



המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



יש לך רעיון מוצר מנצח!?

מנחה: אבי אלברט

22.9.2011



המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



מטרות המפגש

1. יצירת ודאות ע"י תהליך מותאם ונכון
2. חסכון בעלויות ומניעת טעויות
3. יצירה ומיקסום הכנסות מההמצאות – איך לממש את ההמצאה



יצירת ודאות ע"י תהליך נכון

לכל מוצר יש תהליך ייחודי משלו. יחד עם זאת, ישנם מאפיינים דומים לכל מוצרי הצריכה. התהליך הנכון הוא לפי אופי הממציא או יזם, ולפי מודל ההכנסות המבוקש – בד"כ ייקבע ביחד עם המלווה העסקי/שיווקי שייבחר ובהתאם לאופי המוצר.





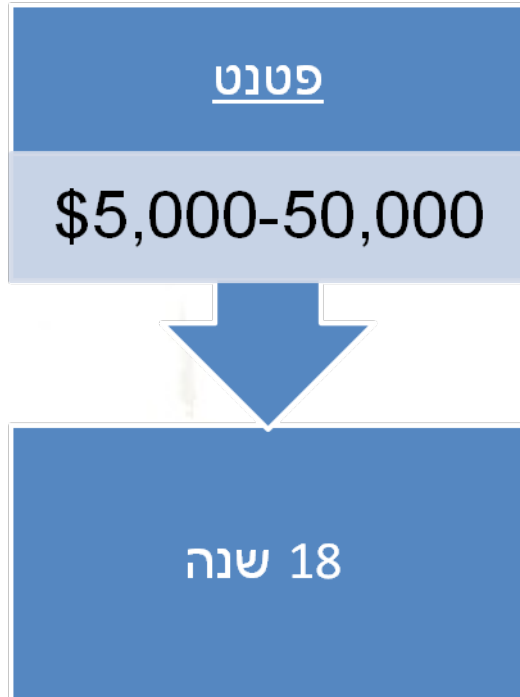
5 השלבים הקריטיים בייצוא – מפתחות להצלחה:

1. להחליט שאנו יצואנים
2. מינוי יועץ ומיקוד במטרות ויעדים
3. להתקדם בצורה מדורגת – פרוביזיונל, PCT, פטנט
4. תמחיר, לוחות זמנים ומימון
5. הכנות ובדיקת היתכנות בשוקי היעד – GO/NO GO



התקדמות בצורה מדורגת – קניין רוחני פטנט:

