

שיווק ופרסום לעסק הקטן

מיכל שרגיל בן-סירה
האצה עסקית ליזמות נשית



יוזמות עתיד
(לתת עתיד)

נייד: 054-8134818
shargil.m@gmail.com



שרגיל בן סירה
האצה עסקית ליזמות נשית

שיעור 1 בכלכלה ומינהל עסקים:

מה מטרת הפירמה?



שיעור 2 בכלכלה ומינהל עסקים:

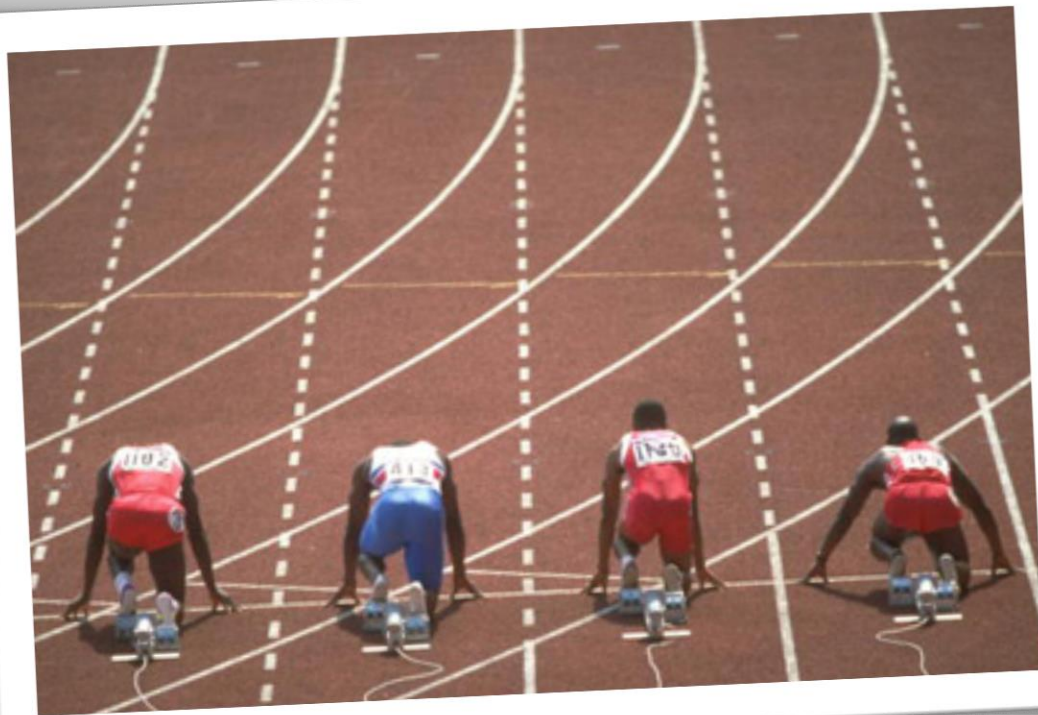
מאיפה מגיע הכסף?



מרגע שנפתח העסק...

מתחיל המירוץ האמיתי: המירוץ אחר לקוחות, אחר הכנסות, אחר רווחיות, אחר שמירת נאמנות, טיפוח מערכות יחסים, אחר מציאת בידול וייחוד ביחס למתחרים ועוד ועוד.

בית עסק יכול לייצר או למכור מוצרים נפלאים, במחיר שווה ובאיכות מדהימה, אך איש לא ידע על כך – וכאן נכנס למשחק עולם השיווק והפרסום



מזל טוב – פתחת עסק

עכשיו, איך יגיעו הלקוחות???



👍 יהיה בסדר...

