

ג'ימרקס360 שיווק, מכירות ופיתוח עסקי לארה"ב, הוקמה ע"י גלי יהודה, שהחלה את דרכה בחברת סטנלי – צאג, כמנהלת דסק של מספר לקוחות בארה"ב, כשהעיקרי היה **HOME DEPOT US**.

במקביל להגדלת מתמשכת של היקפי מכירות והפעילות עם HD, גלי עסקה גם בפיתוח עסקי של לקוחות נוספים בארה"ב ובאירופה, דוגמת B&Q, Black & Decker ועוד.

לגלי ניסיון ענף בפיתוח עסקי ומכירות ללקוחות מסגמנטים מגוונים ורבים בתחומי ה B2C וה B2B כאחד – בעיקר בארה"ב.

בשנת 2000 גלי הקימה את GMARKS360, כחברת פיתוח עסקי בינלאומי המתמחה בשיווק ומכירות לארה"ב, עם מודל עבודה ייחודי שפותח על בסיס ניסיון ותהליכים, המניבים גידול מתמיד במכירות. מודל זה אפשר את הגדלת המכירות ללקוחות נוספים דוגמת TARGET WAL-MART ועוד.

בג'ימרקס360 אנו מקפידים כי לקוחותינו יבנו כלים באמצעות קבלה של ידע רב וקשרים בכדי לבנות כלים להצלחה, המוטו שלנו הוא שקיפות, יסודיות, יצירתיות ומתודיות.

אנו מבינים שהצלחה לטווח ארוך, מתחילה בתשתית, בקרקע פורייה, ותנאים אופטימליים לצמיחה איתנה של העסק שלך.



Mobile : 054-5-660-717
Office : 077-42-45-800



Gmarks360



[Reviews](#)



[Blog](#)



[Insights](#)

Join us:



מרעיון למוצר ולביצוע *מכירות בפועל ללקוחות הגדולים בעולם:

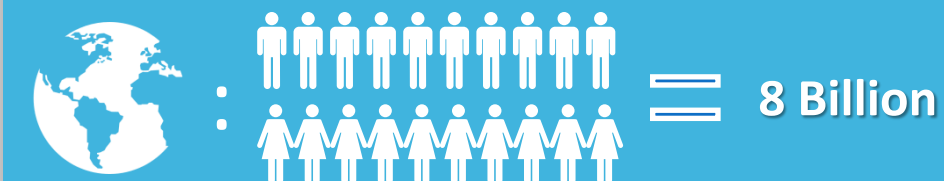


Did you know?

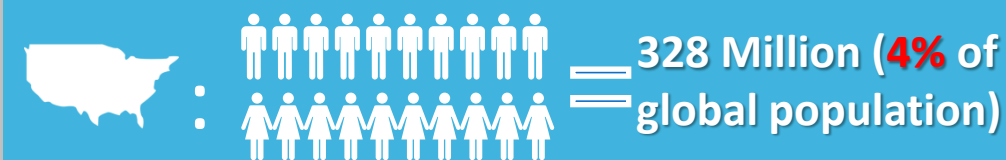
Retail Trade (2018):



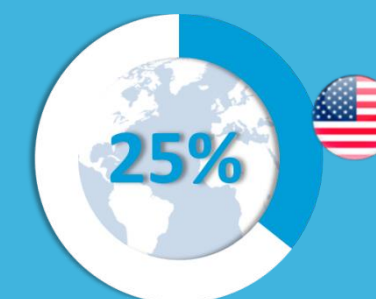
World Population:



US Population:



US Retail Trade (2018):



מה חשוב? סגמנט הקמעונאות, רלוונטי גם ליצרנים הפונים ל B2C וגם B2B

לשוק זה כבר ביצענו מכירות בהיקפים של עשרות מיליוני דולרים.





צרפנו רשימה חלקית של חברות ויזמים שאיתם עבדנו.

חשוב לנו להראות את הוורסטיליות שלנו, בין אם סטרטאפ המפתח טכנולוגיה לסחר אלקטרוני, חברת קוסמטיקה בוטיקית, או חברות גדולות ומבוססות – לכולם אותה מטרה : נתח שוק ומכירות.

אנו מתאימים את תהליכי העבודה שלנו, ליכולות וצרכי הלקוחות עימם אנו עובדים.

סוד ההצלחה של ג'ימרקס360? אנו מבינים שהשגת נתח שוק ומכירות מהווה קרב על שטח מדף דיגיטלי או פיזי, ולקרב הזה אנו נערכים ראשית באמצעות מודיעין משובח.

מודיעין משובח, מתחיל בהבנה שתמיד יש לחזור לנקודת ההתחלה.



מרעיון וקונספט המוצר ועד לרצפת החנות (פיתוח חדשנות)

We Deliver: Hands On- is KEY.

