**תוכנית עבודה להשתתפות בכנס פריז Salon Icube - 30.11.25**

**שלב 1: הכנה ראשונית (עכשיו):**

**א. קבלת החלטה על שם מי הדוכן המציג ("אין כמו בבית" או חברת בניה/ יזם) הוחלט על "אין כמו בבית"**

**ב. כוח אדם:**

- כמה עמדות עבודה ומי מציג בהן **הוזמן שולחן ארוך שמתאים ל-2 עמדות: קרן, שרון**

- איתור מתורגמנים בהתאם למספר עמדות עבודה **הוחלט לשכור שירותיהן של 2 דיילות/ מתורגמניות דרך עמנואל (מחיר משוער בין 80-120 יורו לאחת ליום עבודה)**

**בטיפול עשהאל: עד 10 לנובמבר אזמין אצל עמנואל 2 מתורגמניות**

- כוח אדם תומך טכנית ולוגיסטית (נועם, עשי) **שרון בודקת מול סלין אם יכולה להצטרף ועבור איזה שכר (נמצאת בפריז ממילא)**

**ג. רישום והכנות לוגיסטיות:**

✅ רישום רשמי:

* פנייה למארגני Icube לרישום דוכן **בוצע**
* בדיקת מחירי דוכנים וגדלים זמינים **בוצע**
* תשלום והבטחת מיקום אסטרטגי (קרוב לכניסה/במרכז) **בטיפול עשי לבקש מעמנואל למקם אותנו קרוב ככל הניתן לדוכן של חברת תמר גרופ (עו"ד יהודית דה לנגה)**

**בטיפול עשהאל: עמנואל הסביר שהוא זה שממקם את המציגים, הכניסה והיציאה הן מאותו מקום כך שהמבקרים עושים סיבוב בין כל המציגים, הוא ביקש שאזכיר לו בסמוך לאירוע למקם אותנו ליד תמר גרופ**

* קבלת פרטי דוכן: מידות, חשמל, WiFi, ריהוט כלול **בוצע**

✅ טיסות ולינה:

* הזמנת טיסות (לפחות חודש מראש) **בוצע**
* הזמנת מלון **בוצע**

**ד. אסטרטגיית מטרה ויעדים לכנס:**

✅ איסוף כמות לידים איכותיים להמשך טיפול ומעקב לאחר הכנס:

* **הוחלט כי יושם דגש על הצגת המשרד באופן כללי, אזור ההתמחות שלנו (אזור כפרי, איכות חיים גבוהה, חינוך טוב, קרוב לרכבת, לטבע ולים, מחירים נוחים יותר מתל אביב וכו...)**
* **במסגרת הצגת הדברים, ניתן טעימה קטנה ללקוח להרגיש על מה מדובר, מבלי להיכנס לפרטים של כל פרויקט.**
* **קרן מציעה שהדבר יתבצע ע"י לחיצה במיקום מיוחד באתר אין כמו בבית, ואשר יכלול בתוכו מידע כללי על כל הפרויקטים הרלוונטיים מתוך רשימת נכסים (מצ"ב).**

**באחריות נעם/ עשי:**

* **תרגום אתר "אין כמו בבית" לצרפתית**
* **הקמת מיקום באתר "אין כמו בבית" מיועד לקהילת יהודי צרפת ובו פירוט כללי של יישוב, גודל מגרש ומספר יחידות מחיר (המידע ילקח מתוך רשימת נכסים), לצרף שם קישור לעו"ד יהודית דה לנגה**
* **ברקוד לסריקה ע"י הלקוח? (כניסה לאתר אין כמו בבית)**

✅ עמלת תיווך/ הטבות:

* **הוחלט על גביית עמלת תיווך של 2% (האם יש להוסיף מע"מ?)**
* **תינתן הטבה ללקוחות בכנס - שיחת ייעוץ והיכרות בזום עם עו"ד יהודית דה לנגה (ללא תשלום)**
* **בתום הכנס תישלח רשימה לכל היזמים עם פירוט שמות כל הלקוחות המבקרים בדוכן, לצורך מניעת עקיפה של הלקוח בפניה ישירה מול היזם**
* **הלקוחות לא יוחתמו במעמד הכנס על הסכם תיווך**

✅ קריטריונים לבחירה:

