|  |
| --- |
| בקשת לתמיכה בתכנית מו"פהמסגרות בהן נתמך התאגיד 2 : המסגרות בהן נתמך התאגיד 3 : סיכום מנהלים :  |
| בקשת השקעה בביצוע פיילוט בקרן המו"פ2025/06 |
| הקדמה* טופס הבקשה המוגש ע"י התאגיד הוא האמצעי העיקרי לבחינת הבקשה להשקעה. טופס הבקשה מפרט ומסביר את בקשת התאגיד לכן קיימת חשיבות רבה להקפיד למלא אותו באופן מלא ומפורט, שיכלול מידע עדכני באופן שהמסרים של התאגיד יהיו ברורים מקריאת הבקשה.
* מילוי קפדני ומפורט של סעיפי הבקשה ימקסם את סיכוי התאגיד לכך שהמסרים שהוא מבקש להעביר יובנו בצורה נכונה בתהליך הבדיקה ויוצגו כך לחברי הוועדה.
* מומלץ לתאגיד לעיין טרם תחילת מילוי טופס הבקשה בדף המסלול באתר הרשות.

הנחיות להגשת הבקשה* כל השדות במסמך הבקשה הינם חובה. היכן שלא רלוונטי יש לציין "לא רלוונטי".
* נספחים המצורפים לבקשה אינם מהווים תחליף למילוי מלא של סעיפי הבקשה.
* תוכנית הרצה ("פיילוט"), עיקרה בביצוע פיילוט באתר חיצוני לתאגיד, בד"כ של לקוח (פוטנציאלי) ו/או גוף ממשלתי/ציבורי, בישראל או מחוצה לה אשר יכול, אך לא חייב, לשמש כקבלן משנה בתוכנית.
* יש לצרף לקובצי הבקשה גם הסכם או MOU עם אתר הפיילוט.
* ההתייחסות בבקשה למוצרים תהא למוצרים נשואי תוכנית ההרצה, בין אם מפותחים במסגרת התוכנית ובין אם פותחו לפני תחילתה.
* ניתן להגיש את הבקשה בעברית ו/או באנגלית.

הגדרות* "**מוצר**" משמש לציין נכס מוחשי או לא מוחשי, תהליך או שירות, לרבות תהליכי ייצור ותוכנת מחשבים; לרבות מוצר חדש או חלק של אותו המוצר או מערכת הכוללת את המוצר או שיפור מהותי של המוצר הקיים ולרבות ידע.

הנחיות לעריכת המסמך |
| יש להשתמש **בגרסה העדכנית** של מסמך הבקשה.יש להשתמש בגרסת **מיקרוסופט אופיס 2010** ומעלה ובמחשב מבוסס **Windows 7** ומעלה.[**למשתמשי מקינטוש** : קישור להנחיות עריכה](https://innovationisrael.org.il/?page_id=41842/#macuser) **אין להסיר את הנעילה** שאיתה מגיע המסמך שהורד מהרשת.**אין להשתמש** בכלי עריכה אחרים כדוגמת גוגל-דוקס, Open-Office, ... |
| * אין לחרוג בבקשה המוגשת מ- **30** עמודים.
* אין להעלות קבצי אופיס עם **פקודות מאקרו**.
* אין להעלות קבצי אופיס עם **אובייקטים מוטמעים** (אין לבצע העתק הדבק של גרפים וקבצים לטפסי הבקשה) למעט תמונות בפורמט .JPG
* אין להעלות קבצים המכילים בתוכם **קישורים לקבצים חיצוניים אחרים**.
 |
| [ניתן להסיר את הרקע הצהוב (**ההדגשה**) שמציין את האזורים במסמך שהם ברי עריכה (בכל פתיחה של המסמך)]**עברית**: לחץ על לשונית "סקירה" ← "הגן/הגבל עריכה" ← הסר את הסימון "סמן את האזורים שבאפשרותי לערוך"**English**: Press "Review" → "Protect/Restrict Editing" → Uncheck "Highlight the regions I can edit" |

| **אישור התאגיד**"אנו מאשרים שהמסמך נכתב **ומוגש** על **טופס** המקור שהורד מאתר רשות החדשנות ועומד בכל הדרישות המפורטות לעיל." |
| --- |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| המסגרות בהן נתמך התאגיד 2 | המסגרות בהן נתמך התאגיד 3 |  |  |  |  |  |  |

| **המאשר** | שם: |  | תפקיד: |  | תאריך: |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

| 12.06.2025 |  | 3.14.31 | track\_01\_mop\_pilot | מסלול 1 מופ פיילוט |  | 3.14 | IIA\_SupReq\_Track\_01\_Mop\_Pilot\_3.14.31 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

המסגרות בהן נתמך התאגיד 2 המסגרות בהן נתמך התאגיד 3

**תוכן עניינים**

[בקשת השקעה בביצוע פיילוט בקרן המו"פ](#_Toc200643362)

[1 פרטי המגיש והבקשה](#_Toc200643363)

[2 סיכום מנהלים (יועתק כלשונו לחוות הדעת ויוצג בפני וועדת המחקר)](#_Toc200643364)

[3 הצורך במוצר](#_Toc200643365)

[4 המוצר, רגולציה והיבטי תקינה](#_Toc200643366)

[5 רקע התאגיד, הצוות, יכולות התאגיד](#_Toc200643367)

[6 קניין רוחני](#_Toc200643368)

[7 הפיילוט](#_Toc200643369)

[8 סטטוס פיתוח יכולת המוצר](#_Toc200643370)

[9 הטכנולוגיה, ייחודיות וחדשנות, חסמי כניסה טכנולוגיים, אתגרים, מוצרי צד ג'](#_Toc200643371)

[10 תוכנית המו"פ](#_Toc200643372)

[11 אבני דרך](#_Toc200643373)

[12 שוק, שיווק, לקוחות, תחרות ומודל הכנסות](#_Toc200643374)

