

לינקבוקס (LinkBox)

פלטפורמה היברידית להעברת קבצים מהירה + אחסון וניהול קבצים בענן לעסקים, עצמאיים וצוותים. המסמך ממוקד בהשקה רזה, החזר השקעה מהיר על תקציב של 3,000 ש"ח, ומסלול צמיחה למוצר SaaS רווחי.

מודל מוצר

WeTransfer + Drive

קהל ראשוני

סוכנויות, עורכים, מעצבים

יעד החזר השקעה

3,000 ש"ח ב 30 יום

אסטרטגיית מכירה

תשלום שנתי + Founder Offer

גרסת מסמך: | 1.0 תאריך: | 04.03.2026 שפה: עברית RTL | עיצוב: נקי, מינימליסטי, מובייל-פירסט

מטרת המסמך: לתת תוכנית עסקית פרקטית לבניית מוצר, השקה ראשונית, מכירות מוקדמות, תמחור, מסלול החזר השקעה, ומדדי בקרה - בלי להעמיס טכנולוגיה ובלי קוד.

תקציר מנהלים

מה בונים, למי זה מיועד, ואיך מחזירים את ההשקעה מהר

הבעיה בשוק

- עסקים ויוצרים שולחים קבצים גדולים בוואטסאפ, מייל ולינקים מפוזרים.
- אין מקום אחד שמחבר בין שליחה מהירה, אחסון מסודר וקבלת קבצים מלקוחות.
- לא ניתן ניהול עבודה מלא WeTransfer מרגיש לעיתים "כבד" למשימות מהירות, ו Google Drive לקוחות נתקעים עם לינקים שפג תוקפם, תיקיות לא מסודרות, וחוסר שליטה בהרשאות.

הפתרון - לינקבוקס

- **Quick Send:** העלאה מהירה וקבלת לינק לשיתוף תוך שניות.
- **Cloud Drive:** שמירה, תיקיות, חיפוש, מיון וניהול קבצים.
- **Shared Links:** ניהול קישורים, תוקף, אבטחה בסיסית.
- **File Requests:** בקשת קבצים מלקוחות ללינק ייעודי בלי גישה לדרייב.

יעד מכירה ראשוני

1 Team + 4 Pro

הכנסה שנתית נדרשת להחזר

3,050 ש"ח

אסטרטגיית השקה

Founder Offer

הנחת עבודה: בשלב הראשון מוכרים את המוצר כפתרון עבודה לעסקים קטנים ונותני שירות, ולא כ"ענן כללי לכולם".
זה מקצר מחזור מכירה ומגדיל סיכוי לתשלום שנתי מראש.

המוצר והצעת הערך

מה המשתמש מקבל בפועל, ומה מבדל את הפלטפורמה

מיצוב מוצר

לינקבוקס הוא פתרון לעסקים ועצמאיים שרוצים **לשלוח קבצים מהר, לשמור אותם מסודר, ולקבל קבצים מלקוחות בלי בלאגן** - במערכת אחת פשוטה.

בידול מרכזי: לא "עוד דרייב", אלא מערכת עבודה מבוססת לינקים, ניהול קבצים וזרימות לקוח.

מצב 1 - שליחה מהירה (Quick Send)

- העלאה מהירה עם Drag & Drop
- יצירת לינק לשיתוף
- דף הורדה ציבורי נקי
- תוקף קישור
- שמירה לדרייב (למשתמש מחובר)

מצב 2 - דרייב (Cloud Drive)

- תיקיות ותתי תיקיות
- חיפוש ומיון
- שיתוף קבצים ותיקיות
- קישורי שיתוף מנוהלים
- אשפה ושחזור

פיצ'ר מבדל - בקשות קבצים (File Requests)

המשתמש מייצר לינק ייעודי שבו לקוח/ספק מעלים קבצים ישירות לתיקייה שהוגדרה מראש, בלי גישה לשאר המערכת.

