

המדריך

לתכנית שיווק אפקטיבית
לעסק שלך



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

מבולבלים מהשיווק של העסק שלכם?

אל דאגה! אתם לא לבד...

מרבית בעלי העסקים מרגישים מבולבלים, ולא בטוחים מהם פעולות השיווק הנכונות אשר יניבו להם הכנסה מפעילות פרסומית ושיווקית.



הבלבול מוביל לדחיינות ולעשייה שהיא לעיתים אימפולסיבית ולא מספקת תוצאות בשטח.

לכן, בניתי עבורכם מדריך אפקטיבי לשיווק העסק שלכם, כי אני מאמינה, שיש לכם חלום וחזון וביכולתכם להגשים את המטרות העסקיות והאישיות, וליצור את המציאות שאתם בוחרים לעצמכם החל ממחר בבוקר!



שלב 1

הגדירו את הבידול שלכם!

הבידול הוא המישוב שלכם בעיני הלקוחות. מיצוב נכון נותן בעיקר מענה על 2 שאלות עיקריות: מה היתרון היחסי של המוצר שלי ומדוע כדאי לקנות ממני?



כדי להגדיר את הבידול שלכם, הכינו טבלה פשוטה בה תכתבו את כל המוצרים/השירותים שאתם מוכרים ללקוחות שלכם. תנו שם לכל מוצר/שירות ולצדו הגדירו את יתרונותיו. אתם תגלו שיש מספר יתרונות לכל מוצר/שירות, אבל רק אחד מהם הוא הבולט ביותר. חשבו מנקודת מבטו של הלקוח וסמנו 1-2 יתרונות בולטים וייחודיים.



תבחרו את היתרון הבולט
של המוצר/שירות שלכם,
זה שנותן מענה אמיתי לצרכים של
הלקוחות שלכם, זה שעונה על
המשאלות שלהם, כזה שהביא לשינוי
בקרב הלקוחות שלכם והם לא מפסיקים
להודות עליו....

הסיבה יכולה להיות השינוי שיצרתם,
התוצאה לה זכה הלקוח ובעיקר
התחושה שירגיש לאחר שישתמש
במוצר/שירות שלכם!



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

“

שם המוצר



תיאור המוצר



יתרונות המוצר



למה לקנות ממני

”

לפי הנוסחה הזאת תוכלו
לבנות את תכנית
השיווק, את תסריטי
השיחה ואת בחירת
חומרי השיווק שלכם.



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

שלב 2

הגדירו את קהל המטרה!

ביננו... מתחרים יהיו כאן תמיד 😊

אבל לכם יש את הלקוחות שמתאימים רק לכם.

אל תמכרו לכולם. **כי כולם = כלום!**

לא כולם מבינים את המסר שלכם
וכשלא מבינים – פשוט לא קונים.

לכן, תבחרו קהל מטרה אחד, שאליו תפנו
הכי מדויק והכי ברור. תגדירו אותו בצורה
מובהקת ופרטנית ותרדו לרזולוציות גבוהות!

חברים! להגדיר גילאי 30-60 גברים ונשים, מצב
סוציאקונומי בינוני עד גבוה – זה לא הגדרה!

תבנו את הדמות, ציירו קווים לדמותה...

מה היא עושה, מה היא קונה? מה היא רוכשת?
באיזה רכב היא נוהגת? מה המשאלות שלה?
מה כואב לה? מה היה פותר את הבעיה שלה?
תנו לה שם ותפנו אליה.

**הגדרת קהל המטרה המדויק היא זו שתיצור
עבורכם את הטראפיק הנכון ותייצר לכם הכנסה!!!**



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

שלב 3

הגדירו את נקודת המפגש עם קהל המטרה שלכם

איפה מסתובב קהל המטרה שלכם?
רשתות חברתיות? איזה בדיוק?
עיתונות? טלוויזיה?
מפגשי נטוורקינג? כנסים?
תערוכות?



