

# חסמך אסטרטגיה

החסמך הסודי שיעזור לך לנהל שיווק  
שמביא תוצאות אמיתיות.

## תאריך הפגישה:

## חסמך אסטרטגיה

### חטרת הפגישה:

בפגישה הזו נבנה לעסק שלך אסטרטגיה שיווקית חכמה ומדויקת שתדבר ישירות ללקוחות שלך. נחدد את המיצוב, נגדיר מסרים בולטים ונייצר תכנית תוכן שדרכה נוכל לייצר תהליך צמיחה איכותי ומותאם למטרות האישיות של העסק שלך אותן נבין יחד במהלך הפגישה.

### שלב 1- היכרות עם העסק:

- מה השירות/ מוצר העיקרי שלך נכון להיום?
- מה המוצר הכי רווחי אצלך בעסק?
- כמה לידים בממוצע העסק מקבל כל חודש?
- מה אחוזי ההמרה (כלומר כמה מהלידים אתה מצליח להפוך ללקוחות משלמים)
- פרט לי את כל השירותים שניתנים היום בעסק
- מהו יעד המכירות החודשי אליו אתה שואף להגיע?

### שלב 2- חזון ומטרות:

- מהן המטרות שלך לטווח הקצר (3-6 חודשים)
- מהן המטרות שלך לטווח הארוך (3-5 שנים ואפילו 10 שנים קדימה)
- אם יכתבו על העסק שלך כתבה בעיתון בעוד חמש שנים, מה היית רוצה שיהיה כתוב שם?
- מה מבחינתך ייחשב "סיפור הצלחה" אמיתי של העסק?
- אם לא היו לך מגבלות של כסף או זמן – איך היית רוצה שהעסק יתנהל?

### שלב 3- מיצוב:

- איזה ערכים חשוב לך שהעסק ישדר? (אמינות, חדשנות, גובה עיניים, קהילה, אמונה וכו')?
- איך היית רוצה שהלקוחות שלך יתארו אותך במילה או שתיים?
- אם העסק שלך היה בן אדם, איזה תכונות אופי היו לו?
- איך היית רוצה שהקהל ירגיש כשהוא פוגש את התוכן שלך?
- מי המתחרים הישירים שלך ואיך את/ה רוצה להיות שונה מהם?

## שלב 4- קהל יעד- השאלות כאן יתחלקו ל-2:

חלק 1- שאלות דמוגרפיות: (מי הנא)

- מי היא הלקוח האידיאלי שלך?
- מה הגילאים? באיזה שלב בחיים הוא נמצא (רווק/ה, אמא צעירה, קרייריסטים, עצמאיים וכו')?
- באיזה איזורים מתגורר הקהל
- מה התעסוקה היום יומית שלו?

חלק 2- שאלות פסיכוגרפיות: (מי הנאי והנאום שלו)

- איזה קושי/בעיה מרכזית הוא חווה שגורם לו לחפש פתרון?
- מה הכי מתסכל אותו היום במצב הקיים?
- מה הוא חושש שיקרה אם הוא לא יפעל?
- מה ההתנגדויות/ספקות שיכולות למנוע ממנו לקנות את השירות/ מוצר?
- על מה הוא חולם? איזה שינוי הוא רוצה בחיים?
- איך הוא מדמיין את החיים שלו אחרי שהבעיה נפתרה?
- אילו הישגים/תוצאות יגרמו לו להרגיש שהוא הצליח?
- מה ההתנגדויות (התירוצים ללא לרכוש) שבדרך כלל הוא נותן?
- מה הקונפליקט שלו?

## שלב 5- בידול

- מה הדבר המרכזי שהופך אותך לשונה מהמתחרים?
- מה הלקוחות הנוכחיים שלך אומרים עלייך כשהם ממליצים לאחרים?
- איזה יתרון ייחודי יש לך (ניסיון, גישה, שיטה, סגנון אישי) שאחרים לא יכולים להעתיק?
- איזה צורך/ בעיה אתה פותר, ואיך?
- מה מיוחד באיך שאת העושה את זה?

בשלב הזה תמיד נסביר ללקוח שיש דבר אחד שלא משנה מה לאף אחד מהמתחרים שלו אין- וזה אותו. האופי שלנו, הגישה שלנו והאנרגיה שאנחנו מביאים איתנו היא הבידול האמיתי, ולכן הכי חשוב בעולם להראות את זה בתוכן שאנחנו יוצרים כדי לייצר את הבידול האמיתי ולהנגיש אותו לקהל.

**אלו היו 5 השלבים הראשונים והמשמעותיים ביותר באסטרטגיה, השלב הבא הוא הוצאת המסרים השיווקיים מהלקוח והפיכתם לתוכן איכותי ומקדם מכירה וחשיפה, השלב הזה הוא העמוק והחשוב ביותר, אם מעניין אותך להעמיק יותר באסטרטגיות ותהליכים שיווקיים עם הלקוחות שלך, שלחי לנו הודעה ובואי נדבר.**