

ברוכים הבאים לוובינר !

Lean Canvas



"ספרי לי על דף אחד: מהו העסק שאת/ה רוצה לבנות ולמה שהוא יצליח"

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד?	9 מהו היתרון העסקי שלוג?	2 מיהם הלקוחות שלוג?

מובילים התייעלות ושיפור ביצועים בחברות וארגונים



פיתוח עיסקי



ייעול התפעול והייצור



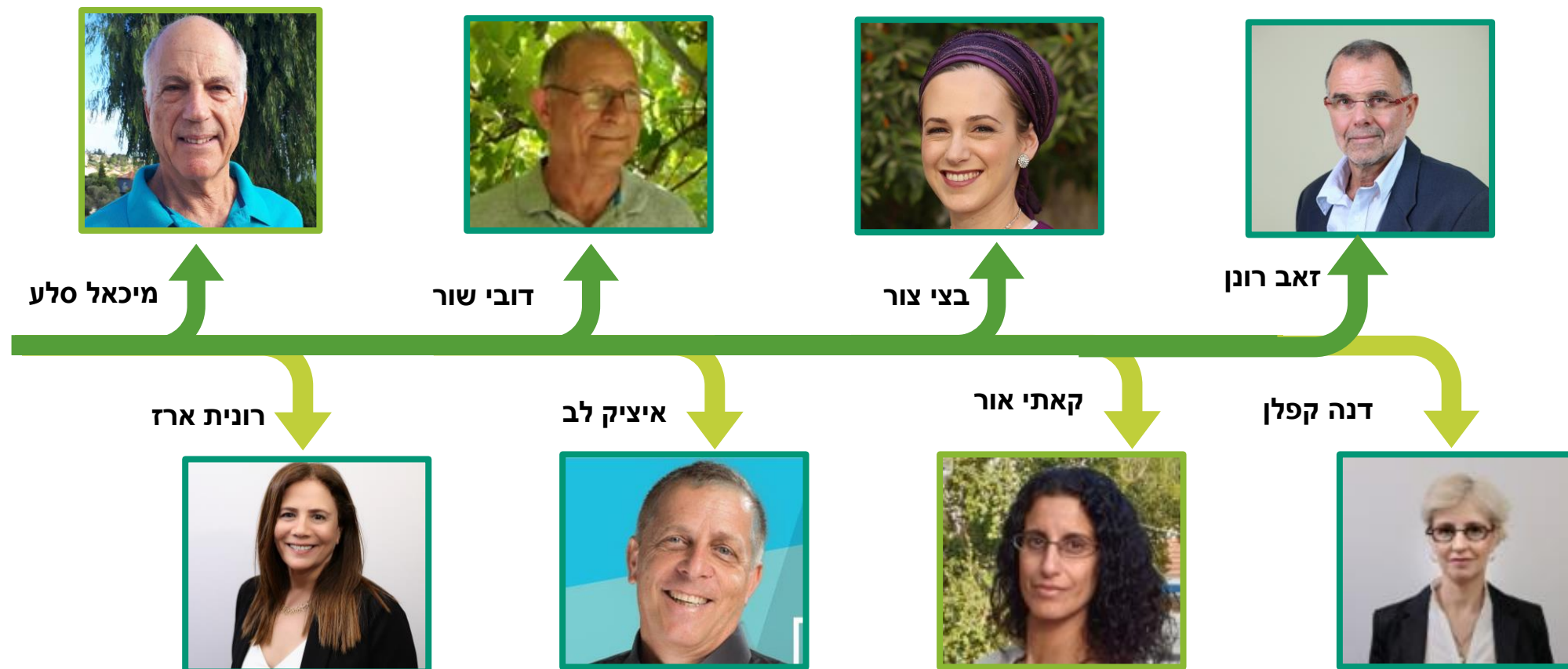
טיפול מוטיבציה של עובדים והטמעת שינויים



מיקור חוץ לתחומי השיווק, השמת מנהלים וניהול כ"א

מובילים התייעלות ושיפור ביצועים בחברות וארגונים

BUSINESS EXCELLENCE



שאלת סקר מס' 1:

האם יש לך חלק בפיתוח מוצרים חדשים בחברה שלך?

☐ כן

☐ לא

☐ במידה מועטה

שאלת סקר מס' 2:

האם יש בחברה שלך שיטה מוסכמת להחלטה על מוצר/שירות חדש?

☐ כן

☐ לא

☐ לא יודע

Lean Canvas

שיטת עבודה לגיבוש מוצר או שירות חדשים

המטרה:

לתעל השקעה של משאבים במוצר, feature, או שירות חדש רק אחרי שגיבשנו את ההיתכנות העסקית שלו

גישות לבדיקת היתכנות של פרוייקט/מוצר

SWOT •

Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

גישות לתיכנון פרוייקט/מוצר

SWOT •

Waterfall •

מתודולוגיה ותיקה לתיכון ופיתוח מערכות הנדסיות. **תהליך שיטתי ולוגי המורכב משלבים מוגדרים-היטב שאין לפסוח עליהם.** השלבים מבוצעים בטור, זה אחרי זה, ובכל שלב יש מיקוד במשימה עיקרית אחת בלבד

גישות לתיכנון פרוייקט/מוצר

SWOT •

Waterfall •

Business Plan •

מסמך ניהולי המספק ניתוח שיטתי ומסודר של העסק, לשם גיוס הון ושיתוף פעולה, **בדיקת כדאיות מעמיקה** ותכנון אסטרטגיה עסקית לעסק.

