

סילבוס הכשרה מקצועית 'תיירות קדימה'

לעסקי תיירות נכנסת

מפגש 1 - מיקוד עסקי לשדרוג המותג התיירותי

מיפוי אתגרי העסק והסביבה התיירותית, זיהוי מנועי צמיחה והזדמנויות אזוריות, חידוד חזון, הצעת ערך וחווית לקוח חדשה.

מפגש 1

מפגש 2 - שת"פ אזורי כמנוע צמיחה והכנסות

בניית תשתית מערכתית לעבודה חכמה עם שותפים. מודלים לפיתוח, ניהול ותגמול - מוצר משולב עם שותפויות אזוריות המייצרות אימפקט אישי - וקהילתי. חוויית לקוח משתלמת, שהות ארוכה, ו-סל קנייה גדול יותר.

מפגש 2

מפגש 3 - כלים לביסוס נוכחות מותג חזקה ומושכת

הופכים הצעת ערך למנוע ביקוש והזמנות בעסק. כלים לבניית מותג חזק עם תוכן רלוונטי למסע לקוח. שימוש בכלי AI ליצירת מסרים ותכנים וויזואליים ממותגים, מניעים לפעולה, ותקשורת לקוחות אפקטיבית: הנדסת פרומפטים

מפגש 3

מפגש 4 - ניהול עסק חכם וגמיש

כלים לבניית בסיס כלכלי יציב לעסק עם תוכנית עבודה גמישה. איתור ופיתוח מקורות הכנסה משלימים, תמחור ותכנון פיננסי. הפיכת חוויית לקוח למנוע הכנסות וצמיחה - שימור ותגמול.

מפגש 4

מפגש 5 - מפגש מסכם - תכנית עבודה להמשך קידום העסק

עקרונות מנחים לשיווק סגמנטיאלי אפקטיבי לעסק קטן בערוצים השונים, גיבוש תכנית פעולה להמשך צמיחה. כלים לניהול סביבת עבודה בריאה ומאוזנת. סבב הצגת תוצרים תיירותיים שפיתחו המשתתפים במהלך ההכשרה.

מפגש 5

'תיירות קדימה'

לא רק ללמוד. להתחיל ליישם.

עוברים מעסק מגיב הנאבק במצבי אי ודאות ושינוי לעסק יוזם, יצירתי עם גמישות ניהולית, יצירתי שבונה מנועי צמיחה חדשים ומוכן לעתיד

סילבוס ‘תיירות קדימה’ - תוכנית הכשרה לעסקי תיירות נכנסת ביוזמת משרד התיירות

מפגש 1: מיקוד עסקי לשדרוג המותג התיירותי בעידן החדש - ממקום לחוויה מותאמת.

”סיפור חדש * חווית לקוח משתנה * אמון וביטחון”

מטרות: מיקוד עסקי | שינוי צרכים | חווית לקוח חדשה | חשיבה עסקית

זיהוי מנועי צמיחה והזדמנויות אזוריות לפיתוח מוצר תיירותי חדש לקהלים חדשים - חידוד הצעת ערך וחווית לקוח.

נושאים מרכזיים:

- ניתוח הסביבה התחרותית ברמה קהילתית ואזורית.
- פרופילינג קהלי יעד (משפחות, GEN Z/Y/X, ועדי עובדים, הייטק, תייר עצמאי, סוכני תיירות ועוד)
- הגדרת עסק חדשה - מיקוד עסקי מעודכן
- כלי AI לשדרוג והתאמת המוצר התיירותי למסע לקוח והצעת ערך חדשה.
- ביסוס אמון דיגיטלי, וביטחון לרכישה.

תרגול מעשי:

מפת הזדמנויות לצמיחה | טיוב מסע לקוח | חידוד חזון וחווית לקוח - קהלי יעד אסטרטגיים.

תוצרי המפגש (כולל משימות להמשך יישום והשלמה בבית)

- הגדרת עסק, הצעת ערך וחווית לקוח מותאמים ורלוונטיים לזמן, למקום ולקהלים משתנים.
- מפת דרכים לפיתוח עסקי וצמיחה.

מפגש 2: שת"פ אזורי כמנוע צמיחה - יחד בונים סיבה טובה יותר לבקר.