[13 התרומה למשק בישראל](#_Toc200643375)

[14 תמלוגים](#_Toc200643376)

[15 נספחים (לשימוש מגיש הבקשה)](#_Toc200643377)

# פרטי המגיש והבקשה

## פרטי התאגיד מגיש הבקשה

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **שם התאגיד** (עברית) |  | **שם התאגיד** (אנגלית) |  |

## פרטי המסלול

|  |  |
| --- | --- |
| **הליך הגשה** | בחר הליך הגשה... |

## נושא ותיאור התוכנית

|  |  |
| --- | --- |
| **נושא התוכנית** |  |
| **תיאור התוכנית** |  |

## תקציב מבוקש ותקופת התוכנית

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **תקציב מבוקש** | **מועד התחלה** | **מועד סיום** |
|  | מועד התחלה... | מועד סיום... |

## אנשי המפתח בתוכנית

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **#** | **תפקיד** | **שם מלא** | **טלפון** | **Email** |
| **1** |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |

## מספרי תיקים המשויכים לתוכנית

|  |
| --- |
| * "**תיקים המשויכים לתוכנית**": כל תיק אשר בטכנולוגיה ו/או במוצרים ו/או במוצרים שפותחו במסגרתו ו/או בחלק מהם, נעשה שימוש במו"פ של התיק הנוכחי ו/או שהם משולבים בטכנולוגיות ו/או במוצרים ו/או במוצרים נשואי התיק הנוכחי (ואשר אינו בתוכנית הנוכחית)
 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ✧ | **מספרי תיקים שמשויכים לתוכניות קודמות:** |  |  |  |  |  |  |  |  |

# סיכום מנהלים (יועתק כלשונו לחוות הדעת ויוצג בפני וועדת המחקר)

|  |
| --- |
| על התאגיד להציג באופן תמציתי נושאים נבחרים מתוך התוכנית, בעלי חשיבות רבה עבור חברי הוועדה כגון:[**1**] הצורך בפיילוט ויעדיו, המוצרים, הטכנולוגיה, עיקרי תכולת הפיילוט, החדשנות הטכנולוגית/הפונקציונאלית, האתגרים שבפיילוט, התועלת למוצרים, תרומת האתר והפערים מול הנדרש[**2**] השוק הרלוונטי, ההזדמנות העסקית, ההיערכות השיווקית, המודל העסקי, תחזית המכירות, מתחרים, התועלת העסקית והגידול הצפוי במכירות כתוצאה מהפיילוט, ההשפעה על צמיחת התאגיד וההשפעה בתחומים המפורטים במסגרת ההגשה* החדשנות הטכנולוגית בסיכום זה תתייחס למוצרים כמצבם בתחילת התוכנית (מבט "אחורה") ואילו החדשנות הפונקציונאלית תתייחס למוצרים כמצבם בסיומה של התוכנית בלבד (מבט "קדימה")
* הערה: עד 15 שורות (גופן Arial-11)
 |
| הזן טקסט כאן... |

# הצורך במוצר

|  |
| --- |
| * תאר ופרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית את הבעיה/הצורך שהתוכנית באה לתת לו מענה
 |

הזן טקסט כאן...

# המוצר, רגולציה והיבטי תקינה

## המוצר

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית את הנושאים הבאים:[**1**] המוצר (כולל תיאור פונקציונאלי) והאופן בו הוא עונה לצורך[**2**] מרכיבי המוצר, רכיביו ועקרונות הפעולה[**3**] תרחישי השימוש במוצר (use case), לרבות שילובו בעתיד במוצרי התאגיד[**4**] מהי הצעת הערך הייחודית? – פרטהצעת הערך הייחודית: מסבירה (בקצרה) את התועלת הייחודית המוצעת ללקוח והמאפשרת לחברה להתבלט מהמתחרים. |

הזן טקסט כאן...

## היבטי תקינה, רגולציה ואיכות הסביבה

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית את הנושאים הבאים:[**1**] תקינה והיבטי איכות הסביבה, רגולציה או תקנות איכות סביבה לייצור המוצר או להפעלת המוצר הסופי בסיום התוכנית בארץ ו/או במדינות היעד אליהן ישווקו? אחרת ציין: "לא רלוונטי"[**2**] ככל שקיימות, תאר ופרט את דרישות התקינה, רגולציה או תקנות איכות סביבה בארץ ו/או במדינות היעד אליהן ישווקו. [**3**] ככל שרלוונטי, תאר ופרט את הצעדים הננקטים כדי שמוצרי התוכנית יעמדו בתקנים הנוגעים להם[**4**] התייחסו להיתכנות של מצב שבו לא קיימת תקינה, רגולציה או תקנות איכות סביבה אבל יש וודאות שבעתיד תידרש עמידה באחת מהן או בכולן כיצד זה ישפיע על היכולת לייצר את המוצר, למכור אותו או למכור את השרות. [**5**] ככל שהמוצר מתכוון לספק מענה לבעיה של איכות סביבה או בטיחות ועדין אין תקינה בתחום תאר כיצד זה משפיע על פיתוח מוצרי התוכנית וכיצד זה משפיע על היכולת למכור את השירות או המוצר. |

הזן טקסט כאן...

# רקע התאגיד, הצוות, יכולות התאגיד

## היסטוריית התאגיד ודגשים מיוחדים

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] התפתחויות ואירועים מיוחדים ודגשים מיוחדים לגבי התאגיד, כדוגמת: רכישות, מיזוגים, שינויי בעלות, חילופי גברי, קשיים מיוחדים, תביעות, הצלחות וכישלונות שיווקיים, פריצה טכנולוגית, וכו' – הדגש אירועים מהשנה האחרונה [**2**] קווי המוצרים הנוכחיים של התאגיד |

הזן טקסט כאן...

