DIGIWALLET

ארנק דיגיטלי

##### תוכנית עסקית

תאריך: 18.06.2017

הוכן ע"י:

חביב כהן

איתן יומטוביאן

עוז חתוכה

גל פלד

מוגש לידי: מר רוני הראל

**תוכן עניינים**

תקציר מנהלים ................................................................................... 4- 3

**המוצר\שירות**

המוצר כמענה לצורך...;........................................................... 5

תיאור המוצר......................................................................... 6- 5

**השוק ותוכנית השיווק**

תיאור השוק.......................................................................... 8- 7

מתחרים ותחרות.................................................................... 12- 9

מודל עסקי......................................................................................... 17- 13

שיווק ומכירות................................................................................... 20- 18

תפעול וכ"א....................................................................................... 22- 21

תוכנית פיננסית.................................................................................. 24- 22

**תמצית מנהלים**

מטרת התוכנית

בכוונת היזמים לפתח מוצר אשר יהווה תחליף לארנק המסורתי.

סך עלות הקמת העסק 81,200 ש"ח.

מטרת התוכנית העסקית להציג את מהות העסק ואת ההזדמנות העסקית לביצועו.

זאת, בכדי לגייס 250,000 ש"ח שהוא הסכום שדורשות חברות הדגל APPLE ו-CHECKPOINT שיהיה ברשותנו על מנת שהם ייקחו חלק בפיתוח המוצר.

תמצית תיאור העסק

בכוונת היזמים להפוך את הארנק המסורתי למוצר דיגיטלי (DIGIWALLET) אשר יקנה גמישות, קלילות, מהירות ואיכות . ה-DIGIWALLET הוא צמיד אשר כל מטרתו הוא לבצע את תפקיד הארנק המשמש בין היתר למשיכת כספים , נשיאת אמצעי זיהוי(ת"ז, רישיון נהיגה, דרכון), תזכירים ועוד. באמצעות ניתוח מעמיק ראינו כי הטכנולוגיה בעשור האחרון לוקחת חלק אינטגרלי בחיינו ועם התפתחות מטבע הביטקוין במהלך שנת 2008 עלה בדעתנו כי אם המטבעות הופכים דיגיטליים אזי גם ה"מחסן" שלהם יותאם לכך. DIGIWALLET הינו עסק בהקמה ונכון להיום משרדינו הם במגדל העמק שבצפון הארץ. אנו רואים בפריפריה מקום נוח מבחינה כלכלית ולכן עובדים משם . בעתיד אנו מתכננים מעבר לאזור המרכז שמה אנו רואים את הפוטנציאל השיווקי הרב.

תמצית תיאור המוצרים

ה-DIGIWALLET מורכב ממוצר משלים כאשר האחד(הצמיד) הוא למגזר הפרטי והציבורי ואילו השני(החיישן-WALLETSENS) הוא לבעלי העסקים .

הארנק הדיגיטליׁׁ(DIGIWALLET) כולל :

רצועות במגוון סוגים, מסך 1.8 אינטצ' , מטען ונרתיק לאחסון.

החיישן(WALLETSENS) כולל :

אפשרות לחבר התקני צד ג' כמו: מסך,רמקול ועוד , פלטת חיישן ונורת בקרה .

כאשר כלל מוצרים אלו עתידים להיות מיוצרים במזרח הרחוק .

תמצית תיאור השוק וההזדמנות העסקית

בשנים האחרונות הפך הארנק להיות אביזר אופנה (בדומה לתיק או שעון), וחברות רבות מייצרות ארנקים בעיצובים מיוחדים תוך שילוב חומרים מגוונים.

יחד עם ההתפתחות הטכנולוגית אנו מאמינים כי הציבור בישראל ירצה לראות כיצד מוצר משמעותי בחייו הפוך להיות דיגיטלי. כאשר רצינו לנתח את כמות המשתמשים באינטרנט בישראל גילינו כי משנת 2002 מגמת השימוש היא בעלייה ולכן יכולנו להניח כי אנחנו "צמאים" למהפכה טכנולוגית . בעולם בו עולם הקניות עובר לווירטואלי כמו גם עולם הבילויים מן הנדרש כי יהיה לזה מענה ולצורך כך DIGIWALLET נוצרה .

ההזדמנויות העסקיות של העסק נובעות ממספר גורמים:

1. מעבר של מוצרים רבים לדור טכנולוגי (ברז המופעל בעזרת חיישן , שואב אבק רובוטי , מנקה בריכות רובוטי , טלפונים חכמים (SmartPhons) ) מגביר את הרצון להיכנס ולהשפיע גם בעולם המסחר .
2. החוק ביומטרי של ההמשלה שאושר לאחרונה , נותן לנו את ההזדמנות לשיתוף פעולה בין מספר גורמים אשר לפני כן לא נתנו הסכמתם לכל הרעיון (שת"פ בין משרדים ממשלתיים ובטחוניים , בנקים וחברות אשראי יחד עם חברות ציבוריות גדולות) .
3. שיפור בהתנהלות היום יומית של הלקוחות והעסקים . ע"י שימוש בכסף דיגיטלי אנו יכולים להוריד מעלינו את עניין הזיוף והגניבות ביתר קלות באמצעות מנגנוני ביטחון יעילים יותר . (כמובן שהטכנולוגיה לא חסינה ב-100% אך בהכרח אמינה וטובה יותר מהמצב הקיים- שטרות ).

קהל המטרה שלנו הינו אותם אנשים המשתמשים בארנק מדי יום ובעלי תעודות מזהות כמו גם חוש טכני וטכנולוגי (גילם נע בין 16 ל-65) . מניתוח מהיר ניתן לראות כי במדינת ישראל זהו 61% מכלל האוכלוסייה .

כיום , מאות אלפי עסקאות מבוצעות במזומן במהלך כל יום ולעומת זאת מיליוני עסקאות נעשות באשראי . עובדה זו יוצרת אצלינו את הראייה כי ניתן להעלים את הכסף המסורתי ולהחליפו בדיגיטלי .

תמצית פיננסית:

1. מחזור מכירות לשנה ראשונה: XXXXXX ש"ח.
2. מחזור מכירות מצטבר ל - 5 שנים: XXXXXXX ש"ח.
3. רווח/ הפסד נקי לשנה ראשונה: XXXXX ש"ח.
4. רווח מצטבר ל- 5 שנים: XXXXXX ש"ח
5. ענ"נ (18%) לחמש שנים: XXXXXX ש"ח.

הערה : נתונים אלו חסויים ויפורסמו למשקיע הפוטנציאלי בעת הפגישה האישית .

המוצר/השרות

המוצר כמענה לצורך

משחר ההיסטוריה ועד היום , הטכנולוגיה היא בבחינת ראי להתפתחות חיי האדם בכלל והתרבות האנושית בפרט. הקדמה הטכנולוגית כפי שבאה לידי ביטוי בעיקר בעשור האחרון, לוקחת חלק בלתי נפרד בחיינו ,ולעיתים חלק חשוב ומרכזי מאוד. כמעט בכל תחום אפשר למצוא פיתוחים טכנולוגיים חדשים ההופכים את ההתנהלות בהם או מולם ליעילה ומדויקת יותר.

אחד המוצרים השימושיים ביותר בחיינו כיום הוא הארנק . אותו ארנק הוא אביזר אחסון קטן המשמש לשמירת כרטיסי אשראי , כסף , רישיונות נהיגה וכמו כן תזכירים.

אותם ארנקים התפתחו כמעט מיד אחרי הכנסת שטרות הכסף במאה ה-17 (דמו לשקיקים) . הארנק המתקפל המודרני שאנו רגילים לראות כיום נוצר בראשית שנות השישים של המאה ה-20 עם המצאת הכרטיס האשראי הראשון.