גישות לתיכנון פרוייקט/מוצר

SWOT •

Waterfall •

Business Plan •

Agile •

פיתוח אג'ילי הוא מתודולוגית פיתוח איטרטיבית למוצרי תכנה. מדגישה את הצורך להשיק יכולות חדשות בתגובה לצרכים הדינמיים של הלקוחות. מאפשרת לסנכרן תוצרי עבודה של מספר צוותים במקביל

גישות לתיכון פרוייקט/מוצר

הייחוד של **Lean Canvas**:

- ממוקד ב"Minimum Viable Product"
- ממוקד בשוק ובלקוחות
- איטרטיבי: מניח מראש שיהיו מספר מחזורי תכנון

"Lean Canvas is not Lean Production"

(ממוקד ביעול האספקות, האיחסון ואבטחת האיכות הייצור בקווי ייצור תעשייתיים)

מפתחי השיטה

The Business Model Canvas - **2005**

עבודת דוקטורט באוניברסיטת לחאן, שווייץ



Dr. Alex Osterwalder

2011 - The Lean Startup

אסטרטגית פיתוח לחברות סטארט-אפ



Eric Rise



Ash Muraya

2010 - Lean Stack (tool)

כלי לפיתוח מוצר בשלבים

2012 - Running Lean (book)

ארגונים שעובדים עם Lean Stack



סדר ההצגה

1. הסבר השיטה בעזרת דוגמה
2. יישומים וטיפים
3. שאלות ותשובות

נחזור רגע לשנת 2008....

• Brian Chesky ו-Joe Gebbia חולמים....



• 2009 - אתר airbnb.com עולה לאויר

• 2020 - הנפקת AIRBnB (47 מיליארד \$)

ערך החברה כיום הוא כ-100 מיליארד \$

כיצד היה נראה ה "לין קנבאס" – של בריאן וג'ו ?

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

<p>1 מהי הבעיה/הצורך?</p>	<p>4 מהו הפתרון?</p>	<p>3 מהו הייחוד? UVP Unique Value Proposition</p>	<p>9 מהו היתרון העסקי שלנו?</p>	<p>2 מיהם הלקוחות שלנו?</p>
	<p>8 מהם המדדים המרכזיים?</p>		<p>5 מהם ערוצי ההפצה?</p>	
<p>7 מהן העלויות?</p>		<p>6 מהו זרם ההכנסות?</p>		

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד? UVP	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
7 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

לין קנבס - הפורמט

מטרת ה"קנבס" היא לשכנע ש...

1. יש לך פתרון לבעיה אמיתית (של לקוחות)

2. יש לך דרך לעשות מזה (הרבה) כסף

אז...

כיצד היה נראה ה "לין קנבאס" – של בריאן וג'ו ?

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div><div>בסן פרנסיסקו</div><div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני מצד מבקרים</div><div>- מחירי המלונות גבוהים מאוד</div><div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים מזדמנים שמחפשים פתרון.</div></div><div><div>אלטרנטיבות קיימות</div><div>- מלונות (יקרים)</div><div>- הוסטלים (מעטים)</div></div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div><div>דירת מסחר וירטואלית</div><div>ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר</div></div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div><div>"Travel Like a Human"</div><div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div><div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים</div><div>- טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון מעני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי</div><div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div></div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div><div>אירוח זול בהרבה ממלונות</div><div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div><div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div></div></div>	<div>2</div> <div>מי הם הלקוחות שלנו?</div> <div><div><div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div><div>משתמשים מדיים</div><div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div><div>- תושבים שיכולים להשכיר דירת</div><div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות</div></div></div>
	<div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div><div><div>מספר העסקאות שהסתיימו בדירוג משתמשים גבוה</div><div>- עמלה ממוצעת לעסקה</div><div>- מספר עסקאות "לא טובות" (הפסד הכנסה)</div></div></div>		<div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div><div><div>אינטרנט (מחשבים, טלפונים סלולריים)</div><div>- חבר מביא חבר</div></div></div>	
	<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div><div>הקמת דירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div><div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div><div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div><div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div><div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div><div>- הוצאה שנתית \$784,000</div></div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div><div>נניח:</div><div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div><div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה.</div><div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div><div>- הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div></div></div>		

29

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>- מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאוד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>- מזדמנים שמחפשים פתרון</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- זירת מסחר וירטואלית ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- "Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מידיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>- הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה,</div> <div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>- הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div>			

30

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>- מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאוד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>- מזדמנים שמחפשים פתרון</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- זירת מסחר וירטואלית ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- "Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העסקי.</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מדיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>- הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה,</div> <div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>- הכנסה שנתית = \$4,200,000</div>			

31

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>מזדמנים שמחפשים פתרון.</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>זירת מסחר וירטואלית</div> <div>ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>"Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי.</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מידיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה.</div> <div>עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div>			

32

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<p>1</p> <p>מהי הבעיה/הצורך?</p> <p>בסן פרנסיסקו</p> <ul style="list-style-type: none"> - יש ביקוש עצום לאירוח זמני - מצד מבקרים - מחירי המלונות גבוהים מאוד - יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים - מזדמנים שמחפשים פתרון. <p>אלטרנטיבות קיימות</p> <ul style="list-style-type: none"> - מלונות (יקרים) - הוסטלים (מעטים) 	<p>4</p> <p>מהו הפתרון?</p> <p>זירת מסחר וירטואלית</p> <p><u>ואמינה</u> שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</p>	<p>3</p> <p>מהו הייחוד?</p> <p>"Travel Like a Human" -</p> <ul style="list-style-type: none"> - "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי" - כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים - טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי. - התקשרות מהירה וגמישות לשינויים 	<p>9</p> <p>מהו היתרון העסקי שלנו?</p> <ul style="list-style-type: none"> - אירוח זול בהרבה ממלונות - הצע מגוון במחירים ובמיקומים - יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט 	<p>2</p> <p>מיהם הלקוחות שלנו?</p> <p>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</p> <p>משתמשים מידיים</p> <ul style="list-style-type: none"> - מבקרים עם תקציב נמוך - תושבים שיכולים להשכיר דירות - אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.
<p>7</p> <p>מהן העלויות?</p> <ul style="list-style-type: none"> - הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים) - שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000 - פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000 - 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000 - 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000 - הוצאה שנתית \$784,000 	<p>8</p> <p>מהם המדדים המרכזיים?</p> <ul style="list-style-type: none"> - מספר העסקאות שהסתיימו בדירוג משתמשים גבוה - עמלה ממוצעת לעסקה - מספר עסקאות "לא טובות" (הפסד הכנסה) 	<p>6</p> <p>מהו זרם ההכנסות?</p> <p>נניח:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות - כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה. - עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5% - הכנסה שנתית = \$ 4,200,000 		