* 3-5 פרויקטים מגוונים (מחיר, אזור, סוג נכס כגון דירות, צמודי קרקע וכו')
* להכניס במגוון הפרויקטים גם אזורים עם קהילה צרפתית קיימת (למשל באזור נתניה)
* מגוון מחירים נגישים (1.5-5 מיליון ₪)
* לפחות פרויקט אחד יוקרתי (5-10 מיליון ₪)

**מצ"ב "רשימת נכסים"**

✅ שליטה מלאה בנתוני הפרויקטים: **לדבר בהקדם עם כל היזמים הרלוונטיים ולקבל את כל המידע הנדרש.**

* **באחריות שרון: מול ארנון, יעקב חרמש, עידו אריזון, גלי גלר, משפחת פרומר, שי חי (מתי פישביין)**
* **באחריות קרן: מול אסי צקרמן, בני קדושי, ניר הוכמן, קובי ביו ואביחי**
* מידע על היזם
* פרטי זיהוי נכס (גוש וחלקה)
* פריסת תשלומים
* נתוני נכס (גודל בנוי, גודל מגרש וכו)
* צפי אכלוס
* תוכניות/ הדמיות
* וידוא זמינות מלאי לתאריך הכנס

✅ הכנת חומרי פרויקטים: **בשלב זה הוחלט לא להשקיע בזה משאבים**

**בימים הקרובים נבחן מה החומרים שקיבלנו מהיזמים ונחליט כיצד להשתמש בהם (באתר אין כמו בבית/ כחלק מהתפאורה של הדוכן)**

* ברושורים מודפסים בצרפתית (לפחות 200 יח' לכל פרויקט)
* תוכניות דירות מתורגמות
* תמחור מפורט בשקלים ואירו
* הדמיות איכותיות מודפסות בגדול
* סרטון תדמית לכל פרויקט

**שלב 2: הכנת חומרי שיווק (חודש לפני):**

**א. עיצוב ועיבוד גרפי:**

✅ זהות ויזואלית:

* **לוגו/ברנדינג של "אין כמו בבית" –** **יש להחליט מה יכללו הרול-אפים בגב הדוכן ובצדדים, עלו כמה רעיונות, עדיין לא הוחלט סופית – באחריות הצוות**
* **מה שיוחלט יישלח לעמנואל לביצוע (בתוספת תשלום) – באחריות עשי**
* **לבוש ייצוגי תואם לצוות:** **מכנס שחור, חולצה לבנה, תג מזהה**
* **הכנת תגי זיהוי עם שם ולוגו של "אין כמו בבית"** **לכל מי שנמצא בדוכן – באחריות שרון**

✅ חומרים להדפסה:

* כרטיסי ביקור - 500 יח' (צרפתית/עברית דו-צדדי) **הצעת מחיר דפוס שלום ל-250 כרטיסים לכל אחת 510 ₪+ מע"מ** **– באחריות שרון**
* הצגת פרויקטים באופן מודפס? **הוחלט לא להשקיע בזה משאבים אלא רק לנתב למיקום הרלוונטי באתר "אין כמו בבית"**
* מתנות קטנות ממותגות (עטים, מגנטים, מחזיקי מפתחות) **להתייעץ עם יהודית/ גוגל מה כדאי** **– באחריות שרון**
* 2 עציצי שולחן קטנים- **לקנות שם**

**ב. חומרים דיגיטליים:**

✅ מצגות: **אין לנו משהו מוכן, צריך לחשוב האם להשקיע בזה משאבים או לא**

* מצגת מקצועית בצרפתית (כ-15 שקופיות)
* סרטוני תדמית קצרים (30-60 שניות)
* גלריית תמונות איכותית
* הצגת פרויקטים באופן דיגיטלי
* אם רוצים משהו כזה צריך לבדוק אם יוחלט שכן – **לבדוק מול עמנואל היתכנות לוגיסטית (טאבלט/, סטנד, מיקום מתאים בדוכן וכו) – באחריות עשי**

✅ דיגיטל לשליחה אחרי הכנס:

* כרטיס ביקור דיגיטלי **הצעת מחיר 200 ₪ לשנה עבור כרטיס דיגיטלי בצרפתית לקרן ושרון – באחריות שרון**
* PDF ברושורים לשליחה במייל?
* קישורים לנכסים באתר/פלטפורמה אחרת

**ג. יש לבדוק אילו מהחומרים/ ציוד לוקחים איתנו פיזית ואלו יש לשלוח לפני כן**

**שלב 3: הכנה טכנולוגית (שבועיים לפני):**

**א. ציוד לדוכן:**

✅ חובה להביא:

