



מכון היצוא

## תכנית ליווי ותמיכה באמצעות חברות פיתוח עסקי בינלאומי - 2019

### דוחות נדרשים לביצוע החזרים ליצואן

#### שלוש נקודות החזר אפשריות :

- א. הכנה מקדימה – הכרת החברה ומוצריה, התאמתם לשוק, הכרת השוק הרלוונטי, הכנת תכנית כניסה לשוק
- ב. השתתפות בלפחות 5 פגישות בחו"ל של היצואן ונציג חברת הפ"ע
- ג. 9 חודשי פעילות משותפת או חתימה על הסכם מכירה או קבלת הזמנה המוקדם מביניהם.

#### פרוט נקודות ההחזר האפשריות :

- א. הכנה מקדימה – הכרת החברה ומוצריה, התאמתם לשוק, הכרת השוק הרלוונטי, הכנת תכנית כניסה לשוק – נקודת החזר ראשונה

- 1.א. הכרת החברה / יצואן
  - בעלי החברה, ממלאי תפקידים מרכזיים ובעלי תפקידים העוסקים בשיווק ויצוא (מבנה אופרטיבי)
  - תהליך קבלת החלטות ומעורבות בעלים בהחלטות הנהלה (דגש על פעילויות שיווקיות ומכירות ליצוא)
  - סקירה פיננסית
  - מחזור מכירות כולל של החברה
  - מכירות בשוק המקומי : מחזור מכירות, ערוצי שיווק ומכירה, הדגשת שותפים אסטרטגיים

- בשוק הבינלאומי :
- היקף יצוא כולל
- היקף יצוא למדינת היעד בתכנית
- לכל שוק/מדינה : מחזור מכירות, ערוצי שיווק ומכירה, הדגשת שותפים אסטרטגיים
- פעילות שיווקית : פרוט המדינות, שם השותף, סיכום קצר לפעילות שבוצעה ומדוע הסתיימה

### הכרת המוצר / שרות

2.א

- הפיתרון המוצע (אופי המוצר/שרות) :
- אילו בעיות הוא פותר
- תועלות עיקריות
- מקום ייצור (אם מורכב, נא לפרט שלבי עבודה ומקור חומרי גלם) – אם שרות, לא רלוונטי
- מוצרים מצליחים כיום בחו"ל (במידה וכבר מייצאים)
- קהל היעד / לקוח סופי
- תמחיר
- תקנים קיימים ורגולציה נדרשת (אם ידוע) והאם החברה עומדת בהם
- אסטרטגיה שיווקית, שיטות מכירה, האם נדרשת הדגמה וכדומה
- התקנה, תמיכה ושרות
- פרופיל שותף מועדף (על בסיס ניסיון)
- יתרונות המוצר בשוק הישראלי ובשווקים בינלאומיים

### סקירת שוק בסיסית - רקע כללי :

3.א

- המדינה והכלכלה בה
- תרבות ותרבות עסקית

### סקירת שוק - ממוקדת לפעילות היצואן

4.א

- מתחרים מרכזיים בשוק (לפחות 3 מרכזיים) :
- שמות המתחרים (כולל לינק לאתר במידה ויש), יתרונות וחסרונות, אופי פעילות
- האם קיים ייצור מקומי – האם מייצאים
- האם מייבאים ממדינות זרות (במידה וידוע - האם קיים יבוא ממדינת ישראל)
- מוצרים מתחרים (מקבילים/דומים) כולל מחירים (לינקים במידה ויש)
- מבנה השוק הרלבנטי : מוסדי, ממשלתי, ריכוזי, פרט.
- ערוצי שיווק עיקריים (מפיצים, קניינים, אינטגרטורים וכדומה)
- סוגיות בנושאים משפטיים

- דרישות רגולציה ומיסוי
- נקודות לוגיסטיות מהותיות (במידה ויש)
- הסכמי סחר

### **המלצה לתכנית פעולה (בהתאם לממצאים בסעיפים הקודמים)**

5.א

- תיעודף ערוצי השיווק העקריים. למשל, מפיצים, ריסלרים, אינטגרטורים, רשתות, וכדומה. כולל הסבר על שיטת הפעילות של כל ערוץ, עלות שרשרת ההפצה, גודל חברה, התמחות נוכחית, אופי פעילות וכדומה.
- בחירת מוצרים המתאימים למכירה בשוק
- הערות כלליות נדרשות להתאמת המוצר לשוק (שפה, תיווי, אריזה, גודל, תקן, תיעוד וכדומה)
- הערכת משך מחזור מכירות
- המלצה לחומר שיווקי (שידרוג אתר, המרה לשפה מקומית, one pager ממוקד ועוד)
- המלצה למקומות בהם כדאי ליצואן לפרסם/לשווק את מוצריו : אתרי אינטרנט, כנסים,
- תערוכות, מגזינים וכדומה.
- סדר הפעולות הנדרש כדי להשיג לקוחות חדשים בשוק היעד.
- עלויות (במידה ויש) לפעילויות נוספות מעבר להסכם.

**מועד להשלמת שלב א במלואו (5 סעיפים) :**  
לכל היותר שלושה חודשים.

### **ב. השתתפות בפגישות בחו"ל של היצואן ונציג חברת הפ"ע**

סיכום של לפחות 5 (חמש) פגישות שהתקיימו, בנוכחות היצואן ונציג חברת הפיתוח העסקי

- \* תאריך הפגישה
- \* מיקום הפגישה
- \* משתתפים (יצואן, חברת פ"ע, שותף פוטנציאלי)
- \* סיכום הדיון (יועברו פרטים המקובלים ע"י היצואן)
- \* action items

**מועד להשלמת שלב ב :**  
על פי ההסכם שנחתם בין היצואן לחברת הפיתוח העסקי.

ג. 9 חודשי פעילות משותפת  
או חתימה על הסכם מכירה  
או קבלת הזמנה בפועל 

9 חודשים של עבודה משותפת – יצואן/חברת פיתוח עסקי.  
תאריך קובע לתחילת הפעילות : משלוח התחייבות חתומה ע"י מכון היצוא  
למתן ההחזרים

\* דוחות סיכום חודשיים בגין 9 חודשי פעילות

או

\* עותק של הסכם מכירה, כפי שנחתם עם שותף עסקי במדינת היעד

או

\* עותק של הזמנה מלקוח במדינת היעד (הזמנת מכירה בעלות  
כספית, לא דמו)

 הערה :

חברת הפיתוח העסקי תעביר ליצואן "דו"ח סיכום חודשי".  
דו"ח זה יפרט את הפעילות השוטפת שבוצעה במהלך החודש.