שימושים: חומרי גלם לעורך וידאו, מסמכים ללקוח, תמונות לאתר, קבצי דפוס, קבצים לחשבונאות.

למה זה נמכר טוב ל B2B

- כאב ברור ויומיומי
- קל להסביר את הערך תוך דקה
- חיסכון בזמן ובבלאגן
- מייצר תהליך עבודה מסודר מול לקוחות
- קל להדגים גם בגרסה ראשונה

שורת מכירה מומלצת: "פתרון מסודר לשליחת קבצים וקבלת חומרים מלקוחות - בלי בלאגן בוואטסאפ, מייל ודרייב."

קהל יעד, נישות ראשונות ופרסונות

מיקוד חד בשלב ההשקה כדי להחזיר השקעה מהר

נישה	הכאב המרכזי	מה מוכרים להם	הצעת פתיחה	סיכוי סגירה
סוכנויות פרסום / סטודיו	לינקים מפוזרים, חומרים מלקוחות, בלאגן בין עובדים	שליחה + בקשות קבצים + תיקיות לקוחות	שנתי Team	גבוה אם יש דמו
עורכי וידאו / צלמים	קבצים כבדים, שליחות חוזרות, לקוחות שלא יודעים להעלות מסודר	Quick Send + File Request + קישורים	שנתי Pro	גבוה
מעצבים / בוני אתרים	קבצי בריף, לוגואים, חומרים, גרסאות	תיקיות פרויקט + בקשות קבצים	שנתי Pro	בינוני-גבוה
משרדי שירות מקצועיים	קבלת מסמכים מלקוחות בוואטסאפ	לינק בקשת קבצים מאובטח	Pro / Team	בינוני

פרסונה 1 - בעל סוכנות קטנה

מטרה: עבודה מסודרת עם צוות ולקוחות.

כאב: כל לקוח שולח חומרים במקום אחר, קשה לעקוב אחרי קישורים וחומרים.

מה ישכנע אותו: "תיקיות לקוחות + לינק לקבלת חומרים + שיתוף מהיר" במקום אחד.

פרסונה 2 - עורך וידאו עצמאי

מטרה: להעביר קבצים גדולים ולבקש חומרים בקלות.

כאב: לקוחות לא מעלים מסודר, קבצים כבדים, לינקים הולכים לאיבוד.

מה ישכנע אותו: לינק אחד לשליחה + לינק אחד לקבלה + ניהול קישורים וחומרים.

המלצה להשקה: להתחיל עם 2 נישות בלבד (סוכנויות + עורכי וידאו/צילום), לחדד דמו והצעת מכירה, ורק אחרי 10-20 לקוחות ראשונים להרחיב לקהלים נוספים.

מודל עסקי ותמחור

Freemium פשוט + מסלול המרה ל Pro/Team

מה כלול (תמצית)	למי מתאימה	מחיר	תוכנית
אחסון קטן, שליחה בסיסית, קישורים בסיסיים, מגבלות גודל וקישורים פעילים	שימוש מזדמן / היכרות	חינם	Free
אחסון גדול יותר, קבצים גדולים, סיסמה לקישורים, בקשות קבצים, ניהול קישורים מתקדם	עצמאיים / יוצרים / נותני שירות	39 ש"ח לחודש או 390 ש"ח לשנה	Pro
אחסון משותף גדול, חברי צוות, תיקיות משותפות, הרשאות בסיסיות, מעקב פעילות בסיסי	סוכנויות וצוותים קטנים	149 ש"ח לחודש או 1,490 ש"ח לשנה	Team

למה דוחפים תשלום שנתי בהשקה

- החזר השקעה מהיר על תקציב קטן
- תזרים מזומנים מיידי
- פחות תלות במסה גדולה של משתמשים
- מייצר מחויבות ללקוח ומפחית נטישה מוקדמת

טריגרים לשדרוג (Product-Led)

- מגבלת גודל קובץ
- מגבלת אחסון
- רצון לסיסמה לקישור
- יצירת File Request
- הזמנת חבר צוות

יעד שיווקי נכון להשקה: לא למכור "אחסון בענן", אלא למכור "תהליך עבודה מסודר מול לקוחות".

