

שוק הקולד ברו בישראל, לאן זה נע עד 2027

שמונה שקופיות מתוך ארבעים ושמונה, מתוך מצגת שנבנתה משלוש שאלות להנהלה ומ-214 מקורות.

קובץ דוגמא. כל המספרים, השמות והחברות במצגת הזאת בדויים ונועדו להמחיש את מבנה התוצר. אין להסתמך עליהם כמחקר שוק.

שלוש שאלות, בלי שום חומר נוסף

- לאן נעה הצמיחה בקטגוריה עד 2027?
- איפה אנחנו ממוקמים מול המתחרים?
- במה להשקיע בשנה הקרובה?

בלי חומרים, בלי מצגת קודמת, בלי דאטה פנימי. רק השאלות.

מתכון קבוע, אחד עשר שלבים

מקורות שנסקרו

214

עברית ואנגלית, דוחות חברות וסקרי צרכנים.

נשארו לציטוט

68

רק מקור שאפשר להצביע עליו נכנס למצגת.

תובנות שנסחטו

20

כל תובנה עם המספר שמאחוריה.

שקופיות

48

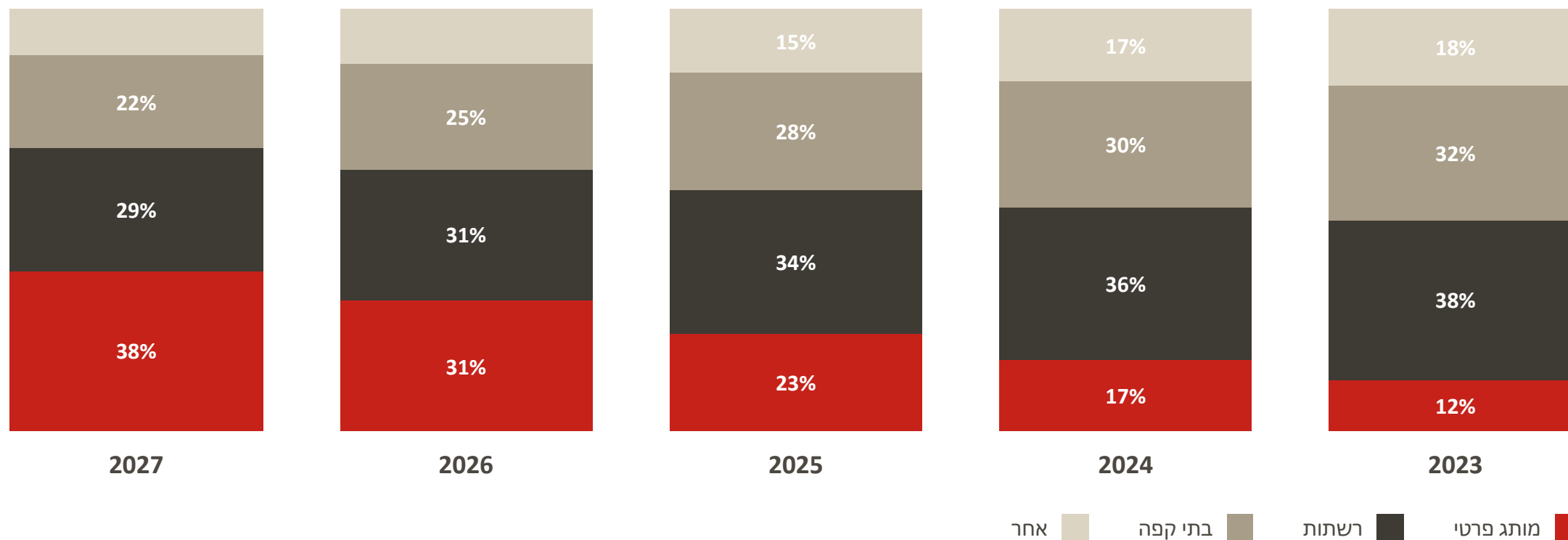
לכל שאלה פרק, לכל פרק המלצה אחת.

מהשוק ב-2027 שייכים למותג הפרטי

בשנת 2023 המותג הפרטי החזיק 12% מהקטגוריה. ההאצה לא באה מהמחיר, היא באה מהמדף.

38%

הצמיחה עוברת למשלוחים, והמותג הפרטי לוקח את הנתח



מקור: דוחות חברות, סקר צרכנים מאי 2026. נתונים להמחשה.

הקרב האמיתי הוא על המדף

מחיר

גבוה

החלון שנפתח

Negev Roasters

Brewline

Halcyon

Morning Roast

מותג פרטי

נמוך

נתח שוק נמוך

נתח שוק גבוה

גודל העיגול: מחזור 2026. אף אחד לא מחזיק את הפינה של נתח גבוה במחיר גבוה, ושם נפתח החלון. נתונים להמחשה.

שלוש החלטות לשנה הקרובה

01

לנעול מדף לפני המתחרים

המותג הפרטי גדל מ-12% ל-38% בארבע שנים.
מי שלא נועל מקום ב-2026 משלם עליו כפול
ב-2027.

להנהלה

02

להעביר את התקציב למשלוחים

הצמיחה בערוץ הישיר מהירה פי שניים
מהסניפים. התקציב עדיין מחולק לפי המצב של
2023.

לשיווק

03

לבנות יכולת דאטה פנימית

כל מתחרה שהאיץ השנה עשה זאת אחרי
שאיחד את הדאטה. אצלנו הוא מפוזר בין ארבע
מערכות.

לתפעול

כל המלצה נגזרת מפרק במצגת.

שאלה אחת נכנסה, קובץ אחד יצא

המתכון נכתב פעם אחת. מכאן והלאה הוא רץ על כל נושא, בכל קטגוריה, ומחזיר את אותו מבנה עבודה.

תזכורת. זהו קובץ דוגמא. המספרים בדויים ונועדו להמחיש את מבנה התוצר בלבד.

zoharurian.com