



Marketing for Non-Marketers

מיומנויות שיווקיות למנהלים.ות

ניהול אקדמי: מר אופיר רייכמן

תאריך פתיחה: 16.9.26

6 מפגשים 17:00-21:00

תאריכי המפגשים:

28.10.26 • 21.10.26 • 14.10.26 • 07.10.26 • 23.09.26 • 16.09.26

המפגשים יערכו אחת

לשבוע בימי ד'

בשעות 17:00-21:00



תוכנית למנהלים המעוניינים לפתח חשיבה שיווקית ככלי ניהולי, ולהוביל חדשנות, השפעה וצמיחה באמצעות כלים מעולמות השיווק, הדאטה וה-AI. התוכנית תקנה מיומנויות המבדלות מנהלים. ות מאפשרות להם. להניע מהלכים ותוצאות בצורה אפקטיבית יותר.

- בקצב השינויים העכשווי, יכולת חשיבה יזמית וממוקדת לקוח הופכת למיומנות ליבה ניהולית, המסייעת בניווט במציאות העסקית, בזיהוי צרכי לקוחות קיימים ועתידיים, בקבלת החלטות מבוססות נתונים, ברתימה אפקטיבית של בעלי עניין ופיתוח מוטיבציה אישית וארגונית מוביל.
- **התוכנית מיועדת** למנהלים. ות מכל הפונקציות – הנהלה, כספים, מוצר, טכנולוגיה, תפעול, משאבי אנוש ומו"פ – המבקשים להרחיב מוטת השפעה, להניע חדשנות, ולתרגם חשיבה שיווקית-אסטרטגית לתוצאות ארגוניות מדידות.
- דאטה בשירות השיווק: יישום Data-Generated Marketing, הגדרת KPIs מדויקים, הובלת אינטרקציות מהירות ו-"הוכחת קונספט" (POC) כחלק מקידום חדשנות אפקטיבית.
- **התוכנית מיועדת** למנהלים. ות מכל הפונקציות – הנהלה, כספים, מוצר, טכנולוגיה, תפעול, משאבי אנוש ומו"פ – המבקשים להרחיב מוטת השפעה, להניע חדשנות, ולתרגם חשיבה שיווקית-אסטרטגית לתוצאות ארגוניות מדידות.
- GenAI and The Agentic Organization – ההשפעות היישומיות של הבינה המלאכותית על תפקידי המנהלים והמשאבים העומדים לרשותם בפרסונליזציה ואדפטציה של מסרים, אוטומציה של תהליכים, הערכת חלופות ותמיכה בקבלת החלטות.
- **בסיום התוכנית תוכלו:**
 - להשתמש במתודולוגיות שיווקיות מתקדמות במהלכי טרנספורמציה טכנולוגיים ויזמיים בארגון.
 - להוביל מהלכי השפעה פנים-ארגונית שמייצרים Alignment לערכי הליבה ורוממים לשותפות.
 - לבסס ולהגביר את הנוכחות בארגון ובסושיאל כמובילי דעה וכ"נכס דיגיטלי".
 - התנסות מעשית והכרת יכולות כלי Generative AI ליישום בארגון ובמשימות הניהוליות.
 - לנסח הצעת ערך ומיצוב ברורים עבור מוצר, שירות, יוזמה או שינוי ארגוני.
 - לבנות נרטיב שיווקי-אסטרטגי ומסרים המותאמים להנהלה, לעובדים, לשותפים, למשקיעים וללקוחות.
 - לנתח מיתוג מעסיק כנכס עסקי ולחבר בין הבטחת המעסיק, חוויית העובדים ומוג הארגון.
 - לפתח מותג אישי ונוכחות ניהולית (Executive Presence) המחזקים את יעדי המנהל והארגון.
 - להכיר את ההשפעות, ההזדמנויות והסיכונים שיוצרת generative AI במתודולוגיה והפרקטיקה השיווקית.
- התוכנית משלבת מחקר ומתודולוגיה אקדמית עם היבטי יישום ופרקטיקה ניהולית: סדנאות ותרגומים, סימולציות, מקרי בוחן עדכניים והרצאות אורח, וכוללת 6 מפגשים של 4 שעות כל אחד.
- **במסגרת מקיפה ומעשית, נפתח את "שרירי ההשפעה" הניהוליים ונתמקד בחמישה צירים מרכזיים:**
 - מתודולוגיות שיווקיות ככלי לצמיחה: אימוץ Mindset שיווקי בזיהוי, מיפוי והערכה של הזדמנויות, אלטרנטיבות ומתחרים. הכרת ארכיטקטורת הצעת הערך (High Value Model) ככלי לקידום יזמות וחדשנות פנים ארגונית.
 - תקשורת מנהיגותית: עיצוב נרטיב, Storytelling העברת מסרים אפקטיבית, שיווק פנים-ארגוני (Internal Marketing) לרתימת הנהלות, עובדים ושותפים.
 - נוכחות והשפעה ניהולית בארגון, בדיגיטל ובסושיאל, אסטרטגיית Thought Leadership מיתוג אישי (Personal Branding) ונראות דיגיטלית.



