



**5 יחודיות/הצעת ערך**

הצעת הערך הינה מרכיב קריטי בזהות המוצר שהופך אותו ליחיד במינו ונבדל מהמתחרים. שירות ללקוח, וידאו, תחביבים- פן אישי, נותנים קורסים מקצועיים להעשרת קורות החיים, לא משתמשים בחברות השמה, אתר שמפרסם משרות לפלח אוכלסיה בגילאים ספציפיים בלבד- ממוקד יותר. אתר מותאם ולא אפליקציה.

**4 מתחרים**

**All Jobs, Drushim, Job Master**

המתחרים הינם אתרים לחיפוש עבודה כלים לכל המשרות ומשתמשים בחברות השמה כגורם שלישי. מצאנו כי באתרים הללו מתבצעת אפליה לא מודעת של מחפשי העבודה בפלח הגיל המבוגר יותר ולכן הם מתקשים למצוא משרה ההולמת את כישוריהם.

**3 קהל יעד**

**מחפשי עבודה בגילאים 50-75**

אנחנו מאמינים (עקב סקרי שוק) שזוהי אוכלוסייה שנופלת לרעה בשוק העבודה עקב תיעדוף עובדים צעירים יותר, ומתקשה במציאת קריירה נוספת, עניין הגורר חשש לעזוב מקום עבודה לא מספק השלכות נוספות. **בעלי עסקים המעוניינים בעובדים** בהמשך, אנו מתכוונים לפרסם מודעות דרושים ממוקדות ואיכותיות בתשלום מצד בעלי עסקים המעוניינים בעובדים איכותיים המגיעים דרך CVeasy.

**2 הפתרון**

CVeasy הוא אתר אינטראקטיבי שמועד למחפשי עבודה בגילאים-50-75. באתר יהיה ניתן לקבוע ראינות עבודה מקדמיים בשיחת וידאו עם המעסיקים, האתר יספק קורסים מקצועיים כמו Excel, PowerPoint, עמדה מול קהל ועוד על מנת לרכוש ערך מוסף הרלוונטי למעסיקים. בנוסף באתר יהיה פורמט אינטראקטיבי ליצירת מסמך קורות החיים המודיקים למחפש העבודה בהתאם לאישיות, רצונות, שעות עבודה מועדפות ואפילו תחביבים. האתריציע משרות ייעודיות ומותאמות אישית לקהל היעד שלנו.

**1 הבעיה**

כיום אנשים רבים מעוניינים בקריירה נוספת לאחר היציאה לפנסיה מסיבות שונות כמו מיצוי מקום העבודה, פיטורין, שעמום או רצון בהכנסה נוספת. עקב תחקיך הגענו למסקנה כי מגיל 50 ומעלה ובעיקר בגילאים מבוגרים יותר, יש קושי אמיתי למצוא קריירה שניה מכובדת ולכן אנשים רבים נאלצים לעבוד במשרות מזדמנות, להישאר בלית ברירה בעבודה הנוכחית שלא מספקת אותם, או להישאר בבטלה. מצאנו כי מחפשי עבודה בגילאים 50+ חווים אפליה בשוק העבודה.

**9 דרכי הפצה וקידום מכירות**

בעבר המשתמשים באתר נשווק את האתר דרך פרסומות טלוויזיה, מודעות בעיתונים ושיווק דיגיטלי ברשתות חברתיות (בעיקר בפייסבוק). בנוסף שיווק בשלטי חוצות במקומות בולטים.

בעבור עסקים נשווק את האתר במודעות בגוגל, יוטיוב וברשתות חברתיות.

**8 מודל שיווקי**

במשך 3 השנים הקרובות אנחנו מתכוונים לבצע שיווק אסטרטגי עם דגש על פרסומות ממומנות ביוטיוב, גוגל, אתרים רלוונטיים למחפשי עבודה ועוד. אנחנו מזהים את הקורונה כשהזדמנות צמיחה משמעותית עקב מחסור גדול במקומות עבודה וגל פיטורין מאסיבי. אנחנו מתכוונים למנף זאת ולצבור קהל לקוחות משמעותי של 7500 משתמשים בשנה הראשונה.

**7 מודל עסקי**

הראשון, B2C נאפשר שימוש באתר בחינם, עם אפשרות למשתמש פרמיום בתשלום חודשי של 35 ₪ שיאפשר שימושים בכל הפיצורים שבאתר. השני - B2B במודל זה נשווק את האתר ישירות לבעלי עסקים המעוניינים לפרסם מודעות ייעודיות לקהל היעד שלנו באתר.

**6 מודל פיננסי**

נקודת האיזון היא 571 לקוחות החודש (בחישוב) הוצאות 20000 ₪ בחודש (בעד מנוי חודשי הינו 35 ₪). הרווח הגולמי 120,000 ₪ בחודש (בחישוב) 4000 לקוחות חודשיים במני (פרמיום).