**בנקודות המפגש האלו -
אתם חייבים להיות נוכחים!
וזו הזדמנות מצוינת להכיר אתכם.**

בחרו את הערוצים והתאימו
לכל פלטפורמה ואת המסר המדויק לה.

למה? כי כבר המון נאמר ונכתב על התוכן.
התוכן הוא המלך - וזו עובדה! אבל מה שמשנה זה
הקונטקסט. למשל: התוכן שתכתבו בפייסבוק
היה שונה מהתוכן שמתאים ללינקאדין או
לאינסטגרם/טוויטר/פינטרסט.....

לכל אחת מהפלטפורמות יש תוכן שמתאים לקונטקסט,
לפורמט, לוייב, ולקהל הצורך אותה.

הכניסו את כל הנתונים שלכם שאספתם
עד כה לטבלה הידידותית הבאה:

It's simple!

המוצר/שירות שלכם

היתרון שלכם

המענה למשאלה של הלקוחות שלכם

המסר שלכם

התשובה לשאלה מדוע לקנות דווקא מכם

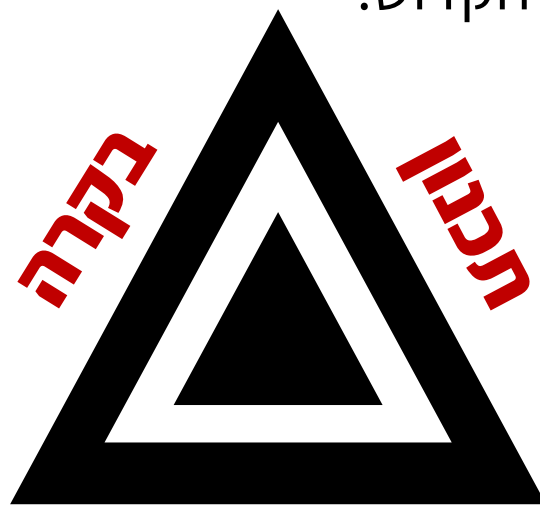


אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

שלב 4

בנו תכנית עבודה

תראו, אני מאמינה גדולה
במשולש הקדוש:



יישום

התכנון מאפשר לנו לעבוד ברצף, בלי לחצים
ובלי התקלות. נכון! אנחנו בעלי עסקים ותמיד יהיו
לנו הפתעות בדרך, אבל ככל שנהיה מתוכננים יותר
ההפתעות יהיו נעימות, חיוביות, ואפילו מאתגרות!
ובמקום להיות מבולבלים וקפואים ולחשוב מה
עושים עכשיו? מה נכון? וכיצד פועלים – יש לכם
תכנית מסודרת שתנחה ותלווה אתכם בכל שלב
ולאורך כל הדרך.

Remember!

אתם יוצרים את המציאות שלכם!
רק אתם אלה שיכולים לשנות את הקיים
ולממש את חזונכם!



So What's Next??

1. הגדירו יעדים מספריים (כמה כסף אתם רוצים להרוויח בשנה/ברבעון/בחודש).
2. הגדירו כמותית כמה לקוחות צריכים לקנות את המוצר מכם (בשנה/בחודש/ברבעון).
3. הגדירו 2-3 נקודות מקפצה במהלך השנה (השקה/כנס/תערוכה).
4. הכניסו אירועי מפתח - האירועים שיקפיצו את הפעילות השיווקית שלכם מדרגה. סביב פעילויות אילו צרו מהלכי שיווק מקדמים.



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג



עכשיו אני כבר שומעת אתכם.... כמי שמלווה עשרות עסקים בשנה אני יודעת שלא תמיד יש לכם השקה של מוצר (ועל זה נדבר בהמשך.....) או כנס או תערוכה. אני רוצה שתייצרו לעצמכם אירועי מפתח שכאלו, בנוסף כמובן לשיווק השוטף שלכם.