## הצוות ויכולות התאגיד (תיאור מפורט)

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] הרקע והניסיון הרלוונטי של כל אחד מאנשי המפתח וצוות המו"פ, לרבות קבלני משנה מהותיים[**2**] הרקע והניסיון (ובפרט הניסיון הבינלאומי) של כל אחד מאנשי השיווק והמכירות[**3**] ציין האם קיימים פערים ביכולות הצוות וכיצד בכוונת החברה לגשר עליהם[**4**] תשתיות הפיתוח הקיימות בתאגיד (לרבות מעבדות, מתקני/אמצעי ייצור, ציוד ייעודי וכד') והתשתיות הקיימות בנוגע לביצוע הפיילוט[**5**] היכולות הטכנולוגיות והיכולות הנוגעות לביצוע הפיילוט ועמידה ביעדיו של התאגיד, לרבות ידע קיים בתאגיד וביצועי העבר |

הזן טקסט כאן...

## תחזית מול מכירות (באלפי $)

|  |
| --- |
| **הנחייה:*** עדכן בטבלה את השנים באופן הבא [y] מציין את השנה הנוכחית בגינה מוגשת הבקשה, [y-1] מציין את השנה הקודמת וכן הלאה
* יש לציין את ההכנסות במונחי הכנסות מוכרות (recognized revenue)
* לחברה שהציגה תחזית הכנסות לרשות החדשנות, יש לציין את התחזית שהוצגה
* עבור חברה שזו לה הפניה הראשונה לרשות החדשנות, יש להציג את תחזית ההכנסות כפי שהוצגה למועצת המנהלים של התאגיד
 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **השנה הקלנדרית** | **[y-3]** | **[y-2]** | **[y-1]** | **[y]** |
| **התחזית שסיפקה החברה עבור אותה שנה** |  |  |  |  |
| **הכנסות בפועל** |  |  |  |  |

## מימון ותשתית פיננסית

|  |
| --- |
| **תאר ופרט:**[**1**] מימון הפעילות עד כה[**2**] כיצד בכוונת התאגיד לממן את חלקו בתקציב התיק הנוכחי[**3**] ככל שרלוונטי, פירוט המגעים עם משקיעים פוטנציאליים |

הזן טקסט כאן...

# קניין רוחני

|  |
| --- |
| * שים לב! במילוי סעיף ‎זה יש להתייחס ולפרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית
 |

## בדיקת הפרת זכויות קניין רוחני וסקירת פטנטים

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד מהמוצרים:[**1**] האם נבדק כי המחקר והפיתוח ומוצריו אינם מפרים זכויות קניין רוחני (לרבות פטנטים) של אחרים? באיזה אופן? |

הזן טקסט כאן...

## רישום פטנטים

|  |
| --- |
| * פרט את הפטנטים שהוגשו לרישום או יוגשו לרישום במסגרת התוכנית על פי הידוע במועד הגשת הבקשה
 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **#** | הפטנט | **רלוונטיות הפטנט לתוכנית** | **מועד וסטאטוס הרישום** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |

## הבעלות במוצרי התוכנית

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד מהמוצרים:[**1**] התייחס לזכויות הקניין של המבקש בידע המקדמי הנדרש לביצוע התוכנית וציין כיצד ישיג המבקש את זכויות השימוש בקניין הרוחני אם אינם בבעלותו (בבעלות חברת אם, אקדמיה וכד').[**2**] האם כל זכויות הקניין, לרבות הקניין הרוחני, בטכנולוגיות ובמוצרי התוכנית, הנם בבעלות הבלעדית של התאגיד מגיש הבקשה?א. התייחס לזכויות הקניין של המבקש בידע החדש שייווצר כתוצאה מביצוע התוכנית. ב. אם לא, לגבי כל רכיב כזה פרט את מהותו, הבעלות עליו וסוג ההרשאה שקבל התאגיד לשימוש בידע או במוצר. [**3**] בבקשה הכוללת בעלות משותפת בידע:א. יש להתייחס לזהות הבעלים הנוספים בידע שייווצר, לתרומת הבעלים הנוספים לפיתוח הידע, לחלוקת הבעלות והזכויות בידע, לזכות השימוש של המבקש בידע אשר אינו בבעלותו ולקיומו ולפרטיו של ההסכם המסדיר את האמור. ב. על המבקש לצרף את הסכם הבעלות המשותפת ליתר מסמכי הבקשה.[**4**] התייחס לזכויות הקניין בתוצרי המו"פ של קבלני המשנה או כל גורם אחר המועסקים במסגרת התוכנית. אם לא ייווצר IP האם ייווצר ?knowhow או שהבעלות הקניינית לא רלוונטית, הסבר מדוע. |

הזן טקסט כאן...

## פיתוח בקוד פתוח (open source)

|  |
| --- |
| * ככל שרלוונטי, פרט את רכיבי הקוד שיפותחו ויוחזרו לשימוש הקהילה כקוד הפתוח (Open Source), באיזה סוג רישיון ונמק את ההצדקה הכלכלית לכך: (1) בתוכנית , ו- (2) בתיק הנוכחי, אחרת ציין : "לא רלוונטי
 |

הזן טקסט כאן...

