקת התקציב שהוגדר לפי חודשי הפעילות:

- חודש לפני העלאת הקמפיין – תקציב של 3,000 ₪ לבניית התכנים השיווקיים והכנת הצילומים והסרטונים
- חודשי הקמפיין (3) רכישת מדיה בעלות של 2,000 ₪ לחודש לקמפיין ממומן ברשתות החברתיות שהוגדרו
- השאר 1,000 ₪ לצורך כיסוי עלויות לא צפויות

ה. לוח זמנים :

- אישור הקמפיין $t=0$
- הכנת חומרים וסרטונים $t+14$
- התחלת קמפיין ממומן ברשתות $t+45$
- ביצוע בדיקת תוצאות ושיפור פילוח הפניות $t+60$
- המשך ביצוע הקמפיין עד לסיום מ $t+60$ ועד ל $t+135$
- הערה – בכל שבועיים ביצוע חוזר של בדיקות ושיפור מיקוד הפנייה

ו. המשימות הנדרשות :

- הכנת מסרים, תכנים, צילומים סרטונים
- איתור גורם לניהול הקמפיין הממומן
- איתור נשים מובילות חברתיות – ניהול מו"מ לשת"פ
- העלאת הקמפיין ברשתות
- תחילת העלאת פוסטים של המובילות החברתיות (במקביל לקמפיין הממומן)
- ניהול בקרה וניתוח תוצאות בכל שבועיים באמצעות כלי המדידה ברשת (עבור כל פלטפורמה)

סעיף ב': מענה:

השינויים הנדרשים:

- א. הוספת עדויות ומשובי לקוחות מרוצים למסרים השיווקיים -
העלאה שלהם לרשתות החברתיות
- ב. פרסום הצגת הבעיה בפרסומים השיווקיים - האיסור של משרד
הבריאות בליווי הסבר מקצועי על האיסור תוך שימוש בחן
כפרזנטורית שתסביר את הנושא
- ג. במסרים השיווקיים - הצגת התחליפים לשימוש במרכיב המסוים
במוצרים של חן והסבר לכך שהחומר כבר לא במוצרים שחן
עובדת ומוכרת מהם
- ד. זירוז הקמפיין השיווקי – העלאה שלו תוך שבוע מיום הודעת
משרד הבריאות – להראות שקיימת התייחסות רצינית של חן
לבעיה.

8. הגדרת פרויקט (פרק 10 בתוכנית הלימודים):

סעיף א' - הגדירו פרויקט לביצוע העברת הקליניקה לקליניקה חיצונית במרכז העיר במהלך ארבעת החודשים הקרובים ובעלות כוללת של 150,000 ₪ (ימומן בהלוואה בנקאית):

- א. קבעו מטרות ויעדים
- ב. הגדרו את המשימות הנדרשות
- ג. הגדרת אחראי לביצוע כל משימה
- ד. הגדרו לוחות זמנים
- ה. בצעו חלוקה תקציבית בין המשימות השונות
- ו. רשמו הכול בלוח ג'אנט

סעיף ב' - מיד לאחר שחן הגדירה ובנתה פרויקט למעבר העירייה הוציאה הודעה שבשלוש השנים הקרובות מתוכנן שיפוץ תשתיות משמעותי במרכז העיר. השיפוץ ימנע כניסת רכבים ויקשה מאד על תנועת העוברים והשבים. כתוצאה מכך הצפי של הסוחרים באזור הוא שמחזורי המכירות שלהם ירדו ב-70% לפחות.

כיצד היית משנה את הגדרת הפרויקט ? מהות הפרויקט, מטרות ויעדים, משימות ולוחות זמנים הכל במטרה להתאים את הפרויקט למצב החדש שנוצר. פרט את השינויים והסבר מדוע.

