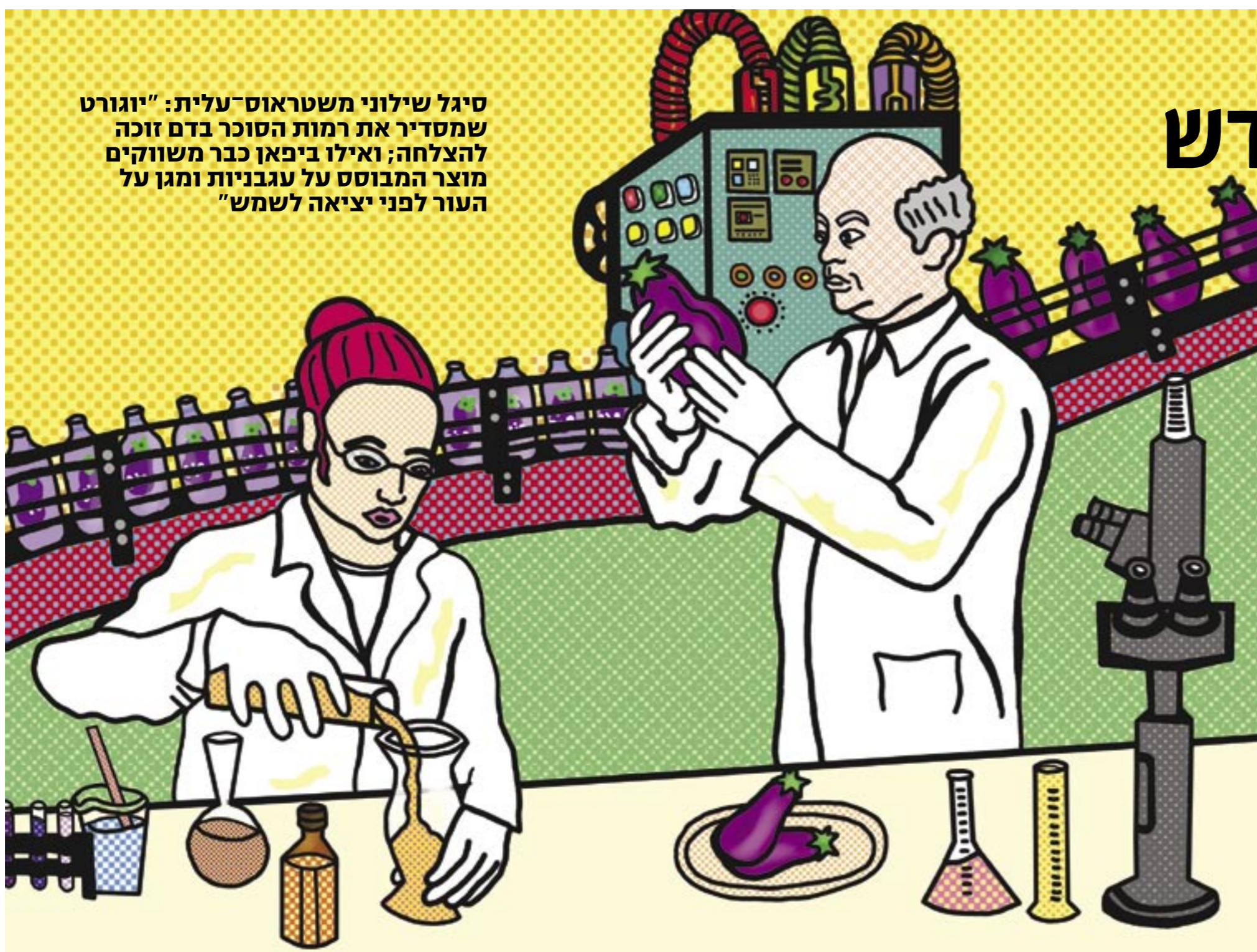


# להמציא את היוגורט מחדש

למה נכשל היוגורט המוקצף, איך מוכרים לישראלים חמוס חדש ומה עוד הצלחתם של שיפויד מרשמלו. חברות המזון לא מפסיקות לנסות להרחיב את היצע המוצרים במקרה שמוצרי החלב או על מדף החטיפים, בין השאר בסיוע שיטה של "חשיבה המצאתית"