👍 ייקח זמן, וכולם ידעו עלי

👍 השירות שלי מעולה והמוצרים גם

זה יעבור מפה לאוזן

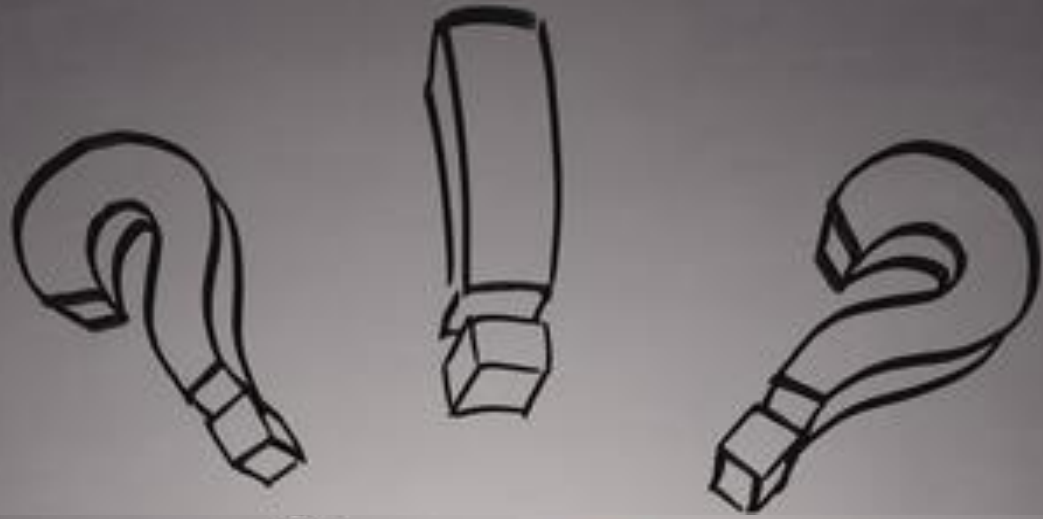
👍 אני לא טוב בשיווק

👍 אני לא אוהב מכירות

👍 זה לא נעים לדחוף...

מה עושה בעל העסק?

- ניהול
- נקיון
- מזכירות
- גבייה
- מכירה
- שיווק
- לפתח מוצרים
- לתת שירות
- ו... לקבל החלטות!





השיווק בגדול...

- להכיר את הקהל 👍
- לוודא שיש לנו ביד מוצר/שירות שהוא פתרון מתאים לצרכיהם 👍
- לתמחר את ה'מוצר' באופן שמתאים לכיס שלהם 👍
- למתג את המוצר/השירות (לבדל, 'לארוז' את המסר) 👍
- ליידע את הקהל שיש לנו מוצר מדהים 👍
- לוודא שה'מוצר' נגיש וזמין להם 👍

הבחנה בין לקוח, קונה וצרכן

השבוע קניתי שני 'צעצועים', לגור וליהלי.

