

תוכנית עבודה אסטרטגית ואופרטיבית • אוקטובר 2026

תוכנית צמיחה
מרפאת ד"ר אוהד סגל

מאוהד כמנוע יחיד, למערכת צמיחה מדידה.



הוכן על ידי איציק עוז ייעוץ עסקי
לד"ר אוהד סגל ולצוות המרפאה

טיוטה לפגישת הנהלה

מבנה התוכנית

תשעה פרקים, מהאבחון ועד ההחלטות

01 אבחון
מה עובד, מה תקוע ואיפה נעצרת הצמיחה

02 יעד ואסטרטגיה
300,000 ₪: תמהיל שירותים וקיבולת

03 מנהלת הצמיחה
התפקיד, הסמכויות והגיוס

04 שיווק דיגיטלי
סושיאל, גוגל, אתר ו־AI

05 פיתוח עסקי
שותפים, הפניות וכנס קרוספיט

06 מכירות ומדידה
משפך, נוהל לידים ודשבורד

07 90 הימים הראשונים
משימות, אחראים ודדליינים

08 תקציב ומחשבונים
שכר, ספקים, ROI ויעד

09 החלטות
סיכונים, החלטות וחמש פעולות

תקציר מנהלים

התוכנית בעמוד אחד

מצב קיים	מרפאה רב־תחומית עם מוניטין חזק ואמון גבוה. רוב המטופלים החדשים מגיעים דרך אוהד, גם ממכבי.
הבעיה	אין מספיק מטופלים חדשים לפיזיותרפיה, והצמיחה מאטה כשאוהד פחות פעיל. השיווק רץ, אבל אף אחד לא מנהל ומודד אותו.
הפתרון	מנהלת צמיחה עם אחריות על היעד: שיווק מנוהל, שותפים בקהילת הספורט ומשפך מכירה שנמדד כל שבוע.
ההשקעה	שכר בסיס, בונוס על יעדים, מדיה וכלים. שתי חלופות: תוספת נטו, או מודל משולב שמחליף חלק מהספקים.
התוצאה הרצויה	**יותר מטופלים ממקורות שלא תלויים באוהד, ומסלול מדוד לעבר 300,000 ₪ בחודש. יעד עבודה, לא תחזית.**



01

פרק 1 מתוך 9

אבחון

מה עובד, מה תקוע, ואיפה בדיוק נעצרת הצמיחה.

שיטת A–Z • תחנת אנליזה

פרק 1 • אבחון

מה כבר עובד במרפאה

רופא שהוא גם ספורטאי

מומחה לכירורגיה אורתופדית ופציעות ספורט, ומתחרה פעיל בקרוספיט.

צוות רב־תחומי במקום אחד

אורתופדיה, פיזיותרפיה, ספורטתרפיה, רפואת כאב, תזונה וריפוי בעיסוק.

שיקום בתנועה

אזור Open Space בהשראת בוקס קרוספיט. המטופל מרגיש שהוא מתאמן, לא מטופל.

אבחון וטיפול מתקדמים

אולטרסאונד בזמן אמת, PRP, חומצה היאלורונית וחוות דעת שנייה.

אמון שמביא מטופלים

מטופלים שפגשו את אוהד במכבי בוחרים להמשיך לטיפול פרטי במרפאה.

נוכחות בתקשורת

כתבה ב־ynet ופודקאסטים על קרוספיט, פציעות ושיקום.

הבידול כבר קיים. חסרה מערכת שמביאה אותו לעוד אנשים, כל שבוע.

חמש הבעיות שעוצרות את הצמיחה

הבעיה	איך זה נראה היום	מה זה עולה
1 **מחסור בלידים**	לא נכנסים מספיק מטופלים חדשים לפיזיותרפיה	קיבולת פנויה ביומן והכנסה לא יציבה
2 **תלות גבוהה באוהד**	רוב המטופלים החדשים מגיעים דרכו, גם ממכבי	כשאוהד פחות פעיל, הכניסות מאטות
3 **שיווק בלי ניהול צמוד**	סושיאל וגוגל רצים, אבל אף אחד לא מנתח ומשפר כל שבוע	כסף יוצא בלי לדעת כמה מטופלים הוא מביא
4 **אין בעלים לצמיחה**	אוהד ואביטל עסוקים בטיפול ובתפעול השוטף	משימות הצמיחה נדחות שוב ושוב
5 **משפך מכירה לא מדיד**	אין נתון שבועי על לידים, זמן מענה, תורים והגעה	לא יודעים איפה מאבדים מטופלים

פרק 1 • אבחון

ממנוע אחד לארבעה מנועים

היום: מנוע אחד

תמונה איכותית מהשיחות. נאמת אותה בנתונים.

אוהד

מטופלי מכבי • מוניטין • פה לאוזן

גוגל • סושיאל • אתר

רצים, בלי ניהול ומדידה צמודים

היעד: ארבעה מנועים

אוהד נשאר מנוע חזק, אבל לא היחיד.

אוהד

מכבי ומוניטין

דיגיטל מנוהל

גוגל, סושיאל, אתר

שותפים

קרוספיט, חדרי כושר, רופאים

ביקורות והמלצות

מטופלים מרוצים בגוגל

המדד שיראה שזה עובד: **אחוז המטופלים החדשים שלא הגיעו דרך אוהד**

היום: [__%]

יעד ל־90 יום: [__%]

המשפך שאנחנו לא רואים



אם רואים

הרבה לידים, מעט רלוונטיים

הבעיה במסר ובקהל של השיווק

אם רואים

לידים טובים, מעט תורים

הבעיה במענה: זמן תגובה, שיחה ראשונה ופולואפ

אם רואים

תורים נקבעים, מטופלים לא מגיעים

הבעיה בתזכורות ובאמון לפני התור

אם רואים

מגיעים, לא ממשיכים בטיפול

הבעיה בהסבר התוכנית, בזמינות או במחיר

לא מטפלים בסימפטום לפני שמוצאים את צוואר הבקבוק.



02

פרק 2 מתוך 9

יעד ואסטרטגיה

מאיפה יגיעו 300,000 ₪, ואיפה נשים את המטופלים.

