

תהליכי צמיחה לתעשיינים



**מסלולים בדוקים
לחברי התאחדות התעשיינים**

תקציר מנהלים

מנהל יקר,

אם אתם יצרנים המעוניינים לצמוח משמעותית (לדוגמא - להכפיל את ההכנסות בשנים הקרובות וליהנות מגידול שנתי דו-ספרתי ברווח הנקי), כללי המשחק אצלכם בארגון חייבים להשתנות. כדי ליצור פריצות דרך אמיתיות, תצטרכו לקחת סיכונים. להגיע למקומות בהם אף פעם לא הייתם. ואולי אף להגיע למקומות בהם אף מתחרה שלכם לא היה מעולם.

נכון, זה לא כל כך נוח להשתנות ולצאת מאיזורי הנוחות. יש להתמודד עם הרבה אי ודאות. צריך להתגבר על עקומות למידה. חייבים לפתור בעיות מורכבות בזמן אמת. מוכרחים לקחת סיכונים. אבל זה לא אומר שאתם חייבים להזרק לבד בשטח. חכם לומד מניסיונם של אחרים, וזה בדיוק מה שאנחנו מציעים לכם. התאחדות התעשיינים מעמידה כעת לרשותכם יועצים בכירים ומאוד מנוסים, שליוו מאות חברות ומפעלים במסלולי צמיחה ובתהליכי שינוי דומים לאלה שאתם מעוניינים לעבור. בדרך זו תוכלו ללמוד מניסיונם של אחרים, לצמצם סיכונים, ולהגביר את סיכויי ההצלחה שלכם.

במסגרת שיתוף הפעולה של **התאחדות התעשיינים** עם חברת הייעוץ **ZOOZ**, תוכלו כעת ליהנות מ-30% הנחה בלעדית לחברי התאחדות התעשיינים על תהליכי צמיחה לתעשיינים.

מדובר בתהליכי ליווי ומסלולי צמיחה בדוקים, תוך מינוף הניסיון הרב של יועצי **ZOOZ**, שנרכש בעבודה מעשית עם מפעלים מובילים מכל ענפי התעשייה, בארץ ובעולם. היועצים של **ZOOZ** יגיעו אליכם לעסק, ישבו עם הצוותים הרלוונטיים שלכם, ויעזרו לכם לגבש מסלול צמיחה רלוונטי המותאם במיוחד עבורכם, וליישמו כדי לצמוח באופן שיטתי ומושכל.

תהליכי הצמיחה לתעשיינים, המפורטים כאן בהמשך, נשענים, בין היתר, על ניסיון מצטבר מהובלת תהליכי אסטרטגיה וחדשנות ב: 3M, אינטל, HP ומוטורולה; לילי, מרק, פריגו וטבע; MIS, Edwards, חוגלה קימברלי ואהבה; יוניליבר, נסטלה, שטראוס וטמפו; כתר, פלסאון, חוליות, ופלסגד; אבן-קיסר, נשר, קליל, ופקר פלדה; אבגול, דלתא גליל, בגיר ושטיחי כרמל.

תהליכי הצמיחה לתעשיינים כוללים מספר מסלולים שונים, לבחירתכם:

1. **כיווני צמיחה אסטרטגיים** – איתור וגיבוש תחום פעילות עסקית חדש ומשתלם
2. **חדשנות טכנולוגית** – פיתוח טכנולוגיות חדשניות ו/או הוזלת עלויות משמעותית
3. **אסטרטגיה עסקית ושיווקית** – הגדלת מיקוד ובידול העסק בשוק הנוכחי
4. **חדשנות מוצרית** – פיתוח חידושים בקווי המוצרים הקיימים

בעמודים הבאים מופיע מידע מפורט על כל אחד ממסלולים אלה. אם אתה מעוניין לבצע פריצת דרך בשנים הבאות, בדוק מה המסלולים הכי מתאימים עבורכם. לאחר מכן, צור קשר ישירות עם ארי מנור, מנכ"ל **ZOOZ** (ari@zooz.co.il) – לשם התייעצות ראשונית, בירורים והזמנות.

נשמח לעמוד לרשותך, ומאחלים לך פריצות דרך מושכלות ומוצלחות!

בברכה,

התאחדות התעשיינים ו-ZOOZ

כיווני צמיחה אסטרטגיים

איך לאתר תחום פעילות חדש ולהכפיל רווח נקי



גם כשהעסק יציב וצומח, במקרים רבים תחומי הפעילות העסקית הנוכחיים לא יביאו לצמיחה גדולה ומשמעותית בהכנסות וברווחים. על מנת להבטיח צמיחה דו-ספרתית, או הכפלת רווחים תוך שנים ספורות, יש לפנות לסוגי לקוחות חדשים, לפעול בזירות גיאוגרפיות חדשות, או לפתח קווי מוצרים חדשים.