# הפיילוט

## רשימת אתרי ההרצה המשתתפים בפיילוט

|  |
| --- |
| הנחייה: * בשדה "**סיווג האתר**" בחר אחת מהאפשרויות הבאות: "**יזם**", "**סטרטאפ**", "**חברה** **תעשייתית**", "**חברת ייעוץ עסקי/שיווקי**", "**גוף** **שירותי**", "**גוף** **תשתיות**", " **גוף** **ממשלתי/ציבורי**", "**מכון מחקר**", "**מעבדה**", "**בית חולים**", "**מפיץ**", "**סוכן**", "**מפעיל**" או "**אחר**"
 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | שם האתרוקישור לאתר האינטרנט שלו | סיווגהאתר | מקוםהאתר | שנתיסוד | מספר עובדים | מספר עובדי מו"פ | היקף מכירות שנתי ($K) | תקציב קבלן משנה בתוכנית (₪) | **השקעה**עצמית שלהאתר (\*) |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*(\*) ככל שקיימת השקעה עצמית של האתר היא תצוין במטבע הרלוונטי לאתר*

## פירוט אתרי ההרצה המשתתפים בפיילוט

|  |
| --- |
| * תאר את פרטי האתרים המשתתפים בתוכנית
* יש לשכפל ולמלא את הטבלה הבאה עבור כל אחד מהאתרים
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **שם האתר** (1) |  |
| **תפקיד בתוכנית** |  |
| **סיווג ותחומי עיסוק** |  |
| **טכנולוגיות ומוצרים** (ככל שרלוונטי) |  |
| **שווקים** |  |
| **סוג התמיכה שהאתר מעמיד** |  |
| **האם השותף יגיש/מגיש בקשה גם לרשות?** | כן/לא |
|  |  |

\*\*ככל שנדרש שכפל עותק/ים של הטבלה לכאן\*\*

­­­­­­­­

## הצורך בפיילוט, התכולה, מצב המוצר ובשלותו לביצוע הפיילוט

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים (היכן שרלוונטי)[**1**] הצורך והיעדים שהפיילוט בא להשלים[**2**]תיאור תכולת הפיילוט [**3**] מצב המוצר בתחילת התוכנית ובשלותו לביצוע הפיילוט |

הזן טקסט כאן...

## חלוקת התפקידים והאחריות בין התאגיד לאתר

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים (היכן שרלוונטי)[**1**] חלוקת התפקידים והאחריות בין התאגיד והאתר[**2**] ככל שרלוונטי, תפקידי האתר בתחום הייצור, השיווק והמכירה של מוצרי התוכנית[**3**] ככל שרלוונטי, תרומת התאגיד לאתר[**4**] התרומה לתאגיד וההשפעה על צמיחתו |

הזן טקסט כאן...

## האתגרים וההשפעה בפיילוט

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים[**1**] עד כמה דומה אתר הפיילוט לסביבת ההפעלה האמיתית: איכות האתר והתאמתו ליעדים, יכולותיו, אמצעים שיעמיד, תרומתו, פערים לעומת הנדרש והסינרגיה בין הצדדים[**2**] תרומת הפיילוט לחדירת המוצר לשוק: התועלת למידת קירובו של המוצר לשוק, למסחורו ולחדירתו לשוק[**3**] ההשפעה בתחומים המפורטים בקול הקורא[**4**] תשתיות, מתקנים אמצעים מיוחדים, מוצרים ושירותים הנדרשים לביצוע הפיילוט [**5**] אתגרי הפיילוט |

הזן טקסט כאן...

## מדדי הצלחת הפיילוט (KPI's)

|  |
| --- |
| * תאר ופרט את המדדים לפיהם תמדדו את הצלחת הפיילוט
 |

הזן טקסט כאן...

## ההסדר בין הצדדים

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים לגבי כל אחד מאתרי הפיילוט (היכן שרלוונטי):[**1**] הסדר הבעלות ב-IP של מוצרי התוכנית ומתן רישיונות שימוש הדדיים[**2**] הסדר ההכנסות בין הצדדים, לרבות הסדרי תמלוגים[**3**] הסטאטוס החוזי בין הצדדים. יש לתאר אם ואילו מסמכים נחתמו בין הצדדים עד למועד הגשת הבקשה ולצרפם לבקשה: הסכם מלא, מזכר הבנות, תוכנית פעולה, הסכם לגבי הקנין הרוחני וכיוצא בזה |

הזן טקסט כאן...

# סטטוס פיתוח יכולת המוצר

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| # | תיאור היכולת | מצב בתחילת התקופה הנדונה | המצב הצפוי בסיום התקופה הנדונה |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

# הטכנולוגיה, ייחודיות וחדשנות, חסמי כניסה טכנולוגיים, אתגרים, מוצרי צד ג'

## הטכנולוגיה

|  |
| --- |
| יש להתייחס לנושאים הבאים: [**1**] פרוט הטכנולוגיות שיפותחו במסגרת בקשה זו, ככל שרלוונטי – יש לצרף גם את עיקרי מפרט הביצועים של המוצר, כולל נתונים כמותיים וסכמת בלוקים (חומרה/ תוכנה) |

הזן טקסט כאן...

## ייחודיות וחדשנות

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] הייחודיות והחדשנות במוצר שפותח עד כה ביחס לקיים בעולם |

הזן טקסט כאן...

## חסמי כניסה טכנולוגיים

|  |
| --- |
| * תאר ופרט את חסמי הכניסה הטכנולוגיים אשר יקשו על מתחרים פוטנציאלים להתחרות עם מוצר דומה
 |

הזן טקסט כאן...

## מוצרי צד ג'

|  |
| --- |
| ככל שרלוונטי, תאר ופרט שימוש ברכיבי צד ג' ו/או רכיבי קוד פתוח על פי הפירוט להלן - אחרת ציין :"לא רלוונטי"* רכיבי הידע, לרבות פטנטים, רישיונות שימוש, מוצרים ומוצרים של צד שלישי, עליהם מתבססת תוכנית המו"פ ו/או משולבים במוצרי התוכנית
 |

הזן טקסט כאן...

# תוכנית המו"פ

|  |
| --- |
| * שים לב! במילוי סעיף ‎זה יש להתייחס ולפרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית שמובילים לאבן דרך
 |

## רשימת משימות המו"פ בתיק זה

|  |
| --- |
| [**1**] פרט את שמות המשימות ותתי המשימות המתוקצבות בבקשה זו לשם ביצוע התוכנית (בנפרד לגבי כל מוצר) ואת משאבי כוח האדם והתקציב הכולל הנדרשים לביצוען* משימה הנה פעילות הפיתוח (על כל שלביה) של רכיב או מרכיב או אבן בנין או פונקציה של המוצר ו/או הטכנולוגיה נשואי בקשה זו, או בלוק בסכמת הבלוקים של המוצר.