שיטת A–Z • תחנת פיננסים

יעד ההכנסות החודשי של המרפאה

₪30,000

יעד עבודה, לא תחזית מחזור היום: [__ ₪] • הפער: [__ ₪]

יותר מטופלים חדשים

בעיקר לפיזיותרפיה ולשיקום, שם הקיבולת

פחות תלות באוהד

שלושה מנועים נוספים שעובדים גם כשאוהד לא פנוי

משפך שנמדד כל שבוע

כל החלטה על כסף נשענת על מספר

פירוק היעד לפי שירות

שירות	היום	יעד לדוגמה	חלק מהיעד
פיזיותרפיה וספורטתרפיה המנוע המרכזי: מטופלים חדשים ומשך טיפול	[__ ₪]	₪ 120,000	40%
אורתופדיה: ייעוץ, אולטרסאונד, דעה שנייה תלוי בשעות הפנויות של אוהד	[__ ₪]	₪ 75,000	25%
אימונים שיקומיים המשך טבעי אחרי פיזיותרפיה, לכל גיל	[__ ₪]	₪ 39,000	13%
טיפולים אורתו־ביולוגיים PRP וחומצה היאלורונית, לפי התוויה רפואית	[__ ₪]	₪ 36,000	12%
תזונה, ריפוי בעיסוק, עיסוי ודיקור שירותים משלימים של הצוות הרב־תחומי	[__ ₪]	₪ 30,000	10%
סה"כ	[__ ₪]	**₪ 300,000**	חלוקה לדוגמה, לא נתוני המרפאה

קיבולת: יש מקום למטופלים החדשים?

קיבולת חודשית

מטפלים × שעות טיפול בשבוע × 4.3 ÷ ניצולת

מפגשים נדרשים

יעד ההכנסה מהשירות ÷ מחיר ממוצע למפגש

מה בודקים בשבוע הראשון

ניצולת היומן לכל מטפל, שעות פנויות בשבוע, והאם אפשר להוסיף שעות או מטפל.

דוגמה: פיזיותרפיה — מספרים להמחשה

יעד מהשירות	**120,000 ₪**
מחיר ממוצע למפגש	**300 ₪**
מפגשים נדרשים בחודש	**400**
מטפל אחד: 30 שעות × 4.3 × 85%	**כ־110 מפגשים**
היום במרפאה	**[__] מטפלים**
נדרשות משרות טיפול	**כ־3.6**

אם היומן כבר מלא, צוואר הבקבוק הוא קיבולת, לא לידים.



03

פרק 3 מתוך 9

מנהלת הצמיחה

מי אחראית על היעד, מה הסמכויות, ואיך מגייסים.

שיטת A–Z • תחנת צוות

איזה תפקיד באמת צריך?

מנהלת מרפאה

מתמקדת ב

תפעול, יומנים, צוות וגבייה

הסיכון

הצמיחה נבלעת בשוטף, ואביטל כבר מכסה חלק מזה

התאמה: נמוכה

מנהלת שיווק ומכירות

מתמקדת ב

קמפיינים, תוכן, לידים ומענה

הסיכון

אף אחד לא בונה שותפים והפניות מקהילת הספורט

התאמה: חלקית

מנהלת פיתוח עסקי

מתמקדת ב

שותפים, הפניות ואירועים

הסיכון

בלי שיווק דיגיטלי ומדידה, אין זרם קבוע של מטופלים

התאמה: חלקית

מנהלת צמיחה

מתמקדת ב

שיווק, מכירות, שותפים ומדידה, עם אחריות על יעד אחד

הסיכון

צריך אדם רב־תחומי, ולכן הגיוס קפדני

ההמלצה שלנו

לא עוד ידיים לביצוע. בעלות על יעד אחד: מטופלים חדשים.

הגדרת התפקיד המומלצת

שם התפקיד

מנהלת שיווק, מכירות וצמיחה. בקיצור: מנהלת צמיחה.

היקף

4–6 שעות ביום, 5 ימים בשבוע (20–30 שעות). שילוב של עבודה במרפאה ומהבית.

אחריות

היעד החודשי של מטופלים חדשים, המשפך, הדשבורד והספקים. בעלות, לא ביצוע לפי בקשה.

סמכויות

תקציב מדיה בטווח שאושר, ספקים, לוח תוכן ונוהל לידים. בלי מחירים, הנחות ותוכן רפואי.

כלי עבודה

CRM, Google Ads, Meta, GA4, Google Business, Claude, ChatGPT, Canva ו־CapCut.

מדדי הצלחה

מטופלים חדשים, אחוז שלא הגיעו דרך אוהד, עלות למטופל, מענה בזמן ושותפים פעילים.

מי עושה מה: הממשקים

מנהלת הצמיחה
בעלות על היעד

ד"ר אוהד סגל
- מאשר תוכן רפואי, תקציב ויעדים
- פגישת סטטוס שבועית של 30 דקות
- שעת צילום קבועה בשבוע

אביטל, מזכירות המרפאה
- קובעת תורים ומאשרת הגעה
- מתעדת כל פנייה ב־CRM לפי הנוהל
- לא מקבלת משימות שיווק

מומחים חיצוניים
- Google Ads ו־SEO טכני נשארים בחוץ
- לכל ספק יעד ודוח חודשי
- המנהלת מנהלת אותם מול מספרים

צוות המטפלים
- משתתפים בתוכן ובסרטוני צוות
- מעדכנים התחלה וסיום של טיפול
- ההחלטה הטיפולית שלהם בלבד

פרק 3 • מנהלת הצמיחה

מודעת הדרושים ותהליך המיון

1	**פרסום המודעה** לינקדאין, פייסבוק וקהילות שיווק	שבוע 1
2	**סינון קורות חיים** מול חמשת הקריטריונים במשקלים	שבוע 1–2
3	**שיחת טלפון, 20 דקות** מוטיבציה, זמינות וציפיות שכר	שבוע 2
4	**משימת בית** 48 שעות להגשה, לשלוש עד ארבע מועמדות	שבוע 2–3
5	**ראיון עם אוהד ואיציק** הצגת המשימה ושאלות עומק	שבוע 3
6	**ממליצים והצעה** שני ממליצים, חוזה ותקופת ניסיון	שבוע 3–4

מרפאת ד"ר אוהד סגל
רעננה • משרה חלקית

דרוש/ה מנהל/ת צמיחה: שיווק, מכירות ופיתוח עסקי

מרפאה לאורתופדיה, פיזיותרפיה ושיקום ספורטאים מחפשת מישהו/י שייקח/תיקח אחריות על הצמיחה: קמפיינים, תוכן, לידים ושותפים בקהילת הספורט.