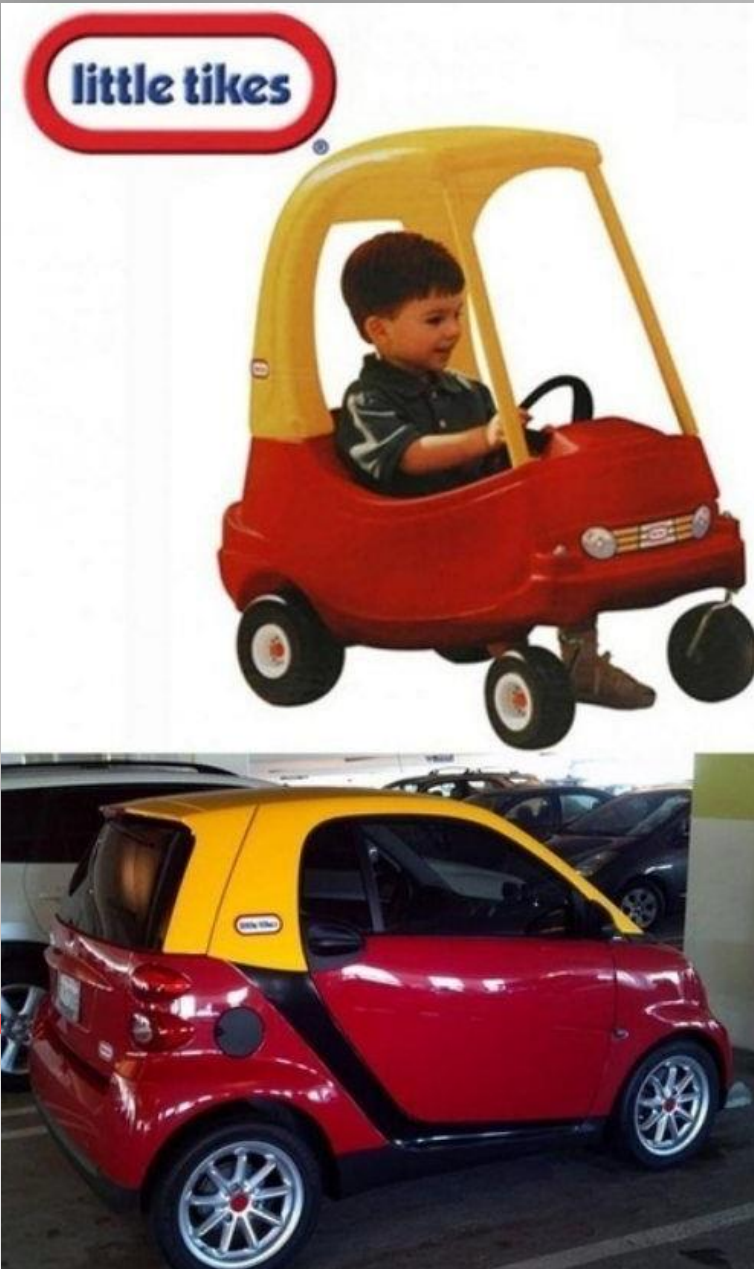


קהלים

יש לנו שני שלבים באיפיון קהלים.
השלב הראשון הוא פנימי. וקשור לפיתוח התוכן שלנו. מה אני יוצר ולמי זה מתאים? ההחלטה כאן נובעת ממוטיבציות פנימיות ופחות תלויה בסביבה החיצונית.

הפילוח הזה הוא בד"כ גם יותר.

- 👍 יוקרתי (מיקי בוגנים) / עממי (המרתף של לאה)
- 👍 דוברי עברית / דוברי אנגלית
- 👍 מבוגרים / ילדים



קהלים – לא לשכוח

שלא פחות חשוב

מי **לא** לקוח

מי נשאר בחוץ



צרכנים

👍 כשמישהי הולכת לקוסמטיקאית, האם הצורך שלה הוא

להיראות יפה? לטפל בקמטים? להעלים חצ'קונים או

שהיא רוצה להרגיש נשית ואטרקטיבית?

👍 כשאנחנו מזמינים צלם לאירוע, האם אנחנו צריכים

תיעוד? או שאנחנו רוצים לשמר זכרונות ולהיות מסוגלים

להתחבר לחוויות שלנו בחיים?

👍 ולמה אנחנו רוכשים ביטוח? שנהיה מוגנים בעת משבר?

או כדי שנוכל לישון בשקט?