”סיפור קהילתי * לקוח משותף * חוויה אימרסיבית עם אימפקט”

מטרות: חיבור חכם לאנשים | קהילות | עסקים - לצמיחה משותפת ומתגמלת

לעבוד חכם יותר, לבנות שותפויות ומוצרים משולבים המייצרים ערך ואימפקט אישי - וקהילתי.

נושאים מרכזיים:

- יתרונות שת"פ אזורי כמנוע צמיחה: חווית לקוח משתלמת, שהות ארוכה, ו-סל קנייה גדול יותר.
- איתור והתאמת שותפים, מודלים עסקיים לתגמול ותמחור מוצר משותף.
- אבני דרך לפיתוח מוצר משולב - חוויה תיירותית אימרסיבית אזורית.
- משפכים שיווקיים לקדם מוצר משותף: וואטס אפ, נטוורקינג, קהילות.
- הדגשים לקידום ושיווק בנכסים הדיגיטליים של השותפים.
- כלי AI לפיתוח שותפויות: פרומפטים לתיירנים לאיתור, פיתוח הצעת ערך משלימה, עיצוב מצגת (Pitch Deck)

תרגול מעשי

- גיבוש מוצר תיירותי משולב בקבוצות/יחידים עם כלי AI.
- תרגול נאום מעלית.

תוצרי המפגש (כולל משימות להמשך יישום והשלמה בבית)

- תוכנית פעולה לבניית מוצר חוויתי אזורי ראשון.
- משימת יזום מוצר משולב באזור וקידומו - במפגש לחיבור העסקי.

מפגש 3 – שיווק דיגיטלי חכם שמוביל להזמנה

“מסר ברור * תוכן ממוקד מטרה * הנעה לפעולה וקשר אישי”

מטרות

כלים לבניית נוכחות מותג חזקה. שימוש בכלי AI ליצירת מסרים ותכנים וויזואליים מניעים לפעולה, ארגז כלים לתקשורת לקוחות אפקטיבית ממירה פניות לעסקאות.

נושאים מרכזיים

- הבנת תהליכי קבלת החלטות וזיהוי חסמי לקוח - מסע לקוח דיגיטלי ממיר.
- דיוק וחידוד אסטרטגיית תוכן ומיתוג מותאמת לקוחות-לוח תוכן לקידום מוצר חדש.
- כלי AI ליצירת מסרים ותכנים וויזואליים מניעים לפעולה בהתאם למסע לקוח.
 - הנדסת פרומפטים-כתיבה שיווקית בטון וסגנון אישי עם ChatGPT.
 - מיתוג, עיצוב תוכן ותזמון ב־Canva.
 - וואטס אפ ביזנס: ניסוח סקר משוב -מענה לפנייה- בקשה להמלצה.

תרגול מעשי:

מרעיון למוצר תיירותי משותף חדש - לקמפיין מותאם מסע לקוח. כתיבה שיווקית AI לפוסטים, מענה לפניות בוואטס אפ ביזנס, גיבוש לוח תוכן לקמפיין אורגני, עיצוב - בקאנווה .

תוצרי המפגש (כולל משימות להמשך יישום והשלמה בבית).

- לוח תוכן לקמפיין אורגני למוצר תיירותי חדש + סט פרומפטים שיווקיים לתחום התיירות להמשך יישום .

מפגש 4 – ניהול ותכנון כלכלי לעסק יציב וגמיש - שירות קשוב, תגמול ושימור .

“מבטיחים * מקיימים * מקשיבים * משפרים ומרוויחים”

מטרות: שמירה על יציבות פיננסית, גמישות תפעולית, מקורות הכנסה משלימים, אומן וביטחון ברכישה.

נושאים מרכזיים

- הופכים לקוחות קיימים וחדשים למנוע הכנסות.
 - מפרט שירות - מדדי משוב וטיוב - טיפול במשברים - כלים להפיכת משוב לרכישה.
 - לקוחות כמנוע צמיחה להגדלת הכנסות- שגרירי מותג- שימור נאמנות, גוגל פורמס.
- גיבוש תכנית עבודה גמישה- Plan A | Plan B | Plan C - תמחור וניהול סיכונים בתנאי שוק משתנים.
 - גמישות תפעולית: תכנון קצר, בינוני וארוך טווח- נקודת איזון, מדיניות ביטולים, מוצרים משלימים.
 - הצעת מחיר מותאמת במפרט מוצרים מודולרי - מיקסום פוטנציאל הכנסות.