מה צריך להביא

- ניסיון בשיווק דיגיטלי ולידים
- מכירות או פיתוח עסקי
- Claude, ChatGPT, Canva, CapCut
- אהבה למספרים
- יתרון: רקע בספורט

4–6 שעות ביום, א'–ה' • בסיס + בונוס

קו"ח + דוגמת תוכן

Scorecard ומשימת בית

ניסיון דיגיטלי ולידים ניהלה קמפיינים ויודעת מה עלות לליד	**25%**
פיתוח עסקי יזמה שיתופי פעולה והביאה אותם לסגירה	**25%**
AI ותוכן רילס וקרוסלה ברמה טובה, ומהר	**20%**
נתונים ומכירות קוראת דוח, מוצאת צוואר בקבוק, מנהלת שיחה	**20%**
סדר והתאמה אמינה, מסודרת, מתאימה לסביבה רפואית	**10%**

כל קריטריון מקבל ציון 1 עד 5, כפול המשקל. **סף מעבר מוצע: 4.0 מתוך 5.**

משימת הבית

48 שעות

1. תוכנית ל־30 הימים הראשונים בתפקיד
2. רילס וקרוסלה מחומרים שהמרפאה מספקת ומאשרת
3. ניתוח דוח קמפיין, בלי נתונים מזהים: מה עובד ומה היית משנה
4. הודעת פנייה ראשונה לבעל מועדון קרוספיט
5. שלושה מדדים שהיא תנהל כל שבוע, ולמה דווקא אלה



04

פרק 4 מתוך 9

שיווק דיגיטלי

סושיאל, גוגל, אתר ו־AI. לכל ערוץ מטרה, אחראי ומדד.

שיטת A–Z • תחנת שיווק

סושיאל: 3–4 תכנים בשבוע

רילס עם אוהד
6

45–60 שניות. פציעה אחת, טעות אחת, מה עושים.

קרוסלות מקצועיות
3

רשימות שאנשים שומרים: סימנים, תרגילים, מיתוסים.

שאלות ותשובות
2

אוהד עונה לשאלות שהקהל שלח בסטורי.

סרטוני צוות
2

מכירים את המטפלים ואת ה־Open Space.

סיפורי שיקום
1

רק בהסכמה בכתב, ובלי פרטים רפואיים מזהים.

כלל 90/10

90% ערך מקצועי, 10% הזמנה לקבוע תור.

כרטיס ערוץ

אינסטגרם • פייסבוק

מטרה	אמון, חשיפה מקומית ולידים ממודעות
קהל	מתאמנים וספורטאים בשרון, וכל אדם פעיל עם כאב
פעולות	תוכן אורגני, וקידום ממומן לתכנים שעובדים
תדירות	3–4 תכנים בשבוע, 12–16 בחודש
אחראי	מנהלת הצמיחה. אוהד מאשר תוכן רפואי
תקציב	[___ ₪] בחודש לקידום ממומן
מדד	לידים מסושיאל, עלות לליד, פניות בהודעות

פרק 4 • שיווק דיגיטלי

לוח תוכן לחודש: 14 תכנים

שבוע	יום א׳	יום ב׳	יום ג׳	יום ד׳	יום ה׳
1	**רילס** הטעות הנפוצה בחזרה לריצה		**קרוסלה** 5 סימנים שכאב בברך לא יעבור לבד	**צוות** הכירו את צוות הפיזיותרפיה	**רילס** כתף של מתאמן קרוספיט: מתי לעצור
2	**שאלות ותשובות** מניסקוס: ניתוח או שיקום?		**רילס** תרגיל השבוע: חיזוק הקרסול		**קרוסלה** PRP: למי זה מתאים, ולמי לא
3	**רילס** מה קורה בפגישה הראשונה		**סיפור שיקום** חזרה לאימונים אחרי קרע	**רילס** אוהד באימון: ככה שומרים על הגוף	**קרוסלה** חוות דעת שנייה: מתי כדאי
4	**שאלות ותשובות** שאלות על כאבי גב מהקהל		**צוות** יום אחד ב־Open Space		**רילס** חזרה בטוחה לפדל אחרי פציעה

פרק 4 • שיווק דיגיטלי

Google Ads: קמפיין לכל שירות

קמפיין	דוגמאות לחיפושים	דף נחיתה
אורתופד ספורט פרטי	אורתופד ספורט ברעננה · אורתופד פרטי בשרון	עמוד ד"ר סגל + תור
פיזיותרפיה ושיקום	פיזיותרפיה ספורט רעננה · שיקום אחרי ניתוח ברך	עמוד פיזיותרפיה ושיקום
פציעות נפוצות	קרע במניסקוס טיפול · כאבי ברך בריצה	עמוד לכל פציעה
טיפולים אורתו־ביולוגיים	PRP לברך · זריקת חומצה היאלורונית	עמוד טיפולים מתקדמים
מותג	ד"ר אוהד סגל · מרפאת אוהד סגל רעננה	דף הבית

אזורים לבדיקה: רעננה · כפר סבא · הוד השרון · הרצליה · רמת השרון · נתניה

פרק 4 • שיווק דיגיטלי

Google Ads: ביקורת, מדידה ושגרה

ביקורת הקיים

- על אילו חיפושים משלמים בפועל
- מילות שלילה: מכבי, חינם, לימודים, דרושים
- מודעה ומסר לכל שירות
- דף נחיתה מתאים ומהיר במובייל
- מה נספר היום כהמרה

מה נספר כהמרה

- שיחה מהמודעה ומהאתר
- לחיצה על וואטסאפ
- שליחת טופס
- **תור שנקבע, מה־CRM פעם בשבוע**

ההמרה החשובה היא תור, לא קליק.

