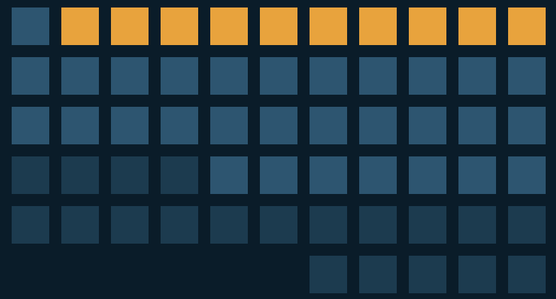
Harbor Tools · תוכנית פרויקט

עיצוב מחדש לאתר החברה

אתר שנבנה ב־2017 כבר לא עומד בקצב הקהל שלנו: 68% מהגולשים מגיעים מהנייד, ורק 12 פניות נכנסות בחודש.



60 עמודים · ארבעה מדורים · שפה אחת

תקציב

64,000$

עלייה לאוויר

שבוע שני במאי

אחריות: מנהל/ת השיווק · ניהול הפרויקט: צוות השיווק · ספק: Bluebird Studio

פגישת פתיחה

סדר הדיון

תשעה עמודים שמסבירים למה, מה, מי, מתי ובכמה

01 **המצב כיום**
אתר 2017, 68% נייד, 12 פניות בחודש

02 **שלושת היעדים**
מה נמדוד חצי שנה אחרי העלייה לאוויר

03 **התכולה**
ארבעה מדורים, כ־60 עמודים, שפה אחת

04 **הצוות וההחלטות**
מי מוביל, מי מנהל, מי מאשר

05 **לוח הזמנים**
מדצמבר ועד שבוע שני במאי

06 **התקציב**
64,000$ בארבעה סעיפים

07 **שני הסיכונים**
תכנים מאחרים, שינויים מתרבים

08 **סיכום התוכנית**
חמש הטענות במשפט אחד כל אחת

09 **מה אנחנו מבקשים כאן**
שלוש החלטות לסיום הפגישה

למה עכשיו

דצמבר הוא החודש היחיד שבו כל שלושת המאשרים פנויים לאיסוף דרישות. דחייה בחודש דוחה את העלייה לאוויר ביוני.

רוב הקהל מגיע מהנייד — לאתר שלא נבנה לנייד

1

האתר עלה לאוויר ב־2017 ומאז לא עוצב מחדש

↓

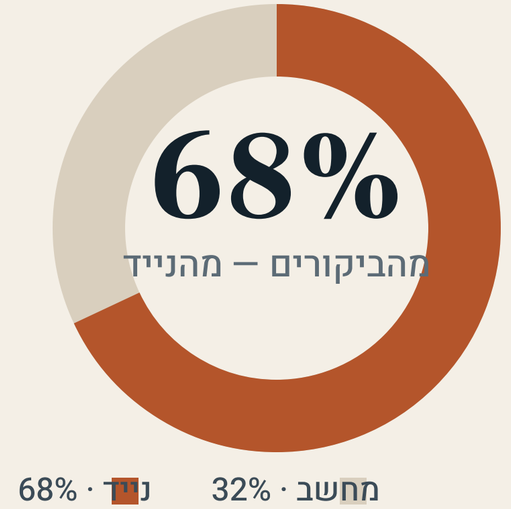
2

הגלישה מהנייד עובדת רע — 72% מהמבקרים נוטשים מיד

↓

3

התוצאה בשורה התחתונה: 12 פניות בלבד בחודש



חצי שנה אחרי העלייה לאוויר נמדוד שלושה מספרים — ורק אותם

פניות בחודש

40 ← 12

פי 3.3 מהיקף הפניות הנוכחי. זה המדד שקובע אם הפרויקט החזיר את עצמו.

נטישה בנייד

50% ← 72%

הורדה של 22 נקודות אחוז. זהו המדד המקדים — הוא יזוז ראשון, עוד לפני הפניות.

מועמדויות מעמוד הקריירה

15 ← 5

פי 3 מועמדויות בחודש. זה היעד שבגללו משאבי אנוש יושבים בוועדת הסקירה.

נקודת הייחוס לכל שלושת היעדים היא הביצוע הנוכחי של האתר מ־2017; המדידה נפתחת ביום העלייה לאוויר בשבוע השני של מאי.

ארבעה מדורים וכ־60 עמודים בתוך הגדר — שפה שנייה מחוצה לה

✓ בתכולה · כ־60 עמודים

01
אודות החברה

מי אנחנו, היסטוריה, אנשים ואיכות — הבסיס לאמון של לקוח חדש.

02
מוצרים

המדור הגדול ביותר: קטלוג הכלים, מפרטים ודפי משפחות מוצר.

03
קריירה

משרות פתוחות וטופס הגשה — היעד הוא 15 מועמדויות בחודש.

04
צור קשר

נקודת ההמרה המרכזית: 40 פניות בחודש עוברות דרך כאן.

× מחוץ לתכולה

שפה שנייה באתר

לא בסבב הזה. התוכנית הזאת מספקת אתר בשפה אחת; הרחבה לשפה נוספת תידון כפרויקט נפרד.

למה זה חשוב לנו כאן

גדר תכולה ברורה היא הכלי העיקרי נגד הסיכון השני בשקף 9: בקשות שינוי שמתרבות במהלך הדרך.

החלטה אחת, יד אחת: הבעלות על הפרויקט היא של מנהל/ת השיווק



✓ שלושת הסוקרים מעירים ומאשרים בתחומם; כשיש מחלוקת, ההכרעה חוזרת לבעלות — מנהל/ת השיווק.

שישה חודשים מדרישות ועד אוויר — העלייה בשבוע השני של מאי

דצמבר

01

איסוף דרישות

מדורים, עמודים ותכנים מכל מחלקה.