**סיגל שילוני משטראוס-עלית: "יוגורט שמסדיר את רמות הסוכר בדם זוכה להצלחה; ואילו ביפאן כבר משווקים מוצר המבוסס על עגבניות ומגן על העור לפני יציאה לשמש"**

איור: מיכל ברוד

## מאת מיכל פלטי

מה למרצה מאוניברסיטת קולומביה ולקציצה של טבעול? ומה ללמאמרים ב"הרוארד בינוס ריווי" ולעוגיות של עלית או לחטיפ של אסם? הקשר, מתברר, מובנה יותר משאפשר היה לחשוב: חברות מזון ישראליות רבות נעזרות בשיטה שפיתחה הפרופ' יעקב גולדברג עם הר"ר רוני הורביץ. אמנון לבב וחיים פרס - המנהלת לחשיבה המצאתית בכל תחום ומיושמת, בין היתר, בפינת מוצרי מזון. שיטה זו, שעוררת תהודה במזון להמציא עוד ועוד מוצרים למקרה שמוצרי החלב המוצרים לא קטו או למדף החטיפים, מניחה כי לא די בשיווק אגרסיבי בשביל שהצרכנים יפרו את נאמנותם למוצר אחר ויחליפו אותו באחר, וכי לא יוכלו להיהפך לחדשן בתחומם. "יש גישה המניחה שאדם יצירתי נולד כזה", אומרת עידית ביטון, מנכ"ל חברת SIT בישראל, שהמציאה ופיתחה את הגישה המכונה "חשיבה המצאתית" ושלמרת אותה בסדנאות בארץ ובח"ל. "ואילו אנתוני מונדיאו שאפשר ללמוד יצירתית בתהליך".

## חדשנות עם הקשר

כשהר"ר מיכה שמר, האיש שהמציא את קציצת טבעול, מספר על חדשנות כזו, יש לו על מה להתבסס: בחברת טבעול, שהוא משמש בה משנה למנכ"ל, יש 20 פטנטים הרשומים על שמו. מתרולולוגית החדשנות של SIT הובילה, לדבריו, לקטגוריות ייחודיות שחברת טבעול השתמשה בהן. "הרעיון הוא שבכל מוצר יכולים להיות תבניות עור עשי" מוצרים שונים, הוא אומר. "החדשנות שלנו היא החדשנות טכנולוגית: התחלנו עם מוצרים

דרות ל"ג בעומר, או בסוכריות קרמ'פרי בלי סוכר. אבל נכשלנו במוצרים מושקעים כמו מערכת כלים לים לפעוטות ובהם שלוגני 'שלוף'. למה לא יודע".

איך אפשר בכל זאת לנבא שהמוצר החדש יצליח? להציע לקהל לטעום ממוצר חדש אחר במשך חודש חינם ולתת עליו חוות דעת - זו השיטה שעושה מא"ס ממליץ עליה כבטוחה יחסית לניסוי מוצרים חדשים שכבר פורחו. "שיגידו לנו מתי הם צריכים אתו ובאיזה אופן. זו הדרך לבדוק אם חדשנות הצליחה", הוא אומר. ביטון מ-SIT מודעת לכך שלשיווק יש חלק גדול בהצלחה או כישלון, ולדבריה, "היעילה מכל שיטות השיווק ונתונה שיש מפה לאוזן. ופל'שים טס", למשל, לו הומצא בחברת מזון, היה נתקל בקשיים. הרי זה מופרך לחלוטין. מי יקטום את קצותיו של הופל וישתה אתו קפה? אבל כשמטיילים באוסטרליה הביאו אותו לארץ, זה היה להליטי".

אל האהבה הגדולה של הישראליים: החמוס".

הישראלי חובב החמוס הוא שמרן גדול, ואת זה ביקשו לשנות בחברת "צבר" של אסם. לדברי צור, "הרעיון היה שכל אחד חושב שהוא מכיר את החמוסייה הטובה ביותר. טעמי החמוס הם הרי שור נים, ולכן צוות שלנו יצא לסיוור חמוסיות אינטסיווי, השקנו סדרה של חמוס על שם חמוסיות, והקהל הישראלי הסכים לטעום".