שגרה, כל יום ראשון

- דוח חיפושים ומילות שלילה
- עלות לליד ולתור בכל קמפיין
- העברת תקציב למה שמביא תורים
- החלפת המודעה החלשה
- עדכון הדשבורד ושיחה עם הספק

מטרה וקהל	אחראי	תקציב	מדד הצלחה
מי שכבר מחפש פתרון באזור	ספק חיצוני, בניהול המנהלת	[__ ₪] מדיה + ניהול	עלות לתור שנקבע

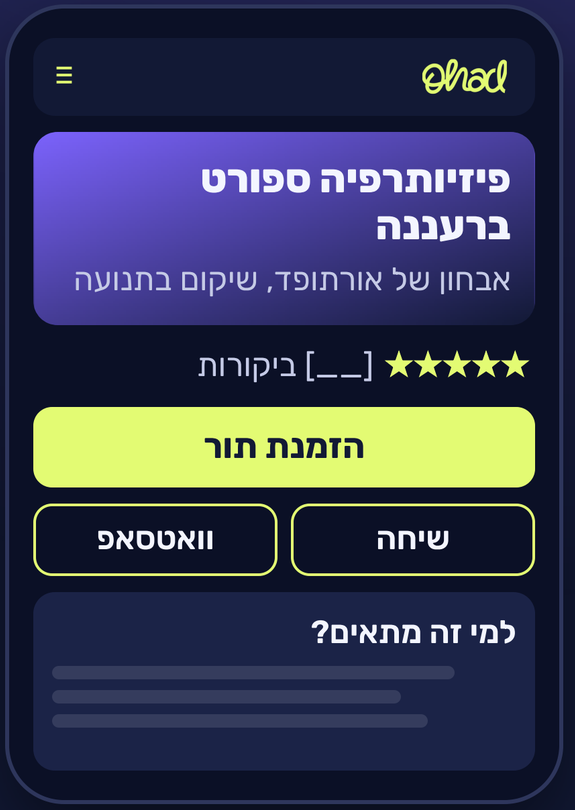
אתר, SEO וגוגל מקומי

מובייל קודם
טעינה מהירה, כפתורי שיחה, וואטסאפ ותור בכל מסך, ומדידה ב־GA4.

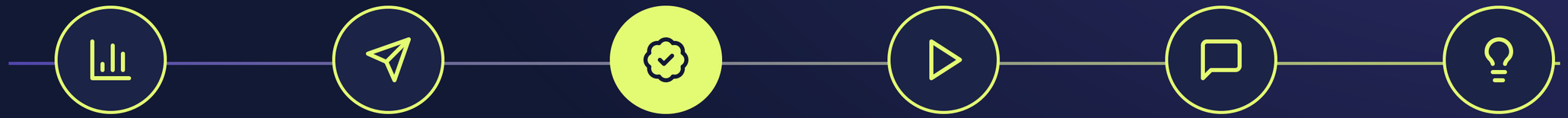
עמודי שירות ופציעה
עמוד לכל שירות ולכל פציעה נפוצה, ושני מאמרים מקצועיים בחודש באישור אוהד.

Google Business וקידום מקומי
קטגוריות ושירותים מדויקים, תמונות ועדכון שבועי, ועמודים לערים הסמוכות.

ביקורות
בקשה מכל מטופל מרוצה בסוף הטיפול, בלי תמריץ. מענה לכל ביקורת תוך 48 שעות.



AI: יותר תוכן, אותה זהירות



רעיון
שאלות ממטופלים

טיוטה
Claude, ChatGPT

עיצוב ועריכה
Canva, CapCut

אישור אוהד
לכל תוכן רפואי

פרסום
לפי הלוח

מדידה
מה הביא פניות

מותר ומומלץ

- רעיונות, כותרות, תסריטים וטיוטות למאמרים
- עיצוב קרוסלות ועריכת רילס
- ניתוח דוחות קמפיין ותבניות הודעה
- כתיבה מחדש של תוכן שאוהד כבר אישר

אסור

- להזין שם, טלפון, ת"ז או מידע רפואי של מטופל לכלי שלא אושר
- לפרסם תוכן רפואי בלי אישור של אוהד
- להבטיח תוצאה של טיפול
- סיפור או תמונה של מטופל בלי הסכמה בכתב



05

פרק 5 מתוך 9

פיתוח עסקי

שותפים בקהילת הספורט, הפניות שנמדדות, וכנס ראשון.

שיטת A–Z • תחנת פיתוח עסקי

שישה מעגלי שותפים

10 מועדוני קרוספיט
הרצאה למתאמנים, מסלול מהיר לאבחון ותוכן משותף

10 חדרי כושר וסטודיו
סדנת מניעת פציעות למאמנים, ושאלות ותשובות במקום

5 ריצה, פדל ורכיבה
הרצאה על עומסים וחזרה מפציעה, לפני עונת התחרויות

10 אורתופדים ורופאי ספורט
שיקום בתנועה למטופלים שלהם, ועדכון לרופא בהסכמת המטופל

10 פיזיותרפיסטים ומטפלים
אבחון אורתופדי ואולטרסאונד כשצריך, והמטופל חוזר אליהם

3–5 ביטוח וגורמים מוסדיים
פניות ראשונות לבדיקת הסדרים ושיתופי פעולה

יעדי פעילות ל־90 יום: קשר פעיל עם כל שותף. לא תחזית הפניות.

מאיתור ועד הפניה שנמדדת

1. **איתור**
   גוגל מפות, אינסטגרם והקשרים של אוהד
2. **פנייה**
   וואטסאפ אישי ושיחה, בשם אוהד
3. **פגישה**
   15 דקות במועדון או במרפאה
4. **הצעת ערך**
   הרצאה, יום בדיקות או תוכן משותף
5. **פולואפ**
   כל שבועיים, עד שיש החלטה
6. **מדידה**
   שדה שותף מפנה ב־CRM לכל מטופל

ק **[שם] • בעלים, CrossFit [שם המועדון]**
נוסח לדוגמה

היי [שם], כאן אוהד סגל. אני אורתופד ספורט ברעננה, ומתחרה פעיל בקרוספיט. אני רואה במרפאה הרבה מתאמנים שחוזרים מפציעה מוקדם מדי. רציתי להציע הרצאה קצרה למתאמנים שלך על חזרה בטוחה לאימונים. מתאים לך שנדבר 10 דקות השבוע?
יום א׳ 10:12

היי [שם], מקפיץ בעדינות. אם מתאים, אפשר גם לקפוץ למרפאה ולראות את אזור השיקום שבנינו בהשראת בוקס. יום שלישי בבוקר?
יום ד׳ 09:40

לא משלמים ולא מתגמלים על הפניות. השותפות בנויה על ערך למתאמנים ולמטופלים.