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>- מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>- מזדמנים שמחפשים פתרון.</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- זירת מסחר וירטואלית</div> <div>- ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- "Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים"</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי.</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מידיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>- הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה.</div> <div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>- הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div>			

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>- מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>- מזדמנים שמחפשים פתרון.</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- זירת מסחר וירטואלית ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- "Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים"</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי.</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מידיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>- הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה.</div> <div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>- הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div>			

35

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<p>1</p> <p>מהי הבעיה/הצורך?</p> <p>בסן פרנסיסקו</p> <ul style="list-style-type: none"> - יש ביקוש עצום לאירוח זמני - מצד מבקרים - מחירי המלונות גבוהים מאוד - יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים - מזדמנים שמחפשים פתרון. <p>אלטרנטיבות קיימות</p> <ul style="list-style-type: none"> - מלונות (יקרים) - הוסטלים (מעטים) 	<p>4</p> <p>מהו הפתרון?</p> <p>זירת מסחר וירטואלית</p> <p><u>ואמינה</u> שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</p>	<p>3</p> <p>מהו הייחוד?</p> <p>"Travel Like a Human" -</p> <ul style="list-style-type: none"> - "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי" - כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים - טכנולוגיה ומודל עיסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העיסקי. - התקשרות מהירה וגמישות לשינויים 	<p>9</p> <p>מהו היתרון העסקי שלנו?</p> <ul style="list-style-type: none"> - אירוח זול בהרבה ממלונות - הצע מגוון במחירים ובמיקומים - יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט 	<p>2</p> <p>מיהם הלקוחות שלנו?</p> <p>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</p> <p>משתמשים מידיים</p> <ul style="list-style-type: none"> - מבקרים עם תקציב נמוך - תושבים שיכולים להשכיר דירות - אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.
<p>7</p> <p>מהן העלויות?</p> <ul style="list-style-type: none"> - הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים) - שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000 - פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000 - 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000 - 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000 - הוצאה שנתית \$784,000 	<p>8</p> <p>מהם המדדים המרכזיים?</p> <ul style="list-style-type: none"> - מספר העסקאות שהסתיימו בדירוג משתמשים גבוה - עמלה ממוצעת לעסקה - מספר עסקאות "לא טובות" (הפסד הכנסה) 		<p>5</p> <p>מהם ערוצי ההפצה?</p> <ul style="list-style-type: none"> - אינטרנט (מחשבים, טלפונים סלולריים) - חבר מביא חבר 	<p>6</p> <p>מהו זרם ההכנסות?</p> <p>נניח:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות - כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה. - עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5% - הכנסה שנתית = \$ 4,200,000

Lean Canvas for Airbnb (Retroactive)

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בסן פרנסיסקו</div> <div>- יש ביקוש עצום לאירוח זמני</div> <div>- מצד מבקרים</div> <div>- מחירי המלונות גבוהים מאוד</div> <div>- יש הרבה תושבים שישמחו להשכיר חדר ללילה, אבל אין להם דרך להגיע למבקרים</div> <div>- מזדמנים שמחפשים פתרון.</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- מלונות (יקרים)</div> <div>- הוסטלים (מעטים)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- זירת מסחר וירטואלית ואמינה שמאפשרת שידוך ישיר ומהיר בין שוכר למשכיר.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- "Travel Like a Human"</div> <div>- "אירוח שהוא הזדמנות למפגש אנושי"</div> <div>- כל אדם יכול לארגן לעצמו פתרון לינה מתאים לכיסו ולצרכיו בטווח רחב של מחירים ומיקומים"</div> <div>- טכנולוגיה ומודל עסקי המאפשרים לנו לגזור קופון משני הצדדים בלי להיות מעורבים פיסית בתהליך העסקי.</div> <div>- התקשרות מהירה וגמישות לשינויים</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- אירוח זול בהרבה ממלונות</div> <div>- הצע מגוון במחירים ובמיקומים</div> <div>- יכולת פיתוח אפליקציות אינטרנט</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>כל המבקרים שעושים לילה אחד או יותר בסן פרנסיסקו ואינם יכולים או רוצים למצוא חדר במלון</div> <div>משתמשים מידיים</div> <div>- מבקרים עם תקציב נמוך</div> <div>- תושבים שיכולים להשכיר דירות</div> <div>- אנשים חברותיים, עם גישה לאינטרנט, המוכנים להתפשר על איכות האירוח תמורת מחיר וגמישות.</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- הקמת זירת ה"שידוך": \$400,000 (פרוש על 4 שנים)</div> <div>- שכירת משרד קטן והוצאות תפעול = \$120,000</div> <div>- פרסום \$15,000 לחודש = \$180,000</div> <div>- 2% הפסדי הכנסה בגלל עסקאות לא טובות = \$84,000</div> <div>- 3 משכורות של \$100,000 בשנה = \$300,000</div> <div>- הוצאה שנתית \$784,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 7% מכל 15 מיליון המבקרים לשנה בסן פרנסיסקו ישתמשו בשירות</div> <div>- כל שוכר ישן בממוצע שני לילות במחיר \$40 ללילה.</div> <div>- עמלת שוכר = עמלת משכיר = 2.5%</div> <div>- הכנסה שנתית = \$ 4,200,000</div>			

דגשים:

• מתמקדים בערך ללקוחות



דגשים:

- מתמקדים בערך ללקוחות
- מניחים מראש שיהיו למוצר מספר דורות (Iterative Design)



דגשים:

- מתמקדים בערך ללקוחות
- מניחים מראש שיהיו למוצר מספר דורות (Iterative Design)

ולכן:

- מגדירים את ה"Minimum Viable Product/Service" עבור השוק הנגיש כעת.