לדויע רותם, סמנכ"ל השיווק של חברת כרמית, יש יחס חצוי להחדשות: "חדשנות היא קודם כל מסוכנת. יש מוצרים שחברות חוקרות ולא הצליחו מסיבות שאי אפשר לצפות. צרכנים יכיר לים לאהוב מוצר חדש בניסוי, יתנהגו אחרת לגמרי בזמן אמת; ובכל זאת חייבים לספק אותה".

גם לכרמית, לדבריו, היו הצלחות וכישלונות שאינם מוסברים להי לויטי; "הצלחנו מאוד עם שיפודי מרשמלו שיוצרו במיוחד למי

זה תמיד לראות חידושים ולש" פוט בעצמו".

### האהבה הגדולה

כישלונות יהיו תמיד. "ניסיתי נו לייצר יוגורט מוקצף, וזה היה כישלון", אומרת שילוני. "כנראה הקצפה משתלבת טוב רק במעי דנים". ושמר מספרת: "הוצאנו בת" חילת השנה מוצרים לפעוטות והם נכשלו, אולי כי אמהות חוששות עדיין לתת מזון מעובד לילדיהן. נכשלו גם בכניסה לשוק האמריקאי וקלות לפתיחה ואף ניקח חלק במגמה העולמית של הבישול הביתי".

אחוזי ההצלחה של מוצרים חדשים קטנים יחסית. "הצרכן הישראלי אוהב להתנסות", אר מרת שילוני, "אבל לא נשאר עם המוצר החדש לאורך זמן. ובכל זאת, החברות לא מפסיקות לנסות: אי אפשר להפסיק, כי למרות השמרנות היחסית של הצרכן, באופן אבסורדי, הוא רר

שילוני מציגה דוגמאות למי גמות עולמיות חדשות בתחום מוצרי החלב. "מוצר אמור לא רק להשביע ולשכך רעב, אלא גם לענות על פונקציה. הצרכנים מעוניינים פחות בכדורים ויותר מינים, למשל, והיו רוצים לצרוך מזון שמספק אותו צורך. חברת דנונה, למשל, פיתחה יוגורט

למשל, כי חשבנו להציע פתרון לבקיה של חילוף חומרים, כחלק ממגמת בריאות עולמית במוצרי מזון בכלל. החברה שלנו משקיעה עזה הרבה בחידושים טכנולוגיים, כמו באקטימיל, אבל יש לזה מודע: צריך להסביר לצרכן כל הזמן את המשמעות - ופרוביוטיקה היא נושא קשה להסבר".

דמויי בשר, עברנו לאלטרנטיבות לבשר, אחר כך לארוחות מוכנות, ובקרבנו נשק קטגוריה חדשה".

אבל החדשנות, אומרת סיגל שילוני, ראש חטיבת המולכות בשטראוס-עלית, אינה נטו לת הקשר, אלא "חייבת להיות קשורה לאסטרטגיה של החברה: פיתחנו את יוגורט 'אקטיוויה',

## אייל פלד עם זנב

יש להם הרבה יותר אפס" ריות". אחרי שביררה את מצב שחורי העור בדרום אפריקה, סופי פונה במעבר חד לדון במצבם של שחורי הנוצה שם: "כשסופי חזרה הביתה היא שואלת: אמא, תמיד חשבתי שפינגווינים חיים רק בקוטב הדרומי. אולי פליקס פשוט דימיין לעצמו את הסיפור הזה?"

כזה מין תייר הוא פליקס. כל המידע שהוא נושא נראה ללקוח מחוברות תר" מית של משרדו תיירות - סוף האפריקה הייר, פינגווינים, תפוחים, איהו יופי. זו המקבילה לילדים של "מטע עולמי" של אייל פלד: דיווח מתפעל ויבש בעת ובכונה אחת מאתרי העולם, רק ארוך יותר וכלי פרסומות.

כמו שאר ספרי הסדרה, לספר מוצר רפות הפתעות: משחק לוח של המאורים בניו זילנד, שהילדים אוהבים, ובאותה המעטפת גם גול קטן לאריגת שתיחוק. קוני הספר מרגישים שהם מעניקים ספר עם ערך מוסף - לא רק משחקים, אלא גם מידע גיאוגרפי וחינוכי. מקבליו נהנים בעיקר מהמתנה.