לדוגמא: מודול תוכנה המממש פונקציה מסוימת של המוצר, מרכיב חומרתי או מכני או כימי פיסיקאלי או ביולוגי במוצר.* הרשימה בטבלה תכיל את שמות המשימות ולא את פירוט המשימות
* פירוט המשימות יבוצע בסעיף הבא
 |
| כיצד להגדיר שם משימה:שם המשימה אמור לענות על השאלה: "מה מפתחים?".(אין להתייחס לשלבי הפיתוח כגון: אפיון, תכנון, יישום, קידוד, ביצוע בדיקות, אינטגרציה וכו'.) |
| הערות* "**שנות אדם**": יש להתייחס לכוח אדם בתאגיד בלבד (כפי שמופיע בחוצץ כוח אדם בגיליון התקציב)
* "**תקציב כולל**": מתייחס לסך כל רכיבי תקציב המשימה בתקופת התיק ולא רק לרכיב כוח האדם
* ניתן להרחיב את שורות הטבלה או להוסיף שורות בהתאם לצורך (יש למחוק שורות ריקות)
 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | שמות המשימות בבקשה זו | מועד התחלהmm/yy | מועד סיוםmm/yy | שנותאדם | תקציב כולל(אלפי ₪) |
| **1** |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |
| **4** |  |  |  |  |  |
| **5** |  |  |  |  |  |
| **6** |  |  |  |  |  |
| **7** |  |  |  |  |  |
| **8** |  |  |  |  |  |
| **9** |  |  |  |  |  |
| **10** |  |  |  |  |  |
| **#** | **סה"כ** (צריך להיות זהה לתקציב הכולל בגיליון התקציב) |  |  |  |  |

## פירוט תכולת המשימות

|  |
| --- |
| **סעיף זה הוא לב הבקשה****יש לקרוא בעיון ולפרט כל משימה בהתאם להנחיות הבאות !!!** |
| לגבי כל אחת מהמשימות שבטבלה לעיל יש לתאר, לפרט ולהתייחס בהרחבה לנושאים הבאים:[**1**] פירוט תכולת המשימה ומוצריה באופן שניתן יהיה להבין: **מה מפתחים, איך מפתחים או פירוט תכולת הפעילות במשימת פיילוט ותוצריה, באופן שניתן יהיה להבין: מה מבצעים ומהן הפעילויות**[**2**] פירוט **קבלני המשנה** המשתתפים בביצועה המשימה, תפקידם ומוצריהם[**3**] פירוט **שלב המו"פ** של המשימה בתיק הנוכחי, כגון: אפיון, תכנון, מימוש, קידוד, בדיקות, אינטגרציה..,[**4**] **האתגר והחדשנות** שבמשימה ביחס לקיים במוצר בבסיס התוכנית מושא הבקשה בתחילת תקופת התיק הנוכחי[**5**] **היתרון התחרותי** שהמשימה מקנה (ככל שרלוונטי)[**6**] **הצדקה לרכיבי התקציב** הנדרשים לביצוע המשימה (יש להתייחס לכל רכיבי התקציב)[**7**] **פירוט לגבי אופן המדידה** של המשימה לשם הערכת הצלחת המשימה[**8**] **תרומת המשימה לפיילוט**הערות:* משימות הכוללות מעל 2 שנות אדם, יש לפרק לתת משימות, ולהתייחס לכל תת משימה כנדרש לעיל
* יש לפרט חדשנות רק במשימות בהן קיימת חדשנות (לא כל משימה חייבת שתהיה חדשנית)
* יש להתייחס בנפרד לחדשנות טכנולוגית (טכנולוגיה חדשה בעולם) ולחדשנות פונקציונאלית (פונקציה חדשה בעולם)
* מומלץ לאפיין את מוצרי המשימה במונחים מדידים ככל שניתן (כגון: רמת דיוק, ביצועים...)
* ניתן להרחיב את שורות הטבלה או להוסיף שורות בהתאם לצורך
 |

|  |  |
| --- | --- |
| # | נושאי פיתוח פעילות/משימה/מוצרים |
| **1** |  |
| **2** |  |
| **3** |  |
| **4** |  |
| **5** |  |
| **6** |  |
| **7** |  |
| **8** |  |
| **9** |  |
| **10** |  |

## קבלני משנה חו"ל

|  |
| --- |
| * תאר ופרט את קבלני המשנה (קב"מ) לרבות האתרים המתוקצבים בתיק הנוכחי הפועלים מחוץ לישראל או שאינם תושבי ישראל, את מהות פעילותם בתיק ואת הסיבות להעסקתם במקום העסקת עובדים ו/או קבלני משנה ישראלים
 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| # | שם קב"מ חו"ל | ארץ מושב | תיאור מהות הפעילות והסיבות להעסקת קב"מ חו"ל |
| **1** |  |  |  |
| **2** |  |  |  |

# אבני דרך

|  |
| --- |
| * תאר ופרט מספר אבני דרך מדידות ו/או הניתנות לבחינה בתקופה המצוינת
* אבן דרך "ביצועית": אבן דרך הקשורה לביצוע הפיילוט
 |

## אבני דרך טכנולוגיות / שיווקיות / עסקיות בתקופת התיק הנוכחי

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| # | תיאור אבני הדרך | אופן בדיקת העמידה בה | מועד מתוכנן |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

## אבני דרך עיקריות טכנולוגיות, שיווקיות, עסקיות מעבר לתקופת התיק הנוכחי (ככל שרלוונטי)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| # | תיאור אבני הדרך | אופן בדיקת העמידה בה | מועד מתוכנן |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