לאיזה חברות מתאים לעבוד עם LC?

- הרבה חברות גדולות אימצו את השיטה

Agile SW dev < > Lean Stack

**אבל הגישה רלבנטית לכל מוצר או
שירות בסביבה עיסקית דינמית**

סיפור לקוח: EVC (2018)

רקע

- חברה ישראלית המייצרת מודדי חשמל אלקטרוניים
- קשר עם מפיץ מקומי גדול, שכבר מוכר ונותן שירות טכני למוצרי החברה בשבדיה
- EU Green Deal
- **הרעיון העיסקי: להציע פתרון לטעינת מכוניות חשמליות ש"תפור" על מגבלות תשתית החשמל הקיימת בשבדיה.**

לין-קנבס עבור יצרן EVC

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בשבדיה יש תמריצים ממשלתיים לרכישת מכוניות חשמליות אך הספק הרשת ברוב החניונים אינו מספיק להזנת המטענים</div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div><ul style="list-style-type: none">- שידרוג רשת החשמל לחניון (יקר, איטי)- הוספת גנרטור מקומי (רועש, מזהם, הוצאות תפעול)</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- קופסת טעינה ל EV המוזנת מתשתית קיימת למכשירי חימום רכב (דגם חד פאזי, דגם תלת פאזי)</div> <div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- מספר הלוחות שנמכרו- נתח השוק שלנו- הכנסה ממכירות (חומרה, תכנה)- שביעות רצון לקוחות- צבר הזמנות.</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- קופסת טעינה ל EV, הכוללת שקעים למכשירי חימום רכב, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי החימום ללא שינוי בתשתית החשמל- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- קשר למפיץ מכשירי חימום חשמליים למכוניות, שהוא ספק ציוד גדול להרבה בנייני דירות- שת"פ עם חברת התקנות הנותנת שירותים למפיץ הנ"ל</div> <div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- המפיץ הנ"ל- מפיצים נוספים</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div> <div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div> <div><ul style="list-style-type: none">- מפעילי חניונים שהספק הרשת שלהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><ul style="list-style-type: none">- עלות ייצור קופסת EVC (בשבדיה) = \$1,500- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = \$200,000- עלויות שיווק (העמסה) = \$100,000- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = 1,050,000</div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div><ul style="list-style-type: none">- 5% מתוך 10,000 המטענים החדשים שיימכרו בשבדיה בשנת 2019 = 500- מחיר למטען \$3000 :- הכנסה בשנה הראשונה = \$ 1,500,000- קצב הגידול השנתי המשוער של מכוניות חשמליות בשבדיה בשנה הקרובה: 2X והולך</div>			

לין-קנבס עבור יצרן EVC

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בשבדיה יש תמריצים ממשלתיים לרכישת מכוניות חשמליות אך הספק הרשת ברוב החניונים אינה מספיקה להזנת המטענים</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV המחוזנת מתשתית קיימת למכשירי חימום רכב (דגם חד פאזי, דגם תלת פאזי)</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV, הכוללת שקעים למכשירי חימום רכב, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי החימום ללא שינוי בתשתית החשמל</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- קשר למפיץ מכשירי חימום חשמליים למכוניות, שהוא ספק ציוד גדול להרבה בנייני דירות</div> <div>- שת"פ עם חברת התקנות הנותנת שירותים למפיץ הנ"ל</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div> <div>לקוחות ומשתמשים מידים</div> <div>- מפעילי חניונים שהספק הרשת שלהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית</div>
<div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- שידרוג רשת החשמל לחניון (יקר, איטי)</div> <div>- הוספת גנרטור מקומי (רועש, מזהם, הוצאות תפעול)</div>	<div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div>מספר הלוחות שנמכרו נתח השוק שלנו הכנסה ממכירות (חומרה, תכנה) שביעות רצון לקוחות צבר הזמנות.</div>	<div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div>	<div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div>- המפיץ הנ"ל</div> <div>- מפיצים נוספים</div>	
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- עלות ייצור קופסת EVC (בשבדיה) = \$1,500</div> <div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = \$200,000</div> <div>- עלויות שיווק (העמסה) = \$100,000</div> <div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = 1,050,000</div>		<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 5% מתוך 10,000 המטענים החדשים שיימכרו בשבדיה בשנת 2019 = 500</div> <div>- מחיר למטען \$3000 :</div> <div>- הכנסה בשנה הראשונה = \$ 1,500,000</div> <div>- קצב הגידול השנתי המשוער של מכוניות חשמליות בשבדיה בשנה הקרובה: 2X והולך לעלות בגלל Green Deal שעליו חתמו כל מדינות ה-EU.</div>		