"פליקס מתברך לילדים בעולם", מאת אנט לנגן וקונסטנצה דרוב.

### הזמן הנווד

חברת העשועים סוויטס מייצרת שעוני יד לילדים, ובמיוחד לילדות, בכל מיני צבעים עליונים, כמו למשל שעון פלסטיק עם כיסוי פלוי ורוד שמחברות לו אוניו ארנב. על הרצועה עצמה מוטבעות עקבות של ארנב. על פני השעון, שמציג ספרות ברורות, מופיע ציור של ארנב ורוד עם פנים אפורים ואף ורוד. את הכיסוי, שנצי מר בסוקין, אפשר להסיר בכל עת.

שעונים מסוג אחר, בצבעים דומים (כמעט כולם ורודים), מוצעים כעת גם על ידי חברת מיתוס. אלה שעונים מעוררים בסגנון פעם, עגולים וגדולים, הנשענים על שתי רגליים ובחלקם העי ליון שני פעמונים שידית מתברת בינני הם. העשועים, בשלושה גדלים, מעוטרים בציורים סביבון מוקטן וחדות להכי. כשמכוונים אותם לשעת בוקר, אפשר לשמוע את הצלצול מכל מקום בבית.

שעון יד סוויטס לילדות. 245 שקלים. בחנויות סוויטס. שעוני בטי בום. חברת מיתוס. 110-40 שקלים. בחנויות כלי כתיבה והפתעות

### תינוקות

עוד בובה

חברת הצעצועים לתינוקות האר" טרלית פלייגרו מיוצאת עכשיו ליי שראל במבחר בובות רכות, רעשנים, למייליים וצעצועים שאפשר לחבר למיטה/ליכסא לאוטו/לאוניברסיטה בשלל צבעים.

## מוסיפים איכות לחנוכה

<h3>מחזה מוסיקלי</h3> <p><b>אמא אמרה לי דני</b></p> <p>מחזה המלווה את דני וצנצנצני במסעם הדומיני שבמהלכו הם לומדים מהי יחידות אמת על פי שיריה של מרים ילן שטקליס.</p> <p>הצגת חובה, פינה של מחזמר</p> <p>הצגת חובה</p> <p><b>יום חמישי 29.12.05</b> בשעות 10:30, 12:30</p> <p>לגילאי 4 ומעלה</p>	<h3>מחזה מוסיקלי</h3> <p><b>קומדיה</b></p> <p><b>נשמריהו</b></p> <p>הילד מקופסת השימורים</p> <p>זהו מחזה של צחוק ודמעה על קבלת האחר, על כך שיש בדרך גם את אהבה אתה תמיד בסדר. נבדק על אהבה.</p> <p>יצירת מופת</p> <p>הצגת חובה</p> <p><b>יום רביעי 28.12.05</b> בשעות 10:30, 12:30</p> <p>לכל המשפחה</p>	<h3>מחזה מוסיקלי</h3> <p><b>פינוקיו</b></p> <p>עבוד חדש מקורי ומרדכי לשיפר הקולאז' של בובת העץ בעלת האף הרגיש</p> <p>"משה בקר במשחק מצויין במחזמר מהרהיבוי"</p> <p>הצגת חובה</p> <p><b>יום שבת 24.12.05</b> בשעות 11:30</p> <p><b>יום שלישי 27.12.05</b> בשעות 10:30, 12:30</p> <p>לכל המשפחה</p>
--	--	---

הבובים הגדולים • ההצגות האיכותיות במחירים נוחים • חניה חינם

טל' להזמנות: 0521555-03 שלושה 1 מדיטק - שדי גולדה מאיר 6, חולון

### חשב

## עכבר בעור נמר

כמו שיש שניצל עוף בצורת ג'ירפה ואריה, יש כעת גם עכבר בעור נמר, פנתר או פרת משה רבנו. עכברי המחשב האופטיים ליי לדים של חברת לוג'יטק (שבינתיים נמכרים רק בדוגמת פרת משה רבנו ופרחים), הם קטנים יותר מעכברי רגיל ומתאימים לאלה שאחיהם קטנה יותר.

עכברים מצוינים לילדים. חברת לוג'יטק. 100 שקלים