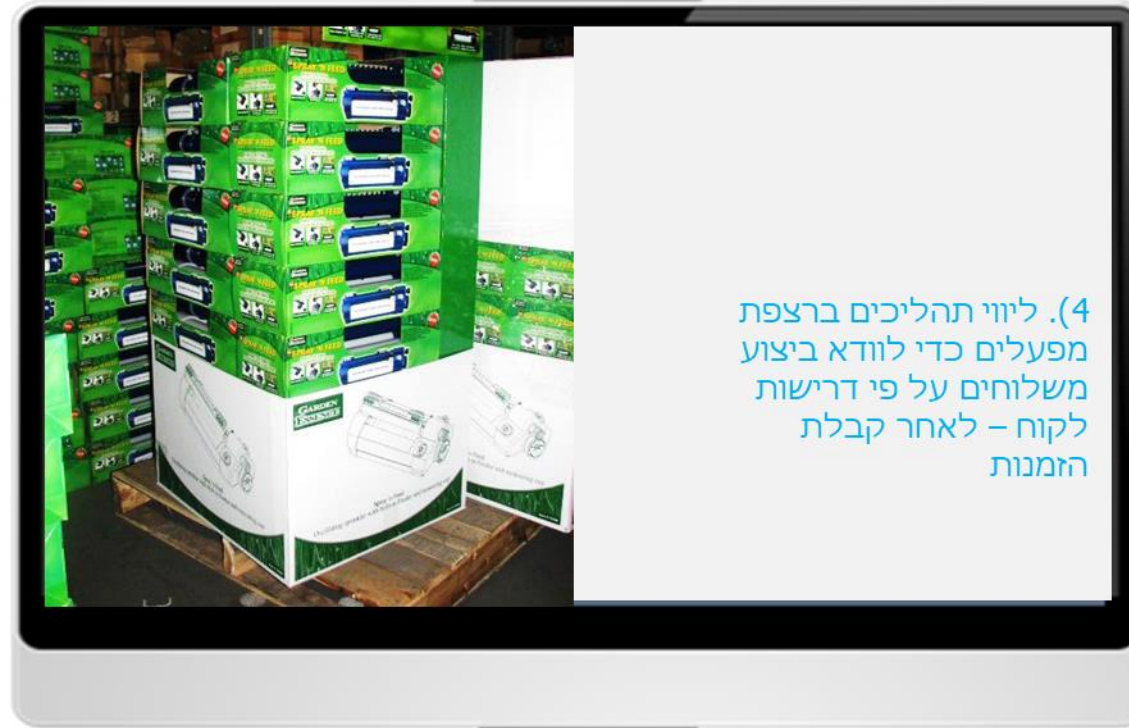
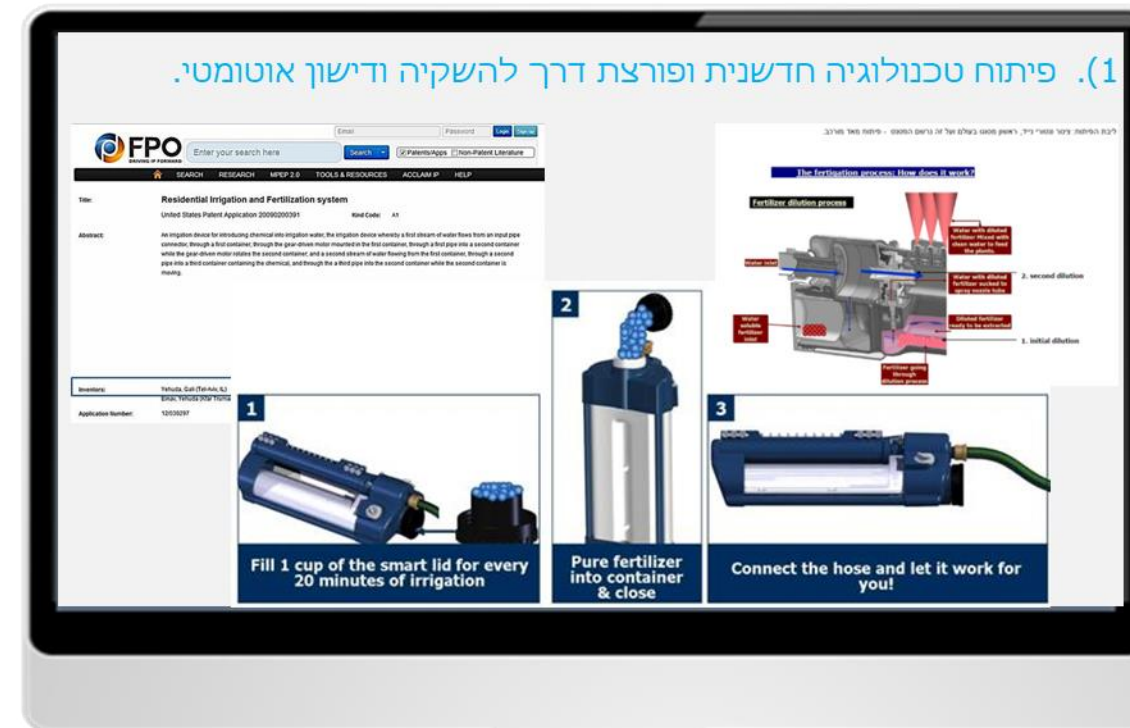
הדרך להזמנות ארוכה, יקרה ולא פשוטה, בעיקר כאשר האמור בפיתוח מוצר ושוק.

מוצר חדש אמור להגיע לשוק כשהוא כבר פונה למגמות עתידיות – הקיימות הן אלו שמתרחשות במהלך המו"פ / התאמת המוצר לשוק היעד.

ג'ימרקס360 מלווה תהליכי פיתוח, תוך מתן דגש על חדשנות הפוגשת מגמות עתידיות.

זו הדרך לוודא לא רק קבלת פגישות, אלא גם הזמנות מהלקוחות.

אנו לא עוצרים שם, שיתוף בל העובדים בארגון - מרמת דרג ניהולי, וכלה בעובדי רצפת היצור במפעל- הוא המפתח האמיתי להצלחה, כולם אחראים ושותפים להצלחה.



We Deliver: Hands On- is KEY.

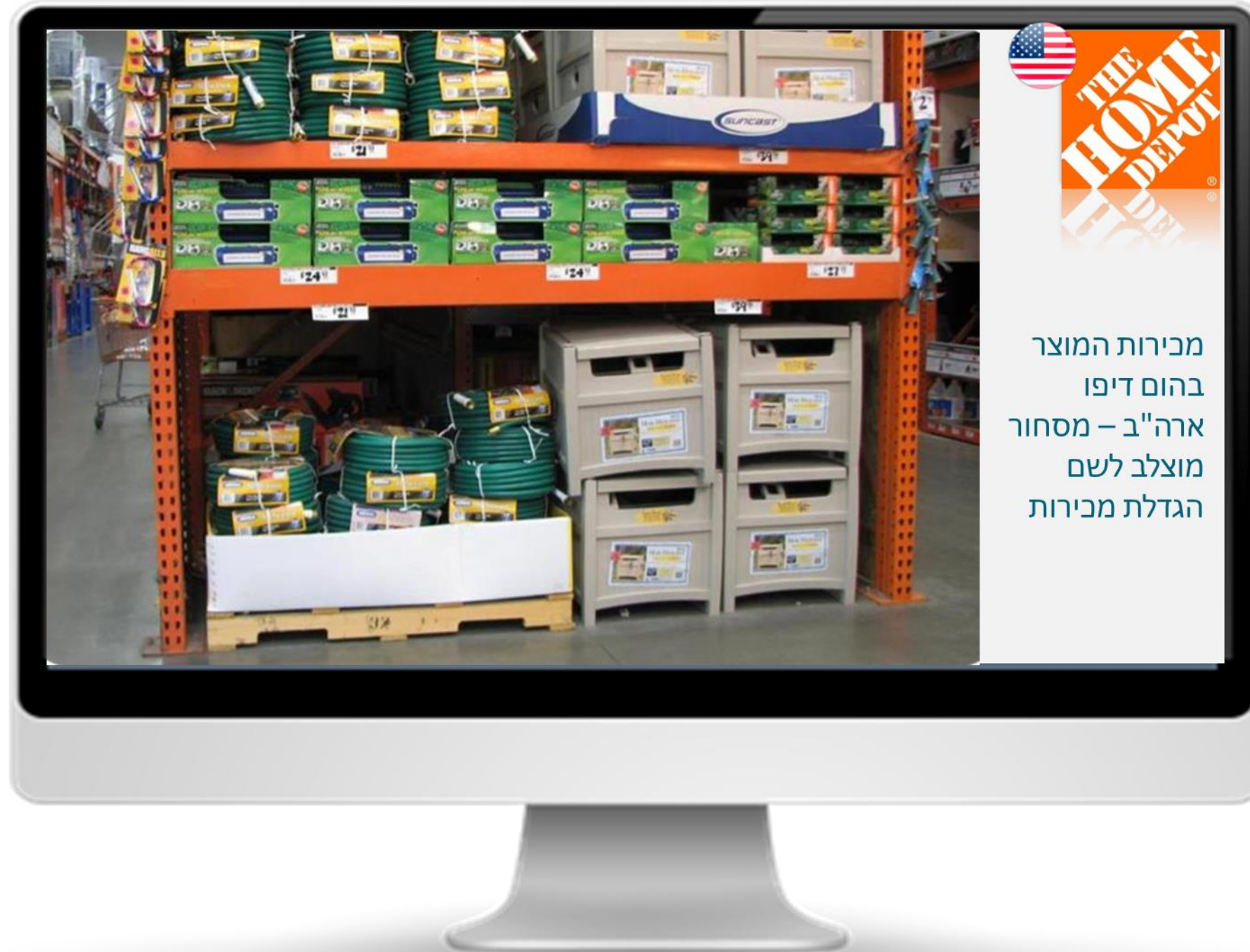
אמרנו נתח שוק ומכירות? אז הנה אחד מסודות ההצלחה שלנו:

בג'מרקס 360 העבודה - שמתחילה ברעיון, לא נעצרת עם קבלת ההזמנה או משלוח הסחורה – עבורנו, זה רק שלב ראשוני בתהליך המכירה.