תהליך זה מתמקד באיתור כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, הממנף את יכולות העסק, ויכול להעלות אותו על מסלול של צמיחה מואצת. במהלך הפעילות מפתחים גם תכנית עבודה ראשונית לקידום הפעילות העסקית החדשה שנבחרה.

מטרת התהליך

איתור והתנעת כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, שיאפשר לעסק לצמוח במהירות בשוק חדש

המשתתפים

הנהלת החברה (ניתן לצרף גם יועצים חיצוניים וחברים בעלי ניסיון וראייה עסקית)

ההיקף

3 ימים ומעלה, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך חודשיים או יותר

השלבים

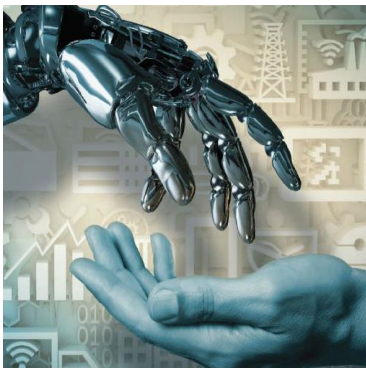
- **היום הראשון** : איפיון העסק, קביעת יעד כלכלי, והעלאת רעיונות לכיווני צמיחה
- **היום השני** : הצגת ובחינת רעיונות מובילים לכיווני צמיחה, ובחירת כיוון רצוי
- **היום השלישי** : דיוני עומק בעזרת כובעים, ופיתוח תוכנית להתנעת הכיוון הנבחר
- **ימים נוספים** : סדנאות הטמעה וליווי היישום – ניהול תהליך השינוי, אסטרטגיה עסקית ושיווקית, חדשנות מוצרית, וכו'

התפוקות

- איתור כיוון צמיחה אסטרטגי מבטיח, בשוק חדש
- תכנית עבודה ראשונית לקידום כיוון זה
- שיפור ההבנה האסטרטגית והשיווקית של כלל המשתתפים

חדשנות טכנולוגית

איך לפתח פריצת דרך טכנולוגית או הוזלה קיצונית



מעוניין להוזיל מהותית את עלויות הייצור? רוצה לפתח טכנולוגייה שתקנה לך יתרון תחרותי אמיתי? כלים הנדסיים רגילים לא תמיד יספיקו לכך. לעיתים, תדרש חשיבה יוצאת-דופן, הברקה אמיתית. אבל – לא תמיד יש זמן להמתין להברקה הבאה. למרבה המזל, קיימות שיטות בדוקות ופוריות מאוד להגיע לפריצות דרך טכנולוגיות, ולפתור בעיות אמת שנראות "בלתי-פתירות" במבט ראשון. למעשה, בעזרת שיטות אלה ניתן לפצח באופן מיידי כ-50% מהבעיות ההנדסיות או הלוגיסטיות "הקשות".

תהליך זה מתמקד באיפיון יעיל של בעיות, ובהקניית חמישה כלי חשיבה המצאתית, בעזרתם ניתן לפצח בעיות טכנולוגיות מורכבות. לאחר לימוד השיטה, המשתתפים מעלים בעיות אמת שפיצוחם מהותי להצלחת הארגון, ופותרים אותם יחד.

המטרה

רכישת כלי חשיבה ופיצוח בעיות טכנולוגיות מהותיות, ששוות לארגון מיליוני ₪ ומעלה.

המשתתפים

האנשים הטכניים בארגון – מהנדסים, אנשי פיתוח, אנשי תפעול ולוגיסטיקה.

ההיקף

5 ימים ומעלה, בתדירות של פעם בשבוע שבועים

השלבים

- **יומיים-שלושה** : קורס חשיבה המצאתית בטכנולוגיה, בו לומדים את כלי החשיבה ופותרים עשרות חידות לשם תרגול (מתאים לעד עשרים משתתפים)
- **יומיים-שלושה** : איפיון בעיות אמת בפיתוח בתפעול ובייצור, ופיצוחן בעזרת כלי החשיבה בצוותים קטנים יותר (עד עשרה משתתפים), בליווי צמוד של המנחה
- **ימים נוספים** : ליווי שוטף במידת הצורך, ליישום הפתרונות ולפיצוח בעיות נוספות