פופולריותו בקרב הציבור ושימושו התדיר ביום יום , יחד עם הזמן הרב שעבר מאז עבר שינוי וההתפתחות הטכנולוגית גרמו לנו לחשוב על דרך בה נוכל ליצור משהו חדש וטכנולוגי אשר יענה על כלל הצרכים אשר הוזכרו לעיל וגם ייתן דגש על פרמטרים חשובים כדוגמת זמינות , גמישות ואיכות .

תיאור המוצר

המוצר המוצע הוא ארנק דיגיטלי בגרסת צמיד (יקרא בהמשך גם בשמו המסחרי וגם בשם צמיד) .

המוצר עתיד להיות משווק בשם המסחרי DIGIWALLET (כמו שם החברה שלנו) והחזון שלנו כי בשנים הקרובות הוא יוכל להחליף את הארנק המסורתי .

המשתמשים העיקרים במערכת יהיו אותם אנשים אשר מסתובבים לכל מקום עם הארנק ואשר מעדיפים להימנע מלסחוב תיקים ומסמכים אישיים אשר עלולים ללכת לאיבוד ו\או לחילופין להימנע מסחיבת משקל שאין בו צורך.

המשתמשים המשניים יהיו אותם חובבי גאדג'טים אשר ישמחו לדעת כי קיים מכשיר

אשר בעזרתו יוכלו להזדהות , למשוך כספים ולשלם וכל זה באמצעות הנפת יד קצרה .

הארנק יתפקד בין היתר כמעין תכשיט ולכן מתוכנן להגיע עם שלל רצועות (ספורט , ניילון ,פלדת אל-חלד) אשר יקנו ללקוח חוויה בענידתו. הארנק הדיגיטלי יכלול מסך בגודל 1.8 אינטצ' וברוחב 35 מ"מ . המסך יהיה מורכב מזכוכית ספיר קריסטל שידועה כעמידה לשריטות ומכות . המוצר יגיע בצבעים שחור , לבן וכסוף בשלב הראשוני.

מערכת ההפעלה של המכשיר תתבסס על מערכת ההפעלה אנדרואיד הידועה.

DIGIWALLET יאפשר למשתמש בו לבצע את הפעולות הבאות:

1. **ניהול הכספים באופן דיגיטלי** – ביצוע פעולות משיכה , הפקדה ותשלום בעזרת הצמיד.
2. **הצגת תעודות מזהות בעת הצורך** – יכולת טעינה של תעודות אישיות אל תוך הצמיד והצגתם בעת הצורך . (למשל: שוטר מבקש רישיון נהיגה , הזדהות בכניסה לממסד ממשלתי , הצגת דרכון בעת יציאה לחו"ל ועוד).
3. **ניהול תזכירים אישיים –** לא מעט אנשים עדיין משתמשים בארנק בכדי לשמור מידע בעזרת פתקים ועוד . בעיה עיקרית בכך שהפתקים הללו מתבלים במהירות ואף במקרים אחרים גם הולכים לאיבוד . את כל זה אנו מונעים בעזרת היכולת של הצמיד לתת מענה לתזכירים בצורה דיגיטלית .
4. **תצוגת תאריך ושעה –** בשל מיקומו של הצמיד על היד ראינו את הצורך לתת מענה לתאריך והשעה ולהפוך אותו למען שעון .

מבחינת יכולות טכנולוגיות קיבלנו תמיכה משתי חברות גדולות , כאשר על תחום אבטחת המידע תהיה אחראית חברת check-point ועל טכנולוגיית התשלום תהיה אחראית חברת Apple שנתבסס על טכנולגיית ה-NFC שלה .

יש לציין כי תמיכה זו תוכר במידה וגייס 250,000 ₪ הון עצמי .

יש לציין כי המוצר המשלים של הצמיד הוא ה-WALLETSENS (קיצור של wallet sensor)

ותפקידו יהיה לעבוד מול הצמיד , לזהות ולתרגם את כלל הפעולות הנדרשות .

בנוסף ,החיישן יחובר לרכיבים נלווים בעת הצורך (מסך תצוגה , רמקול וכו') . לדוג' – שוטר שיבקש לראות רישיון נהיגה , בעזרת קירוב הצמיד לחיישן התעודה תוצג לשוטר על המסך. שני המוצרים יתכוננו וישווקו יחד על ידינו כאשר ה-DIGIWALLET ישווק למגזר הפרטי והציבורי וה- WALLETSENSישווק למגזר העסקי.

אנו ,היזמים האחראים על המוצר שנקרא DIGIWALLET, אחראים על הרעיון , כאשר החלק המקצועי והתפעולי יבוצעו בעזרת שת"פים חיצוניים (יורחב בהמשך).

נכון להיום , המיזם פועל באופן עצמאי מכספי השותפים מתוך מבנה במגדל העמק ואנו בשאיפה להתפתח בשלב שיבוא עם מציאת המשקיעים. מיקומינו נובע משיקולים כלכלים כמו : הטבות מס , מחייה זולה ואף שקט תעשייתי. בעתיד , כאשר נתרחב אנו צופים מעבר אל המרכז וזאת בשל הפוטנציאל השיווקי שאנו רואים באזור זה כאשר את המטה של החברה שנקים נוכל עדיין להשאיר בצפון וזאת בשל הרצון שלנו לחזק את הקשר בין הפריפריה למרכז וזאת בנוסף לשיקולים אשר הוזכרו קודם לכן .

העסק בנוי כך שמוקד הפעילות העיקרי שלנו כרגע הוא מציאת משקיעים אשר נוכל לגייס דרכם סכום ראשוני אשר נדרשנו להשיג עצמאית וזאת בכדי שנוכל לקבל את השת"פ מהחברות החיצונית שהסכימו לעבוד עמנו על המיזם .

בידינו כלל המפרט הראשוני אשר בעזרתו ובעזרת הגורמים המתאימים נוכל לבנות אב טיפוס תוך כחצי שנה מתחילת העבודה עליו . (זמן זה יכול להיות קצר יותר ולוקח בחשבון מקרי בלת"ם , תקלות ועוד) .

אנו מאמינים כי בעקבות התחלת המהפך בתחום המטבע הממוחשב (ביטקוין) שלאט לאט צובר תאוצה , העולם עובר לכסף בצורה דיגיטלית . לכן , אנו רוצים לעשות זאת באופן מוסדר ובשיתוף פעולה עם המוסדות הממשלתיים והבנקים ולקדם את המהפכה הבאה.

**תיאור השוק**

ברבות השנים, עם התפתחות והתרחבות הטכנולוגיה כמעט בכל תחום בחיי היום יום, אנו מוצאים שרוב הפעולות בסדר היום שלנו מתבצעות בעזרת כלים טכנולוגיים (חימום האוכל, צפייה בחדשות וכדומה).

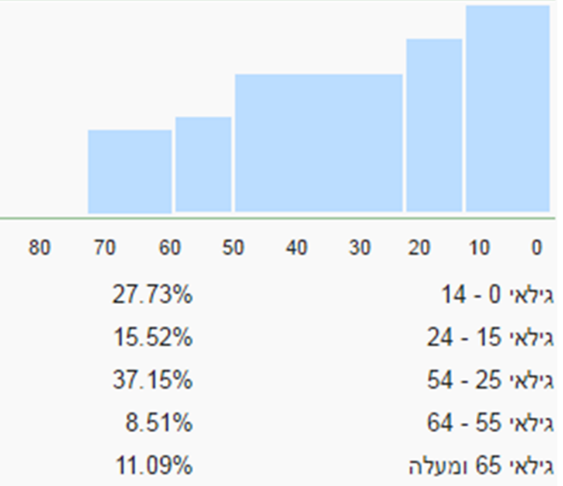
אחד הנושאים הפחות מפותחים טכנולוגית הוא - הארנק. עיצוב הארנקים נותר ללא שינוי, משנת 1951,למעט המצאת הצמדן בשנות השבעים. ארנקי גברים מיועדים על פי רוב לנשיאה בכיס, בגודל ובצורה המותאמים לכך. נשים נושאות על פי רוב את ארנקיהן בתוך תיקי כתף או ארנקי-יד, שבחלקם קבועים כיסים לאחסון כרטיסי אשראי ותעודות. הארנק עוצב במקור לנשיאת כסף, אך כיום הוא משמש גם לאחסון כרטיסים למיניהם, על כן עיצובם הנוכחי של ארנקים שם דגש יותר על מקום לכרטיסים ופחות על מקום לשטרות ומטבעות. לעתים מקובל להחזיק את המטבעות בארנק קטן נפרד, לשם נוחיות.