Boots On The Ground

אנו מבינים כי אין תחליף לנוכחות פיזית, ויוצאים לחנויות בשוק היעד כדי ללוות את תהליך המכירה של המוצרים, לוודא כי:

- ✓ הם מוצגים ברצפת החנויות – ולא בשטחי האחסון.
- ✓ מסחורם ואופן הצגתם ברצפת החנויות, ממקסם את חוויית הקניה של הלקוח ותוצאות המכירות.
- ✓ אנו עושים עבור הקניין את העבודה, כולל אנליזת מכירות והמלצות להזמנות בכדי להגדיל את הערך המוסף של היצרן.
- ✓ שירותים רבים נוספים ומקיפים שנועדו למקסם את הצלחת ההשקה.



מכירות המוצר
בהום דיפו
ארה"ב – מסחור
מוצלב לשם
הגדלת מכירות



מסחור מוצלב
בסמך למותג
(מוצר משלים)
המוביל בתחום



מסחור מוצלב
בסמך למותג
(מוצר משלים)
המוביל בתחום



מסחור
מוצלב
בסמך
למוצרים
משלימים

We Deliver: Hands On- is KEY.

Boots On The Ground

בג'מרקס 360 בונים עבור כל הגורמים בצורת השיווק את שדרש להצלחת תהליך מכירות המוצר של:

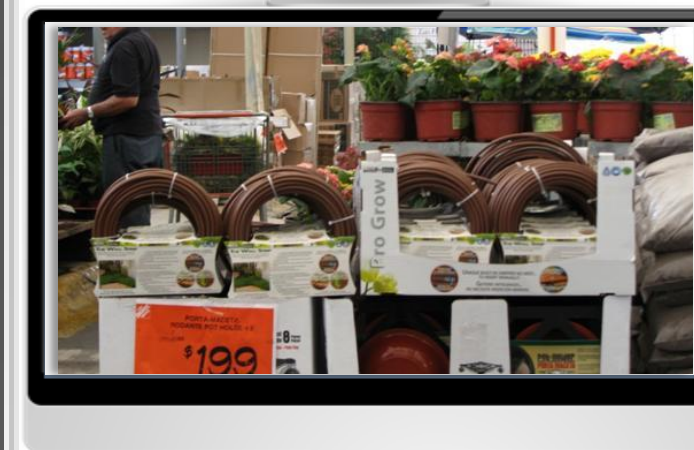
✓ מרמת התאמת המוצר לשוק היעד.

✓ המחשות תלת ממדיות עבור הקניין והיצרן בכדי לתכנן ולהיערך לתהליכי הרכש והמכירות.

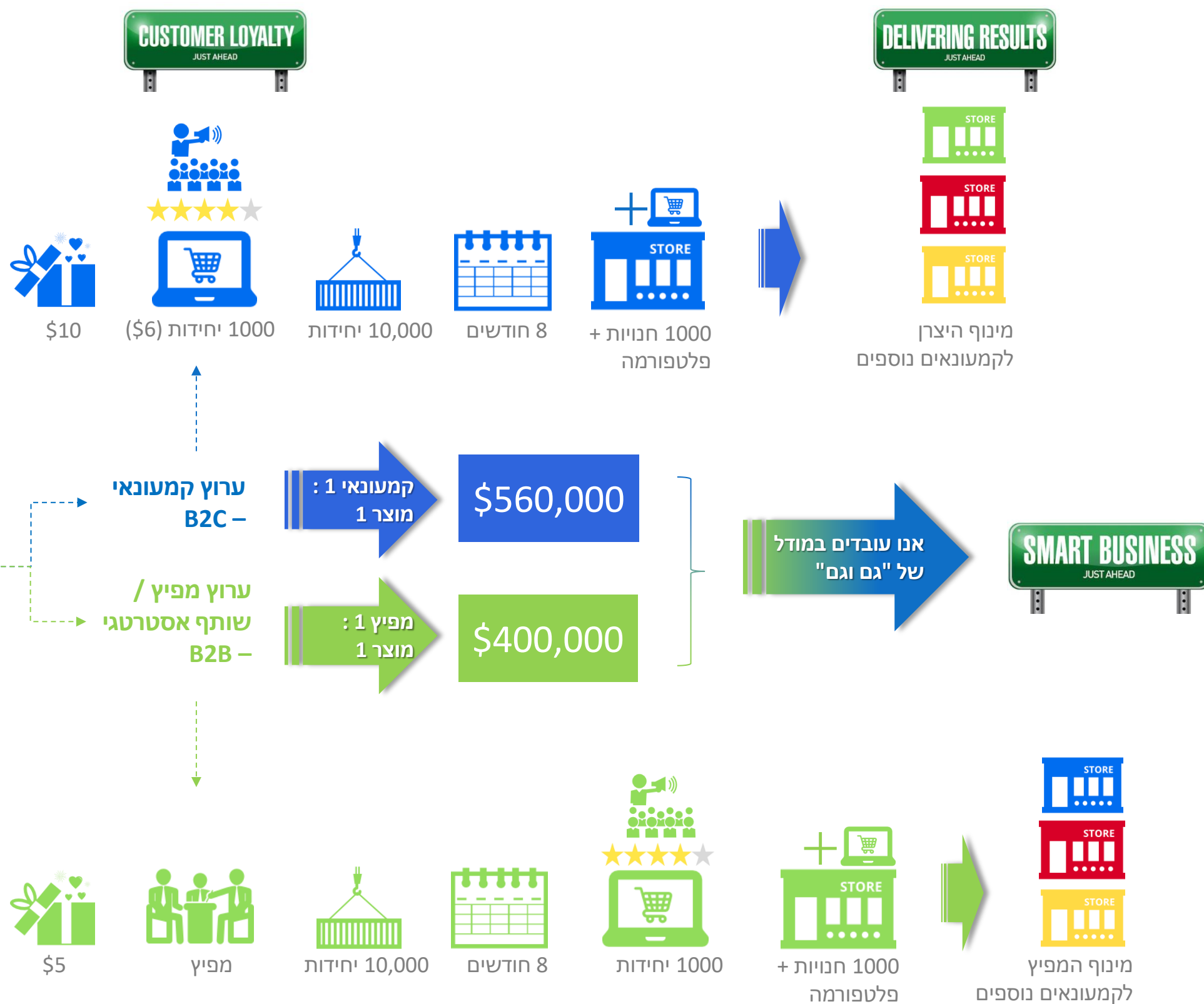
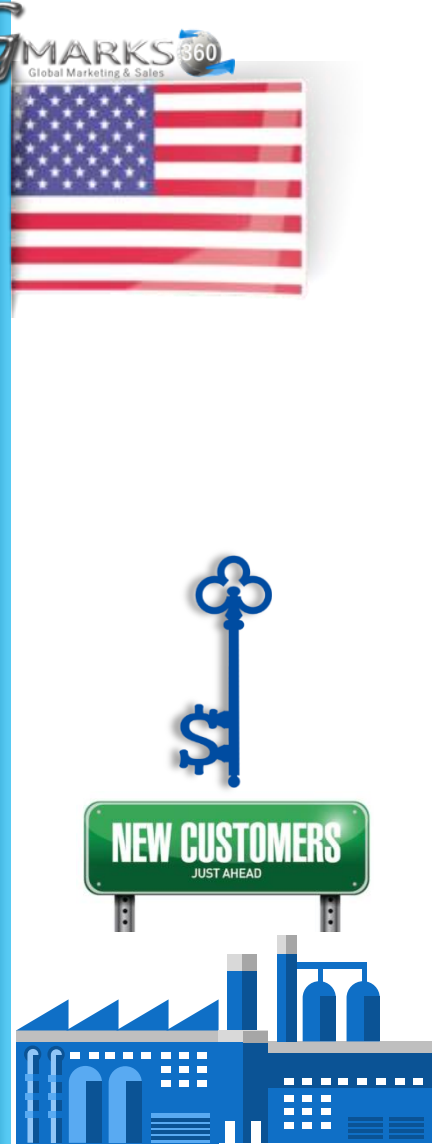
✓ בקבלת Prime Location בחנויות בכדי לשפר את תוצאות המכירות – אלו המניבות הזמנות חוזרות.

