

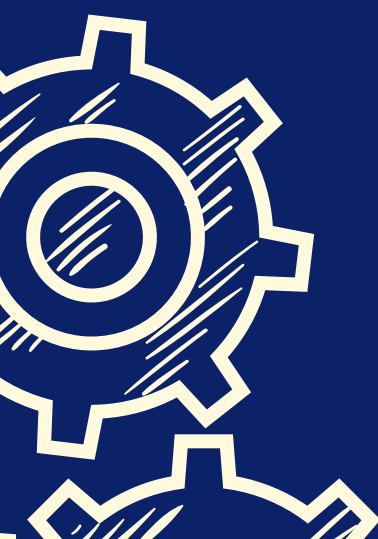


שיווק לעסקים קטנים

איך שיווק באמת עובד בעסקים קטנים

חוברת העבודה לפרק

מסע לקוח



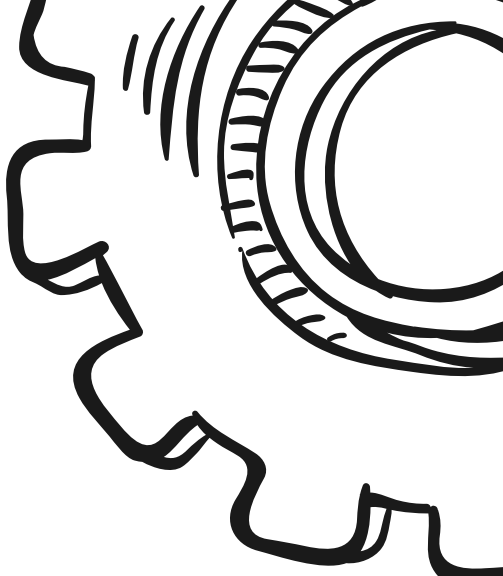
מפצחים עסקים

קניה זה לא אירוע

כבעלי עסקים אנחנו מאוד ממוקדים
בלגרום ללקוחות לקנות, אבל המסע של
הלקוח לעבר הרכישה מתחיל הרבה לפני.

בעצם המסע המודע של הלקוח מתחיל
כשבעיה מתעוררת בעולמו. וככל שנתפוס
אותו יותר מוקדם, ככה יהיה לנו יותר זמן
לבנותאיתו מערכת יחסים ולהבטיח שכשכן
יגיע רגע הרכישה, אנחנו נהייה הכתובת
שלו.





שלבי המודעות

כשמסתכלים על התהליך של רכישה
ממוצעת, יש כמה לבי מודעות מאוד
ברורים מבחינת הלקוח:

חוסר מודעות

הלקוח לא מודע בכלל לבעיה

מודעות לבעיה

הלקוח מודע לבעיה אך לא לפתרון

מודעות לפתרון

הלקוח מודע לפתרון, אך לא למוצר

מודעות למוצר

הלקוח מודע למוצר שלך אבל לא רכש אותו

מוכנות לרכישה

הלקוח מוכן לרכוש את המוצר שלך

מסע הלקוח הוא ההתקדמות של הלקוח
בין מצבי המודעות השונים.



תרגיל - רמות המודעות

עכשיו כשאנחנו מבינים איך נראה תהליך מודעות של לקוח, אנחנו צריכים להתאים אותו לבעיה ולמוצר שלך.

לדוגמא - מוצר לניהול זמן:

חוסר מודעות

הלקוח מרגיש בלחץ תמידי והוא כל הזמן עסוק ומתלונן על חוסר בזמן

מודעות לבטיה

הלקוח מבין שהבעיה היא איך שהוא מנהל את הזמן שלו אבל הוא עדיין לא מודע לפתרונות

מודעות לפתרון

הלקוח התחיל לחקור וגילה שיש מגוון פתרונות, ממערכות לניהול זמן ועד העסקת עובדים.