ינואר

02

עיצוב

מסכי מובייל קודם, ואז מחשב.

פברואר–מרץ

03

בנייה

השלב הארוך: שני חודשי פיתוח והזנת 60 העמודים.

אפריל

04

בדיקות

מכשירי נייד, טפסים ומהירות טעינה.

שבוע שני במאי

05

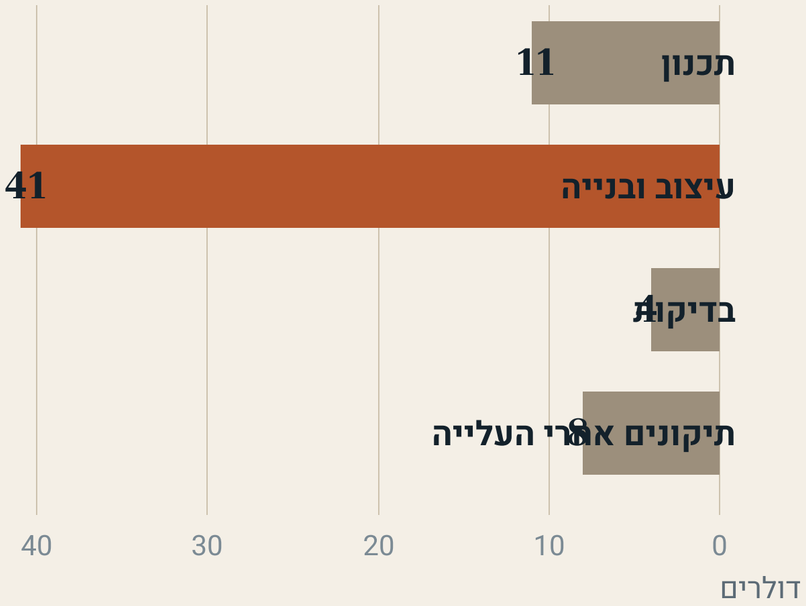
עלייה לאוויר

מכאן מתחילה מדידת ששת החודשים.

כל מועד להגשת תכנים נקבע שבועיים לפני המועד האמיתי — זהו החיץ שמגן על אפריל ועל מאי.

מתוך 64,000$, שני שלישים הולכים לעיצוב ולבנייה

סעיף	עלות	חלק מהתקציב
תכנון	11,000$	17%
עיצוב ובנייה	**41,000$**	**64%**
בדיקות	4,000$	6%
תיקונים · 3 חודשים אחרי העלייה	8,000$	13%
סך הכול	**64,000$**	**100%**



האחוזים מעוגלים למספר שלם הקרוב; הסכומים הם הנתונים המחייבים.

שני סיכונים יכולים להזיז את מאי — ולשניהם יש כבר תשובה

⚠ סיכון 01

התכנים מהמחלקות מגיעים באיחור

כל איחור באיסוף התכנים דוחק את הבנייה בפברואר–מרץ ואוכל את חודש הבדיקות.

המענה

כל דדליין נקבע שבועיים לפני המועד האמיתי

החיץ מוטמע בלוח הזמנים מראש, כך שאיחור רגיל נבלע בתוכו ולא מגיע למועד העלייה לאוויר.

⚠ סיכון 02

בקשות השינוי מתרבות במהלך הדרך

שינויים שמאושרים אחד־אחד, בלי מסגרת, מרחיבים את התכולה ומסכנים את התקציב ואת הלוח.

המענה

שינויים מוכרעים יחד, בפגישה חודשית אחת

כל הבקשות נאספות ונבחנות במועד אחד בחודש, כך שההחלטה היא על סדר עדיפויות ולא על בקשה בודדת.

חמש הטענות של התוכנית, כל אחת במשפט אחד

01

הבעיה מסחרית, לא אסתטית

68% מהגולשים מגיעים מהנייד, 72% מהם נוטשים, והמוצא הוא 12 פניות בחודש.

02

ההצלחה נמדדת בשלושה מספרים

40 פניות בחודש, 50% נטישה בנייד ו־15 מועמדויות — תוך חצי שנה מהעלייה לאוויר.

03

התכולה מוגדרת וסגורה

ארבעה מדורים, כ־60 עמודים, שפה אחת; שפה שנייה נדחית לפרויקט נפרד.

04

הלוח והתקציב מחויבים

דצמבר עד מאי, 64,000$, מתוכם 8,000$ שמורים לתיקונים אחרי העלייה.

05

לסיכונים יש מענה כתוב

דדליינים שבועיים מראש, ופגישה חודשית אחת שמכריעה את כל בקשות השינוי.

המשפט שנרצה שתזכרו

אתר אחד שעובד בנייד, בתוך חצי שנה, אמור להכפיל פי שלושה גם את הפניות וגם את המועמדויות.

כדי שדצמבר ייצא לדרך, אנחנו מבקשים שלוש החלטות עכשיו

01
אישור שלושת היעדים

40 פניות, 50% נטישה בנייד, 15 מועמדויות — כהגדרת ההצלחה חצי שנה מהעלייה לאוויר.

02
אישור התקציב והתכולה

64,000$ לארבעה מדורים וכ־60 עמודים בשפה אחת, עם Bluebird Studio כסוכנות המבצעת.

03
מינוי הסוקרים ומנגנון השינויים

נציג אחד ממכירות, ממשאבי אנוש ומהנדסה, והסכמה על פגישה חודשית אחת להכרעת שינויים.

הצעד הראשון מיד אחרי הפגישה

פתיחת איסוף הדרישות בדצמבר, עם לוח הגשות שכל תאריך בו מוקדם בשבועיים.

מאי

שבוע שני · עלייה לאוויר