

שיווק פרקטי בתקציב "רזה"

הכשרת מנטורים "לתת עתיד"



המטרה שלנו היום

שיווק אפקטיבי
ברמה המקצועית ביותר
גם כשאין כסף...

אני בשלושה משפטים

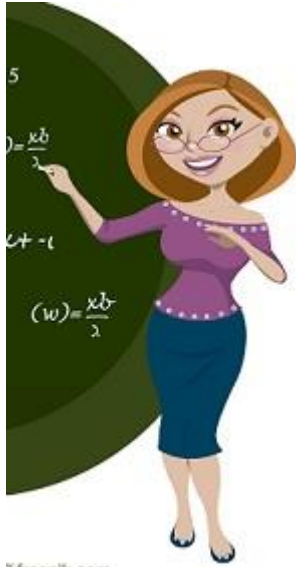
- מלווה הנהלות בתהליכי צמיחה
- מלווה סטרטאפים / יזמים



- מנהל השיווק בישראל



בואו נכיר



דנה

טיפול והדרכה
רפלקסולוגיה, יוגה,
הדרכת חוגים, הרצאות



יואלי

קוסמטיקה ויופי
שיער, ציפורניים, עור



אביבית

מזון
דוכנים, קייטרינג,
עוגות, בצק סוכר

Credit to www.freepik.com

תגדירו שיווק?

שיווק בעולם משתנה

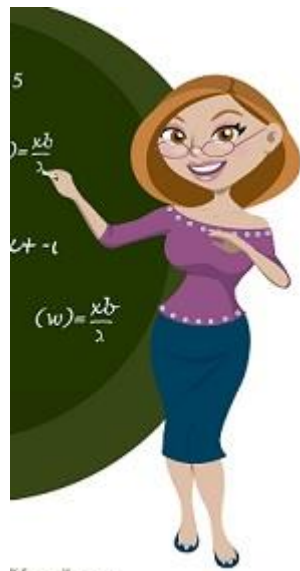
- מכלול הפעולות שאנחנו עושים
- כדי לשכנע לקוח
- שנפתור את בעייתו
- בדרך הטובה ביותר
- והרבה יותר טוב מכל המתחרים

לקוח < בעיה > מתחרים

מה זה אומר?

היכולת לראות
את העולם שלי
דרך עיני הלקוח

תרגול "חשיבה פולנית" מה הבעיה?



דנה
טיפול והדרכה



יואלי
קוסמטיקה ויופי



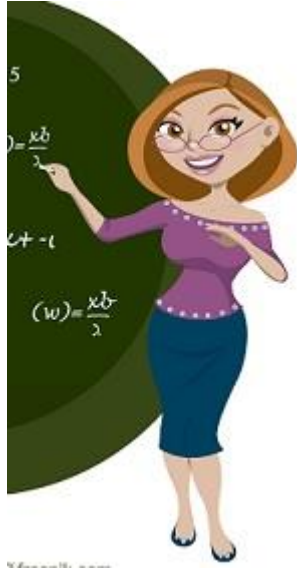
אביבית
מזון

ממה בנוי "שיווק"?

4 עקרונות ה"כוח" השיווקי

- מיקוד עסקי
- ויתור על הכנסה
- מיקוד קהלי מטרה
- ויתור על לקוחות
- בידול, ערך מוסף
- ויתור על אפשרויות
- שטיפת מוח יצירתית
- ויתור על "צניעות"

מיקוד ובידול?



דנה
טיפול והדרכה



יואלי
קוסמטיקה ויופי



אביבית
מזון

מה הכי חשוב?

קהל המטרה!
למה?

איך מנתחים מהר קהל מטרה?

מאפייני לקוח

- מין
- גיל
- מגורים
- הרגלים
- תחביבים
- התנהגות והתנהלות
- רצונות ושאיפות
- רמת ומקור הכנסה
- מצב משפחתי
- מצב חברתי
- תפקידים
- תכונות
- כישרונות

1. הלקוח - זיהוי קהל המטרה

- ❖ מי הלקוח
- ❖ מה מאפיין אותו

2. הבעיה - מיפוי ההזדמנות

- ❖ מה "כואב" לו
- ❖ מהן הבעיות, רצונות, צרכים
- ❖ מה הערך של הפתרון עבורו

3. התחליפים – מיפוי מתחרים

- ❖ מי כבר פותר את הבעיה
- ❖ מה הערך של המתחרים בעיניו

4. אני - תמונת המצב היחסי

- ❖ איפה אני ביחס להכל

5. "יומן הלקוח"

- ❖ נקודות והזדמנויות מפגש קיימות

מה ישכנע קהל מטרה?

המכלול = "מעגל ההשפעה השיווקית"

תוכנית בזק שיווקית

3 שאלות שמחייבות תשובות ברורות:

- האם אני מובן?
- מי ומה אני?
- מה הערך שלי?
- עבור מי?
- לאן אני רוצה להגיע?
- מה דרוש לי לדרך?

לאן אני רוצה להגיע?

חשוב!!! רוח < מכירות < שיווק

■ במספרים

■ יעדי המכירות

■ מספר לקוחות

■ מוצרים / שירותים ביחידות מדידה

■ במילים

■ מה אני רוצה שיחשבו ויגידו עלי?

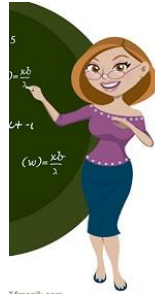
מה דרוש לי לדרך?

- תוכנית "המפגשים" עם הלקוח = תוכנית הפרסום / החשיפה
- הזדמנויות קיימות מראש - מתי והיכן ניתן לפגוש את קהל המטרה במילא
- שיתופי פעולה
- הזדמנויות יזומות על ידי - מתי ואיך אני רוצה ליזום מפגש
- תקציב שיווק (15% - 8% מיעדי המכירות)
- ערכת השיווק
- תוכנית בקרה / מדידה
- החזר השקעה ROI
- למידה שיווקית מצטברת (מה עבד, מה לא, מה לוקחים הלאה)

ערכת השיווק לתקציב "רזה"

דנה

טיפול והדרכה



יואלי

קוסמטיקה ויופי



אביבית

מזון



- השיטה התנ"כית
- כרטיס ביקור / מגנט
- קבוצות "פה לאוזן"
- שיתופי פעולה – יש לכם רעיונות?
- תוכן ערך מוסף חינמי
- פליירים "בתוכנית החלוקה"
- דיוור ישיר חכם
- ניוזלטר / דיוור SMS
- התנסות / טעימות / דוגמיות
- נוכחות אינטרנטית חינם
 - פייסבוק / אינסטגרם
 - אתר / בלוג
 - פורומים / פורטלים

שיטת ה קמ"ע שתמיד תעבוד בשיווק

■ קהל מטרה

■ מסר

■ ערוץ הגעה

תודה!



052-5815544

ravel@extra-brain.com / tzahy.ravel@Isr-Tcs.com

www.extra-brain.com