צרכנים ומענה לצרכים שלהם

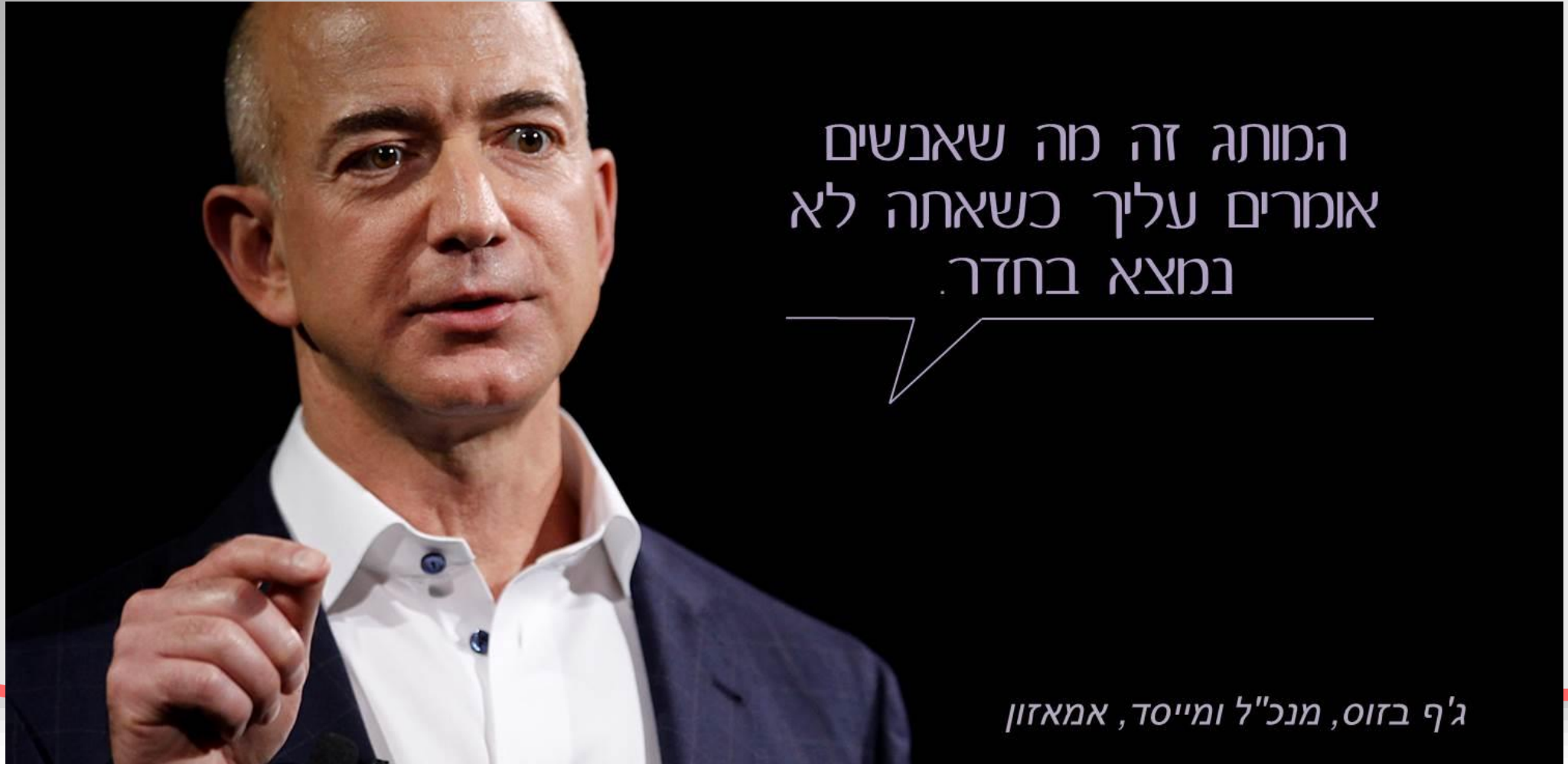
- 👍 עם מי אנחנו עובדים היום? עם מי נרצה לעבוד בעתיד?
- 👍 מי הם רוב המשתמשים בשירות שלנו?
- 👍 מי מהם מביא לנו הכי הרבה כסף?
- 👍 למי אנחנו נותנים את הפתרון הכי מדויק?
- 👍 למי מהלקוחות שלנו אין פתרון אצל המתחרים?
- 👍 מה הם רוצים? מה הם צריכים?
- 👍 מה מאפיין אותם?
- 👍 איזה פלח שוק נמצא בצמיחה / התפתחות. האם זה הפלח 'שלנו'?



בתחום תחרותי ללקוח יש בחירה



מהו מותג?



המותג זה מה שאנשים
אומרים עליך כשאתה לא
נמצא בחדר.

ג'ף בזוס, מנכ"ל ומייסד, אמאזון

למה צריך מיתוג??

המיתוג מסייע לבידול בשוק תחרותי.

המותג מאפשר להוסיף ערכים מוספים, יתרונות ונכסים שהם בסיס לשיחה עם הלקוח, שמאפשרים לספר סיפור. ומסייעים בבנייה של מיצוב.

למכור מוצר באמצעות תכונות בלבד זה קשה הרבה יותר מאשר למכור **מותג** עם **יתרונות** שהם בעלי **ערך** ללקוח.

(מאפיינים של נותני שירותים: רשימה של מה שהם למדו. לדוגמה: אני מטפלת בשיאצו, טווינה ודיקור. אני מאמנת אישית ומנחת קבוצות, אני מסדרת גבות בשיטת השערה.)



בידול ומיתוג

חולצת טריקו לבנה. האם היא באמת עולה פחות בייצור, כשהיא ללא הלוגו? למה אנשים מעדיפים את זו הממותגת? מה זה גורם להם להרגיש?

<< לספר סיפור. להציע ערך.
לתת דוגמה לשימושים. לרגש

T-Shirt

₪ 20

פיג'מה / ספונג'ה

1\$

Nike

₪ 150

ספורט

2\$

Tommy

₪ 250

יציאה / אירוע

2\$

מיתוג? לעסקים קטנים?

גדול או קטן? 👍

כמו **גדול**: לתכנן, לעצב, להתייחס ברצינות (זה לא המקום לחסוך...)
כמו קטן: להיות גמיש, לעשות ניסיונות, ולטעות



הנחייה כללית

לנסות לשדרג כל דבר בקצת. אפילו ב-10%,
אך בוודאי שלא לשנמך ב-50%.