לין-קנבס עבור יצרן EVC

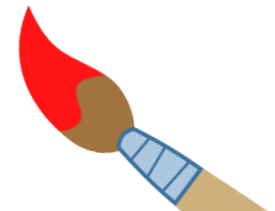
<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בשבדיה יש תמריצים ממשלתיים לרכישת מכוניות חשמליות אך הספק הרשת ברוב החניונים אינה מספיקה להזנת המטענים</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV המוזנת מתשתית קיימת למכשירי חימום רכב (דגם חד פאזי, דגם תלת פאזי)</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV, הכוללת שקעים למכשירי חימום רכב, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי החימום ללא שינוי בתשתית החשמל</div> <div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- קשר למפיץ מכשירי חימום חשמליים למכוניות, שהוא ספק ציוד גדול להרבה בנייני דירות</div> <div>- שת"פ עם חברת התקנות הנותנת שירותים למפיץ הנ"ל</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div> <div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div> <div>- מפעילי חניונים שהספק הרשת שלהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית</div>
<div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- שידרוג רשת החשמל לחניון (יקר, איטי)</div> <div>- הוספת גנרטור מקומי (רועש, מזהם, הוצאות תפעול)</div>	<div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div>מספר הלוחות שנמכרו</div> <div>נתח השוק שלנו</div> <div>הכנסה ממכירות (חומרה, תכנה)</div> <div>שביעות רצון לקוחות</div> <div>צבר הזמנות.</div>		<div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div>- המפיץ הנ"ל</div> <div>- מפיצים נוספים</div>	
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- עלות ייצור קופסת EVC (בשבדיה) = \$1,500</div> <div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = \$200,000</div> <div>- עלויות שיווק (העמסה) = \$100,000</div> <div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = 1,050,000</div>		<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח:</div> <div>- 5% מתוך 10,000 המטענים החדשים שיימכרו בשבדיה בשנת 2019 = 500</div> <div>- מחיר למטען \$3000 :</div> <div>- הכנסה בשנה הראשונה = \$ 1,500,000</div> <div>- קצב הגידול השנתי המשוער של מכוניות חשמליות בשבדיה בשנה הקרובה: 2X והולך לעלות בגלל ה Green Deal שעליו חתמו כל מדינות ה EU.</div>		

לין-קנבס עבור יצרן EVC

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div>בשבדיה יש תמריצים ממשלתיים לרכישת מכוניות חשמליות אך הספק הרשת ברוב החניונים אינה מספיקה להזנת המטענים</div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV המוזנת מתשתית קיימת למכשירי חימום רכב (דגם חד פאזי, דגם תלת פאזי)</div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div>- קופסת טעינה ל EV, הכוללת שקעים למכשירי חימום רכב, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי החימום ללא שינוי בתשתית החשמל</div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div>- קשר למפיץ מכשירי חימום חשמליים למכוניות, שהוא ספק ציוד גדול למבני ציבור ובנייני דירות בשבדיה - שת"פ קיים עם חברת התקנות הנותנת שירותים למפיץ הנ"ל</div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div>
<div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div>- שידרוג רשת החשמל לחניון (יקר, איטי) - הוספת גנרטור מקומי (רועש, מזהם, הוצאות תפעול)</div>	<div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div>מספר הלוחות שנמכרו נתח השוק שלנו הכנסה ממכירות (חומרה, תכנה) שביעות רצון לקוחות צבר הזמנות.</div>	<div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div>	<div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div>- המפיץ הנ"ל - מפיצים נוספים</div>	<div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div> <div>- מפעילי חניונים שהספק הרשת שלהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית</div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div>- עלות ייצור קופסת EVC (בשבדיה) = \$1,500 - עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = \$200,000 - עלויות שיווק (העמסה) = \$100,000 - סה"כ עלויות בשנה הראשונה = 1,050,000</div>		<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div>נניח: - 5% מתוך 10,000 המטענים החדשים שיימכרו בשבדיה בשנת 2019 = 500 - מחיר למטען \$3000 : - הכנסה בשנה הראשונה = \$ 1,500,000 - קצב הגידול השנתי המשוער של מכוניות חשמליות בשבדיה בשנה הקרובות: 2X והולך לעלות בגלל ה Green Deal שעליו חתמו כל מדינות ה EU.</div>		

דגשים:

- **היתרון המנצח:** ערוץ הפצה והתקנה זמין
- **מיקוד במטענים איטיים** בגלל תנאי התשתית
- **התאמה מדויקת של המוצר** לפלח לקוחות ספציפי בשלב החדירה (חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח למערכות חימום רכב)



סיפור לקוח: EVC (2020) – שלב 2

בשנת 2020 החברה מכרה בשבדיה 1500
עמדות טעינה לרכב חשמלי

הרעיון העיסקי לשלב הבא:

לחדור עם אותו מוצר למדינות נוספות באירופה

התהליך שעשינו עם הלקוח

- ניתוח SWOT על בסיס שיחות עם מנהלי הפיתוח, השיווק והייצור בישראל ובשבדיה.
- הגדרת המטרה העיסקית: חדירה לטריטוריה נוספת באירופה.
- תהליך **Lean Canvas**. זיהוי חוסרים בידע על השוק, המשתמשים והדרישות הטכניות בארץ היעד
- תכנית עבודה לסגירת הפערים
- דיון עם הנהלת החברה על התכנית