בשנים האחרונות הפך הארנק להיות אביזר אופנה (בדומה לתיק או שעון), וחברות רבות מייצרות ארנקים בעיצובים מיוחדים תוך שילוב חומרים מגוונים.

הלקוחות העיקרים שאנו פונים אליהם, הינם האנשים אשר מסתובבים לכל מקום עם הארנק ואשר מעדיפים להימנע מלסחוב תיקים ומסמכים אישיים אשר עלולים להיאבד ו\או לחלופין להימנע מסחיבת משקל שאין בו צורך.

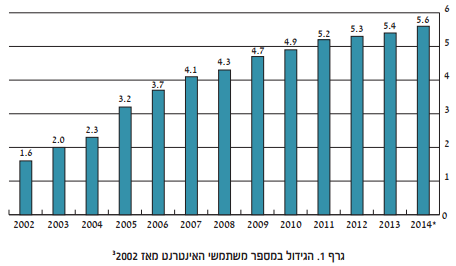
גילאי הלקוחות נעים בין 16 ל-65, מכיוון שבגילאים גבוהים יותר הצריכה נמוכה יותר במכשירים טכנולוגים, כדוגמת המוצר שאנו מציעים. מכיוון שאין לנו את היכולת לממן מחקר שוק מקצועי, התבססנו על נתונים ומחקרים סטטיסטיים בעזרת האינטרנט.

על מנת לבסס את טענותינו כי קיים ביקוש משמעותי למוצר, חיפשנו במחקרים סטטיסטיים את אופיו וגודלו של השוק בנושא השימוש באינטרנט, שהוא בעצם גורם ישיר לזה שבעתיד אופן הרכישה יהיה בקלות ו"בהנפת יד" וכמעט לא מורגש. לפי נתונים סטטיסטיים (מתוך הלמ"ס) הנוגעים לשימוש באינטרנט עפ"י גיל המשתמש, גודל השוק שאליו אנו פונים היינו כ-**61%** מכלל אוכלוסיית מדינת ישראל (אחוז מצטבר של הגילאים שציינו לעיל), ניתן לראות זאת בהיסטוגרמה הבאה:

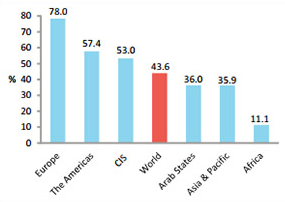


מעבר לכך, ברבות השנים השימוש באינטרנט גדל, דבר שאנו צופים שישפיע גם על רמת ביקוש המוצר שלנו, בעקבות היותו טכנולוגי וכשרוב פעולותיו נתמכים ברשת האינטרנט - ביצוע תשלומים, ת.ז ביומטרית, תזכירים אשר יוכלו להסתנכרן מהמחשב לארנק וכדומה.

ההוכחה למגמת העלייה בשימוש באינטרנט בארץ (מתוך הדוח השנתי: התקשורת בישראל 2014), מוצג בדיאגרמה הבאה:



בעתיד, החלום הינו לפרוץ את השוק הישראלי אל מעבר לים אל כלל הארצות (ארצות הברית וארצות אירופה), ששם אחוזי השימוש באינטרנט הינם הגבוהים ביותר, ניתן לראות זאת בדיאגרמה שלהלן:



כיום, השוק שאליו אנו פונים היינו שוק לא רווי בו מספר המתחרים הפוטנציאליים אינו רב, מכיוון שאין מתחרים ישירים אשר מוכרים מוצר העונה על מלוא הדרישות כפי ש-DigiWallet עושה. מתחרים פוטנציאליים כמו: APLLE, SAMSUNG, GOOGLE מציעים מוצר אשר בעזרתו ניתן לבצע תשלומים, אך לא כמו שלל הפונקציות של הארנק הדיגיטלי.

לפי הנתונים שהוצגו בפרק זה, אחוז המגמה הגדל בשימוש האינטרנט והמתחרים העתידיים, אנו צופים במוצר זה כמוצר שהוא בשל לקליטתו בשוק וכפורץ דרך בתחום, ומעבר לכך, בעל סיכויי הנבת תשואה מקסימלית גבוהים.

מתחרים

הקדמה

כל המתחרים מבססים את מוצריהם ושירותיהם על מס' טכנולוגיית להעברת מידע:

NFC  
  
NFC שפירושה תקשורת טווח אפס (Near Field Communication ) הינה טכנולויגיה המאפשרת תשדורת בין מכשיר הטלפון הנייד לבין יחידת חומרה "קוראת" שממוקמת בנקודת המכירה (POS) ומאפשרת תשלום חשבונות על ידי "טפיחה" של המכשיר הסלולרי על היחידה הקוראת - מבלי להשתמש בכרטיס אשראי.

RFID

RFID (ראשי תיבות של (Radio Frequency Identification: היא טכנולוגיה של תיוג אלקטרוני באמצעות גלי רדיו. הטכנולוגיה מבוססת על התקנים קטנים (תגיות) המוצמדים לעצם אותו מעוניינים לזהות, ומאחסנים מידע הניתן לקריאה על ידי מכשיר מתאים באופן אלחוטי תוך שימוש בגלי רדיו. קיימות תגיות פסיביות - ללא מקור כוח, ואקטיביות - הכוללות סוללה.

QR code

QR (קיצור של -Quick Response תגובה מהירה (הינו ברקוד דו-מימדי, שבו מקודד מידע טקסטואלי בצורה גרפית. בעזרת מכשיר סלולרי חכם בעל מצלמה, ניתן לצלם כל ברקוד, מיד לאחר הצילום מתקבל הפניה במכשיר למקור מידע שהוכן מראש ושעבורו נוצר קוד ייחודי.

המתחרים העיקריים ב-DigiWallet הינם: אפל (Apple), גוגל (Google), סמסונג (Samsung) וחברת סמארטאג (Smartag).

סמארטאג – Smartag

חברה ישראלית אשר פיתחה צמיד המשמש כארנק דיגיטלי וכפתרון לדברים ייעודיים שיפורטו בהמשך.  
אופן התנהלות וביצוע הפעולות מנהלU דרך אפליקציה המתבססת על טכנולוגיית NFC ו-RFID.  
דרכי התשלום יתנהלו דרך מסופיים ייעודיים שיותקנו בבתי העסק (POS).  
ניהול השירות נעשה דרך מערכת הנקראת SMARTPAY, דרכה מתנהל התקשורת עם המסופים הייעודיים לביצוע העסקאות והפקת דוחות בסיום אירוע.

בעזרת האפליקציה ניתן להגדיר את האופן בו הצמיד יעבוד, כלומר, מה יהיה השימוש בו.  
את הצמיד ניתן להפוך ל:  
  
כרטוס מהיר: צמיד זיהוי למעבר בעמדות בקרת כניסה למקומות/אירועים.  
החברה מספקת לבעל האירוע/בית עסק עמדת בקרת כניסה הקורא  
 QR codes/NFC/RFID (דרכי תקשורת בין הצמיד לעמדת בקרה).  
ניתן להגדיר סוגי הרשאות שונים לצמיד בהתאם לקבוצת קהל/הקצבת זמן לאירוע.  
  