תוכנית החזר השקעה - 3,000 ש"ח

מודל קצר, חד ופרקטי להחזר מהיר בתוך 30 יום

השקעה התחלתית

3,000 ש"ח

אסטרטגיית גבייה

שנתי מראש

יעד זמן

30 יום

תרחיש	מכירות	חישוב	סה"כ הכנסה	סטטוס החזר
א - Pro בלבד	8 לקוחות Pro שנתיים	8 x 390	3,120 ש"ח	החזר מלא
ב - Team בלבד	3 לקוחות Team שנתיים	3 x 1,490	4,470 ש"ח	החזר + מרווח
ג - מעורב (מומלץ)	שנתיים 1 Team + 4 Pro	1,490 + (4 x 390)	3,050 ש"ח	החזר מלא

התרחיש המומלץ להשקעה

1 לקוח Team שנתי + 4 לקוחות Pro שנתיים

- ריאלי יותר מאשר להישען רק על לקוחות קטנים
- קל יחסית לסגור Team אחד מתוך רשת הקשרים העסקית
- 4 לקוחות Pro ראשונים אפשר לסגור דרך דמו אישי והצעת Founder Offer

מה לא לעשות בשלב הזה

- לא לרדוף אחרי אלפי משתמשי Free
- לא להשקיע מוקדם בפרסום יקר
- לא לדחות מכירות עד "שהמוצר מושלם"
- לא לבנות פיצ'רים כבדים לפני הוכחת ביקוש

היגיון עסקי: עם תקציב קטן, מכירה ידנית ללקוחות עם כאב חזק מנצחת השקעה רחבה לקהל כללי. המטרה הראשונה היא הוכחת שימוש ותזרים, לא סקויל מידי.

תקציב השקה 3,000 ש"ח - חלוקה מומלצת

חלוקה רזה שמקדמת דמו, מכירה וסגירה ראשונית

סעיף	סכום	עדיפות	מטרה
תשתיות בסיסיות (דומיין, אחסון, שירותי ענן מינימליים)	700 ש"ח	גבוהה	להפעיל MVP עובד ונגיש לדמו
עיצוב נכסי מכירה (דף נחיתה קצר, דמו, מסכים נקיים/PDF)	500 ש"ח	גבוהה	למכור אמון ומקצועיות גם לפני מוצר מלא
כלי עבודה/אוטומציה בסיסיים (מייל, פשוט, מעקב לידים CRM)	300 ש"ח	בינונית	לא לאבד פניות ולעקוב אחרי שיחות
קריאייטיב ודמו ממוקד לנישות (סוכנויות/יוצרים)	500 ש"ח	גבוהה	חומרים למכירה ישירה והצגת תרחישי שימוש
פרסום ממומן קטן לבדיקה (לא חובה)	400 ש"ח	נמוכה	בדיקת מסר/הצעה בלבד, לא סקייל
רזרבה תפעולית	600 ש"ח	גבוהה	הפתעות, תיקונים, שינויים בהשקה
סה"כ	3,000 ש"ח		

הערת תפעול חשובה

אם יש לך יכולת עצמית גבוהה בבנייה, עיצוב ומכירה - ניתן להפחית חלק מסעיפי העיצוב והכלים ולהעביר יותר לרזרבה או לדמו/תמיכה לקוחות ראשונים.

כלל ברזל

התקציב צריך לשרת **מכירה ראשונית ואמינות מוצר**, לא "השקה מרשימה". עדיף MVP עובד + הצעה טובה + דמו ברור מאשר אתר יפה בלי סגירות.