לין-קנבס עבור יצרן EVC - שלב 2

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div>החברה מעוניינת להרחיב את ההצלחה שלה בשבדיה למדינות נוספות שחתמו על Green Deal</div><div>חסר לנו מידע על הלקוחות והמשתמשים בארץ היעד</div></div> <div>אלטרנטיבות קיימות</div> <div><div>ספקי EVC אחרים</div><div>הערה: לא ידוע לנו מיהם הספקים המתחרים בארץ היעד.</div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div>קופסת טעינה ל EV המחנת מתשתית החשמל הקיימת בחניונים (מוגבלת עד 32A)</div><div>הערה: לא אימתנו שקיימים בארץ היעד חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח. לא וידאנו שהמוצר שלנו עומד בכל התקנים המחייבים בארץ היעד.</div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div>קופסת טעינה ל EV, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי כח קיימים ללא שינוי בתשתית החשמל</div><div>תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div><div>הערה: לא ידוע לנו מה יש למתחרים בארץ היעד (שעדיין לא נבחרה) ומה הייחוד שלנו ביחס אליהם.</div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div>הצלחה מוכחת בשבדיה</div><div>הערה: לא ידוע לנו כמה זה שווה ללקוחות בארץ היעד.</div></div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div><div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div><div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div><div><div>מפעילי חניונים שהספק הרשת המותקנת בהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית.</div><div>לא ידוע לנו מה מצב התשתיות של חניונים קיימים בארץ היעד, מה מאפיין את בעלי החניונים ואם נדרשת התאמה של המוצר עבורם.</div></div></div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div>עלות ייצור קופסה ל-2 עמדות = \$1,200</div><div>עלות התאמת מוצר לארץ היעד – לא ידוע</div><div>עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = לא ידוע</div><div>עלויות שיווק (העמסה) = 30%</div><div>סה"כ עלויות בשנה הראשונה = לא ידוע</div></div>	<div>8</div> <div>מהם המדדים המרכזיים?</div> <div><div>מספר הלוחות שנמכרו</div><div>נתח השוק שלנו</div><div>הכנסה ממכירות (SW,HW)</div><div>שביעות רצון לקוחות</div><div>צבר הזמנות.</div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div>בניח:</div><div><div>גודל השוק - לא ידוע</div><div>נתח שוק צפוי – לא ידוע</div><div>מחיר שאפשר לדרוש – לא ידוע</div></div></div>	<div>5</div> <div>מהם ערוצי ההפצה?</div> <div><div>מפיץ (אחד או יותר) שכבר מספק ציוד חשמלי לבעלי חניונים ויש לו מערך התקנה ותמיכה בלקוחות</div><div>הערה: לא אותר עדיין מפיץ כזה ואין לנו מידע על עלויות ההתקשרות איתו.</div></div>	

לין-קנבס עבור יצרן EVC - שלב 2

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div><div>- החברה מעוניינת להרחיב את ההצלחה שלה בשבדיה למדינות נוספות שחתמו על הGreen Deal</div><div>- חסר לנו מידע על הלקוחות והמשתמשים בארץ היעד</div></div><div>אלטרנטיבות קיימות</div><div><div>- ספקי EVC אחרים</div><div>הערה: לא ידוע לנו מיהם הספקים המתחרים בארץ היעד.</div></div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV המחנת מתשתית החשמל הקיימת בחניונים (מוגבלת עד 32A)</div><div>- הערה: לא אימתנו שקיימים בארץ היעד חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח.</div><div>לא וידאנו שהמוצר שלנו עומד בכל התקנים המחייבים בארץ היעד.</div></div><div>8</div><div>מהם המדדים המרכזיים?</div><div><div>מספר הלוחות שנמכרו</div><div>נתח השוק שלנו</div><div>הכנסה ממכירות (SW,HW)</div><div>שביעות רצון לקוחות</div><div>צבר הזמנות.</div></div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי כח קיימים ללא שינוי בתשתית החשמל</div><div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div></div><div>הערה: לא ידוע לנו מה יש למתחרים בארץ היעד (שעדיין לא נבחרה) ומה הייחוד שלנו ביחס אליהם.</div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div><div>- הצלחה מוכחת בשבדיה</div><div>הערה: לא ידוע לנו כמה זה שווה ללקוחות בארץ היעד.</div></div><div>5</div><div>מהם ערוצי ההפצה?</div><div><div><div>- מפץ (אחד או יותר) שכבר מספק ציוד חשמלי לבעלי חניונים ויש לו מערך התקנה ותמיכה בלקוחות</div><div>- הערה: לא אותר עדיין מפץ כזה ואין לנו מידע על עלויות ההתקשרות איתו.</div></div></div></div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div><div><div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div><div>לקוחות ומשתמשים מדיים</div><div><div>- מפעלי חניונים שהספק הרשת המותקנת בהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית.</div><div>לא ידוע לנו מה מצב התשתיות של חניונים קיימים בארץ היעד, מה מאפיין את בעלי החניונים ואם נדרשת התאמה של המוצר עבורם.</div></div></div></div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div><div>- עלות ייצור קופסה ל-2 עמדות = \$1,200</div><div>- עלות התאמת מוצר לארץ היעד – לא ידוע</div><div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = לא ידוע</div><div>- עלויות שיווק (העמסה) = 30%</div><div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = לא ידוע</div></div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div><div>נניח:</div><div><div>- גודל השוק - לא ידוע</div><div>- נתח שוק צפוי – לא ידוע</div><div>- מחיר שאפשר לדרוש – לא ידוע</div></div></div></div>			