פרק 5 • פיתוח עסקי

כנס ראשון לבעלי מועדוני קרוספיט

18:30	**התכנסות, כיבוד והיכרות**
19:00	**אוהד: פציעות נפוצות בקרוספיט וחזרה בטוחה** הרצאה רפואית, 40 דקות
19:40	**איציק: שימור מתאמנים, הקפאות ונטישה** הרצאה עסקית, 35 דקות
20:15	**סיור ב־Open Space והיכרות עם הצוות**
20:35	**נטוורקינג ותיאום פגישות המשך במקום**

15–20	**8**	**3**
משתתפים	**פגישות המשך**	**שיתופי פעולה ב־60 יום**

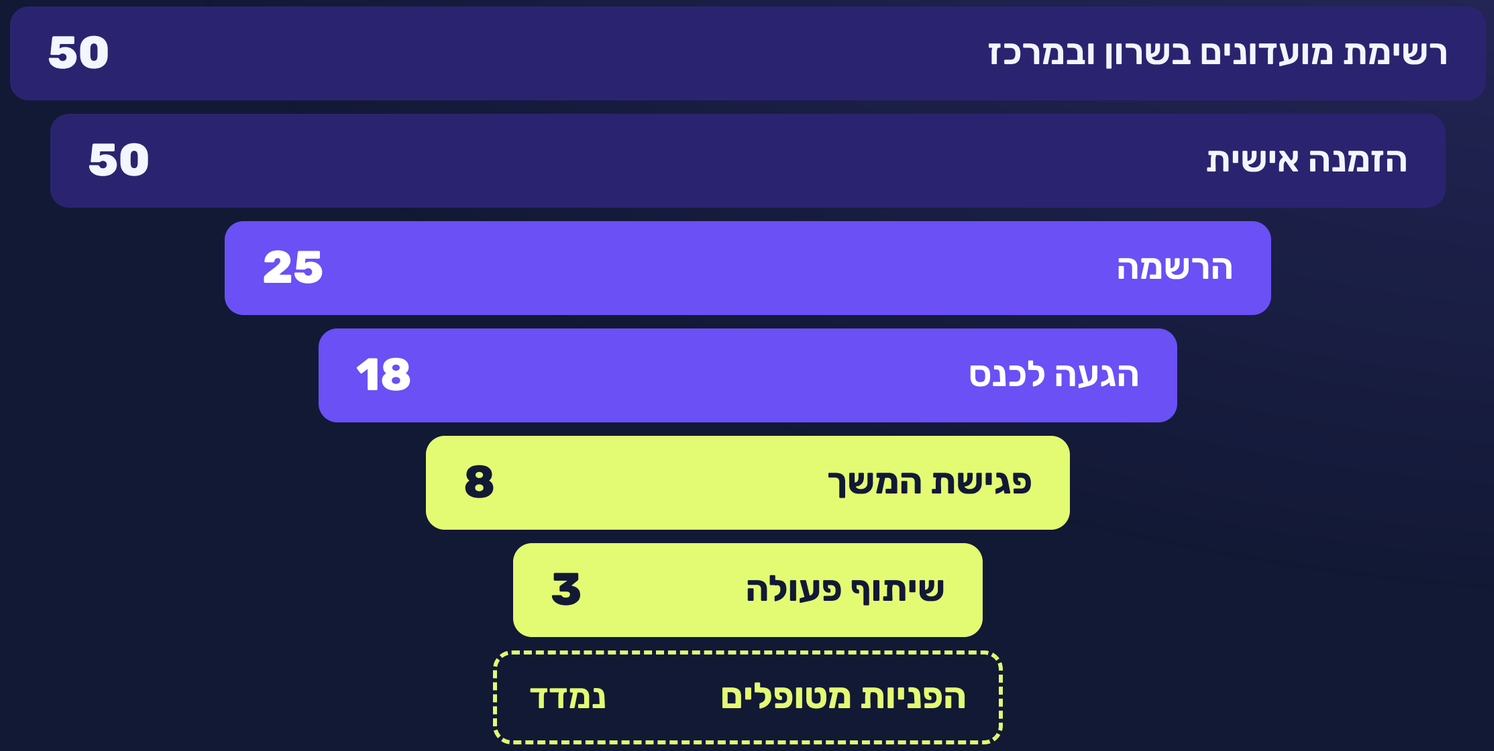
הזמנה • שם לדוגמה

חוזרים לבוקס

פציעות, שיקום ושימור מתאמנים

מתי	[__] • הצעה: שבוע 7, אמצע דצמבר
שעה	18:30–21:00
איפה	במרפאה, סשה ארגוב 23, רעננה
למי	בעלי מועדונים ומאמנים ראשיים

משפך הכנס: מרשימה להפניות



הנחות עבודה

50% מהמוזמנים נרשמים

70% מהנרשמים מגיעים

45% מהמגיעים קובעים פגישה

כשליש מהפגישות הופכות לשיתוף פעולה

הזמנה 3 שבועות לפני, תזכורת שבוע ויום לפני.



06

פרק 6 מתוך 9

מכירות ומדידה

מליד שנכנס ועד מטופל שהתחיל טיפול. ודשבורד אחד שמראה הכול.

שיטת A–Z • תחנת מכירות

משפך המטופל ומי אחראי בכל שלב

1. ליד נכנס: גוגל, סושיאל, אתר, שותף — מנהלת
2. קליטה ב־CRM עם מקור — אוטומטי
3. מענה ובירור צורך — מנהלת / אביטל
4. קביעת תור — אביטל
5. אישור ותזכורת — אביטל + אוטומציה
6. הגעה והערכה מקצועית — אוהד / מטפל
7. תוכנית טיפול לפי צורך רפואי — אוהד / מטפל
8. מעקב ושביעות רצון — מנהלת

שלבים 1–5: קו המכירה

המטרה היא תור. מענה מהיר, שאלות נכונות, ותזכורת שמביאה את המטופל.

שלבים 6–8: קו הטיפול

ההחלטה הטיפולית מקצועית בלבד. אין יעד מכירה על טיפולים.

המכירה נגמרת בתור. משם, אוהד והצוות.

נוהל טיפול בלידים

מענה	עד 10 דקות בשעות הפעילות. מחוץ לשעות: הודעה אוטומטית וחזרה בפתיחת היום.
תיעוד	כל פנייה ב־CRM עם מקור וסטטוס. בסוף היום אין ליד בלי צעד הבא.
ביטולים	מועד חלופי באותה שיחה, ורשימת המתנה למילוי חורים ביומן.
אי־הגעה	שיחה באותו יום, תיעוד, ומדידת אחוז ההגעה כל שבוע.
לא נסגר	סיבה מרשימה סגורה: מחיר, זמינות, נשאר בקופה, לא רלוונטי, לא ענה.