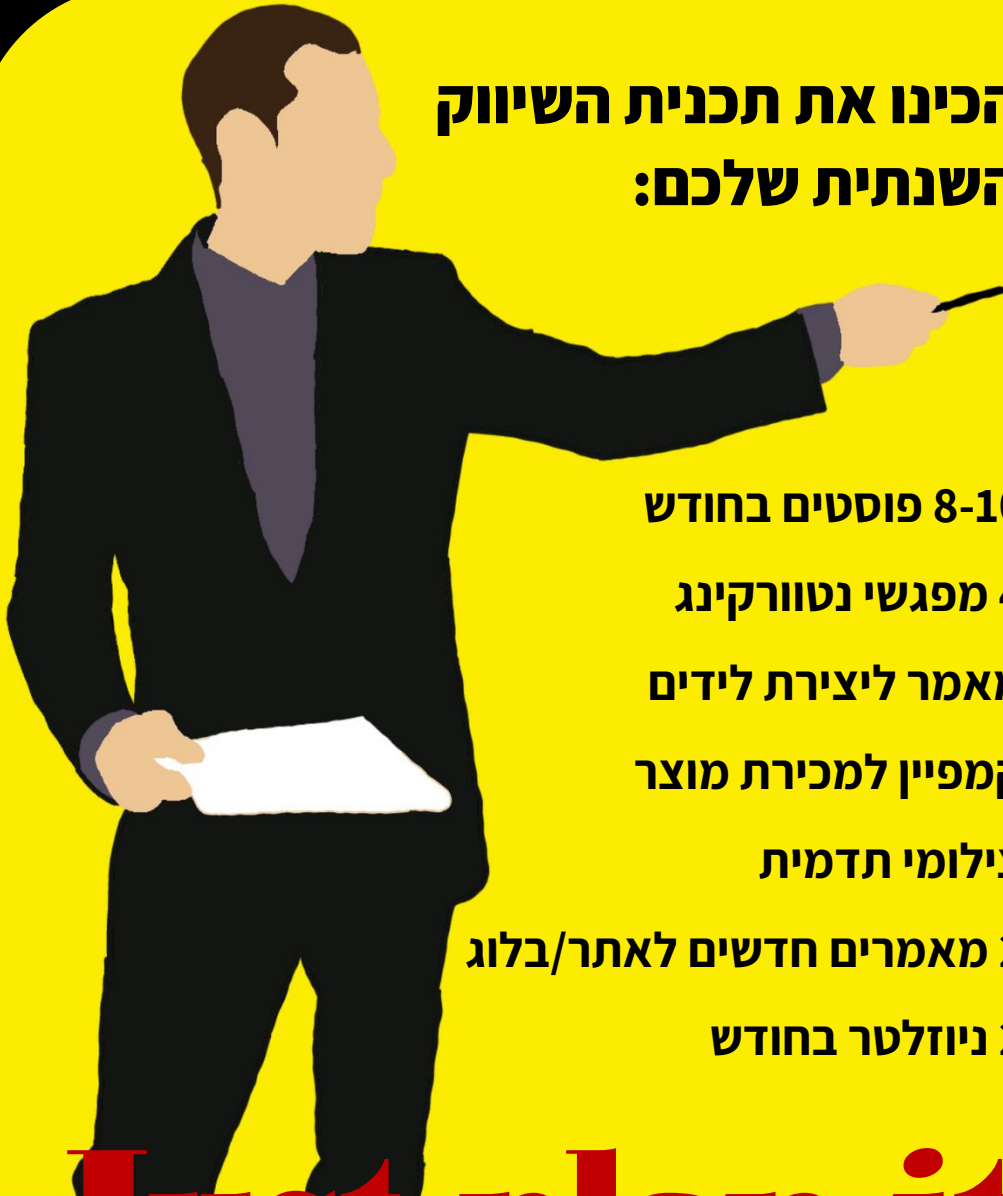
למה? כי אלו הם נקודות המקפצה לעסק שלכם!!!

כחלק מהתכנון השנתי, נחליט בכל חודש (לפי היעדים) מה נפרסם והיכן, כמה פעמים בחודש, מה נבחר להריץ כקמפיין ועוד.