✓ בליווי והדרכת צוותי העובדים בחנויות ביחס לתועלות וערכים מוספים של המוצר.

אחרי הכל הם אחראים למשכורות של כולנו.



האם גם אתה יכול להגיע להיקפי מכירות של מיליוני דולרים? בהחלט כן!



YOU can do it too

בעידן של כלכלת חוויה ופרסונליזציה, התחרות על כיסו של הצרכן הפכה למורכבת, עזה, ומסובכת.

פיתוח כל ערוצי המכירה בהתאמה – באופן הוליסטי - חיוני ברמת להיות או לחדול.

ג'ימרקס360 מתמחה בתהליכי עבודה של ערוצים אלו, ומפתחת עבור היצרן את הרלוונטיים ליכולותיו בהווה.

בתהליך העבודה אנו מקפידים על ההווה, ועל העתיד, ומסייעים ליצרן לפתח כלים שיאפשרו:

- ✓ פניה לערוצי מכירה מניבים.
- ✓ קיצור צנרת השיווק, ושיפור רווחיות.
- ✓ מינוף ההשקעות בהתאמה לפוטנציאל השוק.

אנו מבינים שלכל אחד (יזם, יצרן קטן, בינוני וגדול) משאבים מוגבלים, וזה תנאי בסיסי המגדיר את נחיצות הגדרת יעדי המכירות על פי יכולות קיימות ועתידיות.

המטרה בתהליך העבודה אתך: גיוס לקוחות מקסימלי שיניבו מחזור מכירות אופטימלי, זה המייצג את הפוטנציאל של השוק האמריקאי.



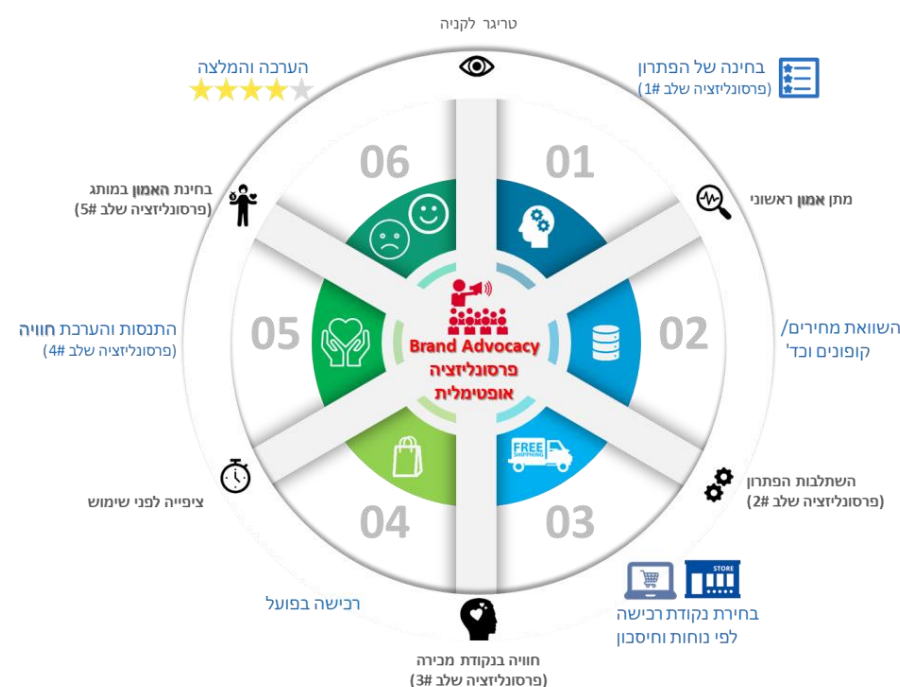
אנו תופרים את הפתרון באמצעות מודלים המייצרים ביקוש



גורמים משפיעים על תהליך קבלת החלטות (B2B)



Performance Based Marketing B2C Purchase Process - Touch (and EXIT) Points



Helping YOU Grow

ג'ימרקס360 מספקת תנאים אופטימליים שיסייעו לעסק שלך לצמוח באמצעות מודלים שאנו מפתחים.

מודלים אלו הם בחזקת התשתית שנועדה לסייע ליצרן לייצר ביקושים בשוק.

המודלים נסמכים על אנליזות מעמיקות של גורמים המניעים את תהליך הרכישה, בין אם ב B2B ובין ב B2C, ובתהליך זה אנו מתמקדים במניעים הגלויים והסמויים, כבסיס לפיתוח החדשנות, ונאמנות לקוחות.

ההבדל שלנו:

כל שוק (ואפילו כל סגמנט) מצריך פיתוח אסטרטגיה שונה.

ג'ימרקס360 מתמחה בשיווק ומכירות לשוק האמריקאי כבר 20 שנים, אנו מבינים חיים נושמים ו"מדברים" את הטכניולוגיה האמריקאית – זו הרלוונטית לכל סגמנט בשוק.

לא יעוץ... אנו מבצעים את העבודה שמגדילה את הביקושים למוצר שלך!

