



# نبادر لإقامة مصلحة تجارية

**هدف الكورس :** مساعدة المبادرين على إقامة مصلحة تجارية مبنية على دراسة شاملة وتعلم الأدوات اللازمة والضرورية لإقامة مصلحة تجارية ناجحة بناء على معطيات السوق ومساعدة أصحاب المصالح القائمة على تطويرها

**جمهور الهدف :** اصحاب المصالح التجارية والمبادرين

**معلومات الكورس :**

7.12.2024 | أيام السبت | 70 ساعة اكاديمية | 17:00-20:45 | وجاهي

**المحاضر :**

رقم اللقاء	التاريخ	الموضوع	المحتوى
1.		نعمل switch نتعلم المبادرة "ريادة الأعمال"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض مبنى وأهداف الدورة</li> <li>• التعرف على المشاركين في المجموعة</li> <li>• مميزات عالم المصالح الصغيرة في اسرائيل</li> <li>• الانتقال من أجير إلى مستقل</li> <li>• المبادر كمورد مركزي لبناء مصلحة تجارية</li> <li>• أدوات لتخطيط المصالح التجارية- نماذج كانفس وغانت</li> </ul>
2.		من حلم الى فكرة محددة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مراحل في تطوير المصلحة التجارية</li> <li>• تركيز فكرة المصلحة التجارية (Swot)</li> <li>• صياغة رؤية المصلحة التجارية (Vision)</li> <li>• هدف العمليات التجارية (Mission)</li> <li>• تدريب "خطاب المصعد (Elevator Pitch)</li> </ul>



# نبادر لإقامة مصلحة تجارية

رقم اللقاء	التاريخ	الموضوع	المحتوى
.3		استراتيجية تسويقية "مصلحتي التجارية فريدة"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• صياغة استراتيجية تسويقية وكيفية ارتباطها مع القيمة المقترحة؟</li> <li>• التركيز في فهم الزبون وعملية مسح السوق</li> <li>• تحليل المنافسين</li> <li>• التميز وتحديد موقع المصلحة التجارية</li> <li>• أسس الخطة التسويقية</li> </ul>
.4		الزبائن والمصلحة التجارية: ما هو المفتاح للتوفيق الناجح بينهما؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحليل الجمهور المستهدف وتقسيم السوق</li> <li>• أساليب تمييز الزبون</li> <li>• تعريف (تحديد) حصّة السوق وحصّة الزبون</li> <li>• أدوات فحص وتحقق للسوق</li> </ul>
.5		أدوات ادارية: من التخطيط حتى التنفيذ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• صياغة الأهداف حسب نموذج SMART</li> <li>• أدوات لبناء خطة عمل</li> <li>• استقطاع مهام من الأهداف</li> <li>• متابعة ومراقبة التخطيط</li> <li>• الإدارة الذاتية ومقاييس تحديد الأولويات</li> </ul>
.6		بين الحلم والواقع: ما هو رأس المال وكيف نحصل عليه؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>• رأس مال ذاتي أو قرض</li> <li>• حساب قيمة المال، أرباح الإستثمار والفوائد</li> <li>• مصادر لتجنيد رأس المال</li> <li>• أدوات عملية للتعامل مع البنك</li> <li>• تحليل مخاطر وأخطاء شائعة في ادارة رأس المال</li> </ul>
.7		أن تحقق حلمك: تخطيط وتحديد الأهداف	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحليل الجدوى التجارية</li> <li>• ترجمة الرّاتب المراد للمالك بحسب اطار النشاط</li> <li>• ترجمة أهداف البيع لإطار الاستثمار</li> <li>• فترة التشغيل - المبادئ والنتائج</li> </ul>



# نبادر لإقامة مصلحة تجارية

رقم اللقاء	التاريخ	الموضوع	المحتوى
8.		Statu\$station تقييم الحالة	<ul style="list-style-type: none"> <li>عرض كانفس والمهام المنجزة حتى الان</li> <li>تحديد التواقص - ما هو المطلوب لإكمالها</li> <li>وضع أهداف واجراءات للمتابعة</li> <li>التحضير للجلسة الختامية</li> </ul>
9.		لتعتاش أو لتربح؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>هل نربح؟ ما هي نقاط التوازن؟</li> <li>تقرير الربح والخسارة - مصطلحات أساسية</li> <li>نماذج لزيادة الأرباح</li> <li>التعرّف على مصطلحات أساسية في الحسابات (الفاتورة، وصل الاستلام، شهادة الشحن، ضريبة الدخل، مصروفات معترف بها)</li> <li>تشغيل عمال في مشروع صغير</li> </ul>
10.		أين المال؟ التحكم التدفق النقدي	<ul style="list-style-type: none"> <li>إدارة التدفق النقدي وأهميتها</li> <li>التعرّف على مصطلحات أساسية في عالم بطاقات الائتمان- تسليط الضوء على الفجوة الائتمانية وتأثيراتها على التدفق النقدي</li> <li>حساب إطار الائتمان الضروري</li> <li>قواعد الإدارة المالية الجارية</li> </ul>
11.		التسويق الديجيتالي: أين يجب أن تكون ل"تكون موجود"	<ul style="list-style-type: none"> <li>استعراض قنوات التسويق - الانترنت، الشبكات الاجتماعية</li> <li>الإعلان في الشبكة وجوجل</li> <li>كتابة محتوى التسويق</li> <li>مشاركة وخلق زبائن متوقعين</li> </ul>
12.		تطوير وترويج: "نعود بعد الإعلان"	<ul style="list-style-type: none"> <li>اختيار قنوات إعلان مناسبة لمميزات المصلحة التجارية</li> <li>أدوات التحديد والإستهداف USP</li> <li>الإعلام التسويقي</li> <li>العلامة التجارية واللغة البصرية</li> <li>قياس فعالية الإعلان</li> </ul>



# نبادر لإقامة مصلحة تجارية

المحتوى	الموضوع	التاريخ	رقم اللقاء
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مسار عملية البيع</li> <li>• تقنيات إتمام الصفقات</li> <li>• معالجة المعارضات</li> <li>• المحاكاة סימולציה</li> </ul>	<p>معالج المبيعات</p>		13.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض كائنفسات المشترکین</li> <li>• تحديد خطة عمل مستقبلية</li> <li>• تلخيص المساق</li> <li>• ردود الفعل وتوزيع الشهادات</li> </ul>	<p>Show Time وقت العرض</p>		14