**בחרו מוצר אחד - הריצו עליו קמפיין -
הצלחתם? שכפלו! לא צלח? לא נורא!
שפרו וצאו לדרך!**

Tip

הכינו את תכנית השיווק השנתית שלכם:



8-10 פוסטים בחודש

4 מפגשי נטוורקינג

מאמר ליצירת לידיים

קמפיין למכירת מוצר

צילומי תדמית

2 מאמרים חדשים לאתר/בלוג

2 ניוזלטר בחודש

Just plan it!

**את המשימות שאתם בוחרים לכתוב -
אתם מיישמים!**

תבנו אותן בהדרגה, בהתאם למטרות וליעדים,
ובצמוד ללוח החגים והחופשות השנתיים.

ואל תשכחו - תכנון נכון מוביל לתוצאות!

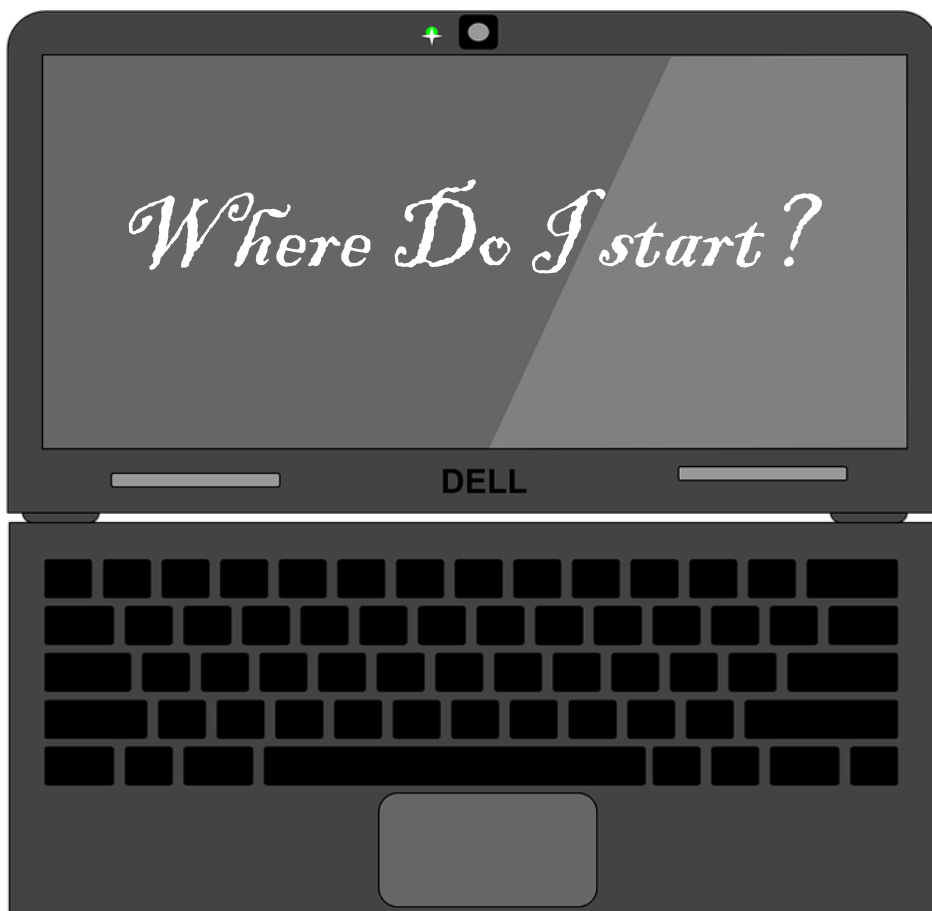


אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

שלב 5

הכנת חומרי השיווק

לכל מוצר/שירות/קמפיין יש את החומרים
השיווקיים שלו אשר ילוו אותנו לאורך הכנת
התכנית השנתית שלנו.
בואו נגלה אלו חומרים עלינו להכין.....