אסטרטגיית השקה ומכירות - 30/60/90 יום

תהליך השקה רזה, ממוקד סגירות, עם יעדים ברורים

Founder Offer (לקוחות ראשונים 10)

-
-
-
-
-

מחיר שנתי נעול לשנה הראשונה

תמיכה אישית בהקמה/הגדרה ראשונית

תבנית בקשת קבצים מוכנה לעסק

גישה מוקדמת לפיצ'רים עתידיים

פידבק ישיר שמשפיע על המוצר

מסר מכירה קצר

"במקום לקבל ולשלוח קבצים בוואטסאפ, מייל ודרייב מפוזר - אתם מקבלים מערכת אחת מסודרת לשליחה, קבלה וניהול קבצים מול לקוחות."

מוכרים תהליך עבודה, לא רק אחסון.

ימים 1-7: הכנת מוצר ודמו

בסיסי עובד, דף נחיתה קצר, דמו אחד לנישת סוכנויות ודמו אחד לנישת עורכים/יוצרים, מסמך תמחור והצעת MVP Founder Offer.

ימים 8-14: פנייה ישירה אגרסיבית אך ממוקדת

פנייה ל 50-100 אנשי קשר/עסקים רלוונטיים דרך וואטסאפ, אינסטגרם, קבוצות, רפרנסים ולקוחות קיימים. המטרה - דמו ושיחות, לא "לייקים".

ימים 15-21: דמואים וסגירות ראשונות

פגישות קצרות או סרטון דמו אישי, טיפול בהתנגדויות, סגירה שנתי מראש, חיבור הלקוח למוצר והטמעה בסיסית.

ימים 22-30: הוכחת שימוש וחיזוק מסרים

איסוף פידבק, שיפור UX קריטי, הוספת עדויות ראשוניות, דיוק דף הנחיתה וההצעה, ניסיון לסגור עוד 3-5 לקוחות.

חודש 2-3: שיפור המרה והכנה לסקייל

הוספת פיצ'רים נעולים ששוברים התנגדויות (סיסמה, אנליטיקה בסיסית, Team בסיסי), בניית תהליך מסודר, וניסוי ערוץ מממן קטן onboarding.

יעד ביצוע 30 יום: לסגור לפחות שנתיים Pro שנתי + 4 Team 1 ולהחזיר את ההשקעה.

עסקי - מה חייב להיות כדי למכור MVP

פיצ'רים קריטיים להשקה, ומה נשאר לשלב הבא

חובה להשקה (למכירה)

- שליחה מהירה עם העלאה + קישור
- דף הורדה ציבורי נקי
- דרייב בסיסי: תיקיות, העלאה, שינוי שם, מחיקה, אשפה
- שיתוף קבצים/תיקיות בלינק
- מסך ניהול קישורי שיתוף
- בקשות קבצים (File Requests)
- תמחור ותוכנית Free / Pro / Team

לא חובה להשקה (להמשך)

- סנכרון דסקטופ מלא
- עריכת מסמכים אונליין
- הרשאות מורכבות מאוד
- אנליטיקה מתקדמת
- גרסאות קבצים
- אפליקציות מובייל מלאות
- מתקדם White Label

מדוע זה מספיק למכירה ראשונה

- הוכחת ערך
- הלקוח רואה בעיה נפתרת בדמו
- זמן הטמעה קצר
- אפשר להתחיל להשתמש באותו יום
- הצעת מכירה ברורה
- שליחה + קבלה + ניהול קבצים
- פחות סיכון בפיתוח
- פוקוס רק על ליבה שמכניסה כסף

כלל תעדוף: כל פיצ'ר חדש צריך לענות על אחת משלוש מטרות: להעלות המרה, להפחית נטישה, או לאפשר סגירת לקוח Team.

