תכנית שיווקית שנתית

2027

תכנית שיווק קבוצת Opus

מעטפת One-Stop-Shop בסטנדרט פרימיום — ללקוחות פרטיים, לקבלנים וליזמים בצפון.

ENGINEERING
הנדסה וקונסטרוקציה

BUILDING
ביצוע וקבלנות

LIVING
יבוא חומרי גמר ועיצוב

MARKETING
שיווק ומכירות

לכבוד
בשאר אבו סאלח · Opus Building · Opus Living
חאלד קדמני · Opus Engineering

מאת
שי צוירן
Opus Marketing

01 תקציר מנהלים

ב־Opus 2027 תתבסס כחברת הבנייה המובילה לבתים פרטיים באזור הצפון, עם מעטפת **One-Stop-Shop** בסטנדרט פרימיום: הנדסה, ביצוע ויבוא חומרי גמר — תחת קורת גג אחת. התכנית בנויה על **שקט נפשי וודאות ללקוח**, ופועלת בשני מסלולים: שיווק דיגיטלי ללקוחות פרטיים, ושיווק אישי וממוקד ליזמים ולקבלנים מתוך מאגרי Dun & Bradstreet — כדי לבסס את Opus כשותף אסטרטגי, לא רק כספק.

1

מותג אחד

Opus מזוהה ככתובת אחת לכל שלבי הבנייה, עם שפה חזותית ומסר אחידים לכל החטיבות.

2

זרם פניות מלקוחות פרטיים

פניות קבועות מבונים בית פרטי, משפצים ומחפשי חומרי גמר.

3

פריצה לשוק המקצועי

הסכמי עבודה חוזרים עם קבלנים ויזמים — בהנדסה, בביצוע ובאספקת חומרי גמר.

02 חטיבות הקבוצה

ארבע חטיבות, כל אחת עם תחום ומנהל מוגדרים — וחטיבת השיווק מזרימה עבודה לשלוש האחרות.

חטיבה	תחום	מנהל	קהל עיקרי
OPUS ENGINEERING	הנדסת בניין ותכנון קונסטרוקציה	**חאלד קדמני** מהנדס בנייה וקונסטרוקטור	קבלנים, יזמים, אדריכלים, בונים פרטיים
OPUS BUILDING	ביצוע בנייה וקבלנות	**בשאר אבו סאלח** מהנדס וקבלן	בונים בית פרטי, יזמים
OPUS LIVING	יבוא חומרי גמר פרימיום מסין ועיצוב פנים	**בשאר אבו סאלח** ניסיון ביבוא חומרי גמר מסין	משפצים, בונים, מעצבים, קבלנים
OPUS MARKETING	שיווק ומכירות לכל הקבוצה	**שי צוירן**	משרתת את שלוש החטיבות

03 קהלי היעד

שני קהלים שונים מהותית — ולכן שני מסלולי שיווק נפרדים. לקוחות פרטיים מחליטים פעם בחיים וצריכים ביטחון; קבלנים ויזמים מחליטים שוב ושוב וצריכים שותף אמין.

	מסלול א׳ **פרטיים**	מסלול ב׳ **קבלנים ויזמים**
מי הם	בונים בית פרטי במגרש עצמי, משפצים, מרחיבים בית	קבלני ביצוע, יזמי מגורים ומסחר, משרדי אדריכלות
מה מטריד אותם	חריגות בתקציב ובזמנים, ריבוי בעלי מקצוע	עומס עבודה, איכות תכנון, זמינות חומרים
ההבטחה של Opus	שקט נפשי: כתובת אחת מהשרטוט ועד המפתח	שותף הנדסי וביצועי בסטנדרט פרימיום: עמידה בלוחות זמנים, בטיחות ללא פשרות וראש שקט ליזם
אופן השיווק	דיגיטלי, תוכן והמלצות	אישי, ישיר וממוקד
מחזור החלטה	חודשים, עסקה אחת	שבועות, עסקאות חוזרות

04 מכירה צולבת בין החטיבות

כל לקוח שנכנס דרך חטיבה אחת מוצע לו שירות של החטיבה הבאה — זה היתרון הגדול ביותר של הקבוצה.

הנדסה ← ביצוע

לקוח שקיבל תכנון מ־Engineering מקבל הצעת ביצוע מ־Building.

ביצוע ← גמר

כל פרויקט בשלב שלד מוזמן לאולם התצוגה של Opus Living.

קבלנים חיצוניים ← חומרי גמר

קבלן שעובד עם Engineering מקבל תנאים מועדפים ב־Opus Living.

חבילה משולבת

הצעה אחת לבית פרטי: תכנון, ביצוע ועיצוב — עם איש קשר אחד.

05 מסלול א׳ — שיווק ללקוחות פרטיים

המטרה: להפוך את Opus לשם מוביל עבור משפחות שבונות או משפצות בית — ולהביא פניות שמוכנות לפגישה.

המסר המרכזי

בית אחד, כתובת אחת — מהשרטוט ועד המפתח.

הערוצים ואופן הפעולה

1 **אתר תדמית ודפי נחיתה**
אתר קבוצה אחד, עמוד לכל חטיבה, תיק עבודות וטופס פנייה קצר בכל עמוד.

2 **פרסום ממומן במטא ובגוגל**
קמפיינים לפי אזור ולפי שלב — מגרש ריק, שלד, גמר — וקמפיין חיפוש ממוקד.