ניהול אקדמי

מר אופיר רייכמן

מרצה בכיר וראש המסלול ליזמות ולמדעי המחשב בביה"ס אדלסון ליזמות, אוניברסיטת רייכמן. משמש גם כמנהל האקדמי של מסלול השיווק הדיגיטלי ב-Google & Reichman AI Tech School מרצה בתוכניות FORE למנהלים ולבכירים.

חוקר את השפעות הבינה המלאכותית על תהליכים שיווקיים וניהוליים במחלקה ל-Business Informatics Software באוניברסיטה הטכנולוגית של דארמשטט (TU Darmstadt) שבגרמניה.

מלווה סטארט-אפים, חברות ייעוץ וארגונים בפיתוח אסטרטגיות אימוץ חדשנות, טרנספורמציה דיגיטלית בדגש על AI, אסטרטגיית מותג, מיתוג מעסיק, ושיווק.

בעבר כיהן כראש אגף הטלויזיה ברשות השנייה, עורך בחדשות 2, וכיועץ בכיר לשיווק במגזר הציבורי והיזמי.



מרצים נוספים:

מר אדם גל, מומחה קריאייטיב ואסטרטגיית מסרים; **מר שי טיברג**, אחד מ-30 מומחי הלינקדאין העולמיים (LinkedIn) Certified Marketing Expert ומייסד משותף ב-MAIA Digital; **גב' מיה דרור מלמד**, מקימה ומנהלת מערכי שיווק לסטרטאפים; **מר יואב כהן**, Head of Education, WIX

* ייתכנו שינויים בחלק מההרצאות והמרצים הנוספים

Marketing for Non-Marketers



תכנית המפגשים

- חשיבה שיווקית ככלי ניהולי:** חשיבה שיווקית-יזמית וניהול אגילי (Agile)
- מרתון להזדמנות עסקית:** הבנת לקוחות והסביבה העסקית, זיהוי הזדמנויות ודאטה ו-AI כמנועי החלטה
- Positioning ככלי ניהולי ליצירת ערך:** מודל עבודה למסגור יוזמות, ארגונים ומנהלים
קריאטיב וסטריטלינג מוכוון ביצועים: העברת מסרים אפקטיבית לעובדים, מנהלים, משקיעים וצרכנים, שימוש בכלי AI כמגבירי יצירתיות וקריאטיב
- תקשורת מנהיגותית אפקטיבית:** אסטרטגיות שכנוע והטמעה ליצירת אימפקט פנים ארגוני
להפוך לקוחות למנוע צמיחה: קהילות משתמשים + Customer Success
- נוכחות דיגיטלית כמנוף השפעה:** סדנה יישומית בדגש על LinkedIn, החיבור בין המותג האישי והארגוני
- שיווק אפקטיבי בעידן ה-AI מהתובנות לפעולה:** אסטרטגיות מבוססות כלי AI, אופטימיזציה, הכרת טרנדים נוכחיים ומגמות עתידיות. סימולציה מסכמת – The AI Augmented Executive סיכום

16.09.2026
17:00-21:00

1

23.09.2026
17:00-21:00

2

07.10.2026
17:00-21:00

3

14.10.2026
17:00-21:00

4

21.10.2026
17:00-21:00

5

28.10.2026
17:00-21:00

6

* FORE לימודי חוץ והכשרת מנהלים, אוניברסיטת רייכמן שומר לעצמו את הזכות לערוך שינויים קלים בתוכנית
** התוכנית במתכונת פרונטלית בקמפוס אוניברסיטת רייכמן