לין-קנבס עבור יצרן EVC - שלב 2

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div><div>- החברה מעוניינת להרחיב את ההצלחה שלה בשבדיה למדינות נוספות שחתמו על הGreen Deal</div><div>- חסר לנו מידע על הלקוחות והמשתמשים בארץ היעד</div></div><div>אלטרנטיבות קיימות</div><div><div>- ספקי EVC אחרים</div><div>הערה: לא ידוע לנו מיהם הספקים המתחרים בארץ היעד.</div></div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV המחנת מתשתית החשמל הקיימת בחניונים (מוגבלת עד 32A)</div><div>- הערה: לא אימתנו שקיימים בארץ היעד חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח.</div><div>לא וידאנו שהמוצר שלנו עומד בכל התקנים המחייבים בארץ היעד.</div></div><div>8</div><div>מהם המדדים המרכזיים?</div><div><div>מספר הלוחות שנמכרו</div><div>נתח השוק שלנו</div><div>הכנסה ממכירות (SW,HW)</div><div>שביעות רצון לקוחות</div><div>צבר הזמנות.</div></div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי כח קיימים ללא שינוי בתשתית החשמל</div><div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div></div><div>הערה: לא ידוע לנו מה יש למתחרים בארץ היעד (שעדיין לא נבחרה) ומה הייחוד שלנו ביחס אליהם.</div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div><div>- הצלחה מוכחת בשבדיה</div><div>הערה: לא ידוע לנו כמה זה שווה ללקוחות בארץ היעד.</div></div><div>5</div><div>מהם ערוצי ההפצה?</div><div><div><div>- מפיץ (אחד או יותר) שכבר מספק ציוד חשמלי לבעלי חניונים ויש לו מערך התקנה ותמיכה בלקוחות</div><div>- הערה: לא אותר עדיין מפיץ כזה ואין לנו מידע על עלויות ההתקשרות איתו.</div></div></div></div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div><div><div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div><div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div><div><div>- מפעלי חניונים שהספק הרשת המותקנת בהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית.</div><div>לא ידוע לנו מה מצב התשתיות של חניונים קיימים בארץ היעד, מה מאפיין את בעלי החניונים ואם נדרשת התאמה של המוצר עבורם.</div></div></div></div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div><div>- עלות ייצור קופסה ל-2 עמדות = \$1,200</div><div>- עלות התאמת מוצר לארץ היעד – לא ידוע</div><div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = לא ידוע</div><div>- עלויות שיווק (העמסה) = 30%</div><div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = לא ידוע</div></div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div><div>בניח:</div><div><div>- גודל השוק - לא ידוע</div><div>- נתח שוק צפוי – לא ידוע</div><div>- מחיר שאפשר לדרוש – לא ידוע</div></div></div></div>			

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div><div>- החברה מעוניינת להרחיב את ההצלחה שלה בשבדיה למדינות נוספות שחתמו על הGreen Deal</div><div>- חסר לנו מידע על הלקוחות והמשתמשים בארץ היעד</div></div><div>אלטרנטיבות קיימות</div><div><div>- ספקי EVC אחרים</div><div>הערה: לא ידוע לנו מיהם הספקים המתחרים בארץ היעד.</div></div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV המהחנת מתשתית החשמל הקיימת בחניונים (מוגבלת עד 32A)</div><div>- הערה: לא אימתנו שקיימים בארץ היעד חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח.</div><div>לא וידאנו שהמוצר שלנו עומד בכל התקנים המחייבים בארץ היעד.</div></div><div>8</div><div>מהם המדדים המרכזיים?</div><div><div>מספר הלוחות שנמכרו</div><div>נתח השוק שלנו</div><div>הכנסה ממכירות (SW,HW)</div><div>שביעות רצון לקוחות</div><div>צבר הזמנות.</div></div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי כח קיימים ללא שינוי בתשתית החשמל</div><div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div></div><div>הערה: לא ידוע לנו מה יש למתחרים בארץ היעד (שעדיין לא נבחרה) ומה הייחוד שלנו ביחס אליהם.</div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div><div>- הצלחה מוכחת בשבדיה</div><div>הערה: לא ידוע לנו כמה זה שווה ללקוחות בארץ היעד ואיך נוכל לשמור עליו לאורך זמן</div><div>-</div></div><div>5</div><div>מהם ערוצי ההפצה?</div><div><div><div>- מפיץ (אחד או יותר) שכבר מספק ציוד חשמלי לבעלי חניונים ויש לו מערך התקנה ותמיכה בלקוחות</div><div>- הערה: לא אותר עדיין מפיץ כזה ואין לנו מידע על עלויות ההתקשרות איתו.</div></div></div></div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div><div><div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div><div>לקוחות ומשתמשים מידים</div><div><div>- מפעילי חניונים שהספק הרשת המותקנת בהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית.</div><div>לא ידוע לנו מה מצב התשתיות של חניונים קיימים בארץ היעד, מה מאפיין את בעלי החניונים ואם נדרשת התאמה של המוצר עבורם.</div></div></div></div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div><div>- עלות ייצור קופסה ל-2 עמדות = \$1,200</div><div>- עלות התאמת מוצר לארץ היעד – לא ידוע</div><div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = לא ידוע</div><div>- עלויות שיווק (העמסה) = 30%</div><div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = לא ידוע</div></div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div><div>נניח:</div><div><div>- גודל השוק – לא ידוע</div><div>- נתח שוק צפוי – לא ידוע</div><div>- מחיר שאפשר לדרוש – לא ידוע</div></div></div></div>			