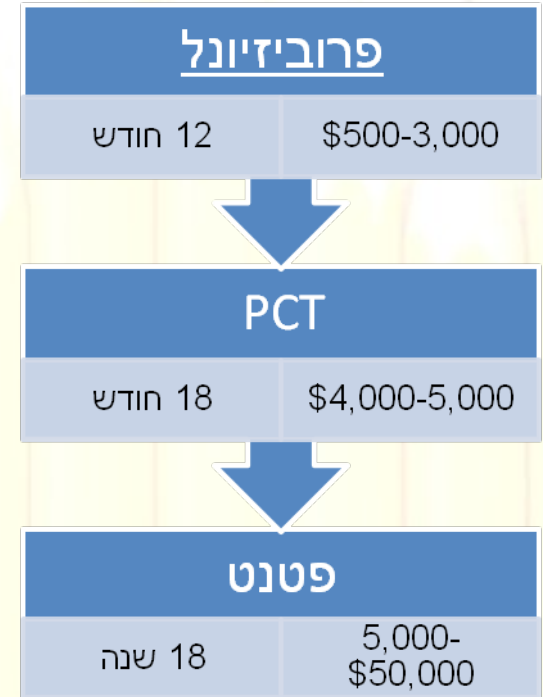
III



II



I



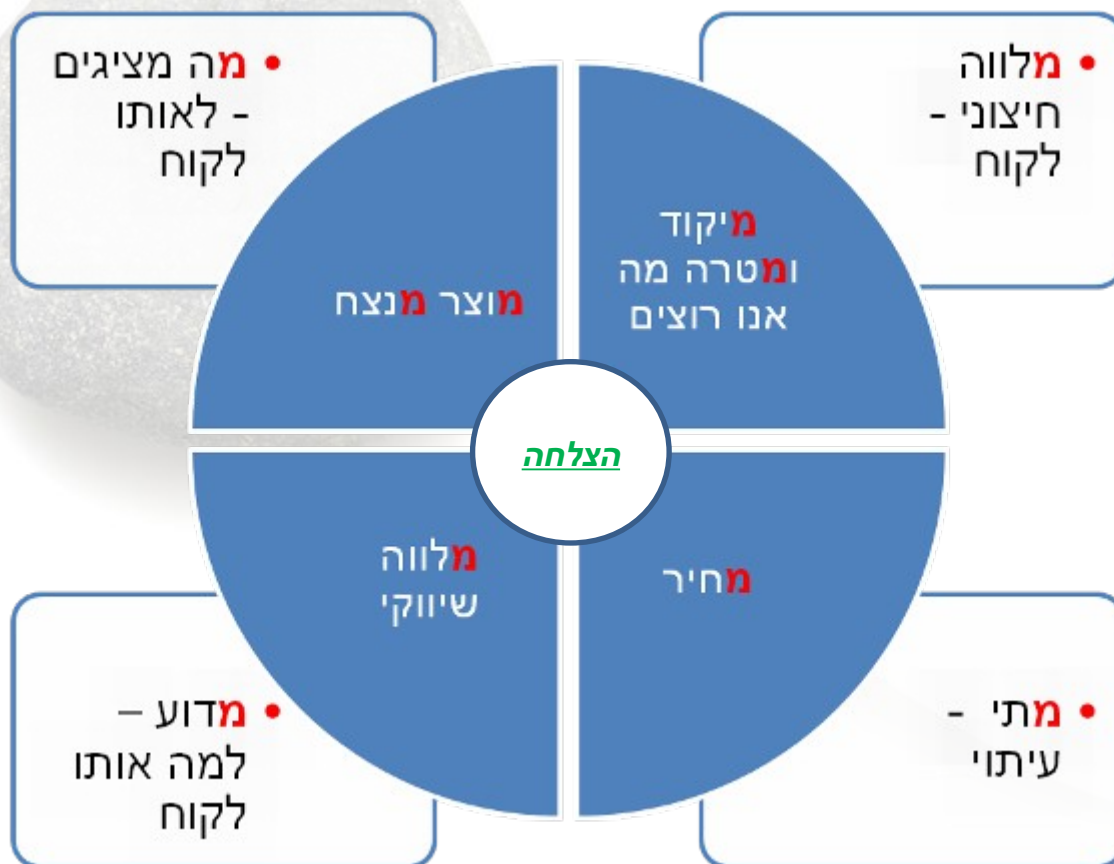


המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



מודל 10M להצלחה בהשקת מוצר חדש





בדיקת היתכנות – הוצאה קטנה – השפעה גדולה

בדיקת היתכנות מעניקה את הדברים הבאים:

1. מה השוק באמת רוצה או צריך
2. האם המוצר שלי מתאים ליצוא
3. האם המוצר שלי מתאים לשווקים שנבדקו
4. ודאות לגבי המשך הדרך שלי
5. מחירי עלות מטרה ומחירי מדף
6. מהו קו המוצרים הנכון להשקה
7. מיהם ערוצי ההפצה הנכונים ביותר
8. מהי האסטרטגיה השיווקית שלי
9. מהי הסביבה התחרותית שלי
10. GO/NO GO



המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



תוכנית עבודה

ה-GPS שלנו להגיע מנקודת ההתחלה למטרה

- * כתיבת תוכנית עבודה
- * לבדוק ולאמת תוכנית עבודה
- * לכתוב ביחד עם היועץ
- * ליישם אותה
- * לבחון עדכניות תוכנית עבודה בהתאם למגמות בשוק
- * פירוט כולל מספרים, תאריכים ויעדים
- * לקבל החלטות על סמך התוכנית לגבי ההמשך



המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



תמחיר

כללי אצבע

- * לקבוע את מחירי מדף לצרכן הסופי
- * להתאים את המחירים לשוק
- * להשתמש במודלים ידועים לתמחור
- * מקדמי ביטחון ריאלים
- * ניטרול ככל האפשר השפעות כגון שערי מטבע, חו"ג ובלתי צפוי
- * לבדוק את המקדמים והמכפילים של הענף
- * בדיקה יסודית של המכולות משער המפעל עד להגעת הלקוח



המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



ניתוח אירוע השקת ברז ליצוא

רקע

יצרן ברזים מוביל בארץ החליט לייצא להום דיפו – ההום סנטר הגדול בעולם עם 1,900 חנויות. היצרן מינה מנהל השיווק להיות המלווה העסקי, ובנוסף את הקניין, כשותף לתהליך.
התהליך:

- מונו 2 מלווים – פנימי וחיצוני
- נבנה תהליך יעודי לסוג כזה של השקעה עם 3 אבני בוחן GO/NO GO
- עיצוב ראשוני, דגם, אב-טיפוס
- נבנתה אסטרטגיה שיווקית כולל מיתוג





המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין-לאומי
מייצרים הזדמנויות בשבילך

ORINOM
Global Market Development



אסטרטגית מיתוג של CO-BRANDING
מותג פרטי GLACIER BAY של הום-דיפן
מותג משנה - MELODY

תוצאה

מכירת ברזי מטבח
במחר מדף של \$100



A close-up photograph of a hand pointing upwards, with a bright blue glow emanating from the hand and the background. The glow is most intense around the hand and fades into a darker blue background.

תודה רבה