לא ענה? 8 ממשקים ב־10 ימים

5 שיחות • 3 וואטסאפ

יום 0	שיחה, ומיד אחריה וואטסאפ קצר
יום 1	שיחה בשעה אחרת
יום 2	שיחה
יום 4	וואטסאפ עם תוכן שעונה על הבעיה
יום 6	שיחה
יום 8	וואטסאפ: תורים פנויים השבוע
יום 10	שיחה אחרונה, וסגירת הליד עם סיבה

מותר: מידע, זמינות ותזכורת. אסור: לחץ, הפחדה, הבטחת תוצאה ומבצע של היום בלבד.

פרק 6 • מכירות ומדידה

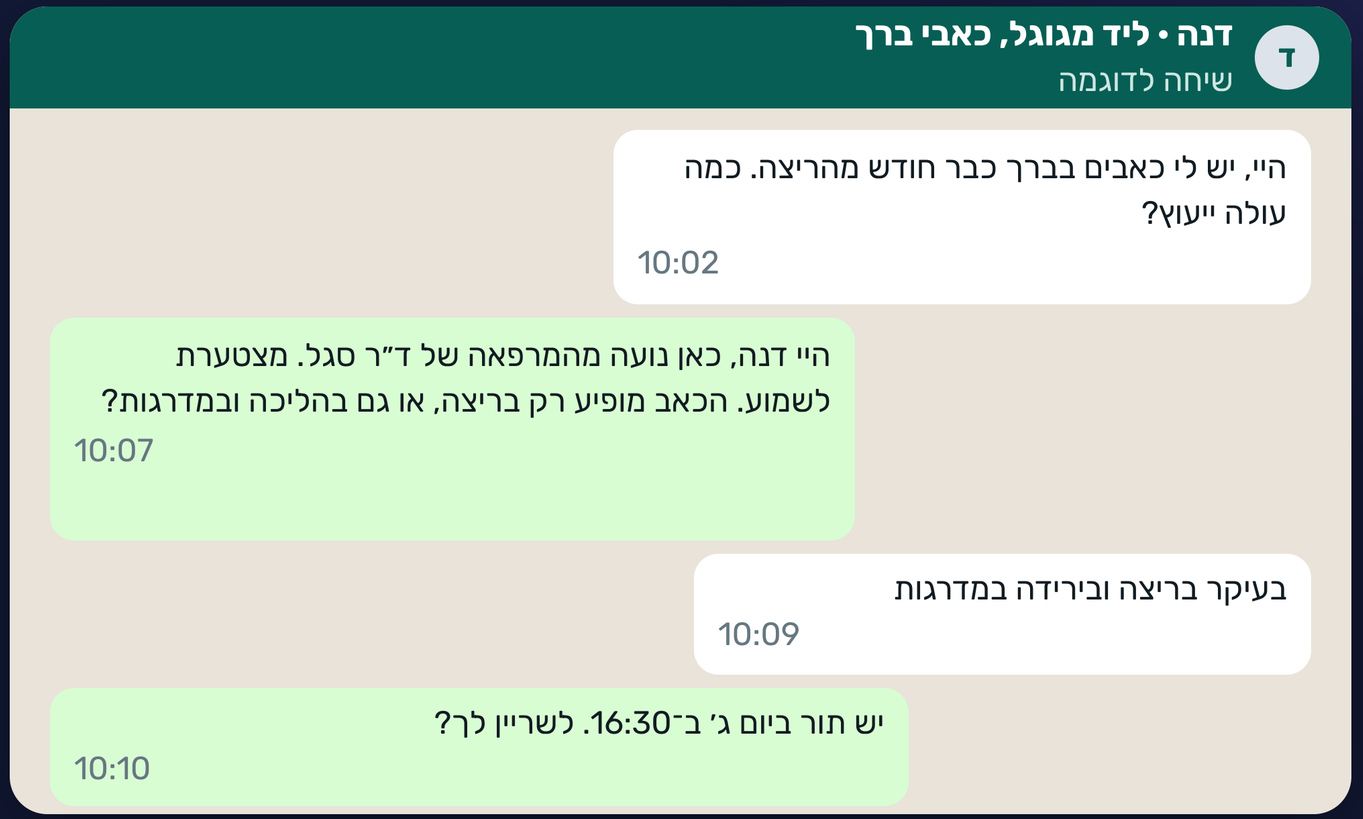
ככה נראה מענה טוב

5 דקות עד מענה
בתוך יעד 10 הדקות

שאלה לפני מחיר
מבינים את הצורך, ואז מציעים

מועד מוגדר
שאלה סגורה עם תור, לא מתי נוח לך

בלי אבחון בצ׳אט
שואלים כדי לנתב, לא כדי לאבחן



ארבעה יעדי ניהול ראשונים

100%

לידים מתועדים

כל פנייה, מכל ערוץ, נכנסת ל־CRM עם מקור

90%

ניסיון מענה בזמן

תוך 10 דקות, בשעות הפעילות

50%

מליד רלוונטי לתור

מתוך מי שמתאים לשירותי המרפאה

85%

הגעה לתור

מתוך התורים שנקבעו

מה זה אומר במספרים • דוגמה להמחשה

40 לידים רלוונטיים בחודש × 50% = 20 תורים × 85% = 17 מטופלים שהגיעו

הדשבורד השבועי

דשבורד שבועי • שבוע 6

נתונים להמחשה בלבד

לידים השבוע **42** יעד 40 • +8%	זמן מענה חציוני **14 דק׳** יעד 10	ניסיון מענה בזמן **82%** יעד 90%
לידים רלוונטיים **31 • 74%** תקין	תורים שנקבעו **16 • 52%** יעד 50%	תורים שהתקיימו **13 • 81%** יעד 85%
התחילו טיפול **10** תקין	עלות לליד **78 ₪** תקין	עלות למטופל **300 ₪** ירידה
הכנסה ממטופל **1,800 ₪** ממוצע	ניצולת יומנים **78%** יעד 85%	לידים מתועדים **100%** תקין

מקור הלידים



מטופלים חדשים שלא דרך אוהד

60%

יעד [__%]



07

פרק 7 מתוך 9

90 הימים הראשונים

ארבעה שלבים. לכל משימה אחראי, מועד, תוצר ומדד.

