

## תוכן העניינים למפגש חוויתי בנושא פיתוח ושיווק מוצרים בהתאם להעדפות הקהל:

1. פתיחה  
**חווית הצריכה ההוליסטית** – כיצד חווה הצרכן את הצריכה, ומה משפיע על החוויה שלו?
  2. הפן הטכנולוגי – מדעי: כיצד תופסים הצרכנים את המוצרים ואת חווית הקנייה?  
עדויות מדעיות הקשורות בפיתוח העדפות צרכניות.
  3. הפן השיווקי
    - **שדרת המוצרים**: סיור בין מדפי חנויות מזון בעולם, ובחינת מוצרים הפונים לצרכנים בצורה מיוחדת המותאמת להעדפותיהם.
    - **מהלכים שיווקיים**: רעיונות מהעולם לקמפיינים הסובבים סביב חווית הצריכה של הצרכנים-מהלכים שיווקיים שהצליחו, ואחרים שנכשלו
    - **דוגמאות לפנייה מיוחדת להעדפות הצרכן בנקודת המכירה**
    - **חידושים במחקר העדפות הצרכנים**: מהם הגורמים המשפיעים על תגובות הצרכנים במחקרי העדפות, וכיצד ניתן לשלוט בהם כדי לקבל תגובות מדויקות יותר?
  4. התנסות וחשיבה מודרכת: בהנחייתה של יעל הכהן, מפעילה ומנחת קבוצות, נערך החלק האחרון של המפגש ובו הפעילו המשתתפים את הראש (ואת שאר האיברים) בניסיון לחשוב קצת אחרת וליישם את המידע אותו שמעו במשך המפגש בתחום פעילותה של החברה. המשתתפים הונחו להביט דרך הפריזמה של הצרכנים, ולתכנן מוצרים מיוחדים שיפנו אליהם בהשראת המוצרים והרעיונות אליהם נחשפו במפגש.
- לאורך כל המפגש השתתפו הצופים באופן פעיל בהדגמות של רעיונות ומוצרים: טעמו, הריחו, שמעו, חשבו והתלבטו כאילו היו צרכנים אמיתיים.