# שוק, שיווק, לקוחות, תחרות ומודל הכנסות

|  |
| --- |
| * יש להתייחס לשוק הספציפי אליו שייך המוצר (ולא לשוק הכללי אליו משתייך / פונה המוצר )
 |

## המיצוב, השוק הרלוונטי, נתונים כמותיים של פלחי השוק הרלוונטיים (השוק העולמי)

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית את הנושאים הבאים:[**1**] שוקי היעד הרלוונטיים[**2**] היקף השוק השנתי העולמי, קצב הגידול, המגמות וההתפתחויות בשוק וכיצד ישפיעו על אורך חיי המוצר[**3**] מיקומו של המוצר בשרשרת הערך בשוק[**4**] נתח השוק החזוי* ציין את המקורות עליהם מתבסס המענה
* מלא בטבלאות הבאות עד חמישה שוקי יעד
 |

|  |
| --- |
|  |
|  **שוק יעד א'**  |
|  |
| **שוק היעד אליו פונה התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |
| **גודל השוק מוערך לתקופת ההגשה** (עד 3 שנים טרום או אחרי הגשה) – **מלא את הסכום בדולרים ואת השנה הרלוונטית** |
| השנה הרלוונטית: {שנה...} : הסכום בדולרים: {הסכום בדולרים...} |
| **התייחס לשוק היעד** (אם יש) |
| הזן טקסט כאן... |
| **שוק גיאוגרפי בו פועל התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |
| --- |
|  |
|  **שוק יעד ב'**  |
|  |
| **שוק היעד אליו פונה התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |
| **גודל השוק מוערך לתקופת ההגשה** (עד 3 שנים טרום או אחרי הגשה) – **מלא את הסכום בדולרים ואת השנה הרלוונטית** |
| השנה הרלוונטית: {שנה...} : הסכום בדולרים: {הסכום בדולרים...} |
| **התייחס לשוק היעד** (אם יש) |
| הזן טקסט כאן... |
| **שוק גיאוגרפי בו פועל התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |
| --- |
|  |
|  **שוק יעד ג'**  |
|  |
| **שוק היעד אליו פונה התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |
| **גודל השוק מוערך לתקופת ההגשה** (עד 3 שנים טרום או אחרי הגשה) – **מלא את הסכום בדולרים ואת השנה הרלוונטית** |
| השנה הרלוונטית: {שנה...} : הסכום בדולרים: {הסכום בדולרים...} |
| **התייחס לשוק היעד** (אם יש) |
| הזן טקסט כאן... |
| **שוק גיאוגרפי בו פועל התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |
| --- |
|  |
|  **שוק יעד ד'**  |
|  |
| **שוק היעד אליו פונה התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |
| **גודל השוק מוערך לתקופת ההגשה** (עד 3 שנים טרום או אחרי הגשה) – **מלא את הסכום בדולרים ואת השנה הרלוונטית** |
| השנה הרלוונטית: {שנה...} : הסכום בדולרים: {הסכום בדולרים...} |
| **התייחס לשוק היעד** (אם יש) |
| הזן טקסט כאן... |
| **שוק גיאוגרפי בו פועל התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |
| --- |
|  |
|  **שוק יעד ה'**  |
|  |
| **שוק היעד אליו פונה התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |
| **גודל השוק מוערך לתקופת ההגשה** (עד 3 שנים טרום או אחרי הגשה) – **מלא את הסכום בדולרים ואת השנה הרלוונטית** |
| השנה הרלוונטית: {שנה...} : הסכום בדולרים: {הסכום בדולרים...} |
| **התייחס לשוק היעד** (אם יש) |
| הזן טקסט כאן... |
| **שוק גיאוגרפי בו פועל התאגיד** |
| הזן טקסט כאן... |

## המיצוב, השוק הרלוונטי, נתונים כמותיים של פלחי השוק הרלוונטיים (השוק העולמי)

|  |
| --- |
| תאר ופרט לגבי כל אחד ממוצרי התיק הרב שנתי את הנושאים הבאים:[**1**] המגמות וההתפתחויות בשוק וכיצד ישפיעו על אורך חיי המוצר[**2**] מיקומו של המוצר בשרשרת הערך בשוק [**3**] נתח השוק החזוי[**4**] ציין את המקורות עליהם מתבסס המענה |

הזן טקסט כאן...

## הלקוחות המשלמים והמשתמשים

### פילוח סוגי הלקוחות (customer discovery / customer segmentation)

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים לגבי כל אחד ממוצרי התוכנית :[**1**] סוגי הלקוחות (ישירים וסופיים) ומאפייניהם[**2**] פלח השוק/ סוג הלקוחות הראשון אליו מיועד המוצר, והפלח הבא אחריו (ככל שרלוונטי)* **לקוחות ישירים**: הגופים המשלמים לתאגיד בעבור מוצרי התוכנית, כגון: מפיצים, יצרנים, מפתחים, לקוחות סופיים...
* **לקוחות סופיים**: הלקוחות האחרונים בשרשרת השוק, כגון: הצרכנים, משתמשי הקצה...

הבהרות:* אם כלפי לקוחות שונים נדרשות הצעות, תהליכי הפצה או מחירים שונים - הדבר מצביע על קיומם של מספר פלחי שוק /סוגי לקוחות שונים
* משתמשים: הלקוחות האחרונים בשרשרת השוק שמשתמשים במוצר, כגון: הצרכנים, משתמשי הקצה...
* לקוחות משלמים: הגופים המשלמים ישירות לתאגיד בעבור מוצרי התוכנית, כגון: משתמשים, חברות OEM, אינטגרטורים....
* אבחנה זו חשובה במקרה שבו הגורם המשלם אינו הגורם המשתמש. יש להציג בסעיף זה את שני סוגי הלקוחות.
 |

הזן טקסט כאן...