למסיימי הקורס תוענק תעודה מטעם FORE לימודי חוץ והכשרת מנהלים, אוניברסיטת רייכמן
בעבור 32 שעות אקדמיות. קבלת התעודה מותנית בנוכחות של 80%



פירוט המפגשים

יום ד' 16.09.2026

1

פיתוח חשיבה שיווקית ככלי ניהולי: חשיבה שיווקית-יזמית וניהול אג'ילי (Agile)

במפגש נגדיר יזמות וחדשנות, ונמקם אותן ככשירות ניהולית לחציית מחיצות בארגון. נציג מסגרות עבודה מעשיות לחדשנות כחלק ממסע מרעיון ליישום ונעמוד על הקווים המשותפים למתודולוגיות שיווקיות. נדבר על התנגדויות לחדשנות פנים-ארגונית, ונרחיב על השפעתן על מנהלים וצוותים. נעבור מחשיבה "מוצרית" המבוססת על קטגוריות מוצר קיימות לחשיבה המבוססת צרכים ורצונות, נכיר מודלים לניתוח הצעות ערך, וטכניקות רעיונות Ideation. נשלב שימוש והיכרות עם כלי Generative AI.

מרצה: מר אופיר רייכמן.

יום ד' 23.09.2026

2

מרעיון להזדמנות עסקית: הבנת לקוחות והסביבה העסקית, זיהוי הזדמנויות ודאטה ו-AI כמנועי החלטה

במפגש נכיר את הגדרת השוק – והמשמעויות על ביצועי הארגון בהיבטים התפעוליים והפיננסיים- וכמובן השיווקיים. נכיר מודלים להערכה וחקר של הזדמנות שוק, נלמד לזהות ולאפיין את הלקוחות הפוטנציאליים הראשונים והחסמים שלהם, לתאר קהלי יעד וטריגרים לקבלת החלטות. נלמד לזהות תחרות ומתחרים ישירים ועקיפים, ויצירת ההתאמה (FIT) בין המוצר/ שירות למודל העסקי, ערוצי השיווק וההפצה. נכיר את מודל High Feature Value ליצירת הצעת ערך ממוקדת ומסגרת מסר אחידה לשימוש בהנהלה, מול לקוחות ובעלי עניין.

מרצה: מר אופיר רייכמן.

יום ד' 07.10.2026

3

מיצוב וסטוריטלינג ככלי ניהולי

המיצוב הוא כלי שמטרתו לעזור לנו לזקק את הצעת הערך של מוצר או שירות, כאשר בתהליך המיצוב אנו נדרשים לתת מענה מדויק וברור לארבע שאלות: מה המוצר/השירות? למי הוא מיועד? מה האלטרנטיבה? למה הפתרון שלנו עדיף על האלטרנטיבה? המיצוב חייב להיות נקודת המוצא של כל יוזמה שיווקית, ואם ננסה לדלג עליו, נמצא את עצמנו עם מסרים גנריים, שבפועל לא מניעים אף אחד לפעולה. השיעור יתמקד במודל למיצוב מוצר או שירות, אשר מהווה בסיס נכון ויציב לכל הצעת ערך מוצלחת.

מרצה: גברת מיה דרור מלמד - מקימה ומנהלת מערכי שיווק לסטרטאפים קריאייטיב מוכוון-ביצועים: סיפורים שעושים מספרים

נבין מהו קריאייטיב וכיצד "מספרים את הסיפור" באופן שנוגע בלב ובבטן כדי לשכנע את המוח. נבנה בריף תכליתי הכולל רקע שוק, מטרה וקהל אחד, תובנה צרכנית, Reasons to Believe נתרגל התאמת מסרים לריבוי מדיות תוך העדפת סיפור על פני "מודעות". נאמץ מתודולוגיית בחינה מתמשכת של גרסאות, יציאה לאוויר, מדידה ושיפור. ניישם טכניקות פרטיות, בדגש על קריאייטיב שאפשר לתרגם לתוצאה עסקית.