<div>1</div> <div>מהי הבעיה/הצורך?</div> <div><div><div>- החברה מעוניינת להרחיב את ההצלחה שלה בשבדיה למדינות נוספות שחתמו על הGreen Deal</div><div>- חסר לנו מידע על הלקוחות והמשתמשים בארץ היעד</div></div><div>אלטרנטיבות קיימות</div><div><div>- ספקי EVC אחרים</div><div>הערה: לא ידוע לנו מיהם הספקים המתחרים בארץ היעד.</div></div></div>	<div>4</div> <div>מהו הפתרון?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV המהחנת מתשתית החשמל הקיימת בחניונים (מוגבלת עד 32A)</div><div>- הערה: לא אימתנו שקיימים בארץ היעד חניונים שכבר מותקנים בהם שקעי כח.</div><div>לא וידאנו שהמוצר שלנו עומד בכל התקנים המחייבים בארץ היעד.</div></div><div>8</div><div>מהם המדדים המרכזיים?</div><div><div>מספר הלוחות שנמכרו</div><div>נתח השוק שלנו</div><div>הכנסה ממכירות (SW,HW)</div><div>שביעות רצון לקוחות</div><div>צבר הזמנות.</div></div></div>	<div>3</div> <div>מהו הייחוד?</div> <div><div><div>- קופסת טעינה ל EV, שניתן להרכיב אותה במקום שקעי כח קיימים ללא שינוי בתשתית החשמל</div><div>- תכנת ניהול טעינה בחניון, המגבילה את העומס הכולל לתשתית הקיימת וגם מנהלת את חיובי הלקוחות עבור בעל החניון.</div></div><div>הערה: לא ידוע לנו מה יש למתחרים בארץ היעד (שעדיין לא נבחרה) ומה הייחוד שלנו ביחס אליהם.</div></div>	<div>9</div> <div>מהו היתרון העסקי שלנו?</div> <div><div><div>- הצלחה מוכחת בשבדיה</div><div>הערה: לא ידוע לנו כמה זה שווה ללקוחות בארץ היעד ואיך נוכל לשמור עליו לאורך זמן</div></div><div>5</div><div>מהם ערוצי ההפצה?</div><div><div><div>- מפיץ (אחד או יותר) שכבר מספק ציוד חשמלי לבעלי חניונים ויש לו מערך התקנה ותמיכה בלקוחות</div><div>- הערה: לא אותר עדיין מפיץ כזה ואין לנו מידע על עלויות ההתקשרות איתו.</div></div></div></div>	<div>2</div> <div>מיהם הלקוחות שלנו?</div> <div><div><div>בעלי חניונים מסחריים, חניונים ציבוריים וחניונים של בתי דירות</div><div>לקוחות ומשתמשים מידיים</div><div>- מפעילי חניונים שהספק הרשת המותקנת בהם מאפשר להפעיל מספר מטעני מכוניות חשמליות בו זמנית.</div><div>לא ידוע לנו מה מצב התשתיות של חניונים קיימים בארץ היעד, מה מאפיין את בעלי החניונים ואם נדרשת התאמה של המוצר עבורם.</div></div></div>
<div>7</div> <div>מהן העלויות?</div> <div><div><div>- עלות ייצור קופסה ל-2 עמדות = \$1,200</div><div>- עלות התאמת מוצר לארץ היעד – לא ידוע</div><div>- עלות ניהול ותמיכה (העמסה 2 עובדים) = לא ידוע</div><div>- עלויות שיווק (העמסה) = 30%</div><div>- סה"כ עלויות בשנה הראשונה = לא ידוע</div></div></div>	<div>6</div> <div>מהו זרם ההכנסות?</div> <div><div><div>נניח:</div><div>- גודל השוק – לא ידוע</div><div>- נתח שוק צפוי – לא ידוע</div><div>- מחיר שאפשר לדרוש – לא ידוע</div></div></div>			

ההחלטה בעיקבות קנבס 2

• **NO GO.** הנהלת החברה החליטה להקפיא את הפרוייקט בגלל ש...

- אין לנו Unique Value Proposition ויתרון עסקי מנצח
- עלויות שלב החדירה גבוהות ממה שהמשקיע מוכן כרגע להקצות.

האם LC מחליף תכנית עסקית

- לא – הוא מהווה שלב מקדים
- תכנית עסקית עושים רק לפרויקט שאושר בשלב הקנבס
- הקנבס מספק את הנחות העבודה עבור גיליון הנתונים של התכנית העסקית.

"אף מתודולוגיה לא מבטיחה הצלחה... אבל
מתודולוגיה טובה נותנת היזון חוזר לשיפור מתמיד
ולמידה. (אש מוראיה, בהקדמת הספר Running Lean)

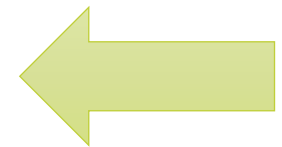
אז איך עושים את זה

- מקבלים גיבוי מנכ"ל
- מגבשים את הקנבס (סיעור מוחות, 3-4 שעות)
- מוביל התהליך: מודרטור עם ראייה רחבה ונסיון, אינטנסיביות, יכולת לראות מה חסר בתכנית ולאתגר את הנחות העבודה.
- לחשוב מחוץ לקופסה, אבל לשרטט את החלום במונחי המודל.

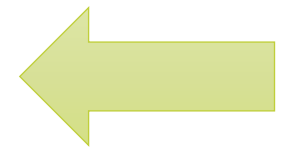
סעיפים שידרשו תיקוף וכימות

- מהו פלח השוק < לתקף עם משתמשים אמיתיים, לזהות Early Adaptors
- מהם מקורות ההכנסה < לשים על ציר זמן
- מהו מבנה העלויות < לשים על ציר זמן
- מהם המדדים < לשים יעדים מספריים

סקר שוק



תכנית עיסקית



+ ניתוח רגישות לסעיפי הכנסה והוצאות

שאלת סקר מס' 3:

האם שיטה כמו לין קנבס יכולה לעבוד בחברה שלך?

כן ☐

לא ☐

לא יודע ☐

סיכום

Lean Canvas הוא



- שיטה יעילה לבירור הצורך (הבעיה) וההיתכנות העסקית של מיזם

- כלי לתקשור החוצה (משקיעים, הנהלה) ופנימה (צוות, שותפים)

- בסיס להחלטת Go-No Go ראשונית

- כאשר נדרשת השקעה משמעותית – יש לתקף אותו בעזרת תכנית עיסקית מספרית ולבצע עליה ניתוח רגישות

1 מהי הבעיה/הצורך?	4 מהו הפתרון?	3 מהו הייחוד?	9 מהו היתרון העסקי שלנו?	2 מיהם הלקוחות שלנו?
	8 מהם המדדים המרכזיים?		5 מהם ערוצי ההפצה?	
6 מהן העלויות?			6 מהו זרם ההכנסות?	

שאלות ותשובות

תודה על השתתפותכם!

לפרטים נוספים:

מיכאל סלע 054-3344565, michael.sela1@gmail.com

מצויינות בעסקים – זאב רונן 052-476-7531 zeev.ronen@business-excellence.co.il