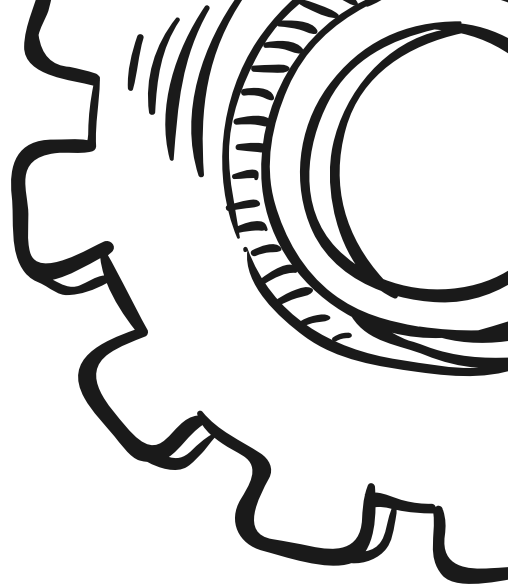
מודעות למוצר

הלקוח החליט על מערכת מסוג ספציפי ועכשיו הוא בודק את האפשרויות השונות שמציעות את סוג הפתרון הספציפי הזה

מוכנות לרכישה

הלקוח בכן את כל המערכות ומצא את שלך כהכי מתאימה לצרכים שלו





ועכשיו תורך. איך התהליך הזה נראה עבור
המוצר שלך?

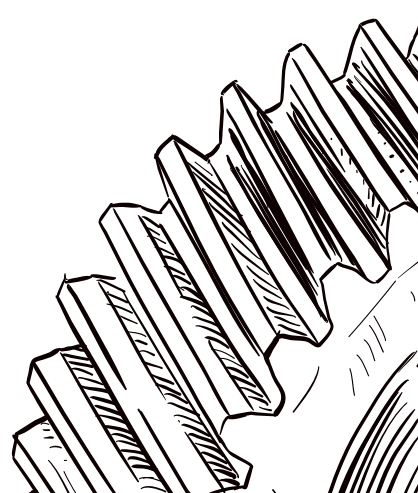
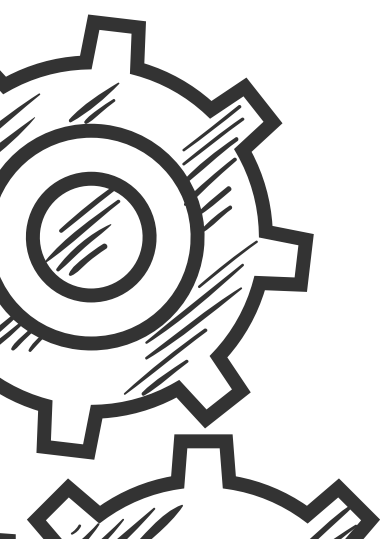
חוסר מודעות

