

## עקרונות כתיבה שיווקית נכונה

מטרת דף עבודה זו היא לאסוף את כל אבני הבניין וההגדרות הבסיסיות כדי לבנות את המסרים השיווקיים העיקריים של העסק שלך.

ראשית, נא לענות על השאלות הבאות:

1. מי קהל היעד שלי? מה פרופיל הלקוח האידיאלי שלי? תאר בפרוט ככל האפשר והתמקד במציאת נישה שעל אף שהיא קטנה, היא מתאימה למומחיותך

2. מה כואב ללקוח שלי? מה הבעיה שאני פותר לו? אפשר לכתוב יותר מבעיה אחת

3. מה המחיר של אי פתרון הבעיה שמשלם הלקוח שלי ביום-יום?

4. מה הייחודיות שלי? במה אני הכי טוב בעולם? במה אני שונה מהמתחרים?

5. מה הצורך של הלקוח שלי? צורך הוא ברמה הפיסית, בהירארכיה נמוכה, מתבטא בחומר, משהו מוגדר, בסיסי. אלו הם השלבים הנמוכים בפירמידה של מסלו: שכר, פרנסה, ביטחון, שייכות, זהות ואהבה

6. מה הרצון האמיתי שלו? רצון הוא בדר"כ ערכי. רצון הוא מה שמילוי הצורך יאפשר. רצון הוא בחלק העליון של פירמידת הצרכים של מסלו: כבוד והערכה, מימוש עצמי, אתגר, הצלחה, סיפוק וקידום. במניפסט השיווקי שלנו אנו נרצה להיענות גם לצרכים וגם לרצונות של הלקוחות שלנו

7. מהם המאפיינים של העבודה שלי? מאפיינים הם מרכיבים טכניים שמתארים את העבודה שלנו. למשל: 12 פגישות על פני 4 חודשים, תרגילים בין המפגשים, וכדומה

8. מה התועלות ללקוח שהלקוח מפיק מהעבודה איתי? עונה על השאלה "מה ייצא ללקוח מזה?". זה צריך להיות מנקודת הראיה של הלקוח ולכן יש לשים עצמך בנעלי הלקוח שלך. אם זה לא ברור מומלץ לשאול את הלקוחות

9. מתוך התשובות 1-6 נא להרכיב 3-4 פסקאות של הצגה עצמית (ארוכה), לפי המבנה:  
• הבעיה של הלקוח  
• מה אני עושה

חגי שלו - מאמן זסקי לפיתוח דרכך

- עונה לצורך ולרצון
- איך אני עושה זאת
  - פרטים נוספים תוך כדי דיאלוג

לדוגמה:

ביום יום אני רואה בעלי עסקים ויזמים שדואגים יותר מידי לפרנסה ולא מרוויחים את כמות הכסף שהם רוצים ויכולים להרוויח. אני מלווה אותם בתוכנית אימון פרקטית כדי להשיג הגשמה, שפע, שלווה, סיפוק ואושר.

פיתחתי שיטה לבצע שינוי הווייטי שמניב תוצאות, תכלס.

בשיטתי אני משלב בין הגשמה עסקית פרקטית ממוקדת מטרה לבין פיתוח אישי ומודעות עצמית.

אני מיישם את השיטה גם ב-1:1 וגם בסדנאות.

הצגה עצמית (ארוכה):

10. הצגה עצמית מקוצרת:

אני + משפט פעולה + קהל היעד + איך ל... (ייחודיות)  
לדוגמה - אני מאפשר ליזמים ובעלי עסקים להפסיק לדאוג לפרנסה ולהרוויח יותר כסף

הצגה עצמית (מקוצרת):

11. מתוך התשובות 7 ו-8 הרכב רשימה של מאפיינים בכותרת ו-8-5 תועלות כנקודות עוקבות.

	מאפיין 1:
	1. תועלת א
	2. תועלת ב
	3. תועלת ג
	4. ....
	מאפיין 2:
	1. תועלת א
	2. תועלת ב
	3. תועלת ג

חגי שלו - מאמן זסקי לפיזיולוגיה

בדף מכירה באתר אינטרנט, בפרופיל מקצועי, או במסמך שיווקי, בפתוח נוגעים בכאב/בעיה של הלקוח ומציגים תועלת מרכזית. אח"כ רושמים מאפיינים בכותרת ותועלות כנקודות עוקבות. עושים זאת בקבוצות כשבאמצע רושמים המלצות לקוחות, סרטונים, אמרות או כל חומר חיצוני אחר שרלבנטי למוצר/שירות שלנו.