התפוקות

- פיצוח בעיות אמת משמעותיות, ששוות מיליוני ₪ ומעלה לארגון
- שיפור יכולות החשיבה של המשתתפים ("חגורה שחורה" בפתרון בעיות טכנולוגיות)
- הטמעת השיטה, והגברת שביעות הרצון של המשתתפים מעבודתם

תהליכי צמיחה לתעשיינים - מסלול 003

אסטרטגיה עסקית ושיווקית איך להגדיל את המיקוד העסקי וליצור בידול לעסק



לכל עסק יש תחומי פעילות עסקית ולקוחות שמשתלמים יותר. אם נדע באיזה תחומי פעילות עדיף להתמקד, ואיך להגדיל את כמות הלקוחות שקונים מאיתנו דווקא בתחומים אלה, נוכל להגדיל את ההכנסות ואת הרווחים של העסק.

הסדנא מתמקדת תחילה באיפיון העסק ואיתור תחומי פעילות עסקית משתלמים, ובהמשך מסייעת לעסק לפתח בידול ותוכנית שיווק שתביא לו יותר לקוחות בתחומים אלה.

המטרה

מיקוד עסקי ואסטרטגי, והבאת יותר לקוחות משתלמים, בשוק הנוכחי

המשתתפים

הנהלת החברה (ניתן לצרף גם יועצים חיצוניים וחברים בעלי ניסיון וראייה עסקית)

ההיקף

5 ימים ומעלה, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך חודשיים או יותר

השלבים

- **יומיים-שלושה - אסטרטגיה עסקית**: קביעת **יעד כלכלי**, איפיון מעמיק של העסק, ניתוח מתחרים, בחינת תחומי הפעילות ובחירת כיוונים משתלמים להתמקדות, **תמחור**, ועוד
- **יומיים-שלושה - אסטרטגיה שיווקית**: פיתוח **בידול ומיצוב** לעסק, יצירת תמהיל שיווק חדש ורעיונות לחידושים לתמיכה בבידול שנבחר, וגיבוש תכנית עבודה מעשית ליישום האסטרטגיה השיווקית
- **ימים נוספים**: ליווי ההטמעה ותכנית העבודה

התפוקות

- אסטרטגיה עסקית (תחומי פעילות, תמחור, ועוד)
- אסטרטגיה שיווקית (בידול, תמהיל שיווקי, תוכנית עבודה)
- שיפור ההבנה העסקית והשיווקית של כלל המשתתפים

חדשנות מוצרית

איך לפתח ולקדם חידושים במוצר ובשרותים נלווים



על מנת לפתח מוצרים או שרותים חדשניים, אינך חייב לגייס אנשים יצירתיים במיוחד, או להכריח עובדים שלך לצאת מהריבוע. במקום, נשתמש בחשיבה המצאתית, שיטה המאפשרת גם לאנשים המקובעים ביותר לפתח רעיונות מקוריים, מפתיעים ושימיים, תוך שעות ספורות.

הסדנא מתמקדת בכלי-חשיבה המניבים חידושים מהותיים במוצר או בשרות, וביישום של כלים אלו על תחום מוצרים או שרותים נבחר של הארגון. בסדנא מועלים עשרות רעיונות לחידושים בשני קווי מוצרים, ובהמשך לומדים לסנן ולקדם רעיונות נבחרים.

המטרה

פיתוח וקידום רעיונות לחידושים במוצר ובשרות, והטמעת תהליך ניהול חדשנות שיטתי ויעיל

המשתתפים

צוות רב-תחומי בדגש שיווקי (מנכ"ל, אנשי שיווק, אנשי פיתוח וייצור) בארבעת הימים הראשונים – רצוי שיהיו 8-10 ממשתתפים, בהמשך – 4-5 בלבד

ההיקף

7 ימים, בתדירות של יום בשבוע או יום בשבועיים, במהלך רבעון.

השלבים

- 3 ימים : פיתוח רעיונות בקו מוצרים ראשון בעזרת כלי חשיבה המצאתית
- יום : פיתוח רעיונות לחידושים בקו מוצרים שני, בהנחייה עצמית
- 3 ימים נוספים : סינון פנימי וחיצוני (לרבות קונספט טסטינג) וקידום רעיונות

התפוקות

- בנק עם מאתיים ויותר רעיונות לחידושים בשני תחומים
- תשתית לניהול חדשנות : ועדת חדשנות ותהליך סינון וקידום רעיונות
- הטמעת כלי החשיבה ושיטות לניהול אפקטיבי של החדשנות