Tailoring YOUR Solution

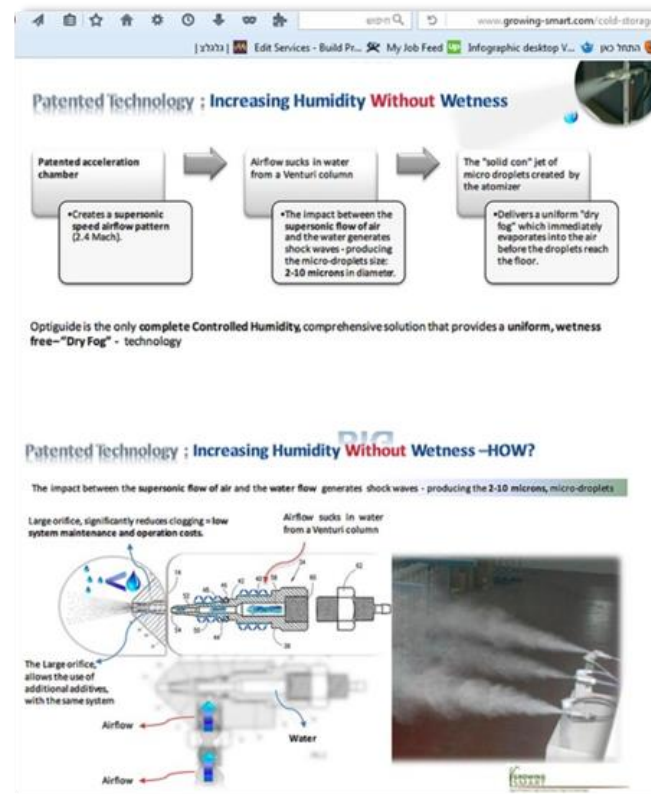
כיום, המסע ללקוח – בין אם B2C או B2B - מתחיל במימד הדיגיטלי, וזה האחד עובר אבולוציה מתמדת.

הגדרת אתר אינטרנט על בסיס פרסונליזציה וחווית לקוחות, אינה פשוטה, ומצריכה התאמה התפורה לזמן קצוב וקצר מאד שמקדיש הלקוח לביקור ולמחקר – טרם התקשרות / רכישת מוצר.

בג'מרקס360 ניתן דגש למילות החיפוש (SEO) ומסרים ויזואליים המרכיבים במהירות את התמונה.

תכנון התהליך מתבצע תוך הקפדה על הטריגרים שאותו במודל נקודות המגע שנבנה, ומניעים להתקשרות, רכישה ויצירת ביקושים של הלקוח הייעודי

יצור והגדלת ביקושים במימד הדיגיטלי מהותי - הסחר האלקטרוני בארה"ב מהווה רק 10% מהמכירות הקמעונאיות – אך הוא המפתח ליתר 90% מהמכירות בשוק, ואלו מבוצעות בחנויות.



The Challenge: Shipping 100% Produce to Store Shelf

Up to **-25%** loss

Extended storage time, and product shelf life, requires low temperature environment with Optimal Humidity, to prevent weight loss, premature ripening, that causes major losses throughout the supply chain.

Why?

High relative humidity means the surrounding air cannot hold more water vapor, so the weight of the water stays in the produce, and don't evaporated into the air

אנו מקפידים על המחשה ויזואלית וברורה של תועלת הטכנולוגיה, לטרמינולוגיית הלקוח שעתיד לרכוש אותה.

דוגמת פרויקט B2B
GROWING SMART





אופטימיזציה של סיכויי הצלחות

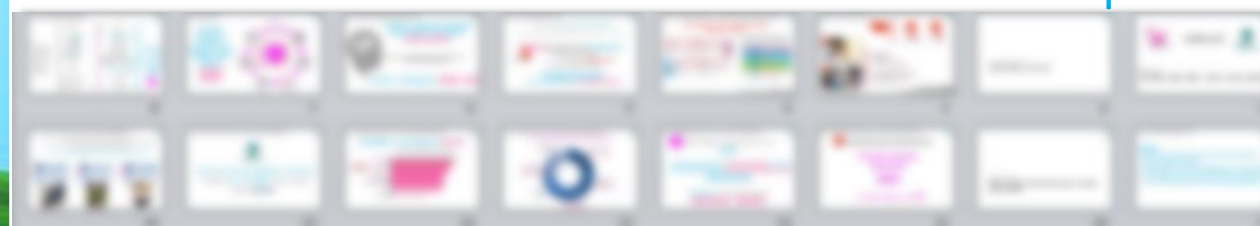
התכנות שיווקית



מצגות למשקיעים



מצגות לקניינים



בגין סודיות המידע טושטש

Big or Small – We do it ALL

ג'ימרקס 360 מלווה את העסק שלך בשלבים רבים המהווים נקודות מפתח, ובכלל אלו:

✓ התכנות שיווקית ובחינת כדאיות השקעות בפיתוח שוק ומוצר, לצורך מקסום הצלחות וצמצום סיכונים.

✓ פיתוח אסטרטגיה שיווקית, הנסמכת על אנליזות מעמיקות של מגמות שוק קיימות ועתידיות, חוויית לקוח, Touch Points ועוד.

✓ הרכבת תיק מוצר למו"פ על בסיס יעדי השוק ומגמות עתידיות.

✓ ליווי תהליך בניית מותג והתאמת הוליסטית/ פרסונליזציה של המימד דיגיטלי (אתר, מדיות חברתיות וכד') ופיזי (מפיץ / חנויות).

✓ פיתוח העסקי של השוק האמריקאי.

✓ איתור לקוחות אופטימליים ביחס ליכולות ומוצרי החברה (B2C ו/או B2B).

✓ הכנת חומרים שיווקיים למפיצים וקניינים.

✓ ביצוע כל שלבי גיוס הזמנות ומכירות בפועל.

✓ גיוס הזמנות חדשות מלקוחות קיימים.

✓ גיוס לקוחות חדשים - מינוף השקעות לפלחי שוק נוספים בשוק ו/או לשווקים חדשים

✓ שרותים ותהליכים נוספים המפותחים באופן ייעודי ובהתאמה לצרכי היצרן / היזם.



*רשימה חלקית



שאלות ותשובות שעוזרות לקבל החלטות

איך ג'ימרקס360 יכולה לעזור לי?

בג'ימרקס360:

- ✓ בוחנים את מגמות השוק על בסיס יומי, תוך מתן דגש על התפתחות מגמות בצמיחה.
- ✓ אנליזות תהליכים ברמה גיאופוליטית, שינויי אסטרטגיות קמעונאים, התנהלות הצרכן הסופי וכד'.
- ✓ מקנים ללקוחותינו כלים והמלצות לגבי הזדמנויות עסקיות, מקסום ומינוף השקעות – תוך הקדמת מתחרים – ומזעור סיכונים.