לדוגמה - <http://www.hagaishalev.com/workshops/hubusiness/>

12. מתוך סעיף 11 ולפי הדוגמה להלן, נא לבנות דף נחיתה או עמוד מכירה, או פרופיל שיווקי, או כל מסמך שיווקי אחר. בפרופיל או במסמך שיווקי כדאי להתחיל בהצגה העצמית בהתאם למה שבנית בסעיפים 9-10 לעיל.

### דוגמה כללית:

השירות – ייעוץ והכנה לראיון עבודה

מי קהל היעד שלי? מה פרופיל הלקוח האידיאלי שלי?  
אנשים שמחפשים עבודה כשכירים בארגונים גדולים לתפקידים שונים. לעיתים, הם מתקשים להתקבל לתפקיד המתאים. בדר"כ הם תופשים את עצמם כמי שלא עוברים טוב תהליכי מיון. לעיתים יש להם ביטחון עצמי נמוך. לעיתים אפילו נכשלו בלא מעט תהליכי מיון בעבר. לעיתים הם חוששים שלא בצדק. לעיתים הם בוגרי אוניברסיטה ומחפשים את התפקיד הראשון שלהם. הלקוח מודע לאפשרות להיעזר בייעוץ לשיפור סיכויי קבלתו לעבודה.

מה הבעיה/כאב של הלקוח?

1. מתקשה להתקבל לתפקיד שהוא רוצה
2. מרגיש שהוא לא מצליח להראות את היכולות האמיתיות שלו בתהליכי מיון
3. הוא לחוץ מזה וחושש מתהליך המיון הבא
4. ניסיונות כושלים בעבר פגעו בביטחון העצמי שלו

הצרכים של הלקוח שלי:

1. למצוא עבודה שתשביע את רצונו החומרי (תנאי שכר וכו') והמקצועי (הגשמה, התפתחות וכו')
2. להצליח בתהליך מיון בכלל ובראיון בפרט
3. להבליט את התכונות הטובות שלו ולהצניע את הלא טובות
4. להבין את תהליך המיון בארגונים
5. לדעת איך הוא נראה ומצטייר בעיני האחר, המראיין
6. לדעת לקרוא את המראיין כמו שהמראיין קורא אותו

הרצונות של הלקוח שלי:

1. קריירה מצליחה לאורך זמן
2. נתיב הגשמה והתפתחות מקצועית
3. להצליח בגדול
4. חיים מאושרים נטולי דאגות

מאפיינים של העבודה שלי:

חגי שלו - מאמן זסקי אפלטו דיסק

1. פגישה אחת בת 3 שעות
2. בפגישה עושים סימולציה של ראיון עבודה לתפקיד שאותו רוצה הלקוח
3. לאחריו ניתן משוב ללקוח מנקודת מבטו של המראיין
4. מתקיים דיון עם הלקוח בו ניתנות המלצות לשיפור האופן שבו הוא מתראיין
5. ניתנות תשובות לשאלות שמעלה הלקוח בהקשר לראיון
6. הקשבה אמפטית ומתן סביבה בטוחה לדיאלוג מפרה
7. תמיכה טלפונית לאחר הפגישה
8. ניסיון של 20 שנה באבחון תעסוקתי כמראיין, כותב חוות דעת ומנהל מרכזי הערכה במכון ידוע,
9. תהליך קצר ומשוב מיידי

#### תועלות שאני נותן:

1. היכרות והבנת תהליך האבחון
2. הפחתת הלחץ בראיונות עבודה
3. ביטחון עצמי רב יותר בראיון
4. לדעת מה להגיד ומה לא להגיד
5. לתת את הכלים כדי למצוא עבודה שתשביע את רצונו החומרי (תנאי שכר וכו') והמקצועי (הגשמה, התפתחות וכו') של הלקוח שלי

ב ה צ ל ח ה !!!