בקרה ותפעול KPIs

מה למדוד מהיום הראשון כדי לנהל עסק SaaS בצורה רזה

מדדי צמיחה ומכירה (Top Funnel)

	פניות יזומות
	כמות פניות שבועית
	שיחות/דמואים
	קצב קביעת דמו
	Show Rate
	אחוז הגעה לשיחות
	Offer Rate
	כמה קיבלו הצעה
	Close Rate
	אחוז סגירה
	Units Sold
	כמות Pro/Team שנמכרו

מדדי שימוש ומוצר (Product)

	Active Users
	שימוש שבועי
	Transfers Created
	קישורים שנוצרו
	File Requests Created
	בקשות קבצים
	Storage Usage
	שימוש באחסון
	Activation
	משתמש שעשה 3 פעולות ליבה
	Support Issues
	בעיות קריטיות בשימוש

המשך: מדדי כסף, תזרים ובקרת ניהול שבועית מופיעים בעמוד הבא כדי לשמור על קריאות ונראות נקייה.

בקרה ותפעול - המשך, KPIs

מדדי כסף ותזרים + בקרה שבועית קצרה לבעל המוצר

מדדי כסף ותזרים

- (אחוז גבייה בפועל) Cash Collected
- ראשוני (גם אם קטן) MRR
- ממכירות שנתיות ARR
- עלות תפעול חודשית בסיסית
- רווח גולמי משוער לפי תוכנית

בקרת ניהול שבועית (פגישה של 20 דקות)

1. כמה פניות יזומות יצאו
2. כמה דמואים נקבעו/בוצעו
3. מה חסם סגירות
4. איזה פיצ'ר או שיפור חזר בפיידבק
5. מה הפעולה המסחרית המספרית לשבוע הקרוב

כלל עבודה למייסד

בשלב מוקדם עדיף מדדים שמובילים להחלטות ומכירות מאשר דשבורדים מורכבים. המטרה היא לנהל קצב, לזהות חסמים ולשפר המרה.

- בדיקת מדדים פעם בשבוע בזמן קבוע
- מיקוד ב 2-3 מדדים מובילים בלבד
- קישור כל מדד לפעולה אופרטיבית

טמפלייט מעקב מומלץ

- פניות יזומות השבוע
- דמואים שנקבעו / בוצעו
- הצעות שנשלחו
- סגירות בפועל (Pro / Team)
- גבייה בפועל
- פידבק שחוזר על עצמו מהלקוחות

הערה: המדדים כאן נבחרו כדי לתמוך בהחזר השקעה מהיר, שיפור מסר המכירה, ושמירה על פשטות תפעולית בשלב מוקדם.

סיכונים עיקריים ותוכנית מניעה

מה יכול לעכב החזר השקעה, ואיך מצמצמים סיכון מראש

סיכון	השפעה	סבירות	מניעה / תגובה
המוצר לא מספיק יציב לדמו	גבוהה	בינונית	לבנות קודם זרימות ליבה בלבד, לבדוק ידנית כל Flow קריטי, להכין דמו "בטוח" ללקוחות ראשונים.
קשה להסביר את הערך בשיחה קצרה	גבוהה	בינונית	למכור תרחיש שימוש ברור ("קבלת חומרים מלקוחות") ולא תיאור טכני של מוצר ענן.
לקוחות מבקשים פיצ'רים כבדים מוקדם	בינונית	גבוהה	להציב גבולות MVP, להבטיח Roadmap, ולא לשבור מיקוד לפני סגירות ראשונות.
תלות במשתמשי Free ללא הכנסות	גבוהה	גבוהה	פוקוס על B2B, תשלום שנתי מראש, מכירה ידנית, Founder Offer, ממוקדת.
עלות אחסון/תעבורה עולה מהר	בינונית	בינונית	מגבלות תוכנית, שימוש הוגן, ניטור אחסון, העדפת לקוחות משלמים עם יחס ערך גבוה.