עמדות צילום באירועים: החברה מספקת עמדות צילום בהם המשתמש מצלם ואח"כ משתף באינטרנט בעזרת הצמיד.

החברה מאפשרת לכל משתמש הרוכש את המוצר שלה להתאים את הצמיד לכל יעוד שירצה בעזרת האפליקציה שפיתחה- מידע למשתמש, מפה ואיתור משתמשים באמצעותGPS , העלאת תמונות ווידאו, חיבור לרשתות חברתיות, אינטגרציה לשירותים חיצוניים, ביצוע הזמנות וכל שירות אחר.

אפל Apple -

שירות: אפל פיי- Apple Pay

חברת אפל השיקה בשנת 2014 את שירות התשלומים אפל פיי.  
השירות נתמך בכל מוצרי אפל בעלי שבב NFC ובעלי חיישן טביעת אצבע.  
שימוש בשירות מצריך את בתי העסק להתקין בסניפיהם מסוף מיוחד לביצוע העסקאות (POS) וכך לאפשר לצרכן רק לגעת עם המכשיר שלו במסוף וכך מתבצע התשלום. (כפי שמפורט על טכנולוגיית שבבי NFC בתחילת הפרק).  
שירות התשלומים פועל גם אונליין, כלומר לא רק מול בתי עסק פיסיים אלא גם באתרי קניות אינטרנטיים שונים.

השירות זמין רק למוצרים שהינם בעל מערכת הפעלה iOS 8.1 ומעלה.  
כמו כן, השימוש בשירות נעשה דרך אפליקציית Passbook הנמצאת במכשיר הסלולרי.  
  
אבטחת השירות נעשה באמצעות טכנולוגית EMV (טוקניזציה), בצורה כזו כך שפרטי המידע של כרטיסי האשראי אינם נשמרים במכשיר עצמו אלא לכל כרטיס מוגדר "מספר משתמש" ספציפי אחר וכך גם למכשיר עצמו (הסלולרי), בעת התשלום נוצר מספר תשלום חד פעמי, שמשתנה מעסקה לעסקה, כשהוא מלווה בקוד אבטחה דינמי.

חברת אפל משתפת פעולה עם מספר בנקים וחברות אשראי ברחבי ארה"ב ובעולם על מנת להגביר את השימוש בשרות תשלומים זה מצד הצרכן.

כמות המשתמשים בשירות זה נכון להיום (שנת 2017) מוערך ב-86 מיליון.

גוגל - Google

שירות: Google Wallet & Google Offers

חברת גוגל השיקה בשנת 2011 את השירות שנקרא Google Wallet.  
שירות זה מאפשר לבצע תשלום באמצעות מכשיר הסלולרי בעל חשבון גוגל  
(Google Account).  
השירות מתבסס על שבבי NFC (Near Field Communication) הנמצא במכשירים התומכים בכך.

גוגל חברה לכמה שותפות אסטרטגיות לתפעול השירות בארה"ב- ספקית סלולר, חברת עיבוד תשלומים, חברת בנק, חברת האשראי, רשתות שיווק ומזון.

כמו כן, גוגל השיקה את שירות הקופונים- Google Offers אשר מתריעה למייל האישי של המשתמש הצעות קניות במחיר מוזל.   
שני השירותים מתממשקים יחדיו ופועלים במקביל על מנת לשפר את חווית הקניה של המשתמש.

שירות: Android Pay

בשנת 2015 חברת גוגל השיקה פלטפורמת תשלומים חדש בשיתוף פעולה עם חברת PAYPAL הנועד לשדרג את השירות הקודם Google Wallet.  
אפליקציית אנדרויד פיי, המשמשת כארנק דיגיטלי, תומכת בתשלומים באמצעות חשבון הפייפאל של המשתמש .

השירות התאפשר הודות לשת"פ קודם של שתי החברות כאשר חברת פייפאל נכנסה כאחד מאמצעי התשלום הרשמיים בחנות האפליקציות של גוגל.  
השירות נתמך במכשירים בעלי שבב NFC ובעלי מערכת הפעלה אנדרואיד 4.4 ומעלה.

מחבינת אבטחה, פרטי כרטיס האשראי אינם עוברים לבעל העסק או לרשת שבה נעשה התשלום; במקום זאת, חברת גוגל משתמשת בשיטה שנקראת טוקניזציה, כלומר, המערכת מעבירה לבעל העסק מעין "אסימונים" שהיא יוצרת ואינם כוללים את מספר האשראי.

לפי שנה זו, בתי העסק התומכים בשירות זה הינו כ-700 אלף.

כמות המשתמשים בשירות זה עפ"י שנת 2017 עומדת על כ-24 מיליון.

סמסונג - Samsung

שירות: סמסונג פיי – Samsung Pay

חברת סמסונג השיקה בשנת 2015 את שירות התשלומים שנקרא Samsung Pay.

השירות נתמך בכל המכשירים מבית סמסונג בעלי שבבי NFC ובעלי חיישן טביעת אצבע.

חברת סמסונג רכשה את חברת LoopPay המציעה טכנולוגיה בשם MST, טכנולוגה זו מאפשרת תשלום עם הסמארטפון גם בקופות שלא תומכות בתקן התשלום הדורש שבב NFC, כלומר, אינו מחייב את בתי העסק לקנות טרמינל ייחודי לביצוע העסקאות (POS).

בנוסף לכך, השרות Samsung Pay מאפשר להטעין אליו כרטיסי אשראי ממותגים, כרטיסי מועדוני לקוחות וכרטיסי הטענה לרשתות קמעונאות.

שירות: סמסונג פיי מיני- Samsung Pay Mini

חברת סמסונג הרחיבה את שירות התשלומים שלה והוסיפה שירות נוסף הנקראSamsung Pay Mini , שירות זה מאפשר לכלל משתמשי האנדרואיד להשתמש באפליקציית התשלומים סמסונג פיי ולא רק לרוכשים של מוצרי החברה.  
מלבד תמיכה בשירות התשלומים, באפליקציה יוכלו המשתמשים לצפות במבצעים מחנויות וקניונים בסביבתם, להצטרף למועדוני לקוחות ולקבל נקודות והנחות בהתאם לרכישות שלהם. אפליקציית Pay Mini דורשת חיבור רציף לרשת ופועלת על מכשירי אנדרואיד מגרסה 5.0 ומסכים ברזולוציה p720 ומעלה.  
כמות המשתמשים בשני השירותים לשנת 2017 עומד על כ-36 מיליון.  
**לסיכום, השוואה בין החברות והשירותים שלהם מחלוקים לקטגוריות:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| חברה | שם השירות | טכנולוגיה | קהל יעד | כמות משתמשים (במיליונים) | מוצר נתמך | מערכת הפעלה נתמכת |
| SMARTag | Smartag | NFC,RFID,QR | ישראל | - | צמיד ייעודי | - |
| APPLE | Apple Pay | NFC | ארה"ב,אירופה, אסיה,אוסטרליה | 86 | מוצרי אפל בלבד | iOS 8.1  ומעלה |
| SAMSUMG | Samsung Pay | NFC | ארה"ב,אירופה, אסיה,אוסטרליה | 36 | מוצרי סמסונג בלבד | מכשיר הנתמך ב-NFC |
| Samsung Pay Mini | NFC | ארה"ב,אירופה, אסיה,אוסטרליה | כל מכשיר אנדרואיד | אנדרואיד +5.0 ורזולוציית מסך 720p ומעלה |
| GOOGLE | Android Pay | NFC | ארה"ב,אירופה, אסיה,אוסטרליה | 24 | כל מכשיר אנדרואיד | אנדרואיד 4.4 ומעלה |

**מודל עסקי**

מודל עסקי יכול להיות פשוט או מתוחכם, אבל בסופו של דבר הוא צריך לענות על שאלה עיקרית אחת: ממה תייצר החברה מזומנים לאורך זמן?