מודעות לבטייה

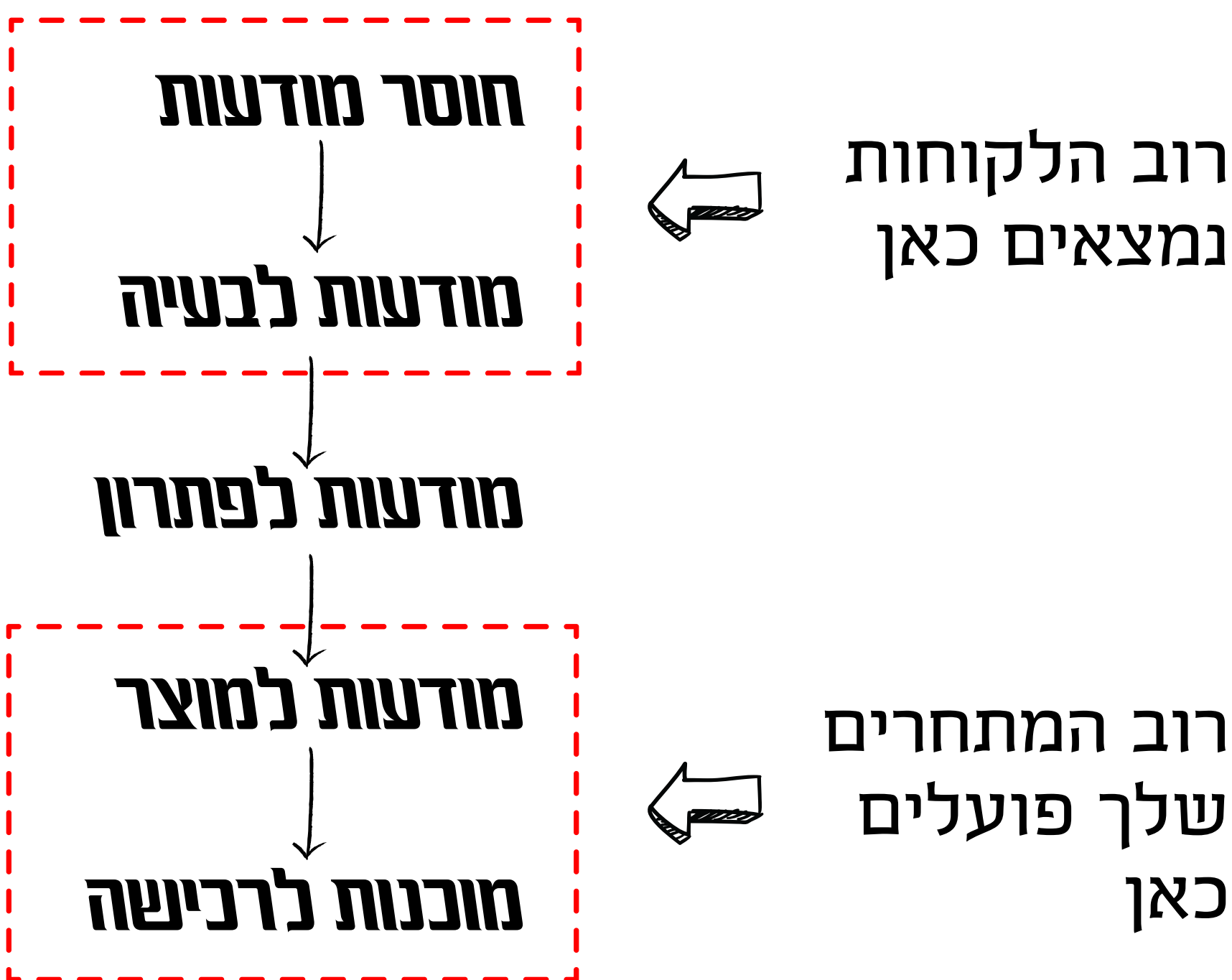
מודעות לפתרון

מודעות למוצר

מוכנות לרכישה



איפה רוב השוק נמצא?



ברגע שאנחנו מבינים את המפה הזאת יש לנו יתרון תחרותי כמעט בילתי הוגן כי אנחנו יכולים לפעול באיזור בו התחרות שלנו אפילו לא נמצאת ולתפוס את הלקוחות לפנייהם.



תרהיל - נאום האיצטדיון

רוב האנשים מכירים את נאות המעלית. זהו

נאום קצר שנועד להסביר ללקוח

פוטנציאלי מה אתה עושה.