* 2 לפטופים עם מטען - **יש**
* מסך נוסף (אם נחליט שיש צורך) - לסרטוני רקע - **באחריות עשי**
* מטענים לטלפונים ומתאמים חשמליים – **באחריות עשי**
* נקודת WiFi ניידת (לא לסמוך על WiFi של האולם) - **יש**
* 2 טאבלטים ? – **במידה ויוחלט שלקוח ימלא שאלון פרטי לקוח ובירור צרכים בטאבלט - באחריות עשי**
* מחשבון
* עטים ומתנות לחלוקה (50 יח') ?

✅ אופציונלי:

* מדפסת ניידת (להדפסת מסמכים במקום) **טופל מול עמנואל**

**ב. מערכת ניהול לידים:**

**מצורף** **שאלון פרטי לקוח ובירור צרכים – לקדם בדחיפות !!!**

* **לדייק את השאלון מבחינת סעיפיו - באחריות שרון וקרן**
* **להחליט כיצד הלקוח ממלא את השאלון (מודפס או דיגיטלי בטאבלט למשל) - באחריות נעם/ עשי**
* **לשקול אם כדאי בסיום פגישה עם לקוח להפנות אותו לעשי/ נעם לצורך מילוי השאלון**

✅ הכנה מראש:

* טופס איסוף פרטים דיגיטלי עברית + צרפתית
* מערכת CRM תקינה ומעודכנת **(נדל"ן וואן?)**
* הדרכה ושליטה מלאה במערכת CRM

**שלב 4: הכנה לשונית ותרבותית (שבועיים לפני):**

**א. צרפתית:**

✅ תרגום מקצועי:

* כל החומרים לתרגום מקצועי – **קלייר? עמנואל?**
* הכנת מונחי נדל"ן בצרפתית (רשימה מודפסת) **מילון מונחי נדל"ן צרפתית עברית**
* וידוא תיאום מתורגמנים צמודים

✅ הכנת מספר משפטי מפתח: **לקחת מספר שיעורי הכנה עם קלייר מורה פרטית?**

* הכנת סקריפט מכירה בצרפתית (10 דקות)
* תרגול פתיחת שיחה
* משפטים נפוצים:
* "בואו נמצא לכם את הבית המושלם"
* "יש לנו פתרונות מימון גמישים"
* "אנחנו מלווים אתכם לאורך כל התהליך"

**ב. הבנת הקהל:**

✅ מחקר: **לדבר עם עמנואל ויהודית**

* למידה על הקהילה היהודית הצרפתית
* הבנת השוק הצרפתי (מה חשוב להם)
* מחקר מתחרים (מה הם מציעים)

**שלב 5: אסטרטגיה ותכנון מכירות (שבוע לפני):**

**א. הכשרת צוות:**

✅ פגישת הכנה:

* חלוקת תפקידים (שיווקי, טכני/ לוגיסטי)
* מי מדברת על איזה פרויקט? שתינו מדברות על הכל? או לא מדברות בכלל על פרויקטים?
* תרגול pitch מכירה (זמן אחת לשנייה)
* תרגול טיפול בהתנגדויות:
* "זה יקר מדי"
* "אני רק מתחיל לחפש"
* "אני לא בטוח שאני עולה"
* הדרכת מתורגמנים (בזום) על התנהלות היום וסדר מובנה של פגישה עם לקוח

✅ קביעת יעדים:

* יעד לידים: לפחות 80-150 לידים איכותיים
* יעד פגישות המשך: 20-30 פגישות
* יעד עסקאות: 3-5 עסקאות פוטנציאליות

**ב. תכנון לוגיסטי לכנס:**

✅ יומיים לפני (שישי 28.11):

* הגעה לפריז
* בדיקת ציוד
* זמן פנוי ומנוחה

✅ יום הכנס (ראשון 30.11):

* הגעה שעתיים לפני פתיחה
* בדיקת ציוד ואביזרים
* ארוחת בוקר קלה
* התחלה ב-10:30

**שלב 6: יום הכנס:**

**א. הכנה לפני (08:00-10:00):**

✅ עיצוב דוכן:

* שולחן נקי ומסודר
* Banner מאחור
* Roll-up בצדדים
* חומרים מסודרים על השולחן:
* ערמות ברושורים לפי פרויקט
* כרטיסי ביקור
* טאבלט להצגה
* טופס לידים
* כיבוד קל/ מים (לארח מבקרים) – **עשי בודק עם עמנואל**

✅ Dress code:

* לבוש מקצועי אך ידידותי
* חולצות ממותגות / תגי זיהוי

**ב. במהלך הכנס (10:30-18:00):**

✅ גישת מכירה:

**שלב ראשון: משיכת תשומת לב (30 שניות)**

* חיוך וקשר עין
* "בונז'ור! אתם מחפשים דירה בישראל?"
* הבנה מהירה: עולים? משקיעים? קונים ראשוניים?