בג'ימרקס360:

- ✓ מבצעים אנליזות מתמידות של **הקטגוריות** הגדלות בסחר אלקטרוני לעומת אלו הגדלות בחנויות.
- ✓ בונים מודלים ייעודיים לכל יצרן ביחס לתהליכי **הפרסונליזציה** הנדרשים בכל ערוץ
- ✓ מוודאים כי האסטרטגיה הוליסטית ומותאמת לכל ה **TOUCH POINTS** של מסע הצרכן בדרך לרכישה שכן כיום הרוכש את המוצר הפך לאיש המכירות האמיתי של העסק שלך

בג'ימרקס360:

- ✓ מבצעים בחינה מעמיקה של ההערכות שלך ביחס לסגמנט המניב ביותר עבורך ומסייעים באמצעות ידע קשרים וכד' לגשר על כל הפערים.

בג'ימרקס360:

- ✓ מקפידים על בחירת ערוץ מכירה אופטימלי המותאם ליכולות קיימות שלך, וזה האחד – במידה ותבחר - כולל גם את **איתור ובחירת המפיץ** הכי מתאים לעסק שלך, תוך הקפדה על **הגדרת יעדים ומטרות** ביחס לפוטנציאל השוק, כך שתוכל לחוות גידול במכירות לאורך זמן.
- ✓ אנו מוודאים כי האסטרטגיה ה**וליסטית** ומותאמת לכל TOUCH POINTS (גלויים וסמויים) של מסע הצרכן (והקניין) בדרך לרכישה שכן כיום ה**רוכש את המוצר הפך לאיש המכירות האמיתי של העסק שלך**.
- ✓ אנו מוודאים כי בתהליך העבודה עמך, ועם הגורמים בשוק, הדרך שלך תהיה סלולה למכירות בחנויות (90% מהמכירות).
- ✓ בתהליך העבודה המשותף עמך, אנו מבצעים עבורך את כל תהליך פיתוח הקשרים עם המפיצים ו/או קנייני הרשתות כולל בניית החומרים השיווקיים לתהליך ה PRE SALE, הערכות לפגישות, הקמת ספק, ביצוע המכירות בפועל, ועוד הרבה מאד תהליכים ופעולות בכדי לוודא את הצלחת המכירות שלך.

Q & A : איך למכור לשוק האמריקאי.

- האם כדאי לי לבצע השקעות בפיתוח ייעודי של השוק האמריקאי? מה היקפי השוק בארה"ב?

✓ בשנת 2018 הסחר הקמעונאי בארה"ב עמד על קצת למעלה מ 6 טריליון דולר, והסחר הסיטונאי על כ- 5.9 טריליון דולר. רמת ההכנסה **הפנויה** של הצרכן האמריקאי היא מהגבוהות בעולם, ומגדירה את כדאיות המכירה לצרכן זה.

- מה התפלגות המכירות בין הסחר האלקטרוני והחנויות?

✓ **השוק האמריקאי מוגדר כשוק מפותח, בו ריבוי חנויות מסגמנטים רבים, נתון זה מהותי שכן לצרכן נגישות מהירה גם לבחינת המוצר, לביצוע רכישה מיידי, או רכישה בסחר אלקטרוני ואיסוף בחינם בחנות. מסיבות אלו (בעיקר) בארה"ב המכירות מתפלגות ל 10% בסחר אלקטרוני ו 90% בחנויות.**

- האם גם אני יכול למכור לשוק האמריקאי?

✓ **בהחלט כן. בין אם אתה יזם או יצרן בינוני – גדול, שוק זה מהווה פוטנציאל עצום, ועם זאת יש להתאים את האסטרטגיה השיווקית ואת המוצר לצרכן / מפיץ בשוק זה – ביחס ליכולות קיימות שלך, ולפתח במקביל את העתידיות על פי מגמות שוק.**

- איך כדאי לי להתחיל למכור? באמצעות מפיץ או ישירות?

✓ **השוק האמריקאי הוא הגדול והתחרותי בעולם, התחרות בשוק זה כל כך עזה והביאה את הקמעונאים להתייעלות וקיצור צנרת השיווק.**

הסחר האלקטרוני אף הוא מינף את קיצור צנרת השיווק, כאשר מפיצים ויצרנים הפכו לקמעונאים (הגעה ישירה לצרכן), באמצעות פלטפורמות הסחר האלקטרוני.

כדי להצליח עם המכירות לשוק זה נדרש להציג מוצר חדשני המותאם לרוכש (פרסונליזציה) במחיר תחרותי (מותאם לתועלות מוצר), תוך מתן דגש מהותי על שיווק המוצר (מסחור, בניית מותג, העשרת החוויה של הצרכן, וכד').

ליצרן המייצר מוצר הרלוונטי לצרכן הסופי, מומלץ לבצע מכירה ישירה שכן לרוב המפיץ יבנה את המותג שלו ולא של היצרן.



שאלות ותשובות שעוזרות לקבל החלטות

איך ג'ימרקס360 יכולה לעזור לי?

בג'ימרקס360:

- ✓ מתמחים בעיקר בשיווק מכירות ופיתוח עסקי של השוק האמריקאי כבר למעלה מ 20 שנים, אנו חיים את הטכניולוגיה והתרבות העסקית של שוק זה על בסיס יומי.
- ✓ מבצעים אנליזה מעמיקה ומתמדת של כל הגורמים בצורת השיווק, שכן ללקוח שלך לקוחות משלו וככל שהמוצר שלך יתאים ויקיים מענה על צרכיהם – כך המפיץ יעדיף את מוצריך שלך.
- ✓ מבינים שגם אם אתה מוכר מוצר משלים, כדאי לזכור שאיש הרכש שלך הוא בראש ובראשונה צרכן, וכיום הציפיות שלו בדרך למחקר ולרכש – לאור התפתחות פלטפורמות הייעודיות ל B2B - דומות מאוד לזה של הצרכן הסופי.

בג'ימרקס360:

- ✓ כבר ביצענו פיתוח אסטרטגיות, ומכירות בהיקפים של עשרות מיליוני דולרים לחברות וקמעונאים הגדולים בעולם – אך אנו לא נחים על זרי דפנה – ובתהליך העבודה עם כל לקוח חדש, אנו "שוכחים" את כל שלמדנו, ומתחילים את כל התהליך מהתחלה.
- הסיבה לכך פשוטה, שוק זה דינמי ומשתנה במהירות עצומה, כאשר מתמקצעים נוטים להחמיץ בתהליך את אלו שעדיין לא שם, ולפסוח על תהליכים ומגמות מתפתחות.
- ✓ ג'ימרקס360 אינה פועלת בתחום מכירות למערכות מוניציפליות או G2G – לכל היתר, כן.

בג'ימרקס360:

- ✓ מקפידים על העצמת החיבור הרגשי למותג שלך, בכדי להגדיל את יחס ההמרה בנקודת הרכישה ושימור לקוחות לאורך זמן.
- ✓ אנו יודעים כי מותג מוצלח שלך מגדיל לפחות ב 58% את הבידול של מוצריך ביחס למתחרים, ומקנה לך יתרון תחרותי על פני חלופות זולות.
- ✓ מותג שלך גם מאפשר בקרת נזקים טובה ויעילה יותר, במקרה של טעות.