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג



אז קחו דף ועט והכינו:

1. נוסח אודות החברה
2. אמנת שירות ואחריות
3. חוברת בפורמט PDF המפרטת אודות כל מוצר
בנפרד - חשוב שתציינו את היתרון המובהק שלכם
בפני הלקוחות שלכם וכן את המענה שאתם
מספקים ללקוחותיכם.
4. תסריטי שיחה (מכירות + שירות)
5. נוסח פנייה יזומה (מילולית + טלפונית)
6. דף נחיתה
7. הוספת תכנים לאתר
8. ניוזלטר
9. הצעות מחיר
10. תמחור לכל מוצר/שירות והצעה לחבילות ייחודיות
11. מצגות
12. סרטונים
13. ספרים ומדריכים

שלב 6

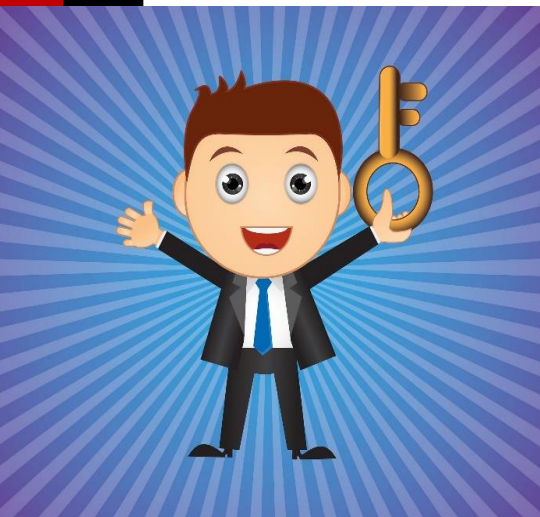
אתם המותג!

בכל אחד ואחת מאתנו, בוערת האש
היזמית, אשר דוחפת ומניעה אותנו קדימה
בכל הכוח. זאת שבזכותה אנחנו
פורצים את הגבולות של עצמנו!
ולא עוצרים לרגע....

לכל אחד ואחת מכם,
יש את הקהל אשר ממתין
רק לו. תתנו לו את מה
שהוא מבקש ורוצה!

**תזכרו שלקוחות לא קונים
את מה שהם צריכים
אלא את מה שהם רוצים!**

אל תפחדו מהמהמורות שבדרך, אל תחכו
למושלים! תייצרו דיאלוג, תתחברו אליו
ותיהנו מהדרך שתוביל אתכם למטרה!



2018

Start now!

**צאו החוצה ותנו ללקוחות שלכם את המתנה
הבלתי נשכחת שלכם - אתם!
צרו את המציאות החדשה שלכם
כבר מחר בבוקר!
הגשימו את עצמכם - הלקוחות שלכם
מחכים לכם!!!**



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג

חברת GLOBMARK מתמחה במתן פתרונות שיווק לחברות ועסקים הרוצים להפוך את המותגים שלהם לבלתי נשכחים!

החברה הוקמה ע"י **אסנת יקר** בשנת 2009, לאחר שעבדה בתפקידים בכירים בחברות מובילות במשק (ECI, החברה המרכזית (קוקה-קולה), כמיפל), מתוך הבנה שהמון חברות ועסקים לא מצליחים להניב תוצאות מתהליכי השיווק, מחוסר זמן / רצון/ הבנה, ולכן החברה מעניקה ליווי שיווקי וגם משמשת כמחלקת שיווק חיצונית באאוטסורסינג (מיקור חוץ) בעבור קהל לקוחותינו.



כך החברה - מלווה, מיישמת, משווקת ופועלת להצלחת לקוחותיה ופיתוח המותגים!

GLOBMARK מפתחים מותגים, מקדמים חברות ועסקים - יוצרים מותגים בלתי נשכחים!

Good luck!

**קיבלתם השראה? רוצים עוד?
חפשו אותנו בפייסבוק ובאינסטגרם**

לפרטים נוספים צרו קשר:

076-8605656

www.globmark.co.il



אסטרטגיה • שיווק • מיתוג