פרסום - מטרותיו

- 👍 ליידע על מוצר חדש או על מבצע
- 👍 לשנות דעה (לחיוב, שיפור תדמית)
- 👍 לייצר נאמנות
- 👍 לחגוג השקה
- 👍 להניע אדם לקנייה
- 👍 לשמור על קשר ולתזכר (לקוחות קיימים)



פרסום – שש שאלות



- מה? 👍
- מי? 👍
- מתי? 👍
- למה? 👍
- איך? 👍
- איפה? 👍

פרסום – שש שאלות



פרסום – שש שאלות



שיווק לעסק הקטן – הלכה למעשה

בסיסי להתחלה:

👍 **כרטיסי ביקור**

👍 נייר מכתבים / חתימה למייל ממותגים

👍 דף פרופיל אודות בעל העסק

👍 רישום בבזק / בדפי זהב

👍 מענה קולי עם פרטי העסק

👍 **תמונת פרופיל - תדמית**



תמונת פרופיל – אל תעשה!

- 👍 תמונת פנים שנחתכה מתוך תמונה משפחתית
- 👍 תמונה באיכות נמוכה מאד (ברזולוציה נמוכה)
- 👍 תמונה עם משקפי שמש
- 👍 תמונה מעולה אבל מרחוק
- 👍 תמונה ישנה (מהילדות / מהחתונה)
- 👍 תמונה קנויה (מאימג' בנק)
- 👍 לשים לוגו במקום תמונה – מאבדים טאצ' אישי





כרטיס ביקור

גודל 9 x 5 ס"מ

שם מלא, שם העסק, לוגו / סלוגן אם יש,

ופרטי התקשרות

לא לשלם על הכל מראש, ולהחזיר לבית

הדפוס להדפסה חוזרת אם 'אותיות נסתמות',

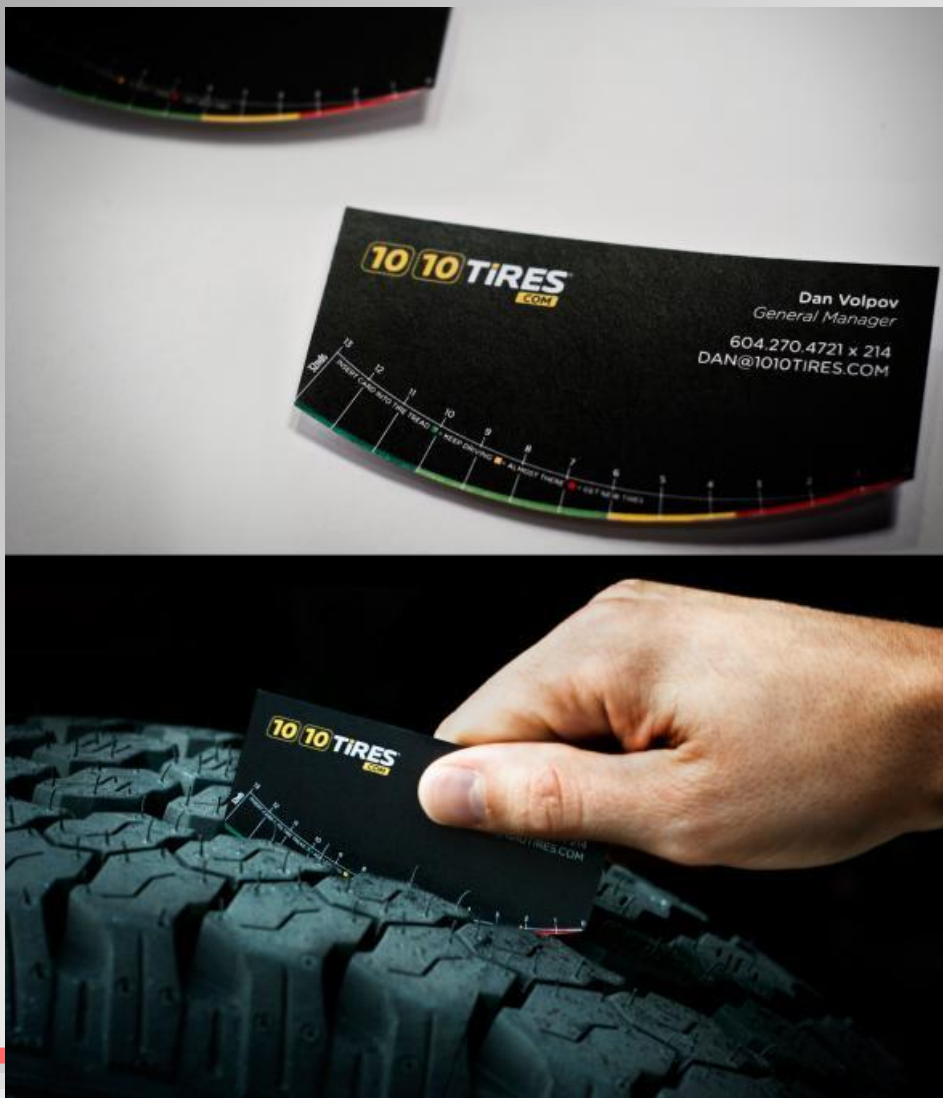
אם זה חתוך עקום, אם הלמינציה מתקלפת וכד'.