הבעיה היא שנאום המעלית מכוון רק

לשלב בו הלקוח שליפנינו מוכן לרכישה

(השלב האחרון במסע)

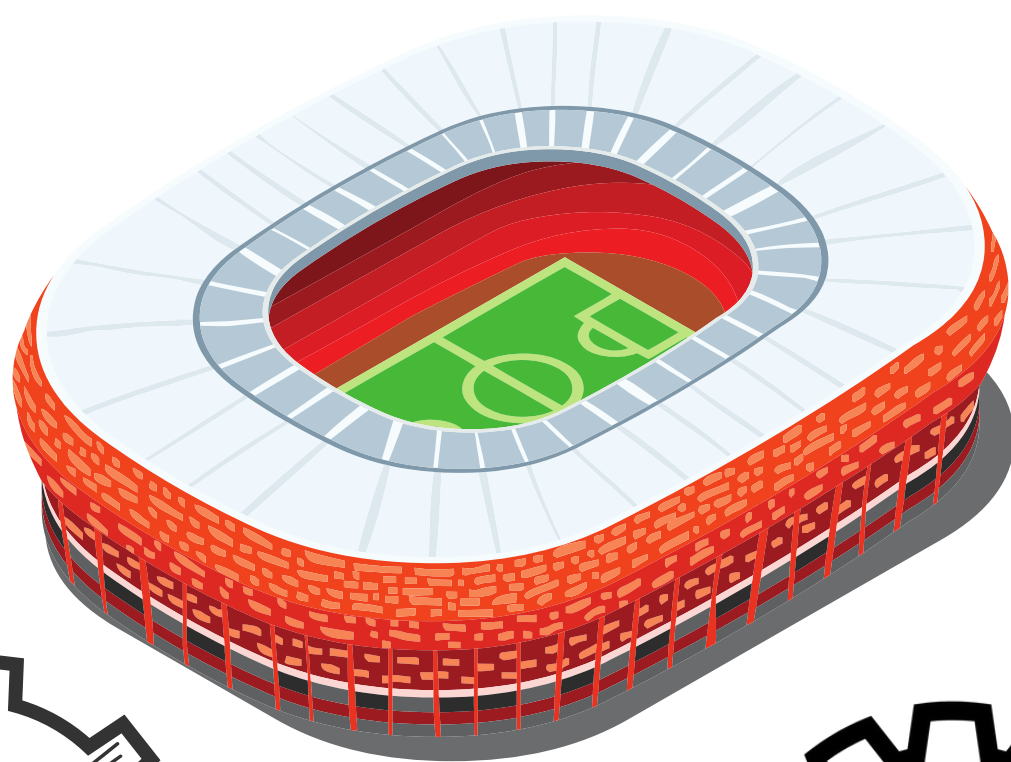
עכשיו, תאר לך מצב בו אתה נכנס

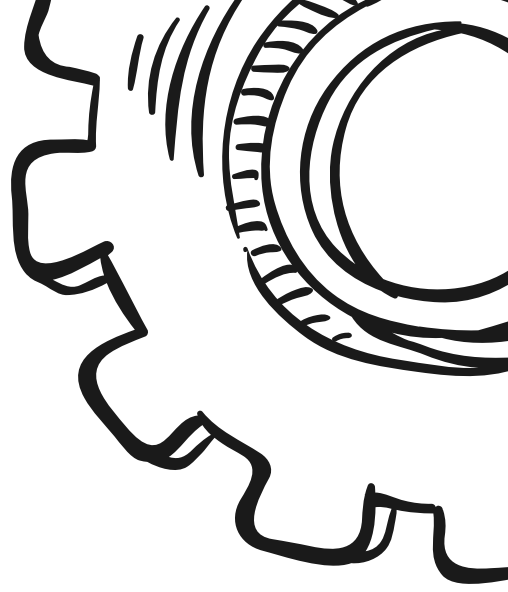
לאיצטדיון מלא באנשים מכל רמות

המודעות. מה תספר להם כדי שהם יירצו

לשמוע מימך עוד בהמשך?

זהו נאום האיצטדיון...