סימני אזהרה מוקדמים

- יש דמואים אבל אין סגירות
- רוב הפידבק עוסק במשהו שלא קשור לליבת הערך
- משתמשים נרשמים אך לא יוצרים קישור או בקשת קבצים
- הזמן מושקע בפיתוח ולא במכירה

תגובה מהירה במקרה של תקיעה

- לצמצם הצעה לנישה אחת
- לשנות מסר לדוגמה אחת חזקה
- לעשות דמו מודרך במקום השארת גישה חופשית בלבד
- להציע חבילת Founder Offer חזקה יותר ל 10 הראשונים

תוכנית ביצוע מעשית - 14 ימים ראשונים

רשימת משימות עסקית (ללא קוד) כדי לצאת מהר לשוק

ימים 1-3: בסיס הצעה ונראות

- בחירת שם סופי (מומלץ: לינקבוקס / LinkBox)
- כתיבת מסר ראשי + 3 תרחישי שימוש
- עמוד נחיתה קצר עם CTA לדמו/הצטרפות
- דמו ויזואלי קצר (וידאו או מסכים)
- עמוד תמחור בסיסי + Founder Offer

ימים 4-7: הכנת מערך מכירה

- רשימת 100 לידים ידניים רלוונטיים
- הכנת הודעת פתיחה + הודעת Follow-up
- בניית טופס דמו קצר או לינק לשיחה
- הכנת 2 גרסאות דמו לפי נישות
- קובץ מעקב פניות/שיחות/סטטוס

ימים 8-10: פניות ודמואים

- שליחת פניות יזומות מסיבית
- תיאום דמואים קצרים (10-20 דקות)
- מיקוד בבעיה: שליחה + קבלת קבצים
- הצגת Founder Offer ותשלום שנתי
- תיעוד התנגדויות חוזרות

ימים 11-14: סגירה ואופטימיזציה

- שיפור מסר המכירה לפי שיחות
- שדרוג דמו והסבר קצר
- סגירות ראשונות + הטמעה בסיסית
- בקשת עדות/פידבק מהלקוח הראשון
- בניית תנופת אמון לשיחות הבאות

מפתח

הצלחה: כל יום שמקדיש יותר זמן לפיתוח מאשר למכירה בשלב ההשקה - מגדיל סיכון לעיכוב בהחזר ההשקעה.

סיכום מנהלים + החלטות מיידיות

מה עושים עכשיו כדי לצאת לדרך נכון

החלטה אסטרטגית

להשיק את לינקבוקס כמוצר B2B ממוקד לנישות עם כאב ברור - סוכנויות, עורכי וידאו ויוצרים - עם מודל שנתי Pro/Team אך מיקוד מכירתי ב Freemium

3 יעדים מידיים (30 יום)

1. להשלים MVP שניתן להדגים ולמכור
2. להוציא 50-100 פניות ישירות ממוקדות
3. לסגור לפחות 1 Pro + 4 Team שנתיים

מסרי המכירה שצריך לזכור

- מוכרים סדר ותהליך - לא רק אחסון
 - מוכרים חיסכון בזמן ובבלאגן מול לקוחות
 - מוכרים פתרון פשוט, נקי ומהיר
 - מוכרים התחלה קלה עם Founder Offer

תחום	החלטה	למה
שם מותג	לינקבוקס (LinkBox)	קליט, מובן גם בעברית, מתאים ל SaaS עסקי
השקה	Founder Offer + ממוקד B2B	מחזיר השקעה מהר יותר מפרסום רחב
גבייה	דחיפה לשנתי	תזרים מידי והוכחת ביקוש
MVP	ליבה בלבד: שליחה, דרייב, שיתוף, File Requests	מספיק למכירה, נמנע פיתוח יתר
בקרה	מדדי מכירה + שימוש בסיסיים	קבלת החלטות מהירה ושיפור מתמשך

שורה תחתונה: עם מיקוד נכון, הצעה חכמה ותשלום שנתי מראש, החזר השקעה של 3,000 ש"ח הוא יעד ריאלי מאוד למוצר הזה - גם לפני סקייל אמיתי.
המסמך הזה נועד לשלב השקה והוכחת שוק. לאחר הגעה ללקוחות משלמים ראשונים, מומלץ לבנות גרסת תוכנית המשך ל 6-12 חודשים.