כמות קטנה בהזמנה ראשונה, גם אם זה יותר יקר...

זכרו שהכרטיס מעיד עליכם. מה תרצו שהוא יגיד?

כרטיס ביקור

זה לא רק קריאייטיב. זה מציאת פתרון שימושי. שהופך את הכרטיס לפרסום אקטיבי, משום שבעל העסק נותן ערך ממשי ללקוחותיו. זו לא סיסמה.



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות

חשמלאי – כרטיס דו צדדי



מספרה – אפשר לגזור את התסרוקת...



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות

מורה לגיטרה



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות

קונדיטורית



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות

כושר וגמישות



back



תזונה



כרטיס ביקור – דוגמאות יצירות



מעון / גן ילדים
בשימוש בציורי ילדים
או בידיהם הקטנות
או בקישוטים שלהם

כרטיס ביקור – דוגמאות יצירתיות



מדריכת יוגה

פרסום לעסק הקטן – ערוצים זולים

בחינם או ממש בזול:

👍 פלאיירים, מגנטים

👍 דף עסקי בפייסבוק

👍 פנייה טלפונית ישירה – מכירה

ישירה

👍 שיתופי פעולה (מעגלי כח)

👍 נטוורקינג עסקי מאורגן

👍 ניוזלטר – דיוור

👍 כתיבת מאמרים

👍 בלוג

👍 הרצאות / מפגשי העשרה קטנים

/ חוגי בית



פלאיירים ומגנטים

ה-Spam בהתגלמותו.



פלאיירים ומגנטים

[illegible]

פלאיירים ומגנטים



מגנטים – דוגמה טובה





לנפץ מיתוסים

ניפוצ מיתוסים

טעות נפוצה ויקרה...

מה כל עסק צריך בהתחלה?
כרטיס ביקור ואתר אינטרנט!

פרסום לעסק הקטן – עלות בינונית

דיוור ישיר מקומי - מגנטים

שילוט, חלוקת דוגמיות

אתר אינטרנט

קידום ממומן בפייסבוק

עיתונות מקומית

סרטונים תדמיתיים ביוטיוב

פרסום ביוטיוב

מדבקות לרכב

קידום בגוגל



פרסום לעסק הקטן – ערוצים יקרים

פרסום בטלוויזיה

אירוח בתכניות בוקר

עיתונות ארצית

רדיו מקומי

יחסי ציבור (ריטיינר חודשי קבוע)

