



## المنهج لبدء مصلحة تجارية

**هدف المساق :** 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 .

**مدة المساق :** 14 لقاء ، 70 ساعة اكايدمية .

**ساعات التدريب :**

**المكان :**

التكلفة : 728 شيكل

لقاء رقم	تاريخ	موضوع	محتويات
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 أجبر 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>
3		استراتيجية تسويقية "مصلحتي التجارية فريدة"	<ul style="list-style-type: none"> <li>صياغة استراتيجة تسويقية وكيفية ارتباطها مع القيمة المقترحة ؟</li> <li>التركيز في فهم الزبون وعملياته مسح السوق</li> <li>تحليل المنافسين</li> <li>التميز وتحديد موقع المصلحة التجارية</li> <li>أسس الخطة التسويقية</li> </ul>
4		الزبانن 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>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>رأس مال ذاتي أو قرض</li> <li>حساب قيمة المال، أرباح الإستثمار والفوائد</li> </ul>



محتويات	موضوع	تاريخ	لقاء رقم
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مصادر لتجنيد رأس المال</li> <li>• أدوات عملية للتعامل مع البنك</li> <li>• تحليل مخاطر وأخطاء شائعة في ادارة رأس المال</li> </ul>	<p>بين الحلم والواقع: ما هو رأس المال وكيف نحصل عليه؟</p>		6
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحليل الجدوى التجارية</li> <li>• ترجمة الراتب المراد للمالك بحسب اطار النشاط</li> <li>• ترجمة أهداف البيع لإطار الاستثمار</li> <li>• فترة التشغيل - المبادئ والنتائج</li> </ul>	<p>أن تحقق حلمك: تخطيط وتحديد الأهداف</p>		7
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض كانفس والمهام المنجزة حتى الان</li> <li>• تحديد النواقص - ما هو المطلوب لإكمالها</li> <li>• وضع أهداف واجراءات للمتابعة</li> <li>• التحضير للجلسة الختامية</li> </ul>	<p>Statu\$station تقييم الحالة</p>		8
<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>• التعرف على مصطلحات أساسية في الحسابات (الفاتورة، وصل الإستهلاك، شهادة الشحن، ضريبة الدخل، مصروفات معترف بها)</li> <li>• تشغيل عمال في مشروع صغير</li> </ul>	<p>لنتعاش أو لنتربح؟</p>		9
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إدارة التدفق النقدي وأهميتها</li> <li>• التعرف 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>	<p>أين المال؟ التحكم التدفق النقدي</p>		10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• استعراض قنوات التسويق - الانترنت، الشبكات الإجتماعية</li> <li>• الإعلان في الشبكة وجوجل</li> <li>• كتابة محتوى التسويق</li> <li>• مشاركة وخلق زبائن متوقعين</li> </ul>	<p>التسويق الديجيتالي: أين يجب أن تكون ل"تكون موجود"</p>		11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اختيار قنوات إعلان مناسبة لمميزات المصلحة التجارية</li> <li>• أدوات التحديد والإستههداف USP</li> <li>• الإعلام التسويقي</li> <li>• العلامة التجارية واللغة البصرية</li> <li>• قياس فعالية الإعلان</li> </ul>	<p>تطوير وترويج: "نعود بعد الاعلان"</p>		12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مسار عملية البيع</li> <li>• تقنيات إتمام الصفقات</li> <li>• معالجة المعارضات</li> <li>• المحاكاة سيمولازيا</li> </ul>	<p>معالج المبيعات اشق المكيروت</p>		13
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عرض كانفسات المشتركين</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