במובנו הצר, המודל העסקי ידבר בעיקר על ערוצי ההכנסות של החברה. במובן הרחב יותר, המודל העסקי יפרט את מבנה ההוצאות בשלבי ההתפתחות השונים שלה ויעריך מהי מסגרת הזמן הדרושה לה כדי להתחיל לייצר תזרים מזומנים חיובי.

לכן, על מנת למקד את המשקיע/ים במה תלויה פעילות המיזם שלנו ובמה הוא עדיף יותר לעומת החברות האופציונליות לתחרות, נציג תשעה פרמטרים אשר יענו על השאלה הבסיסית ביותר בהקמת העסק: כיצד יוצרים הכנסות ורווחים לעסק?

1. **הבעיה:**

כיום, ידוע שאחד האביזרים הבלתי נפרדים מאתנו הינו- הארנק, אנו הולכים אתו לכל מקום כאשר הוא משמש לאחסון תעודות מזהות, כסף ותזכירים.

בנוסף, עם גדילתם של מסכי הסמארטפון ואמצעי התשלום (כרטיסי אשראי, צ'קים, כסף מזומן, כרטיס חבר מועדון, תלושים), נראה כי התחלנו לסחוב הרבה יותר מידי, והגיע הזמן לדלל במעט את הכיסים.

אז נכון, לא נחליף מכשיר סלולרי רק בגלל הנפח שהוא תופס בכיס, וברור שלא נתפטר ממפתחות הבית, אז מדוע שלא נשאיר את הארנק בבית ונתן לארנק הדיגיטלי שלנו לבצע את הפעולות שהארנק הישן היה עונה עליהם.

בעיה נוספת, הקיימת לעיתים, אצל נושאי ארנקים היא כייסות. לפעמים, באזורים בהם קיימת צפיפות גבוהה, כגון [תחבורה ציבורית](https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%AA%D7%97%D7%91%D7%95%D7%A8%D7%94_%D7%A6%D7%99%D7%91%D7%95%D7%A8%D7%99%D7%AA) בשעות העומס, התקהלויות של אנשים וכדומה, ישנם כייסים המחפשים אנשים שקל לשדוד אותם, כאשר אחד המאפיינים הללו היינו ארנק שאינו תחוב מספיק בכיסו של הקורבן או בתיקו – ושוב, כתוצאה מאי נוחות.

1. **פילוח הלקוחות:**

בסעיף זה, נתאר את סוגי הלקוחות אליהם אנו פונים, ופוטנציאל הקנייה שלהם בטבלה הבאה:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **סוג לקוח** | **אפיון** | **פוטנציאל קנייה** |
| **לקוחות פרטיים** | לקוחות אשר משתמשים בארנק לעיתים תכופות במהלך היממה ומודעים לחוסר הנוחות שבשימושו, יביעו עניין רב במוצר שאנו מציעים להם. כמובן שיש את סוג הלקוחות שלא ירצו להחליף את הארנק שלהם מהסיבה כי הם התרגלו אליו. | בינוני |
| ללקוחות ששימוש באמצעים טכנולוגיים אינו זר להם (כמו חובבי גאדג'טים), והשימוש בו יהיה אטרקטיבי בעיניהם. לדעתנו לקוחות אלה יהיו ה- early adaptors (הראשונים לרכישת הארנק) וזאת בעיקר בעקבות שימושם הרב במוצרים טכנולוגיים חדשנים המגיעים לשוק. | גבוה |
| **לקוחות עסקיים** | לקוחות בעלי עמדות לתשלום אוטומטי, כאשר השימוש בארנק הדיגיטלי יתבצע בהעברתו מעל עמדות אלו. לקוחות מסוג זה ייהנו ממניעת תורים ארוכים ובהגדלת הפריון. | גבוה |
| **לקוחות ציבוריים** | גופים ציבוריים כמו: משטרה, שדות תעופה, בתי משפט, יעזרו במוצר הנלווה של הארנק הדיגיטלי – WALLETSENS במטרה לחסוך את זמן העבודה (אם זה בהצגת רישיון נהיגה, הזדהות בכניסה למוסד ממשלתי או בהצגת דרכון). | גבוה |

1. **הערך המוצע ללקוח:**

בכדי לענות על הבעיה שתיארנו בסעיף הראשון, חשבנו על מוצר אשר יספק מענה מקסימלי, יעיל ונוח ללקוח. אחת התועלות הבולטות ביותר במוצר שלנו הינה הקלילות והנגישות שבה הלקוח (הפרטי) יוכל להציג את פרטיו או לשלם באחד מאמצעי התשלום הרבים, מבלי לשאת ארנק כבד או מסורבל בכיסו. נוסף על כך, הארנק הדיגיטלי יוכל לשמש כמנהל תזכירים ומשימות שהלקוח קבע לעצמו.

גם המגזרים הציבוריים או העסקיים יניבו תועלות נוספות מהארנק הדיגיטלי, והן קיצור התורים, כך שבהנפת יד יוצגו הפרטים הנדרשים על הלקוח או תשלום על העסקה, דבר שיביא הן להגדלת הפריון - כמות התפוקה שתגיע, קרי לקוחות רבים יותר יגיעו ויקבלו שירות, ובנוסף יכולות הבקרה יגדלו ויהיו מדויקות יותר באמצעות הטרנזקציות שיבוצעו בעזרת הארנק הדיגיטלי וירשמו במערכות המידע.

1. **ערוצי** **הפצה:**

תכנית השיווק תכלול מספר אמצעים אשר יסייעו לקדם את הארנק הדיגיטלי ולהחדירו למודעות בקרב תושבי הסביבה והרכבים החולפים.

להלן טבלה המתארת את פעולות השיווק כלפי קהל היעד:

|  |  |
| --- | --- |
| **קהל היעד** | **פעולות השיווק** |
| **לקוחות פרטיים** | * פרסום בעיקר במקומונים וברשתות החברתיות. הפרסום ילווה במבצע קידום מכירות (כל המביא מודעה זו יקבל הנחה של...). * נוסף לפרסום מסוג זה, נפעיל מערך של קידום מכירות באמצעות פעילות שיווקית בנקודות המכירה. |
| **לקוחות עסקיים** | יש להדגיש כי מכירת הארנק הדיגיטלי הוא אינטרס של הלקוח העסקי מכיוון שהדבר מקנה לו ערך מוסף על פני מגזרים עסקיים בסביבה וצפוי לעלות עבורו את מספר הלקוחות, ע"י צמצום תורים וחווית קניה מהירה וקלה. |
| **לקוחות ציבוריים** | 1. מכירה ישירה - פגישות יזומות עם מנהלי החברות והצעת השירות תוך נתינת הנחות משמעויות לארגון. 2. דיוור ישיר - מכתבים המכותבים אישית לבעלי התפקידים הרלוונטיים בארגונים. 3. פרסום בעיתונות מקומית ומקצועית. |

1. **קשרי לקוחות:**

עם הלקוחות הפרטיים החברה תפתח ביחסי ציבור כאשר היא תציג להם בפרסומות סלבריטאים המסתובבים עם הארנק הדיגיטלי ותציג להם את השימושים המקבלים שבהם הלקוחות "נתקלים" ביום יום. לעומת זאת עם הלקוחות במגזר העסקי והציבורי החברה תציג להם את הארנק ככלי שימושי ואפקטיבי להפקת רווחים וקיצור זמנים.