פרסום סלולרי

אוטובוסים

שילוט חוצות

כנסים – דוכן, הרצאה

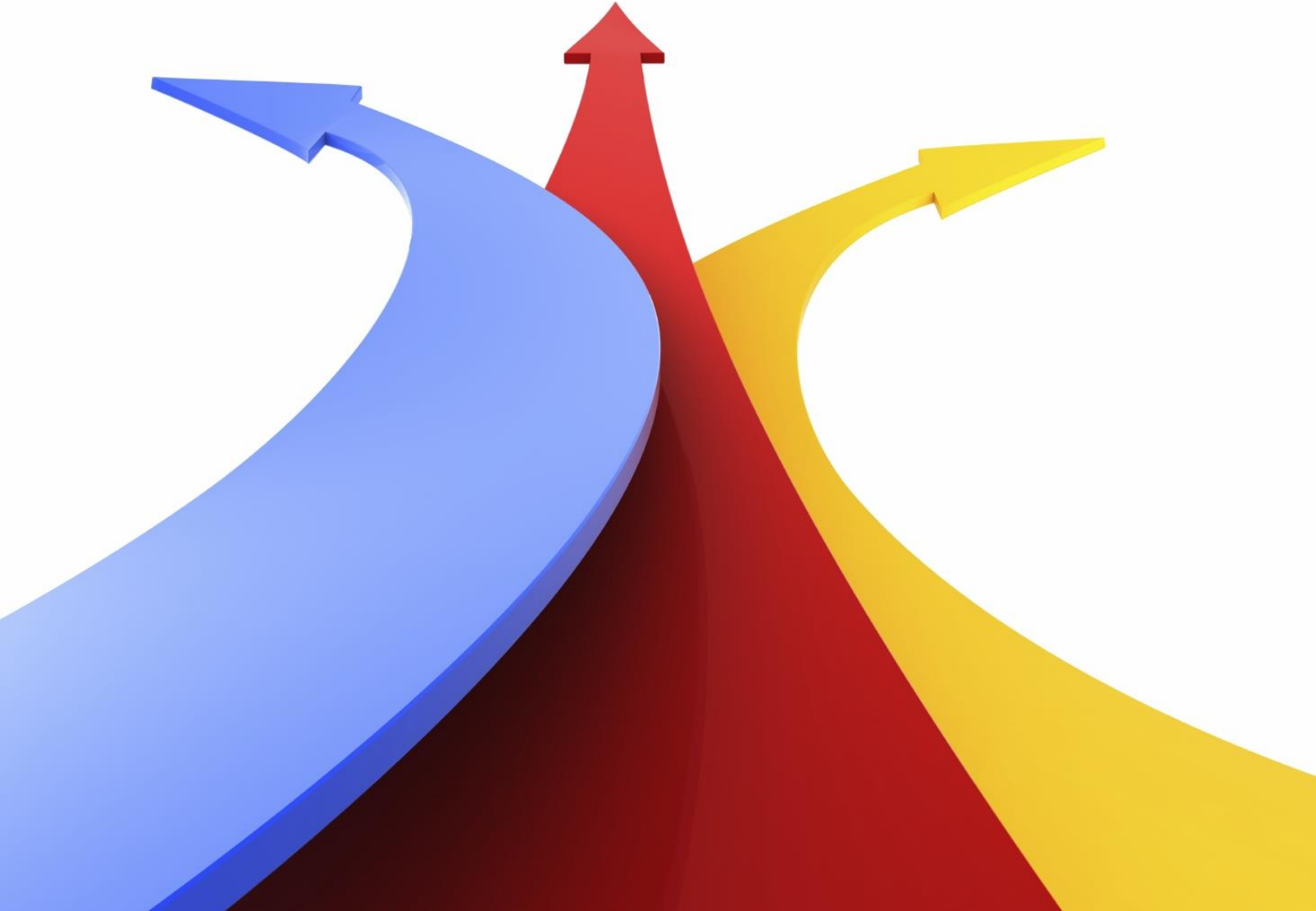
חסות לאירוע



יוזמות עתיד
(לתת עתיד)

ערוצי שיווק לעסק הקטן

שלושה ערוצים
שונים לפחות



מה חסר ברשימה?

שיווק מפה לאוזן



השקעה בשיווק

מחקרים ועדויות מדברים על כך שכ-30% מהמשאבים בעסק צריכים להיות מופנים לשיווק. בעיקר בעסקים חדשים אך לא רק..

ולכן החברות הגדולות משקיעות משאבים רבים: כסף, זמן וכוח אדם, בכל ערוצי השיווק - במיתוג, קידום, ופרסום ולאורך כל חיי העסק.



בעסק הקטן השקעת משאבים = זמן, אנרגיה, כסף.

הסוד – המפתח להצלחה

המוצרים הכי נפלאים, חדשניים, מתקדמים ושימושיים אינם מוכרים
את עצמם!

זיכרו שאפילו במותג הכי מוכר ואהוב בעולם – קוקה קולה, ממשיכים
להשקיע משאבים בקידומו. ולא משנה לאיזה מקום תגיעו בעולם
תתקלו
בפרסומת שלו.

כי המפתח להצלחה של מותג
הוא – שיווק, שיווק ושוב שיווק.

