

## Beyond Marketing: שיווק, חדשנות ו-AI

ניהול אקדמי: **מר אופיר רייכמן**

**מועד פתיחה: 16.09.2026**

המפגשים יערכו אחת לשבוע בימי ד' בשעות 17:00-21:00, בתאריכים הבאים:

16.09.26 | 23.09.26 | 07.10.26 | 14.10.26 | 21.10.20 | 28.10.26

בעולם עסקי דינמי, שבו הבינה המלאכותית מאיצה שינויים ומגדירה מחדש תעשיות, מנהלות ומנהלים בכירים נדרשים ליותר מאשר ניסיון עבר; הם זקוקים למודלי פעולה אסטרטגיים עדכניים כדי להוביל מהלכים חוצי-ארגון, לייצר אימפקט ולהאיץ צמיחה. כאשר קצב השינויים עולה, המתודולוגיה השיווקית-יזמית הופכת למיומנות ליבה ניהולית, המאפשרת קריאה מדויקת של המפה העסקית, זיהוי צרכי לקוחות קיימים ועתידיים, קבלת החלטות מבוססת נתונים, ורתימה אפקטיבית של מחזיקי העניין (Stakeholders) לצד יצירת מוטיבציה אישית וארגונית עדכנית ומוביל. התוכנית מיועדת לבכירות ולבכירים מכל הפונקציות – הנהלה, כספים, מוצר, טכנולוגיה, תפעול, משאבי אנוש ומו"פ – המבקשים להרחיב מוטת השפעה, להניע חדשנות, ולתרגם חשיבה שיווקית-אסטרטגית לתוצאות ארגוניות מדידות.

במסגרת מקיפה ומעשית, נפתח את "שרירי ההשפעה" הניהוליים ונתמקד בחמישה צירים מרכזיים:

- **אסטרטגיה וצמיחה:** מעבר מ- Product-Market Fit ל- Product-Market-Impact, תכנון מהלכי-Go-to-Market ומיפוי מתחרים, תחרות והזדמנויות. בקטגוריות המוצר/שירות של הארגון – ומעבר להן.
- **חדשנות ודאטה:** יישום, Data-Generated Marketing, הגדרת KPIs מדויקים, הובלת איטרציות מהירות וביצוע POC אפקטיבי.
- **מנהיגות ומיתוג:** עיצוב נרטיב מנהיגותי Storytelling, עסקי, מיתוג אישי (Personal Branding) וניהול נוכחות בלינקדאין.
- **רתימה והשפעה: העברת מסרים אפקטיבית,** שיווק פנים-ארגוני (Internal Marketing) לרתימת הנהלות, עובדים ושותפים אסטרטגיים.
- **הזווית הטכנולוגית: (AI) לאורך התוכנית נדון בהשלכות היישומיות של הבינה המלאכותית על תפקידי המנהלים: החל מפרסונליזציה ואדפטציה של מסרים, דרך אוטומציה של תהליכים ועד להערכת חלופות ותמיכה בקבלת החלטות.**

**התוכנית משלבת מחקר ומתודולוגיה אקדמית עם היבטי יישום ופרקטיקה ניהולית: סדנאות ותרגולים, סימולציות, מקרי בוחן עדכניים והרצאות אורח, וכוללת 6 מפגשים של 4 שעות כל אחד.**

ניהול אקדמי – מר אופיר רייכמן, מרצה בכיר וראש המסלול ליזמות ומדעי המחשב בביה"ס אדלסון ליזמות, אוניברסיטת רייכמן. משמש גם כמנהל האקדמי של מסלול השיווק הדיגיטלי בביה"ס להייטק של Google ואוניברסיטת רייכמן, ומרצה בתוכניות למנהלים בכירים (Executive Education) ולימודי חוץ. במקביל לפעילותו האקדמית והייעוצית, הוא חוקר את השפעות הבינה המלאכותית על תהליכים שיווקיים וניהוליים במחלקה ל-Business Informatics Software באוניברסיטה הטכנולוגית של דארמשטט (TU Darmstadt) גרמניה. בעבר כיהן כראש אגף הטלוויזיה ברשות השנייה, עורך בחדשות 2, וכיועץ בכיר לשיווק במגזר הציבורי. מלווה סטארט-אפים, חברות יעוץ וארגונים בפיתוח אסטרטגיות מיתוג ותוכניות Go-to-Market.