שיטת A-Z • תחנת הרגלי עבודה

שבועות 1–2: אבחון, תקציב וגיוס

משימה	אחראי	מועד	תוצר	מדד	סטטוס
נתוני בסיס: מחזור, שירותים, קיבולת ומקורות הגעה ל־6 חודשים	אביטל + איציק	**5.11**	קובץ נתוני בסיס	כל השדות מלאים	**מתוכנן**
ביקורת שיווק: גוגל, סושיאל, אתר, ספקים ועלויות	איציק + הספקים	**9.11**	דוח ביקורת	עלות לליד ולמטופל בכל ערוץ	**מתוכנן**
פגישת הנהלה: יעד, תקציב, קיבולת, תפקיד וסמכויות	אוהד + איציק	**10.11**	סיכום החלטות	7 החלטות סגורות	**מתוכנן**
פרסום מודעת הדרושים ומיון ראשוני	איציק + אוהד	**12.11**	מודעה באוויר ורשימה קצרה	לפחות 6 מועמדויות לשיחה	**מתוכנן**

בסוף שבוע 2: נתוני בסיס, תקציב מאושר ומועמדויות בתהליך.

שבועות 3–4: בחירה, חפיפה ותשתיות

משימה	אחראי	מועד	תוצר	מדד	סטטוס
משימת בית, ראיונות ובחירת מועמדת	אוהד + איציק	**19.11**	מועמדת נבחרה וחוזה	ציון 4.0 ומעלה	**מתוכנן**
הקמת CRM, עם שדה מקור ושדה שותף מפנה	מנהלת + אביטל	**26.11**	CRM פעיל	100% לידים מתועדים	**מתוכנן**
נוהל לידים, תסריט מענה ותבניות וואטסאפ	מנהלת + אביטל	**26.11**	נוהל כתוב ומאושר	90% מענה בזמן	**מתוכנן**
דשבורד שבועי ראשון	מנהלת + איציק	**26.11**	דשבורד עם 12 מדדים	נשלח לאוהד כל יום ה׳	**מתוכנן**

בסוף שבוע 4: מנהלת בתפקיד, CRM פעיל ודשבורד ראשון.

שבועות 5–8: הפעלה

משימה	אחראי	מועד	תוצר	מדד	סטטוס
לוח תוכן חודשי ו־12–16 תכנים בחודש	מנהלת, אישור אוהד	**מ־3.12**	לוח תוכן מאושר	90% עמידה בלוח	**מתוכנן**
מבנה קמפיינים חדש בגוגל ומדידת המרות	ספק גוגל + מנהלת	**10.12**	קמפיינים לפי שירות	עלות לתור שנקבע	**מתוכנן**
כנס בעלי מועדוני קרוספיט	מנהלת, אוהד, איציק	**17.12**	כנס ו־8 פגישות ביומן	15–20 משתתפים	**מתוכנן**
אתר: עמודי שירות, מובייל ו־Google Business	מנהלת + ספק SEO	**24.12**	5 עמודים ופרופיל מעודכן	פניות מהאתר	**מתוכנן**
פניות יזומות לכ־50 שותפים בשישה מעגלים	מנהלת + אוהד	**24.12**	רשימה ופניות ב־CRM	20 פגישות שותפים	**מתוכנן**

שבועות 9–12: ניתוח ושיפור

משימה	אחראי	מועד	תוצר	מדד	סטטוס
ניתוח ביצועים לפי ערוץ ולפי שלב במשפך	מנהלת + איציק	**31.12**	דוח 60 יום	צוואר הבקבוק מזוהה	**מתוכנן**
שיפור המרות: תסריט, זמני מענה ותזכורות	מנהלת + אביטל	**7.1**	נוהל מעודכן	50% מליד רלוונטי לתור	**מתוכנן**
פגישות המשך מהכנס והרחבת השותפים	מנהלת + אוהד	**14.1**	הסכמי שיתוף פעולה	3 שותפויות עד 15.2	**מתוכנן**
צמצום הוצאות לא יעילות: ספקים, מילים, ערוצים	אוהד + מנהלת	**14.1**	רשימת קיצוצים	עלות למטופל יורדת	**מתוכנן**
תוכנית רבעונית לפברואר–אפריל 2027	מנהלת + איציק	**21.1**	תוכנית רבעונית	יעדי רבעון מאושרים	**מתוכנן**

פרק 7 • 90 הימים הראשונים

שבוע עבודה של מנהלת הצמיחה

יום א׳
נתונים, לידים וקמפיינים

שעה
דשבורד ונתוני השבוע

שעה וחצי
קמפיינים מול הספקים

שעה וחצי
תכנון השבוע והתוכן

יום ב׳
פיתוח עסקי ופניות יזומות

שעתיים
איתור שותפים ופניות

שעה
שיחות עם שותפים

שעה
חומרים והרצאות לשותפים

יום ג׳
פגישות שותפים ופולואפים

שעתיים וחצי
פגישות במועדונים ובמרפאה

שעה וחצי
פולואפים ותיעוד ב־CRM

יום ד׳
תוכן, צילום וספקים

שעה
צילום עם אוהד במרפאה

שעתיים
עריכה ועיצוב

שעה
ספקים ואירועים

יום ה׳
המרות, דוחות ושבוע הבא

שעה וחצי
בדיקת המשפך וההמרות

שעה
דוח שבועי לאוהד

שעה וחצי
תכנון השבוע הבא

כל יום: שתי בדיקות לידים ופולואפים, חצי שעה כל אחת. סך הכול כ־25 שעות בשבוע.



08

פרק 8 מתוך 9

תקציב ומחשבונים

כמה זה עולה, איך מתגמלים, ומתי זה מחזיר את עצמו.

שיטת A–Z • תחנת פיננסים

שתי חלופות תקציב

סעיף חודשי	היום	א׳: תוספת	ב׳: משולב • מומלץ	הערה
מנהלת צמיחה, ברוטו	אין	**12,000 ₪**	**12,000 ₪**	בסיס 9,000 ובונוס ממוצע 3,000
עלות מעסיק	אין	**כ־15,600–15,000 ₪**	**כ־15,600–15,000 ₪**	הערכה: פי 1.25–1.3 מהברוטו
מדיה: גוגל ומטא	[__ ₪]	ללא שינוי	ללא שינוי	מגדילים רק לפי עלות לתור
ספק סושיאל, תוכן ועיצוב	[__ ₪]	נשאר	**מצטמצם או מבוטל**	המנהלת מבצעת בעזרת AI
Google Ads ו־SEO טכני	[__ ₪]	נשאר	נשאר	מומחים חיצוניים, עם יעד
כלים: CRM, Canva, CapCut, AI	[__ ₪]	כ־500 ₪	כ־500 ₪	הערכה, לפי מנויים
תוספת נטו בחודש	•	**כ־16,100–15,500 ₪**	**פחות החיסכון בספק**	**בדוגמה הבאה: 14,000 ₪**

מודל התגמול

בסיס חודשי, ברוטו

₪ 8,000–10,000

בונוס על יעדים

₪ 2,000–4,000

טווח לבדיקה מול השוק. עלות המעסיק נפרדת.