אחד האתגרים המורכבים העומדים בפנינו הוא היכולת לשמר את מעגל הלקוחות לאורך זמן. כאן נכנסת לתמונה מערכת היחסים שתתנהל עם הלקוח בכל ערוצי התקשורת השונים והאינטראקציות שלו מולנו ונציגינו. בעידן התחרותי בו אנו פועלים כבר מזמן לא מספיק להעניק ללקוח שירות בסיסי ויש צורך להשקיע ולטפח קשר מתמשך שיעניק לו בכל רובד אפשרי תחושה טובה לגבי היותו לקוח של החברה. מחקרים סטטיסטיים מראים כי עלות שימור לקוח קטנה פי 5 מעלות הבאת לקוח חדש. שמירה על לקוחות החברה מרוצים תגדיל במהלך הזמן את הרווחיות ללקוח, תייצר זרם של הפניות ותאפשר צריכה של שירותים נוספים.

על מנת להרחיב את ההבנה לגבי צרכי הלקוחות שלנו, אחת לשנה נערוך משוב קצר בעזרת ערוצי התקשורת השונים, על המוצר, בשביל להסיק מסקנות ולשפר את המוצר עד כמה שניתן.

מעבר לכך, נבצע את הפעולות הבאות על מנת לשמר את חוג לקוחותינו:

* כנסים ואירועים - נערוך כנסים ואירועי לקוחות, באירועים אלו נעניק ללקוחותינו מידע חיוני בנוגע למוצר אם זה בנוגע לפונקציות שלו והארכת חייו (איך להשתמש בצורה נכונה וקלה), ונפתח קשרים עם חברות שיכולות לסייע בפיתוחים נוספים בארנק הדיגיטלי.
* רשתות חברתיות - נפעיל דף פייסבוק ודף לינקדאין עסקי, ונתחזק אותם באופן רציף בשביל שנוכל להציג בו מידע רלוונטי ובעל ערך אמיתי- מאמרים, טיפים, חדשות מהתחום ועוד.

1. **יצירת זרם מזומנים:**

אופן גביית התשלום מהלקוחות מתואר עפ"י סוג הלקוח:

1. לקוחות פרטיים - מזומן או בכרטיסי אשראי.
2. לקוחות עסקיים - עבור לקוחות אלה, תינתן הנחת כמות עבור העמדות המתקשרות עם הארנק הדיגיטלי. כאשר ההנחה בא לידי ביטוי בקנייה של מעל 5 עמדות כאלה, ההנחה תעמוד על 20% על כל עמדה שכזו, ומכמות הגדולה מ-10 עמדות תינתן הנחה של 30%. תנאי התשלום הם בשיעור שוטף + 18.
3. לקוחות ציבוריים - תנאי תשלום של שוטף + 30 או שוטף + 45 . תלוי בצורת ההתקשרות והמשכה.
4. **משאבים עיקריים ופעולות עיקריות:**

כיום, אנו נמצאים בשלב פיתוחו של המוצר כאשר הגיוס הראשוני למטרה זו עומד על סכום ראשוני של כ-250,000 ₪ . יתרה מזאת, פיתוחו של המוצר מותנה בגורמים הבאים:

* + טכנולוגית תשלום - כלל אמצעי התשלומים שנכללים בארנק הדיגיטלי מבצעים את פקודות הטרנזקציה בעזרת צ'יפ NFC (תקשורת מטווח אפס), כאשר צ'יפ זה ניתן לשימוש כאמצעי תשלום מידי, בדומה לשימוש שקיים היום ב[כרטיסי אשראי](https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%9B%D7%A8%D7%98%D7%99%D7%A1_%D7%90%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%99) וב[כרטיסים חכמים](https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%9B%D7%A8%D7%98%D7%99%D7%A1_%D7%97%D7%9B%D7%9D). צפוי כי טכנולוגיה מסוג זה תחליף את אמצעי התשלום הללו בעתיד הקרוב. לשם כך, באנו במגעים עם אחת החברות המובילות בתחום - Apple.
  + אבטחת מידע - מכיוון שהמוצר שלנו יכיל מידע רגיש כלפי הלקוח (תעודות מזהות), יש לאבטח את מידע זה מפני האקרים או מתוכנות זדוניות אחרות אשר יכולות לחבל בפעולות הארנק ולהעביר את המידע הרגיש בו לגורמים עוינים. בגלל שאין לנו הרבה ידע בתחום זה, נעזר בחברת צק' פוינט אשר מסייעת לחברות רבות בנושא זה.
  + פונקציות נוספות (זמן , תזכירים ועוד) - הפונקציות ה"פשוטות" יותר ייושמו ע"י מהנדסים של המיזם.
  + ייצור - מתקיים משא ומתן מול חברות ייצור במזרח במטרה להוזיל את עלויות ייצורו של המוצר ומרכיביו.

חוץ מגורמים אלו, ישנם גורמים נוספים הנדרשים לקיום המודל העסקי, והם:

מבנה נוסף, חוץ מהמבנה הקיים ברשתנו במגדל העמק, אשר בעתיד ימוקם במרכז הארץ וזאת בעקבות הפוטנציאל השיווקי שאנו רואים באזור זה כאשר את המטה של החברה שנקים נוכל עדיין להשאיר בצפון.

במסגרת זו של המבנה שיוקם במרכז נדרש לגייס אנשי כספים, מכירות, שיווק וטכנאים אשר יוכלו לתמוך בתקלות המוצר.

1. **שותפי מפתח:**

לרוב, במיזמים חדשים נדרש להיעזר בשותפים אשר מתמחים באותו התחום במטרה להעלאות את סיכויי ההצלחה של המודל העסקי. לכן כפי שפירטנו בסעיף הקודם נעזר ב-4 הגורמים שצוינו לעיל, ונוסף על כך בשביל להחדיר לידיעת הציבור בקיומו של הארנק הדיגיטלי, נעזר בתקשורת שיווקית משולבת:

* פרסום באמצעות שלטי חוצות ועיתונות כתובה ומודפסת.
* העסקת יחצ"נים ברשתות החברתיות שייצרו את המידע הרלוונטי ללקוחות הפוטנציאליים.
* הפעלת מערך של קידום מכירות באמצעות פעילות שיווקית בנקודות המכירה.

1. **מבנה עלויות:**

בסעיף זה נפרט את ההוצאות העיקריות שיש לנו כיום ׁ(שנתי):

|  |  |
| --- | --- |
| **הוצאה** | **עלות** |
| שיווק ופרסום | 1₪ 5,000 |
| ציוד | ₪ 21,600 |
| שכירות מבנה | ₪ 25,200 |
| ביטוח | ₪ 2500 |
| טלפון | ₪ 100 |
| חשמל | ₪ 500 |
| הפצה | ₪ 300 |
| אחסון | ₪ 150 |
| **סה"כ הוצאות** | **₪ 33,850** |

**תמהיל השיווק**

**המוצר**

"צמיד דיגיטלי" המשמש כתחליף לארנק. מוצר זה נועד להקל על הצרכן, בכך שהוא נוח יותר לשימוש מאשר ארנק רגיל בשימוש יום-יומי.

1. **תכונות המוצר:** צורתו של המוצר היא צמיד רגיל(כמו כל צמיד המשמש כתכשיט). המוצר מגיע בצבעים לבן,שחור וכסף(תיתכן הוספת צבעים אחרים בהתאם להערכת הביקוש בשוק). באמצעות המוצר הצרכן יוכל לנהל את הכספים שלו, להציג תעודות מזהות, לנהל מערך תזכירים ורישומים ועוד.