## תכנית המפגשים

מרצים	נושא	שעות	תאריך	
מר אופיר רייכמן	<b>מנהלים, משווקים או יזמים?</b> חשיבה שיווקית-יזמית כאסטרטגיה ניהולית, מתודולוגיות חדשנות וניהול אג'ילי	17:00-21:00	16.09.26	<b>1</b>
מר אופיר רייכמן	<b>מרעיון לשוק:</b> 'Product Market Impact' ניתוח ומיפוי שוק ומתחרים, פיתוח ומוצר כניסוי מתמשך, דאטה ו-AI כמכפילי כוח	17:00-21:00	23.09.26	<b>2</b>
	אין מפגש – חוה"מ סוכות		30.09.26	<b>*</b>
גב' מיה דרור	<b>Positioning כבלי אסטרטגי ליצירת ערך:</b> מודל עבודה למסגור יוזמות, ארגונים ומנהלים			
מר אדם גל	<b>קריאטיב וסטוריטלינג מוכוון ביצועים:</b> העברת מסרים אפקטיבית לעובדים, מנהלים, משקיעים וצרכנים	17:00-21:00	07.10.26	<b>3</b>
מר אופיר רייכמן	<b>אימפקט פנים ארגוני - שינוי מתחילים מבפנים:</b> אסטרטגיות שכנוע והטמעה	17:00-21:00	14.10.26	<b>4</b>
מר יואב כהן, WIX	<b>להפוך לקוחות למנוע צמיחה:</b> קהילות משתמשים + customer success			
מר שי טיברג	<b>נוכחות דיגיטלית במנוף השפעה:</b> סדנה יישומית בדגש על LinkedIn, החיבור האסטרטגי בין המותג האישי והארגוני	17:00-21:00	21.10.26	<b>5</b>
מר אופיר רייכמן	<b>שיווק אפקטיבי:</b> אסטרטגיות Go To Market ו-Growth Hacking, אופטימיזציה, הכרת טרנדים נוכחיים ומגמות עתידיות. סיכום.	17:00-21:00	28.10.26	<b>6</b>

\* FORE לימודי חוץ והכשרת מנהלים, אוניברסיטת רייכמן שומר לעצמו את הזכות לערוך שינויים קלים בתוכנית

\*\* התוכנית במתכונת פרונטלית בקמפוס אוניברסיטת רייכמן.

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

## פירוט המפגשים

### 1. המנהלים היזמים: חשיבה שיווקית-יזמית כאסטרטגיה ניהולית

# יום רביעי, 16.09.2026

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 רעיונאות Ideation. נשלב שימוש והיכרות עם כלי Generative AI.

מרצה: מר אופיר רייכמן.

### 2. מרעיון לשוק: Product Market Impact

# יום רביעי, 23.09.2026

במפגש נכיר את הגדרת השוק – והמשמעויות על ביצועי הארגון בהיבטים התפעוליים והפיננסיים – וכמובן השיווקיים. נכיר מודלים להערכה ואגרציה של הזדמנות שוק, נלמד לזהות ולאפיין את הלוקוחות 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.

### 3. 3. מיצוב וקריאטיב ככלי אסטרטגי למנהלים

# יום רביעי 07.10.2026

#### מיצוב Positioning ככלי אסטרטגי לבניית הצעת ערך:

המיצוב הוא כלי אסטרטגי 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: מיה דרור מלמד - מקימה ומנהלת מערכי שיווק לסטרטאפים.

#### קריאטיב מוכון-ביצועים: סיפורים שעושים מספרים

נבין מהו קריאטיב וכיצד "מספרים את ה"מה למי" באופן שנוגע בלב ובבטן כדי לשכנע את המוח. נבנה בריף תכליתי הכולל רקע שוק, מטרה וקהל אחד, תובנה צרכנית, הבטחה ו־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.

### 4. אימפקט פנים ארגוני – שינוי מתחילים מבפנים

# יום רביעי 14.10.2026

אסטרטגיות שכנוע והטמעה:

נכיר את התאמות הייחודיות לפרקטיקה השיווקית הקלאסית כדי ליצור תקשורת מלכדת לכל בעלי העניין: **מודלים** לשינוי הרגלים, עמדות ונורמות בחברה ובארגון, פרקטיקות Issue Management, מיפוי חסמים, משוואות עלות / תועלת לאורך מסע הלקוח, ונכון מסרים וכלים בהתאם. נלמד לבנות נרטיב עסקי אחיד, נתרגל התאמת המסר מחוץ לארגון תוך הדגשת תועלת ללקוחות ולקהילה ושקיפות תוצאות, 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 מוכון 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

### 5. נוכחות דיגיטלית כמנוף השפעה: סדנת LinkedIn יישומית בדגש על החיבור האסטרטגי בין המותג האישי והארגוני

# יום רביעי, 21.10.2026

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, אחד מ-30 מומחי הלינקדאין העולמיים (LinkedIn Certified Marketing Expert) ומייסד משותף ב-MAIA Digital.

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

# יום רביעי 28.10.2026

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 המשך השיווקי. נעבוד עם דאטה לבחירת קהלים, אופטימיזציות מסרים והגדרת מטריקות אפקטיביות, ננתח מקרי מבחן ודילמות שיווקיות כדי לזהות עקרונות פעולה ישימים. נסכם את התוכנית ואת תובנות המשתתפים.

**מרצה: אופיר רייכמן**