**שלב שני: הצגה ראשונית (2-3 דקות)**

* סיפור קצר על החברה
* הצגת 1-2 פרויקטים רלוונטיים
* שאלות פתוחות: "באיזה אזור אתם מחפשים?" "מה התקציב?"

**שלב שלישי: בניית עניין (5-10 דקות)**

* הצגה מעמיקה של פרויקט רלוונטי
* הדמיות וסרטונים
* דגשים: מיקום, תשואה, תנאים

**שלב רביעי: סגירה (2 דקות)**

* איסוף פרטים מלא
* קביעת פגישת המשך (זום/טלפון)
* חומרים לקחת הביתה
* "נדבר השבוע הבא, אשלח לך מידע נוסף"

✅ ניהול זמן:

* לא לבזבז יותר מ-15 דקות עם לקוח אחד
* שמירה על זרימה - אם יש תור, "אשמח שתשאירו פרטים"
* הפסקה קצרה כל 2 שעות (ארוחה קלה)

**ג. איסוף לידים - קריטי!:**

✅ לכל מבקר:

* טופס לידים מלא
* הזנה מיידית למערכת (בהפסקות)
* דירוג lead: A (חם מאוד), B (מעוניין), C (מתעניין)

**שלב 7: המשך טיפול (אחרי הכנס):**

**א. יום שני (1.12) - לפני טיסה חזרה:**

* סיכום ראשוני עם השותפה
* ספירת לידים
* מיון לידים לפי חום
* הזנת נתונים למערכת CRM

**ב. שבוע ראשון (2-8.12):**

✅ מענה מהיר:

* יום א' (2.12): מייל תודה לכל המשתתפים

"היה נעים להכיר"

PDF ברושור כללי

הצעה לשיחת זום

* ימים ב'-ד' (3-5.12): שיחות טלפון ללידים חמים (A)
* ימים ה'-ו' (6-8.12): שיחות ללידים פושרים (B)

✅ קביעת פגישות המשך:

* פגישות זום מפורטות (30-45 דקות)
* שליחת חומרים ממוקדים לפי עניין
* תיאום צפיות (אם רלוונטי)

**ג. המשך תהליך (שבועיים-חודש):**

* מעקב שבועי אחר כל ליד
* הפצת newsletter חודשי
* הזמנות לאירועים עתידיים
* מטרה: סגירת 3-5 עסקאות תוך 3 חודשים

**שלב 8: מדידה והפקת לקחים:**

**KPIs (Key Performance Indicators) למעקב:**

✅ מדדים כמותיים:

* מספר לידים שנאספו
* מספר כרטיסי ביקור שחולקו
* מספר פגישות המשך שנקבעו
* מספר עסקאות שנסגרו

✅ מדדים איכותיים:

* איזה פרויקט עורר הכי הרבה עניין?
* מה השאלות החוזרות של הלקוחות?
* מה עבד טוב בדוכן / מה לשפר?
* איזה מתחרים היו? מה הם עשו?

**צ'קליסט סופית - יום לפני:**

**📦 תיק נסיעה:**

* דרכון ותעודת זהות
* כרטיסי טיסה
* אישור מלון
* ציוד אלקטרוני + מטענים
* מתאם חשמל לאירופה
* כל החומרים המודפסים
* פריטי עיצוב של הדוכן
* כרטיסי ביקור
* לבוש מקצועי
* פנקס וטופס לידים (גיבוי נייר!)

**💻 דיגיטל:**

* מצגות שמורות בענן
* גיבוי בנפרד בטלפון/ לפטופ/ USB
* גישה לגיליון לידים משותף
* מספרי טלפון חשובים שמורים

**🎯 מנטלי:**

* חזרה על pitch מכירה
* אנרגיה חיובית! "אנחנו כאן כדי לעזור למשפחות למצוא בית בישראל"