

מצגת הכנה אסטרטגית

השוואת מודלים לאקוסיסטם החברתי – מסע אל האופק / אופק טק

מודל ייחוס A

UpWest-סטייל

UW

מתמשך • High Signal

ערוצים

Medium (בלוג)

Instagram

LinkedIn

קול המותג

מיקוד חד במייסדים ישראלים וברשת חזקה שמאיצה לשוק US

תוכן שולט

סיפורי מייסדים 📖

הישגי פורטפוליו 🏆

ספוטלייט מנטורים 🎯

אירועי "איך לגייס" 💰

מטרה מהרשת

פעולות מדידות בלבד:

הגשת מועמדות / פגישת מנטור / שיחת משקיע

KPIS

הרשמות מייסדים לחודש



לידים למנטורים לרבעון



שיחות משקיעים נכנסות



מודל ייחוס B

THE PITCH "EY"-סטיל

קמפיין ממוקד • Flagship שנתי



ערוצים

Microsite של התחרות

Facebook

LinkedIn

קול המותג

תחרות שנתית בעלת השפעה גבוהה לסטארטאפים – במה להכרה ולמשיכת משקיעים

תוכן שולט

קמפיין פתיחת הרשמה 📣

ספוטלייט מתמודדים ★

הכרזה על מנצחים 🏆

ריקאפ אירוע 📸

מטרה מהרשת

להפוך את התכנית לשם נרדף להזדמנות אחת גדולה ושנתית

KPIS

כמות הגשות לקמפיין 📝

שיעור הגעה לאירוע 👥

איכות לידיים מול תנאי סף ✅

סיכום מהיר ⚡

מטרה משותפת: משיכת מייסדים ומשקיעים לאקוסיסטם

EY THE PITCH

Campaign Burst – אירוע שיא שנתי

מייסדים + משקיעים סביב רגע אחד

UpWest

Always On – משפך פעיל ומתמשך

מייסדים + משקיעים לאורך כל השנה

C – Hybrid

מסע אל האופק

שכבת קהילה + הגברה – תמיכה, בניית מותג, והרחבת קהל דרך אירועים ורגעי שיא.

אופק טק

High Signal כמו VC/מאיץ – תוכן ממוקד, מייסדים, משקיעים. פעולות מדידות בלבד.


KPIS ל-90 יום

הפניות מייסדים / חודש

הרשמות / חודש

% צמיחת עוקבים

Kill Conditions

אם ערוץ לא מייצר הרשמה/שיחה/הפנייה תוך 90 יום → עוצרים 

? שאלות החלטה לפגישה

1 מה 2 מטרות בלבד לכל ערוץ?

2 מי 3 הקהלים הקריטיים? מי לא בדיון?

3 אילו 3 פעולות המרה בלבד נשארות?

4 לבחור 3 KPI ל-90 יום – יעד/בעלים/ייחוס

5 להפריד חשבונות? כן/לא – תועלת מול עומס?

6 אם מאוחד – מודל ייחוס אחד, מדויק

7 קצב עבודה אחד, לא יותר (Daily/Weekly/Milestone)

תוצר מחייב למסמך 📋

זהות ברשת	כן / לא
פעולות המרה	3 בלבד
KPIs	3 בלבד + יעד מספרי + בעלים + ייחוס + 90 יום
קהלים	סימון: קריטי / לא רלוונטי
ייחוס הצלחה	מודל סגור, אחד, לא מעורפל
קצב פרסום	בחירת מודל אחד בלבד