על מה הבונוס

מטופלים חדשים שלא דרך אוהד	40%
מענה בזמן ותיעוד מלא	20%
שותפים פעילים והפניות שנמדדו	20%
שביעות רצון וביקורות	20%

נבדק כל חודש מול הדשבורד. משקלים להצעה.

על מה לא מתגמלים

- מספר הטיפולים לכל מטופל
- הכנסה מטיפולים לפי מטופל
- מכירת טיפולים מתקדמים כמו PRP
- הנחות ומבצעים

היא מתוגמלת על הבאת מטופלים ועל שירות. מה שקורה בחדר הטיפול, לא בידיים שלה.

מחשבון ROI: נקודת האיזון

קלטים

דוגמה מהבריף

עלות חודשית נוספת	₪ 14,000
הכנסה ממוצעת למטופל	₪ 1,800
שיעור תרומה אחרי עלויות משתנות	45%
תרומה למטופל	₪ 810

נקודת איזון = עלות נוספת ÷ תרומה למטופל

14,000 ÷ 810 = 17.3

18

מטופלים חדשים נוספים בחודש, בקירוב

10 מטופלים נוספים
–5,900 ₪
עדיין בהפסד

18 מטופלים נוספים
+580 ₪
איזון

30 מטופלים נוספים
+10,300 ₪ בחודש
תרומה נקייה מעבר לעלות המשרה

מחשבון היעד: מה צריך ל־300,000 ₪

קלטים

מספרים להמחשה

מחזור נוכחי בחודש	**200,000 ₪** בפועל: [__ ₪]
הכנסה ממוצעת למפגש	**300 ₪**
מפגשים למטופל	**6**
קיבולת למשרת טיפול	**כ־110 מפגשים**
תמהיל שירותים	**לפי פירוק היעד**

פער הכנסות בחודש

100,000 ₪

300,000 פחות 200,000

מפגשים נוספים בחודש

כ־334

100,000 ÷ 300 ₪ למפגש

מטופלים חדשים נוספים בחודש

כ־56

100,000 ÷ 1,800 ₪ למטופל

קיבולת נוספת

כ־3 משרות

334 ÷ 110 מפגשים למשרה

56 מטופלים זה כמעט פי 3 מנקודת האיזון.

והמפגשים מתפרסים על פני חודשים, ולכן ההכנסה מגיעה בהדרגה. בשקף הבא.

תחזית: חדשים וממשיכים



ההנחה בדוגמה

20 מטופלים חדשים נוספים בחודש. 6 מפגשים לאורך חודשיים, 300 ₪ למפגש.

מה קורה בפועל

בחודש הראשון רק חצי מהמפגשים. מהחודש השני: חדשים וממשיכים יחד.

הכלל לתחזית

במצב יציב: מטופלים חדשים בחודש × הכנסה למטופל.
בדוגמה: 20 × 1,800 = 36,000 ₪.



09

פרק 9 מתוך 9

החלטות

סיכונים, החלטות לפגישת ההנהלה, וחמש פעולות ראשונות.

שיטת A–Z • מה עושים עכשיו

מה יכול להשתבש, ומה עושים

התפקיד עמוס מדי

הפתרון

שבוע קבוע, עדיפות לפי צוואר הבקבוק, ומומחים למשימות מתקדמות

המנהלת הופכת למזכירה

הפתרון

התורים נשארים אצל אביטל. המנהלת מטפלת בלידים חדשים בלבד

הוצאות לפני הכנסות

הפתרון

מגייסים אחרי תקציב מאושר, ומגדילים מדיה רק לפי עלות לתור

לידים בלי המרה

הפתרון

נוהל לידים ומדידה שבועית, לפני שמוסיפים שקל לפרסום

אין מקום ביומן

הפתרון

בודקים ניצולת לפני שמגדילים לידים, ומתכננים מטפל נוסף מראש

התלות באוהד נשארת

הפתרון

שלושה מנועים נוספים, ומדד שבועי: אחוז המטופלים שלא דרכו

רגולציה רפואית

הפתרון

אוהד מאשר כל תוכן רפואי, בלי הבטחת תוצאה, ובדיקה משפטית לפרסום

פרטיות המטופלים

הפתרון

בלי מידע מזהה בכלי AI, הסכמה בכתב לכל סיפור, והרשאות ב־CRM

שבע החלטות לפגישת ההנהלה

נושא	השאלה	ההמלצה שלנו	הוחלט
יעד	300,000 ₪ בחודש: עד מתי?	הצעה: יעד ל־12 חודשים, עם בדיקה בכל רבעון	☐
תקציב	חלופה א׳ או ב׳?	ב׳: מודל משולב, עם חיסכון בספק התוכן	☐
קיבולת	יש מקום למטופלים הנוספים?	בדיקת ניצולת בשבוע 1, והחלטה על מטפל נוסף	☐
שם התפקיד	איך נקרא לתפקיד?	מנהלת שיווק, מכירות וצמיחה	☐
סמכויות	מה היא מחליטה לבד?	מדיה בטווח שאושר, ספקים ולוח תוכן. לא מחירים ולא תוכן רפואי	☐
חלוקת עבודה	מי עונה ללידים, ומתי?	המנהלת בשעות שלה, אביטל בשאר שעות הפעילות	☐
יעדי 90 יום	על מה נמדוד את ההצלחה?	ארבעת יעדי הניהול, 20 פגישות שותפים וכנס אחד	☐

חמש פעולות ראשונות

1	להעביר נתונים של 6 חודשים: מחזור, שירותים, מקורות וקיבולת	אביטל	5.11
2	לתת גישה לגוגל, למטא, לאתר ול־Google Business	אוהד	5.11
3	לשריין ביומן שעת צילום קבועה בכל שבוע	אוהד	5.11
4	פגישת הנהלה: לסגור את שבע ההחלטות	אוהד + איציק	10.11
5	לפרסם את מודעת הדרושים ולהתחיל מיון	איציק	12.11

מאוהד כמנוע יחיד,
למערכת צמיחה.

הצעד הבא: פגישת הנהלה ב־10.11, וסגירת שבע ההחלטות.



איציק עוז ייעוץ עסקי
מעצמאי לבעל עסק