2. **אריזה ותוויות:** המוצר מגיע באריזה בודדת ועליו מוטבע שם החברה

. DIGIWALLET

3. **שירותים:** ללקוח תינתן האפשרות להחזיר את המוצר לחנות המכירה בהתאם לחוק (14 ימים מיום המכירה). כמו כן, הלקוח יוכל ליצור קשר עם מוקד פניות ללקוח בכל שאלה בנוגע למוצר, ובמקרים של תקלות במכשיר הלקוח יוכל למסור אותו למקום בו רכש את המוצר והוא יועבר למעבדה על מנת לתקן את התקלה. כמו כן, ללקוח תינתן האפשרות לרכוש את המוצר עם אחריות לשנה, כאשר במקרה והמכשיר ייצא מכלל שימוש , שלא באשמת הלקוח, הלקוח יפוצה במכשיר חדש**.**

**המחיר**

* **המחרה:** ההמחרה שתבוצע תהיה המחרת הנחות: הקמעונאי יציע מחיר מופחת על המוצר וההנחות יגיעו במגוון צורות:
  + כמות רכישה-10% הנחה על רכישה של כל צמיד נוסף
  + סטטוס לקוח-חיילים יזכו להנחה של 15% על המוצר בהצגת כרטיס חוגר, סטודנטים בשנה הראשונה או השנייה ללימודיהם יהיו זכאים ל-20% הנחה על המוצר
  + מיקום גאוגרפי- ביישובים בעלי דירוג סוציו-אקונומי נמוך מחירו ההנחה ינועו בין15% ל-50% הנחה(תלוי כמובן, בדירוג היישוב)
  + הנחות למפיצים- קמעונאים ב-3 השנים הראשונות להקמת העסק שלהם יזכו לנתח של10% יותר מרווח המוצר.
* **תנאי תשלום:** תשלום המוצר יתבצע באמצעות כסף מזומן או כרטיס אשראי. בתשלום בכרטיס אשראי תינתן אפשרות ללקוח לבצע תשלום ב-10 תשלומים ללא תוספת מחיר עבור כל תשלום

**הפצה**

* **אסטרטגיית הפצה:** ההפצה של המוצר תהיה הפצה אינטנסיבית. בכל נקודות מכירה בארץ שמוכרת מכשירים טכנולוגיים ניתן יהיה לרכוש את המוצר. הרעיון מאחורי אסטרטגיה זו, היא להפוך את המוצר למוצר צריכה בסיסי באמצעות כך שתהיה אליו גישה כמה שיותר רחבה
* **נתח שוק:** המוצר מיועד לגילאי 16-65 (בגילאים מבוגרים יותר השימוש בטכנולוגיה אינו נפוץ). לפי נתונים סטטיסטיים הנוגעים לשימוש באינטרנט עפ"י גיל המשתמש, גודל השוק שאליו אנו פונים היינו כ-61% מכלל אוכלוסיית מדינת ישראל.
* **החלטות מיקום:** כמו שמתואר באסטרטגיית ההפצה, המוצר יהיה ניתן לרכישה בכל נקודה בארץ. במידה ונתוני המכירות מאזורים מסויימים תהיינה נמוכות, תחושב מחדש מדיניות ה משך ההפצה במקומות הספציפיים.
* **מלאי:** המלאי שאותו החברה תנהל יכלול מוצרים מוכנים להפצה וחלקי חילוף נוספים למוצר(ברגים, לוח אלקטרוני וכו'). במידה וידווח לחברה של מחסור במוצר בנקודות מכירה השונות, תוערך הכמות שיש להעביר לחנות המבוקשת.
* **שינוע המוצר:** החברה תשכור נהגים שיספקו את המוצר לנקודות המכירה השונות.

**פרסום**

* **תערובת קידום מכירות:** איזון מתאים של פרסום, יחסי ציבור, שיווק ישיר וקידום מכירות. קידום המוצר ייעשה על ידנו באמצעות תקשורת שיווקית משולבת: פרסום באמצעות שלטי חוצות ועיתונות כתובה ומודפסת, אנו מתכננים להעסיק יחצ"נים ברשתות החברתיות שייצרו את המידע הרלוונטי ללקוחות הפוטנציאליים, ובנוסף נפעיל מערך של קידום מכירות באמצעות פעילות שיווקית בנקודות המכירה
* **מסר בפרסום:** המסר המרכזי שיועבר בכל ערוצי הפרסום הוא הנוחות שתתאפשר ללקוחות באמצעות השימוש במוצר. כמו כן, בערוצי הפרסום השונים תינתן הרחבה לגבי אופי המוצר ויתרונותיו
* **תדירות הפרסום:** תדירות הפרסום הינה שונה בין ערוץ בערוץ והיא תלויה בכדאיות הכלכלית לגביה ובמדרוג שבפרסום. פרסום ע"י יחצנים ברשתות החברתיות ייעשה באופן יום-יומי עקב החשיפה הגבוהה והישירה בדרך. פרסומים בעיתונות ובשלטי החוצות ייעשו בתדירות של אחת לכמה שבועות.

**תכנית המכירות**

.**תכנית המכירות לשנה הראשונה:**

(הנתונים בטבלה מוצגים ביחידות של אלפים)

**-18**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **מיקום**  **גאוגרפי** | **Jan-18** | **Feb-18** | **Mar-18** | **Apr-18** | **May-18** | **Jun-18** | **Jul-18** | **Aug-18** | **Sep-18** | **Oct-18** | **Nov-18** | **Dec-18** |
| צפון | 5 | 5 | 10 | 10 | 15 | 20 | 20 | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 |
| מרכז | 10 | 10 | 10 | 10 | 20 | 35 | 30 | 30 | 25 | 20 | 15 | 15 |
| דרום | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 15 | 15 | 10 | 10 | 5 | 5 | 5 |
| סה"כ | 20 | 20 | 25 | 25 | 45 | 70 | 65 | 55 | 50 | 35 | 30 | 30 |

**תכנית המכירות לחמש שנים:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **מיקום**  **גאוגרפי** | **18-Jun** | **19-Jun** | **20-Jun** | **21-Jun** | **22-Jun** |
| צפון | 20 | 25 | 25 | 30 | 30 |
| מרכז | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 |
| דרום | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 |
| סה"כ | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 |

**הוצאות בפרסום**

הנתונים מוצגים ביחידות של 100,000 שקלים(הוצאות קבועות בכל שנה).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **הוצאה שנתית** | **הוצאה חודשית** | **אמצעי פרסום** |
|  | 600 | 50 | שלטי חוצות |
|  | 600 | 50 | עיתונות |
|  | 240 | 20 | יחצ"נים |
|  | 120 | 10 | פעילות שיווקית בנק' המכירה |

**תפעול וכ"א**

צוות הניהול הבכיר של הארגון הינו :

* חביב כהן – מנכ"ל ואחראי על התקציב , בעל תואר ראשון בהנדסת תעשייה וניהול. בעברו הוביל פרויקט תקשורתי רחב בחברה ביטחונית גדולה בצפון הארץ .
* איתן יומטוביאן - סמנכ"ל תפעול, בעל תואר ראשון בהנדסת תעשייה וניהול. בעבר תיפקד כ-PMO באחת מהיחידות המסווגות בצה"ל. בעל ידע בחיזוי וניתוח נתונים בעזרת מערכת ה-OLAP.
* עוז חתוכה – סמנכ"ל שיווק ופיתוח עסקי, בעל תואר ראשון בהנדסת תעשייה וניהול.
* גל פלג- מנהל טכנולוגיות ראשי, בעל תואר ראשון בהנדסת מכונות ותואר שני במנהל עסקים