מרצה: מר אדם גל, מומחה קריאייטיב ואסטרטגיית מסרים



פירוט המכשירים

יום ד' 14.10.2026

4

תקשורת מנהיגותית אפקטיבית: אסטרטגיות ליצירת אימפקט ארגוני

אסטרטגיות שכנוע והטמעה:

נכיר את התאמות הייחודיות לפרקטיקה השייוקית הקלאסית כדי ליצור תקשורת מלכדת לכל בעלי העניין: מודלים לשינוי הרגלים, עמדות ונורמות בחברה ובארגון, פרקטיקות Issue Management ומיפוי חסמים, משוואות עלות / תועלת לאורך מסע הלקוח, והתאמת המסרים. נלמד לבנות נרטיב עסקי אחיד, בתוך ומחוץ לארגון, וננסח הצעת ערך מותאמת לקהלים בארגון ולמחזיקי העניין.

מרצה: מר אופיר רייכמן

להפוך לקוחות למנוע צמיחה: קהילות משתמשים ו-Customer Success

נלמד כיצד להשתמש במערך Customer Success מוכוון קהילה כדי לזהות מגמות ולקוחות שנותנים את הטון, נבין את השפעות הקהילה על הצלחת משתמשים ו-retention נמפה את מסע הלקוח, ונכיר מאפייני קהילת משתמשים אפקטיבית, כולל תפקידי מפתח, מדיניות תוכן, ויעדים מדידים.

מרצה: מר יואב כהן, Head of Education, WIX

יום ד' 21.10.2026

5

נוכחות דיגיטלית כמנוף השפעה: סדנת LinkedIn יישומית בדגש על החיבור בין המותג האישי והארגוני

סדנת לינקדאין למנהלים מתמקדת בפרופיל האישי של הבכיר כמנוע השפעה ארגונית: נבנה נוכחות מקצועית, נרחיב את הנטוורקינג בכדי לייצר הזדמנויות עסקיות ונתחבר ליעדי הארגון באמצעות תוכן מעולמות ה-Thought Leadership בכדי לבלוט ולהשפיע. נתרגל AI ללינקדאין עבור דיוק הפרופיל והפוסטים וגם נלמד כיצד לשלוח הודעות ולייצר אינטראקציה שמובילה להזדמנויות. בנוסף, נלמד כיצד למדוד את הפעילות שלנו, איך לעשות לה אופטימיזציה ולהפוך את הפעילות האישית שלנו לנוכחות דיגיטלית שמזיזה את המחט עבור הארגון.

מרצה: מר שי טיברג, מייסד משותף, MAIA Digital, אחד מ-30 מומחי הלינקדאין בעולם



שיווק אפקטיבי: אסטרטגיות Go To Market ו-Growth Hacking, אופטימיזציה, הכרת טרנדים נוכחיים ומגמות עתידיות

במפגש נשלב את מכלול התכנים שנלמדו בתוכנית לארכיטקטורת Go To Market ממוקדת ערך וקהל. נבחן כיצד שינויים טכנולוגיים ורגולטוריים מעצבים את סל הערוצים והכלים, וניישם פרקטיקות מותאמות לעידן ה-Attention Economy כולל Growth Hacking, שיווק באמצעות תוכן, וניסויי שיפור מתמשכים לאורך המשפך השיווקי.

המפגש המסכם יחבר בין אסטרטגיה, שיווק, מכירות, הצלחת לקוחות (Customer Success) וצמיחה, ומתרגם את תכני התוכנית למפת פעולה אינטגרטיבית לרבות:

- בניית ארכיטקטורת יציאה לשוק (Go-to-Market) הממוקדת בקהל ובהצעת ערך.
- היררכיית מדדים המחברת בין פעילות, שינוי התנהגות, תוצאה עסקית וערך פיננסי.
- כלכלת הקשב (Attention Economy) ו-Growth Hacking ככלים ממוקדים בתוך אסטרטגיית Go to Market GTM.
- התוכן הוא המלך: אסטרטגיות Content Marketing ליצירת ערך ואימפקט לאורך זמן.
- כישורים עתידיים: השינויים הטכנולוגיים והרגולטוריים המשפיעים על השיווק, השפעות Generative AI על תהליכי עבודה, מבנה ארגוני, ותפיסת הלקוחות.

מרצה: מר אופיר רייכמן