סעיף א' - מענה:

א. מטרות ויעדים:

המטרה:

להעביר את הקליניקה של חן מהבית למרכז העיר תוך שמירה על רציפות עסקית ושמירה על כל הלקוחות הקבועים היעדים:

- ביצוע המעבר תוך 3 חודשים מיום חתימת הסכם השכירות
- שמירה על פעילות עסקית רציפה ללא ירידה במחזורים
- שמירה על כל הלקוחות הקבועים של העסק
- עמידה בתקציב למעבר בגובה של 150,000 ₪

ב. המשימות לביצוע + הגדרת אחראי לכל משימה :

- איתור מקום מתאים להעברת הקליניקה במרכז העיר וחתירת הסכם שכירות – באחריות של חן (בסיוע יועץ עסקי)
- פנייה לבנקים ו/או לקרנות לקבלת הלוואה עבור מימון המעבר
- גיוס אדריכל ומעצב פנים - ביצוע תכנון אדריכלי ועיצובי למקום החדש – באחריות של חן
- איתור קבלן וניהול מו"מ לביצוע השיפוץ – באחריות של חן בשיתוף האדריכל המתכנן
- ביצוע רכש של ריהוט וציוד נדרש - באחריות של חן בשיתוף האדריכל המתכנן
- הכנת אירוע השקה ופתיחה למקום - קבלן משנה להפקת האירוע
- ביצוע קמפיין שיווקי לחשיפת העסק במיקום החדש – קבלן משנה להפקת הקמפיין וניהול הפלטפורמות השיווקיות

ג. לוחות זמנים :

- איתור מקום מתאים וסגירת הסכם שכירות - 30 יום מתחילת הפרויקט
- איתור אדריכל ומעצב + הכנת תוכניות לשיפוץ והקמה - 30 יום מיום חתימת הסכם השכירות
- איתור קבלן וביצוע שיפוץ ועיצוב המקום - 45 יום מיום סיום התיכנון האדריכלי
- קניית ציוד וריהוט והכנת המקום לפתיחה - 15 יום מסיום השיפוץ והעיצוב
- הפקת אירוע פתיחה – 90 יום מיום חתימת ההסכם

ד. חלוקה תקציבית :

- עבור תכנון אדריכלי ועיצובי – 20,000 ₪
- עבור השיפוץ וההקמה – 90,000 ₪
- עבור רכישת ציוד וריהוט – 30,000 ₪
- עבור פרסום ואירוע ההשקה – 10,000 ₪

ה. לוח גאנט:

להלן קישור לקובץ האקסל (יש לעמוד על הקישור וללחוץ על לחצן ימני ואז לבחור ב"פתח")



טבלת לוח גאנט
דוגמא - 31.10.24.xlsx

תום		קד	שמה	תאריך	תחילת הפעולה	אחרי	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
רגעת התהירה והמובד		אזור מוקדם, חשיבה והחיות	אזור מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
בניין החינוך והתמדה		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
			בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
			בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
בניין החינוך והתמדה		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
			בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין														
			למקום הקליק	בית/למד	ין															
		בניין החינוך והתמדה		בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין												
					למקום הקליק	בית/למד	ין													
בניין מוקדם מוקדם	חשיבה				עבודות	ין														
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם			חשיבה	עבודות	ין														
	למקום הקליק			בית/למד	ין															
בניין מוקדם, חשיבה והחיות	בניין מוקדם מוקדם	חשיבה	עבודות	ין																
	למקום הקליק	בית/למד	ין																	

הגדרת הפעולה

לוח גאנט

סעיף ב' - מענה:

בעקבות המצב החדש על חן להגדיר מספר משימות נוספות:

- בדיקה מול סוחרים ותושבים לאן תנועת הלקוחות צפויה לנדוד עם תחילת העבודות
- לבצע פגישות עם גורמי העירייה בכדי להכיר ולהבין את המגבלות שיוטלו על העסקים ותנועת הלקוחות במרכז העיר
- הגדלת רדיוס החיפושים למקום חדש ואיתור אזורים אחרים כחלופה למעבר.
- באם הדברים לא לגמרי ברורים - לעקב את תחילת הפרויקט בחצי שנה – לבחינת השינויים בשטח

משימות אלו יאפשרו לחן להבין את תמונת המצב טוב יותר ולקבל החלטה אם לאתר מקום חילופי או בכל מקרה לפתוח במרכז העיר ולחילופין לעכב את ביצוע הפרויקט בחצי שנה בכדי שיהיה אפשר לקבל החלטה מושכלת.