בג'ימרקס360:

- ✓ נקודת המוצא היא שלכל חברה – ולא משנה מה גודלה - **משאבים מוגבלים**, ומסיבה זו לפני שאנו מתחילים את ביצוע ההתכנות השיווקי, ופיתוח השוק, אנו בוחנים ראשית את יכולות ומגבלות החברה, ורק לאחר מכן אנו מתחילים את התהליך באופן **המותאם ליכולותיה** (גם כאשר האמור ביזם).
- ✓ אנו מכירים את תוכניות הסיוע שמעמידה מדינת ישראל לטובת פיתוח שוק, ותוכניות לפיתוח מוצרים ממקורות בישראל ובחו"ל ואנו מלווים ומסייעים בגיוס המימון עבורן.
- ✓ גלי יהודה רשימה כספק של מעוף (הרשות לעסקים קטנים ובינוניים).

Q & A : איך למכור לשוק האמריקאי.

- אני מייצר מוצרים לתחום ה B2B כקבלן משנה, איך אני יכול להגדיל את המכירות שלי למפיצים בארה"ב?
- ✓ חשוב להכיר את התרבות האמריקאית והטכניולוגיה העסקית שלה, אלו פרמטרים ראשוניים. שוק זה מאד דינאמי ופועל כשוק חופשי בו היצע וביקוש מאוזנים ע"י כוחות שוק שמרביתם נסחרים בבורסות ומגייסים כסף מהציבור, לכן חשוב להבין את אלו והמשפיע עליהם באופן מעמיק. לך כיצרון ישראלי יתרונות רבים, והגדולים הם היתרונות שהוקנו לך ככזה מתוקף הסכם הסחר החופשי בין ישראל וארה"ב.
- לא ראיתי את התחום שלי בתחומי ההתמחות של ג'ימרקס360, האם עדיין כדאי לי לפנות אליכם?
- ✓ התשובה היא כן, במידה ומדובר במוצר מוחשי (לא תוכנה / אפליקציה), בין אם המשתלב כמוצר משלים אצל יצרן אחר (לדוגמה רכב, מזון וכד'), או מוצר מוגמר המיועד למכירה ישירות לצרכן הסופי.
- למה כדאי לי לפתח מותג? לא יותר פשוט למכור למפיץ?
- ✓ העולם השתנה, כיום בגין התפתחות האינטרנט והמדיות החברתיות – שם המשחק הוא שקיפות. בניית המותג מגדילה את אמון ו-וודאות הרוכש (מפיץ וצרכן כאחד).
- המרכיב הכלכלי של פיתוח השוק מדאיג אותי – מה עושים?
- ✓ פיתוח עסקי של השוק האמריקאי אכן יקר יותר (לדוגמה עלות כרטיסי טיסה), אך שוק זה גם מניב יותר ביחס לכל שוק אחר בעולם.
- השוק האמריקאי, הוא השוק הכי אוהד עבור מוצרים ישראלים ומעריך את החדשנות והיצירתיות המיוצגת ע"י האיכות הישראלית.
- לכן טרם קבלת ההחלטה, יש לבחון עלות תועלת ראשית לטווח מיידי ובינוני ברמת השגת יעדים למול יכולות החברה - ובמידה וקיימים אתגרי מימון – משרד הכלכלה מקיים מענה על אלו.



שאלות ותשובות שעוזרות לקבל החלטות

איך ג'ימרקס360 יכולה לעזור לי?

בג'ימרקס360:

- ✓ בוחנים את מהלכי הרשתות לא רק ברמת אסטרטגיה שלהן למול הצרכן הסופי אלא אף למול ציבור המשקיעים והחלטות ומהלכים המתקבלות על סמך אלו.
- ✓ אנו יודעים ומבינים לאילו תחומים ניתן למנף כל יצרן על פי בחירותיו, העדפותיו ויכולותיו- באופן קורלטיבי להתפתחויות אלו בשוק.
- ✓ אנו מקפידים על הקניית כלים לבחינת כל האופציות העומדות לרשות היצרן, גם ברמת ה B2B וגם ברמת ה B2C, שכן היצרן כבר משקיע משאבים רבים בפיתוח השוק ואת כל אלו יש למקסם.

בג'ימרקס360:

- ✓ אנו רואים לנגד עינינו בתהליך את הגדלת המכירות ונתח השוק שלך, אך **מכירות הן תוצאה ולא הסיבה**, לכן אנו מקפידים על ביצוע התהליכים הנדרשים **להגדלת הביקושים**.
- ✓ אנו מבצעים בחינות מתמידות לא רק של המגמות, אלא מוצרים חדשים בתחומים רבים, ומאפשרים בזמן אמת ליצרן קבלת החלטות לגבי בידול מוצרים קיימים וליווי מו"פ חדשים.
- ✓ אנליזה קפדנית מאפשרת לנו גם לסייע ליצרן להעשיר את התכנים הנדרשים – באופן ממוקד - לאורך כל מסע הרכש של לקוחות המפיץ והקניין.
- ✓ ברור לנו כי כבר ביצעת השקעות – ואנו שמים דגש על מינופם. את זאת אנו משיגים ע"י פיתוח סגמנטים נוספים בשוק היעד או בשווקים נוספים בהם פועלים הקמעונאים.

בג'ימרקס360:

- ✓ עובדים על בסיס קבלן משנה, כך שהיצרן לא משלם הוצאות נוספות דוגמת מס מעסיק, רכב, סוציאליות וכד'.
- ✓ בתהליך העבודה המשותף ג'ימרקס מקנה את **הגשור הנדרש לפעילות ברמת שרותים נחוצים** דוגמת: הערכות שיווקית, ליווי מו"פ, בניית מותג במרחב הדיגיטלי והפיזי, וכלה בביצוע המכירות וכך מסייעת ליצרן חיסכון עצום בעלויות כ"א עד לייצוב התהליך וגידול מכירות שיאפשר לו את גיוס העובדים הנדרשים.
- ✓ אנו מלווים את הדרכת העובדים בכל רבדי הארגון בכדי לסייע ליצרן לבנות את הכלים הפנים ארגוניים - כולל את תרבות הארגון - הנדרשים להצלחת התהליך.
- ✓ הידע והתובנות הנרכשות אצלנו על בסיס יומי מאפשרות לנו לסייע ללקוחותינו לקבל המלצות באופן הוליסטי – גם ביחס לקטגוריות משיקות ומשיקות, בהן היצרן לא פועל אך ישפיעו על מכירותיו.

Q & A : איך למכור לשוק האמריקאי.