### תיקוף הלקוחות ותובנות מהמגעים עם השוק (pivot & customer validation)

|  |
| --- |
| ככל שנוצר קשר עם לקוחות פוטנציאלים, תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] הפגישות עם הלקוחות לתיקוף הצורך והפתרון[**2**] תכולת ההצגה ללקוחות (MVP), כגון: פיטץ', מצגת, סרטון, דמו, מוצר ראשוני...[**3**] השינויים שבוצעו, ככל שבוצעו, בעקבות משוב מהלקוחות (Pivot)[**4**] מידת ההתאמה והאטרקטיביות של מוצרי התוכנית לצרכי הלקוחות ואופן הסקת מסקנה זו[**5**] מידת המוכנות של הלקוחות לשלם ולהשתמש במוצרי התוכנית של כל קבוצת לקוחות ואופן הסקת מסקנה זו* סעיף זה בא לבחון עד כמה המוצר משמעותי ללקוחות ועד כמה התאגיד בדק ומכיר את השוק

מונחים:* **הכרת השוק** (customer discovery): לימוד השוק באמצעים עקיפים כמו: מחקרי שוק, אתרי אינטרנט רלוונטיים...
* **תיקוף השוק** (customer validation): בדיקה ישירה עם לקוחות פוטנציאלים לוודא שהמוצר עונה לדרישותיהם
 |

הזן טקסט כאן...

### מצב המוצר המוצע על ידי התאגיד בשוק כיום (רלוונטי רק במקרה של מוצר קיים שהוא נשוא הבקשה)

|  |
| --- |
| תאר ופרט את:[**1**] לקוחות עיקריים[**2**] שיתופי פעולה מהותיים (למשל, מעבדות מחקר, ספקים, ייצרני ציוד, מפיצים, אינטגרטורים וכדומה)[**3**] מכירות המוצר עד שנה זו – יש לשים לב שסעיף זה מתייחס למכירות המוצר ולא למכירות כלל התאגיד |

הזן טקסט כאן...

## מוצרים מתחרים, תחרות ישירה, יתרון תחרותי (competition and competitive edge)

### טבלת המתחרים

|  |
| --- |
| הצג בטבלאות הבאות את המידע הבא:[**1**] נתוני המוצרים המתחרים, יש להתייחס לפחות לשלושה מתחרים (ישירים ו/או עקיפים) ועד חמישה[**2**] יכולות, יתרונות וחסרונות המוצרים המתחרים ביחס למוצרי התיק הרב שנתיהנחיות:* ככל שרלוונטי, תאר את הקטגוריות הישירות והעקיפות של תמונת התחרות
* ציין את המקורות עליהם מתבסס המענה (כולל קישורים)

מונחים:* **מתחרים ישירים**: מתחרים שפונים לאותם לקוחות עם מוצר מאותה קטגוריה בהקשר לאותה בעיה/צורך

**מתחרים עקיפים**: מתחרים שפונים לאותם לקוחות עם מוצר מקטגוריה אחרת בהקשר לאותה בעיה/צורך |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | **מתחרה א'**  |  |  |
|  |  |  |  |
| **שם התאגיד:** | הזן טקסט כאן... | **שלב התאגיד:** | בחר... |
| **אתר האינטרנט:** | הזן טקסט כאן... | **שלב המוצר:** | בחר... |
| **שם המוצר המתחרה:** | הזן טקסט כאן... | **מתחרה ישיר או עקיף:** | בחר... |

|  |
| --- |
| **מידע נוסף על החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **מידע נוסף על מוצר החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **הבדלים עיקריים ביכולות מוצר החברה אל מול המוצר המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **יתרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |
| **חסרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | **מתחרה ב'**  |  |  |
|  |  |  |  |
| **שם התאגיד:** | הזן טקסט כאן... | **שלב התאגיד:** | בחר... |
| **אתר האינטרנט:** | הזן טקסט כאן... | **שלב המוצר:** | בחר... |
| **שם המוצר המתחרה:** | הזן טקסט כאן... | **מתחרה ישיר או עקיף:** | בחר... |

|  |
| --- |
| **מידע נוסף על החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **מידע נוסף על מוצר החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **הבדלים עיקריים ביכולות מוצר החברה אל מול המוצר המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **יתרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |
| **חסרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | **מתחרה ג'**  |  |  |
|  |  |  |  |
| **שם התאגיד:** | הזן טקסט כאן... | **שלב התאגיד:** | בחר... |
| **אתר האינטרנט:** | הזן טקסט כאן... | **שלב המוצר:** | בחר... |
| **שם המוצר המתחרה:** | הזן טקסט כאן... | **מתחרה ישיר או עקיף:** | בחר... |

|  |
| --- |
| **מידע נוסף על החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **מידע נוסף על מוצר החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **הבדלים עיקריים ביכולות מוצר החברה אל מול המוצר המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **יתרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |
| **חסרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | **מתחרה ד'**  |  |  |
|  |  |  |  |
| **שם התאגיד:** | הזן טקסט כאן... | **שלב התאגיד:** | בחר... |
| **אתר האינטרנט:** | הזן טקסט כאן... | **שלב המוצר:** | בחר... |
| **שם המוצר המתחרה:** | הזן טקסט כאן... | **מתחרה ישיר או עקיף:** | בחר... |

|  |
| --- |
| **מידע נוסף על החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **מידע נוסף על מוצר החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **הבדלים עיקריים ביכולות מוצר החברה אל מול המוצר המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **יתרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |
| **חסרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | **מתחרה ה'**  |  |  |
|  |  |  |  |
| **שם התאגיד:** | הזן טקסט כאן... | **שלב התאגיד:** | בחר... |
| **אתר האינטרנט:** | הזן טקסט כאן... | **שלב המוצר:** | בחר... |
| **שם המוצר המתחרה:** | הזן טקסט כאן... | **מתחרה ישיר או עקיף:** | בחר... |

|  |
| --- |
| **מידע נוסף על החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **מידע נוסף על מוצר החברה המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **הבדלים עיקריים ביכולות מוצר החברה אל מול המוצר המתחרה:** |
| הזן טקסט כאן... |
| **יתרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |
| **חסרונות מוצר החברה ביחס למוצר המתחרה** |
| הזן טקסט כאן... |

## חסמי כניסה לשוק

|  |
| --- |
| ככל שידוע בשלב זה תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] חסמי השיווק למוצרי התוכנית (כגון: צורך ברישוי, עמידה בתקינה, דרישות רגולטוריות במדינות שונות, מגבלות חוקיות וכד')[**2**] כיצד בכוונת התאגיד להתמודד עם החסמים שצוינו |

הזן טקסט כאן...