תרגול מעשי:

מפרט שירות מוצר חדש, ניסוח סקר משוב לטיוב/ תגובה לתלונה, מודל כלכלי ב-3 תרחישים. בניית תקציב שיווק.

תוצרי המפגש (כולל משימות להמשך יישום והשלמה בבית)

- תכנית פיתוח מוצרים חדשים- Plan A | Plan B | Plan C .
- תכנית פעולה לשימור, טיפוח נאמנות ותגמול.

מפגש 5 – פרויקט מסכם ותוכנית פעולה להמשך צמיחה

תשתית שיווק חכמה שעובדת עבורך בעסק קטן

“נכסים מניבים * תהליכים פרודוקטיביים * כלים להתייעלות AI * תכנית עבודה לצמיחה ושגשוג”

מטרות

פרויקט מסכם - סבב הצגת מוצר תיירותי חדש, משודרג או פרי שית"פ ע"י המשתתפים, אשר פותח במהלך ההכשרה. כלים להמשך צמיחה - תוכנית עבודה יישומית שהופכת רעיונות ותובנות לתוכנית עבודה מדידה, ושיטתית.

מה כולל המפגש?

- סקירת התשתית הנדרשת לשיווק סגמנטיאלי רב ערוצי- למה כדאי וצריך בעסק קטן?
 - הדגשים לפתיחת דף עסק: במדיה החברתית איסטגראם, פייסבוק, לינקדאין
 - טיפים לשימוש יעיל לקידום העסק: וואטס אפ ביזנס, גוגל לעסק שלי, אינדקסים מקצועיים
 - למה צריך קישור על - LINKTREE?
 - חשיפה לתהליכי עבודה סדורים: טבלת אקסל: תכנית מדיה חברתית, לוח תוכן, תקציב שיווק
- סבב משתתפים להצגת תוצרים תיירותיים חדשים - משוב מקצועי - למידת עמיתים
- סכום מפגש, סקר משוב מסכם, טיפים לניהול אנרגטי בסביבת עבודה בריאה.

תוצר מסכם: תוכנית פעולה ל-90 הימים הקרובים כולל יעדים, משימות, אחריות ומדדי הצלחה.

פורמט ההכשרה: 5 מפגשים | 2 שעות למפגש

יישומי • פרקטי • ממוקד תוצאות

בכל מפגש:

ידע - תרגול - כלי עבודה - משימות ליישום בעסק

הערך המוסף למשתתפי ההכשרה המקצועית:

- שדרוג מיומנויות והתפתחות מקצועית - FUTURE-UP Skills.
- חשיפה לכלים וטכנולוגיות חדשות - עם דגש על AI וטרנספורמציה דיגיטלית.
- למידה אינטראקטיבית - דיונים, תרגילים, מקרי בוחן ודוגמאות מהעולם האמיתי.
- נטוורקינג והזדמנויות לשיתופי פעולה - חיבור בין עסקים ויצירת אקוסיסטם תיירותי.
- עידוד חדשנות וחשיבה יצירתית - מעבר מהתנהלות שוטפת לזיהוי הזדמנויות חדשות.
- הגדלת הביטחון והיכולת לפעול - כלים פרקטיים במקום ידע תיאורטי בלבד.
- שיפור ביצועים - תהליכים חכמים יותר, שיווק מדויק יותר וקבלת החלטות טובה יותר.
- מוכנות לעתיד - פיתוח יכולות שיאפשרו לעסק להסתגל לשינויים ולהמשיך לצמוח.

‘תיירות קדימה’

לא רק ללמוד. להתחיל ליישם.

עוברים מעסק מגיב הנאבק במצבי אי ודאות ושינוי - לעסק

יוזם, יצירתי עם גמישות ניהולית, יצירתי שבונה מנועי צמיחה חדשים ומוכן לעתיד