

## תוכן העניינים

### עמוד

#### חלק א

- 3.....תאור הארגון.....
- 4.....מיצוב ותחרות.....
- 6.....מודל השיווק, המכירה והשרות.....
- 7.....תכנית מכירות שנתית.....

#### חלק ב

- 9.....אסטרטגיה מול מתחרה.....
- 10.....מסרים ותועלות.....
- 11.....שתי"פ עסקי וצעדים מעשיים.....
- 12.....תכנית פעולה, הערכה ויישום.....
- 13.....מקורות.....

## חלק א

עבודה זו בוחנת מכירות לעסקים על ידי חברת נייר חדרה בע"מ.

### תאור הארגון

לפי אתר החברה (נייר חדרה), היא עוסקת בייצור ושיווק מוצרי אריזה, נייר ומחזור ניירות וקרטונים.

לחברה שלושה מגזרי פעילות מרכזיים שמהם נובע רוב הכנסותיה וכמעט כל רווחיה:

1. שירותי איסוף, עיבוד ומחזור ניירות וקרטונים. בזה עוסקת חברת הבת אמניר.

2. ייצור ומכירת גלילי נייר שכבר מוחזרו והפכו שוב לנייר או קרטון

3. ייצור ומכירה של קרטונים גליים באריזה.

בשנתיים האחרונות פעולת החברה לאספקת צרכי משרד ובכך מצאה נישא נוספת שמשיקה לתחום פעילותה. עבודה זו תתמקד בתחום אספקת צרכי המשרד כאשר במוצר משלים לה יידון גם תחום אספקת מוצרי נייר לכתובה והדפסה.

על פי דוח החברה לשנת 2020 ועל פי אתר החברה ניתן מונע שוק ניירות האריזה ומוצרי הקרטון ע"י מאפיינים בסיסיים שאמורים לעודד צמיחה של החברה: הביקוש הינו קשיח ומובל ע"י הגידול באוכלוסייה ורמת החיים שלה. לאור זה גדלים היקפי המכירה לאורך השנים באופן יציב והגידול בביקוש מוביל לעליית מחירי מוצרי החברה.

מיקוד החברה הינו בתחומי מוצרי האריזה, הנייר והמחזור. היא פועלת למען שיפור איכות המוצרים שלה והתאמתם לצרכי לקוחותיה והגוונתם, ובמקביל על ייעול תהליכי הייצור והגדלת השילוב ההדדי בין תחומי פעילותה. תהליכים אלו מסייעים לה לתת מענה לביקוש הגדל והולך בשוק מוצרי האריזה שבנוי על קרטון ממוחזר, במקביל ל מיצוי הפוטנציאל הקיים בשרשרת הערך שלה.

צריכת מוצרי הנייר בישראל מוערכת בכ-900 אלף טון בשנה (לפי אתר ביזפורטל).

### מאפייני שוק ולקוחות

#### מגמת הביקושים למוצרי החברה –

בענף מוצרי האריזה – קשיחות של ביקושים. נובעים בעיקר מגידול באוכלוסייה בישראל ובמדינות היצוא, וברמת החיים.

בתחום המחזור – נכון להיום מגלה החברה בדוח שלה לשנת 2020 כי רק כ-55% מפסולת הנייר בישראל נאסף על ידי חברות בה. החברה מציינת כי מחיר פסולת נייר ירד באופן ניכר בשנים האחרונות ממחיר שהיה עד לפני מספר שנים כ-190 דולר לטון, עד ל-110 דולר לטון. מגמה זו נבעה מרגולציה בסין שהורידה מאד את יבוא תחום זה אליה. בתחום ניירות הכתיבה ישנה פגיעה קשה עקב מגמת הירידה בביקושים העולמיים לניירות כתיבה והדפסה לבתי דפוס והוצאות לאור.

### לקוחות החברה וקהל היעד העסקי-

ניירות האריזה - מתחום החקלאות, התעשייה והמזון, מה שגורם לחברה להיות רגישה לגבי רמת הפעילות במשק הישראלי ולשיעורי ומגמות הצמיחה שם.

יחזור – חברות שונות ומגוונות בתחומים שונים של תעשייה ושירותים.

ניירות כתיבה - בעיקר ההוצאות לאור ובתי דפוס כאשר הם הלקוחות המשמעותיים והגדולים ביותר בענף הנייר ומוצריו.

אין לחברה תלות בלקוח מסוים, הפיזור שלהם גדול מאד.

### מיצוב ותחרות, סביבה עסקית,

#### התחרות נדונה לגבי תחומי עסוק החברה :

בתחום המחזור יש לחברה מתחרה אחד – קמ"מ מפעלי נייר. נתח השוק של חברת הבת אמניר הא 60%. התמודדות אמניר בתחרות נעשית על ידי שמירתה על כוח אדם מיומן פריסה ארצית, רמה גבוהה של שירות והשקעה בצידוד לפיתוח וקודים פעילותה.

בתחום גלילי קרטון – אין לחברה מתחרים בארץ אלא יבואנים מחו"ל של תוצר יצרנים תורכים ואמריקאים. נתח השוק של החברה – 45%.

בתחום אריזות קרטון החברה פועלת על ידי חברה בת – כרמל. יש חסמי כניסה גדולים לשוק עקב היות תעשייה זו עתירת הון. עם זאת יש בתחום זה רמת תחרותיות גבוהה בארץ. המתחרות העיקריות הן: כרמל, ימ"א, בסט, פלסטו קרגל. לכרמל יתרון ומיצוב בגודל החברה, איכות המוצרים והשירות, טכנולוגיות מתקדמות ויעילות באספקה.

תחום צרכי משרד – המתחרה העיקרית היא קרביץ ויש עוד מתחרות והחברה ממצבת את עצמה בתחום זה, כחברה יציבה וותיקה שעסקה בתחום הנייר לסוגיו השונים וצרכי המשרד הינם ציוד משלים.

להלן טבלת השוואת החברה עם שני מתחרים

פרמטר להשוואה	נייר חדרה והחברות הבנות	קרביץ	קמ"מ מפעלי נייר
מוצר	ציוד משרד חדש יחסית אצלם	ותיק	ותיק
מחיר	סביר לפי תנאי שוק	לא זול	סביר לפי השוק
מותג	מותג מוכר וותיק, כמעט בלעדי בתחום הנייר אבל בתחום ציוד משרד עדין ביצירה	מותג כמעט בלעדי בתחום צרכי המשרד	לא מוכר מאד בשוק
מובילות שוק	גבוהה, בעיקר למפעלים	גבוהה מאד בתחום לכלל האוכלוסייה	פחות ידועה בשוק

		גדולים, פחות לאדם ולעסק הפרטי נקטן (וזה מטרת הצעת השת"פ בעבודה זו)	
סביר	מעולה וותיק	מעולה, אספקה עצמית ושרות מיידי	אספקה ושרות