## תוכנית השיווק של מוצרי התוכנית

|  |
| --- |
| ככל שידוע בשלב זה תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] האסטרטגיה העסקית לטווח ארוך ולטווח קצר[**2**] תוכנית הפעולה השיווקית (go to market)[**3**] ערוצי השיווק: פעילות ישירה, פעילות עם שותפים (יש לפרט מיהם השותפים), פעילות באמצעות חברת בת, joint venture, OEM, נוכחות בארצות היעד.[**4**] ככל שרלוונטי, הסכמי שיווק קיימים, הזמנות, הסכמה לפיילוט... [**5**] משאבי השיווק בתאגיד, לרבות תקציב השיווק המתוכנן (לפי שנים) ומטרותיו[**6**] בעלי התפקידים שיעסקו בשיווק המוצרים[**7**] ה- sales cycle הצפוי למוצר, כמה זמן יעבור מרגע הצגת המוצר ללקוח בפעם הראשונה ועד לסיום הרכישה[**8**] עלות רכישת לקוח. כמה עולה לרכוש לקוח ממוצע (כולל משאבי שיווק, מכירות, עמלות וכדומה) |

הזן טקסט כאן...

## מודל הכנסות, מחירים, תמחור ותחזית המכירות של מוצרי תוכנית

### מודל ההכנסות

|  |
| --- |
| תאר ופרט את מודל ההכנסות (על מה הלקוחות ישלמו?) עבור כל אחד ממוצרי התוכנית הנחיות:* **מודל ההכנסות** מתאר את האסטרטגיה, את "מנגנון יצירת ההכנסות". מתייחס לתהליך שבו נמכר מוצר או שירות תמורת תשלום ולאופן שבו החברה מייצרת ערך עסקי ומניבה הכנסות ורווחים
* לדוגמה: מכירת מוצר נפרד, OEM, מכירה לעסקים B2B או לצרכנים B2C, במכירה חד פעמית, מכירה חוזרת, בתשלום חודשי או שנתי....
 |

הזן טקסט כאן...

### טבלת מחירי המוצרים ($)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| # | המוצר | המחירללקוח הישיר | המחירללקוח הסופי | עלות היצור\* |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |

\* עלות הייצור כוללת עלויות ישירות ועלויות נלוות

## תחזית המכירות של מוצרי התוכנית (אלפי $)

### פירוט מבנה ההכנסות

|  |
| --- |
| תאר ופרט את הנושאים הבאים:[**1**] פירוט הנחות על פיהן מבוססת התחזית בגין מכירות של תוצרי הפיילוט[**2**] ככל הסבר מהו הערך הנוסף החזוי של המוצר על הכנסות החברה – או –אם מכירות החברה תפגענה במידה והתוכנית לא תצא לפועל[**3**] התייחסות למספר היחידות שימכרו בכל שנה כפול מחירה של יחידה אחת.[**4**] ההכנסות הן במונחי recognized revenue[**5**] האם וכיצד בוצע אימות התמחור המוצע מול לקוחות? |

הזן טקסט כאן...

### טבלת תחזית ההכנסות של מוצרי התוכנית

|  |
| --- |
| * יש לעדכן בטבלה את ציוני השנה באופן הבא: [y] מציין את שנת המכירות הראשונה הצפויה, [y+1] מציין את השנה העוקבת לה וכך הלאה
 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | המוצר | שוק היעד | [y] | [y+1] | [y+2] | [y+3] | [y+4] | סה"כ |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| # | סה"כ |  |  |  |  |  |  |  |

### פירוט הנחות תחזית ההכנסות

|  |
| --- |
| * יש לפרט את ההנחות על פיהן מבוססת התחזית ואת הגידול הצפוי במכירות בגין הפיילוט
 |

הזן טקסט כאן...

# התרומה למשק בישראל

|  |
| --- |
| עבור כלל מסלולי המשנה תאר ופרט:[**1**] התרומה לאוכלוסיית היעד[**2**] התרומה של התוכנית לגידול בהיקף הפעילות של מגיש הבקשה בישראל מבחינת יכולות פנימיות (in-house) כגון: כוח אדם, חוליות בשרשרת הערך ותשתיות. בהיבט הנ"ל ניתן להתייחס גם לפעילות בפריפריה, שילוב אוכלוסיות מגוונות ושימושים נוספים בטכנולוגיה ובמוצר בתעשיות במשק הישראלי[**3**] האם התרומה באה לידי ביטוי ביעדי אימפקט עולמיים (למשל: SDG) וכיצד ובאיזה תדירות התאגיד מתכנן למדוד את האימפקט?[**4**] תרומה נוספת לדעת החברה שלא רשומה בשלושת הסעיפים הראשונים |

הזן טקסט כאן...

# תמלוגים

|  |
| --- |
| תאר ופרט את:[**1**] פרט את הטכנולוגיות והמוצרים, לרבות מוצרים שימכרו כשרות, עבורם ישולמו התמלוגים לרשות החדשנות בגין התוכנית  |

|  |  |
| --- | --- |
| # | טבלת הטכנולוגיות והמוצרים לתמלוגים |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |

# נספחים (לשימוש מגיש הבקשה)

הזן טקסט כאן...