הנהלה וכלליות - שכר ועובדים

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|  | שכר לעובד זוטר ‎[ש"ח ]‎ | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
|  | כמות עובדים | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
|  | סה"כ שכר ‎[ש"ח ]‎ | 2,400,000 | 2,400,000 | 2,400,000 | 2,400,000 | 2,400,000 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | מזכיר/ה | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|  | שכר לעובד ‎[ש"ח ]‎ | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 |
|  | סה"כ שכר ‎[ש"ח ]‎ | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | נהגים | 10 | 10 | 15 | 20 | 20 |
|  | שכר לנהג [ש"ח ]‎ | 60000 | 60000 | 60000 | 60000 | 60000 |
|  | סה"כ שכר ‎[ש"ח ]‎ | 600000 | 600000 | 900000 | 1200000 | 1200000 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | סה"כ הוצאות שכר[₪] | 3,240,000 | 3,240,000 | 3,540,000 | 3,840,000 | 3,840,000 |

הנהלה וכלליות – הוצאות תפעול

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2,018 | 2,019 | 2,020 | 2,021 | 2,022 |
| מיסי ארנונה | 12,000 | 12,000 | 12,500 | 12,875 | 13,875 |
| דמי שכירות | 20,868 | 24,000 | 36,000 | 42,000 | 43,000 |
| חשמל | 12,000 | 13,000 | 13,500 | 13,905 | 14,905 |
| מים | 5,220 | 4,950 | 5,099 | 5,252 | 6,252 |
| תקשורת | 5,220 | 4,950 | 5,099 | 5,252 | 6,252 |
| ציוד משרדי | 5,220 | 4,950 | 5,099 | 5,252 | 6,252 |
| שווק ופרסום | 54,000 | 8,350 | 8,750 | 9,013 | 10,013 |
| ביטוחים | 4,176 | 5,000 | 5,150 | 5,305 | 6,305 |
| הנה'ח | 4,176 | 5,200 | 5,356 | 5,517 | 6,517 |
| כלליות | 10,440 | 11,500 | 11,845 | 12,200 | 13,200 |
| עלויות הרצאה | 3,045 | 4,600 | 4,650 | 4,790 | 5,790 |
| נסיעות | 3,132 | 3,150 | 3,245 | 3,342 | 4,342 |
|  |  |  |  |  |  |
| סה''כ | 139,497 | 101,650 | 116,293 | 124,703 | 136,703 |

**תוכנית פיננסית**

|  |  |
| --- | --- |
| ₪ 5,000 | שיפוץ מבנה |
| ₪ 21,600 | ציוד |
| ₪ 7,000 | ריהוט |
| ₪ 3,000 | הקמת אתר |
| ₪ 4,000 | ייעוץ |
| ₪ 5,000 | פרסום ראשוני |
| ₪ 25,600 | סה"כ עלויות הקמה ראשוניות |
| ₪ 10,000 | הון חוזר |
| **₪ 81,200** | **סה"כ הון נדרש לתחילת פעילות** |

**עלויות הקמה**

**עלויות קבועות**

|  |  |
| --- | --- |
| **הוצאה** | **עלות** |
| שיווק ופרסום | 1₪ 5,000 |
| ציוד | ₪ 21,600 |
| שכירות מבנה | ₪ 25,200 |
| ביטוח | ₪ 2500 |
| טלפון | ₪ 100 |
| חשמל | ₪ 500 |
| הפצה | ₪ 300 |
| אחסון | ₪ 150 |
| **סה"כ הוצאות** | **₪ 33,850** |

|  |  |
| --- | --- |
| 25 ₪ | עלות ייצור ליחידה (צמיד) |
| 5 ₪ | עלות אריזה ליחידה |
| 2000 ₪ | עלות מסוף |
| 500 ₪ | הובלה ואספקה |
| 30 ₪ | סה"כ עלות צרכן |
| 2500 ₪ | סה"כ עלות בית עסק |
| 50 ₪ | מחיר מכירה (צרכן) |
| 4000 ₪ | מחיר מכירה (בית עסק) |
| 0.667 | אחוז רווח גולמי (צרכן) |
| 0.6 | אחוז רווח גולמי (בית עסק) |

**תמחיר רווחיות והוצאות משתנות**

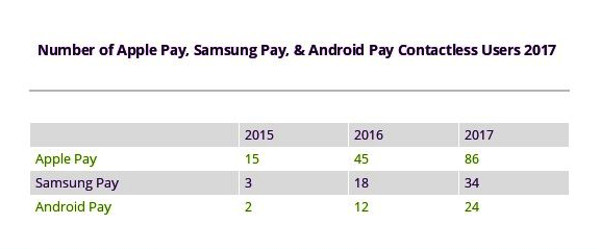
**מבנה ההון**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 250,000 ₪ | השקעה ראשונית | 156,800₪ | הלוואה |
| 106,800 ₪ | 3 חודשי תפעול | 100,00 ₪ | אשראי |
|  |  | 100,000 ₪ | הון עצמי |
| 356,800₪ | סה"כ | ₪356,800 | סה"כ |

תמצית תיאור השוק וההזדמנות העסקית

כפי שצוין בתחילת המסמך, תחום המטבע הממוחשב (ביטקוין) תופס תאוצה, כמו כן, ניתן לראות שיצרניות מכשירי הסלולר הגדולות (אפל,סמסונג וגוגל) כבר השיקו שירות תשלומים ואפליקציות למיניהן בשיתוף עם כל הגורמים הרלוונטיים לכך (בנקים, חברות אשראי, בתי עסק ועוד).

לאור הנתונים שהובאו בנושא המתחרים, ניתן להבין שיש צמיחה גדולה בכמות המשתמשים בשירות התשלומים בשנת 2017 לעומת שנים קודמות כי שמפורט להלן:



In millions

הבסיס והתשתיות להפיכת הצמיד מעבר לארנק דיגיטלי, כבר מוכן ובשל לשלב הבא לאחר אישור של הגורמים הבירוקרטיים בישראל.

**עקרי משמעויות**

**שנה ראשונה**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **תקופה** | **הכנסות ‎[ש"ח ]‎** | **רווח נקי ‎[ש"ח ]‎** | **רווח נקי (%)** | **רווח תפעולי ‎[ש"ח ]‎** | **יתרת בנק [ש"ח]** |
| יונ-17 | 10,000 | 5,000 | 50 | 5,000 | 179,410 |
| יול-17 | 16,000 | 8,000 | 50 | 8,000 | 83,767 |
| אוג-17 | 19,500 | 25,000 | 128 | 25,000 | 31,066 |
| ספט-17 | 25,000 | 22,000 | 88 | 22,000 | 32,343 |
| אוק-17 | 28,000 | 23,000 | 82 | 23,000 | 33,697 |
| נוב-17 | 28,967 | 18,356 | 63 | 18,356 | 32,455 |
| דצמ-17 | 21,470 | 12,000 | 56 | 12,000 | 31,528 |
| ינו-18 | 17,653 | 9530 | 54 | 9,530 | 27,592 |
| פבר-18 | 15,362 | 8,530 | 56 | 8,530 | 19,874 |
| מרץ-18 | 24,467 | 13,789 | 56 | 13,789 | 8,318 |
| אפר-18 | 32,993 | 10,809 | 33 | 10,809 | 8,643 |
| מאי-18 | 40,257 | 9,986 | 25 | 9,986 | 21,677 |
| סה''כ | 279,669 | 79,772 | 29 | 79,772 | 21,677 |

**חיזוי ל-5 שנים הקרובות:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **תקופה** | **הכנסות ‎[ש"ח ]‎** | **רווח נקי ‎[ש"ח ]‎** | **רווח נקי (%)** | **רווח תפעולי ‎[ש"ח ]‎** | **יתרת בנק [ש"ח]** |
| 2017/18 | 279,669 | 79,772 | 29 | 79,772 | 21,323 |
| 2018/19 | 494,781 | 178,699 | 36 | 178,699 | 137,619 |
| 2019/20 | 679,306 | 278,635 | 41 | 278,635 | 234,592 |
| 2020/21 | 857,170 | 497,326 | 58 | 497,326 | 299,984 |
| סה''כ | 2,310,926 | 1,034,432 | 45 | 1,034,432 | 299,984 |