3 **תוכן מקורי ברשתות**
רילס מהשטח: לפני/אחרי, טיפים מהמהנדס, סיור באולם התצוגה. שלושה פרסומים בשבוע.

4 **המלצות וסיפורי לקוחות**
סרטון עדות מכל פרויקט שנמסר, ובקשת ביקורת בגוגל.

5 **אירועים באולם התצוגה**
ערב פתוח רבעוני בנושא תכנון בית פרטי, עם המהנדס, הקבלן והמעצבת.

6 **ניהול הלקוח והמשפך (אינטגרטור)**
ניהול צמוד של כל פנייה מהרגע הראשון, סינון פניות לא רלוונטיות ותיאום ציפיות מלא — כך שחאלד ובשאר מקבלים לשולחן רק עסקאות בשלות ומשתלמות.

הצעת ערך לכניסה

← פגישת ייעוץ ראשונית עם מהנדס — בדיקת המגרש והתכנית לפני שמתחילים.

06 מסלול ב׳ — שיווק אישי לקבלנים ויזמים

כאן לא מפרסמים לכולם. בוחרים רשימה מדויקת של חברות מתוך מאגרי **Dun & Bradstreet** ופונים לכל אחת באופן אישי. כל קבלן שנסגר הוא לקוח חוזר לשנים.

דירוג המאגר

A	B	C
עדיפות עליונה	**צמיחה**	**הרחבה**
יזמים וקבלנים גדולים עם פרויקטים פעילים	קבלנים בינוניים	קבלני משנה ומשרדי אדריכלות

תהליך העבודה

01 **בניית מאגר קבלנים.** מתוך D&B, לפי ענף (בנייה, יזמות נדל"ן), אזור, מחזור ומספר עובדים — כולל שמות מקבלי ההחלטות.

02 **דירוג A / B / C.** מיון החברות לפי גודל ופעילות, וקביעת קצב הפנייה לכל סוג.

03 **מחקר קצר על כל חברה.** אילו פרויקטים היא מבצעת עכשיו, ואיפה Opus יכולה למנוע לה עיכובים בפרויקט ולספק מעטפת ביצוע חלקה.

04 **פנייה אישית בשלושה מגעים.** מכתב אישי במייל ובלינקדאין, שיחת טלפון משי, ומשלוח קטלוג מודפס של הקבוצה למקבלי ההחלטות בסוג A.

05 **פגישה עם המנהל הרלוונטי.** חאלד לשיחות הנדסה, בשאר לשיתופי פעולה בביצוע, שי מלווה ומציג את Opus Living.

06 **טיפוח קבוע.** עדכון רבעוני לכל קבלן במאגר, הזמנה לאירועי הקבוצה, ותנאי התקשרות מועדפים לקבלנים קבועים.

להחלטה בפגישת הפתיחה

אילו אזורים גיאוגרפיים, ואיזה גודל מאגר לרכוש מ־D&B בשלב הראשון?

07 לוח משימות

העבודה מתחלקת לארבעה שלבים, ובכל שלב שני המסלולים רצים במקביל. שלב ההקמה הוא הקריטי: בלי מיתוג, אתר ומאגר מוכנים — שני המסלולים לא יוכלו לצאת לדרך.

	I **הקמה**	II **השקה**	III **האצה**	IV **שימור והרחבה**
מסלול א' **לקוחות פרטיים**	מיתוג ושפה אחידה אתר קבוצה ודפי נחיתה תיק עבודות	קמפיינים במטא ובגוגל 3 רילס בשבוע מענה ומעקב ב־CRM	ערב פתוח ראשון באולם התצוגה סרטוני עדות לקוחות	חבילה משולבת לבית פרטי ערב פתוח נוסף
מסלול ב' **קבלנים ויזמים**	הזמנת מאגר D&B דירוג A / B / C קטלוג מודפס	פנייה אישית לסוג A פגישות ראשונות עם חאלד ובשאר	הרחבה לסוג B תנאים מועדפים לקבלנים קבועים	פנייה לסוג C עדכון רבעוני למאגר תכנית לשנה הבאה

נקודות בדיקה בסוף כל שלב

סוף שלב ההקמה
מותג, אתר ומאגר מוכנים להשקה

סוף שלב ההשקה
זרם פניות פעיל ופגישות ראשונות עם קבלנים

סוף שלב ההאצה
הסכמים ראשונים עם קבלנים קבועים

סוף שלב השימור
סיכום ותכנית לשנה הבאה

08 אחריות וצעדים הבאים

שי צוירן

ניהול התכנית, קמפיינים, תוכן ומאגר D&B. ניהול שוטף של לקוחות הקצה מרגע הפנייה ועד החתימה — כדי להשאיר לחטיבות ההנדסה והביצוע שטח עבודה נקי

חאלד קדמני

פגישות הנדסה, תוכן מקצועי מהשטח ופרויקטים לתיק העבודות

בשאר אבו סאלח

פגישות ביצוע, שיתופי פעולה עם קבלנים ויזמים, המלצות לקוחות, וניהול Opus Living והיבוא מסין

לפני ההתנעה

- ☐ אישור התכנית והתקציב השנתי
- ☐ בחירת אזורים והזמנת המאגר מ־D&B
- ☐ איסוף תמונות וסרטונים מפרויקטים שהושלמו