- האם הקמעונאות בארה"ב מתאימה רק ל B2C או אפשר גם למכור מוצרים כיצרן B2B?
- ✓ יצרנים הפונים ל B2B ו B2C כאחד מתאימים למכירות לקמעונאות האמריקאית – אך זה תלוי תחום. לדוגמה, ברשתות רבות דוגמת TARGET LOWES HOME DEPOT WALMART משתלה צמודה בחנות (כ 10,000 בין 4 אלו), וחברות הפועלות במקביל לשוק החקלאות יכולות לפתח סגמנט שוק זה. דוגמה נוספת רלוונטית למשל לתחום הפאנלים הסולריים, עלות הפעלת חנות שכזו (מיזוג, חשמל מחשוב וכד') יקרה, וקמעונאים רבים עוברים לאנרגיה סולרית – על גג החנויות עצמן.
- אני מייצר מוצרים לתחום ה B2C ויכול להגיע למפיץ לבד למה לי לפנות לג'ימרקס360?
- ✓ התשובה פשוטה, וטמונה בתרבות העסקית בארה"ב. מפיץ (וקמעונאי) אמריקאי מצפים כי היצרן יבנה את המותג ויעשיר את הצרכן באופן תדיר בכדי שמהלכים אלו יגדילו באופן קבוע את המכירות והחזר ההשקעות שגורמים אלו מבצעים בתהליך.
- האם לא עדיף לי לגייס עובדים לעסק במקום לפנות לג'ימרקס360?
- ✓ השוק האמריקאי מוטה שיווק בראש ובראשונה, בכדי לפתח בו את תהליך המכירות לאורך זמן יש להבין כי המכירה בפועל היא למעשה תוצאה של תהליך ארוך ומורכב המערב גורמים רבים במערך החברה.
- ✓ גיוס של כל גורמים אלו מהווה אתגר מימוני.

ג'מרקס360 נותנת דגש תדיר על מגמות שוק והזדמנויות עסקיות, המתפתחות בשוק האמריקאי.

אנו מבינים עד כמה תהליך המכירות לשוק זה דינמי, מורכב ותחרותי, לכן חשוב לנו לשתף – בכדי שלקוחותינו יוכלו להיות עם "יד על הדופק", ידעו לזהות הזדמנויות, וישקיעו את משאביהם בצורה נבונה.

אנו חולקים ומשתפים את התובנות שלנו - בחינם - עם כולם.

את הפרסומים שלנו, קוראים בין עשרות – מאות יצרנים וחברות, ואנו שמחים לעזור (גם...למתחרים שלנו).

סוד ההצלחה שלנו טמון לא רק באיכות המידע, אלא באופן שבו הוא נחלק : אנו מתאימים את התוכן והנראות לסוג הקוראים בכל מדיה.

אחרי הכל – מוכרים בכלים של מי שקונה, ואת התאמת / הצגת תכנים אלו אנו מבצעים גם עבורך.



LinkedIn Post:

Gali Yehuda **גלי יהודה שיווק ומכירות לארה"ב**
Owner at GMARKS360 - OWNER
3w • Edited

היקף יצוא סחורות מסין וטורקיה לארה"ב הסתכם ב 2018 ב כ 550 מיליארד דולר (540 סין ו כ 10 טורקיה).
...see more מ ישראל עמד על 21.8 מיליארד ב 2018 – ירידה של 2.73 מיליארד דולר

2018 USA Import: China, Turkey and Israel

Like Comment Share

345 views of your post in the feed

Facebook Post:

Gali Yehuda **גלי יהודה שיווק ומכירות לארה"ב**
Owner at GMARKS360 - OWNER
1mo

Tech Race: Heads Up!
לקוחות ג'מרקס נהנו מעדכונים שוטפים בזמן אמת, ביחס למגמות בשוק האמריקאי
...see more ולו לגבי מלחמת הסחר, וקיבלו התראה טרם החלת 25% מכסים בפועל, אך

Tech Race: Heads Up!

Top 10 US import from China facing 25% Tariff - US\$ Billion

YOUR BIG BREAK JUST AHEAD

Like Comment Share

236 views of your post in the feed

Twitter Post:

GMARKS360 **מכירות לארה"ב**

MARKETING = OS

שיווק בעידן כלכלת חוויה, הוא למעשה מערכת הפעלה, המהווה את ההבדל בין נסיקתו דשדושו או קריסתו של מוצר - בכ...

בחינת השקעות בפיתוח מוצר ושוק: הכר את הסגמנטים והקמעונאים המובילים המכירות בשוק האמריקאי. מטרת פוסט זה - אחרון...

57

Twitter Post:

GMARKS360 **מכירות לארה"ב**

MARKETING = OS

שיווק בעידן כלכלת חוויה, הוא למעשה מערכת הפעלה, המהווה את ההבדל בין נסיקתו דשדושו או קריסתו של מוצר - בכ...

63

Twitter Post:

GMARKS360 **מכירות לארה"ב**

TECH RACE: STORE OF THE FUTURE

ברוכים הבאים לחנות של העתיד. וולמארט חושפת לראשונה את הקמעונאות החדשה - זו המבוססת על בינה מלאכותית, והמהלך ...

31

Twitter Post:

GMARKS360 **מכירות לארה"ב**

GOOD TIMES 2019

מהן מגמות שוק המתפתחות ב 2019 לאור שינויים החלים בכלכלה האמריקאית, ומלחמת הסחר בין המעצמות, ותאור הזד...

56

Facebook Post:

Gali Yehuda **גלי יהודה- ג'מרקס 360 שיווק ומכירות לארה"ב**
30 בדצמבר 2018

<https://www.gmarks360.com/.../improving-home-depot-improvement>

האמז'ר בגידול מהותי שכן בשנת 2016 סגמוס זה הרכיב מכירות בכך 606 מיליון דולר בלבד. בבואו פרסם קטגוריית בגידול, ומגמות המשפיעות על גידול זה (כולל הפניה למאמר מפורט) ...

Improving Home (Depot) Improvement | גלי יהודה | Gmarks Global Marketing and Sales

42 אנשים שראו את זה

Twitter Post:

GMARKS360 **שיווק ומכירות בינלאומי | גלי יהודה**
what's growing? | Gmarks Global Marketing and Sales

4 מעורבות

53 אנשים שראו את זה

Twitter Post:

GMARKS360 **אמריקה מחלימה - מגמות בסגמנט ה HEALTH AND WELLNESS**
שיווק ומכירות בינלאומי | גלי יהודה | Gmarks Global Marketing and Sales

2 מעורבות

52 אנשים שראו את זה

Twitter Post:

Gali Yehuda **גלי יהודה- ג'מרקס 360 שיווק ומכירות לארה"ב**
12 בדצמבר 2018

הקמעונאות בארה"ב מגלגלת מחזור מכירות של לפעלה מ 5 טריליון דולר בשנה. כל יצוא הסחורות של מדינת ישראל בחציו הראשון של 2018 לארה"ב הסתכם בפחות מ 1% של היקף זה.

היקף הסטנטיסל של שוק זה עומד, וחלק ההזדמנויות יצא הדאון שנפתח עקב מלחמת הסחר עם סין תחום בזמן, אך מלחמת הסחר היא רק מרכיב אחד של הגורמים המשפיעים על ההזדמנויות ...

47 אנשים שראו את זה

3 מעורבות

הקידום לא זמן

שיתוף אחד

לייק תגובה שתף/שיתף

התבונן/תבני תגובה...



עבשיו תורק!

Thank you for your time!

Portfolio



Mobile : 054-5-660-717
Office : 077-42-45-800



[Gmarks360](#)



[Reviews](#)



[Blog](#)

[Join us:](#)



חוצה ליצא? צור קשר!