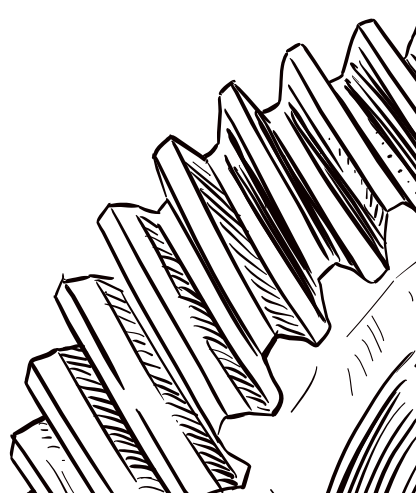
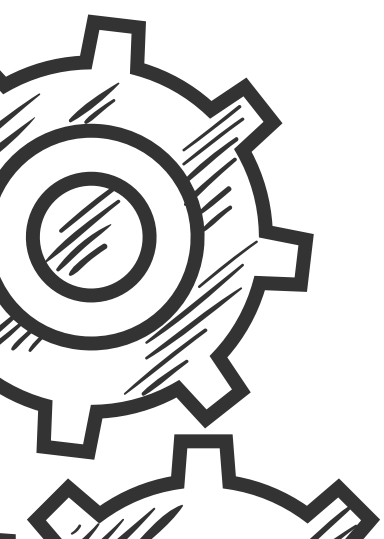


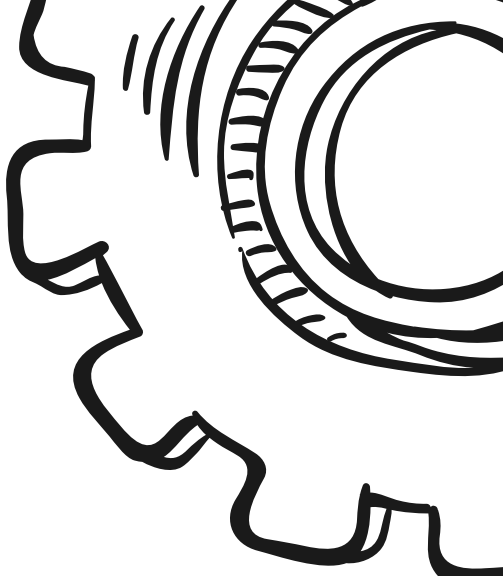
ועכשיו תורך. איזה מידע גם אלה שלא הכי
מודעים לבעיה היו שמחים לקבל?

המידע הזה חייב להיות מעניין ולמצב
אותך כבעל מידע ייחודי על התחום שלהם
כדי שהם יירצו להמשיך לקבל מימך מידע.

ככה נבנה מערכת יחסים ואמון בשלבים
מאוד מוקדמים במסע הלקוח...

המשימה שלך היא לחשוב על 5-10 מוצרי
מידע (נאומי איצטדיון) שאפשר לחלק
ללקוחות לא מודעים.



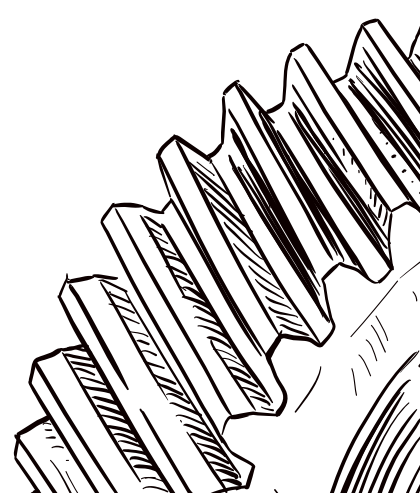
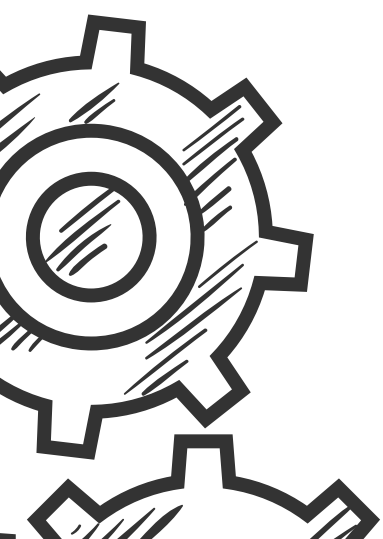


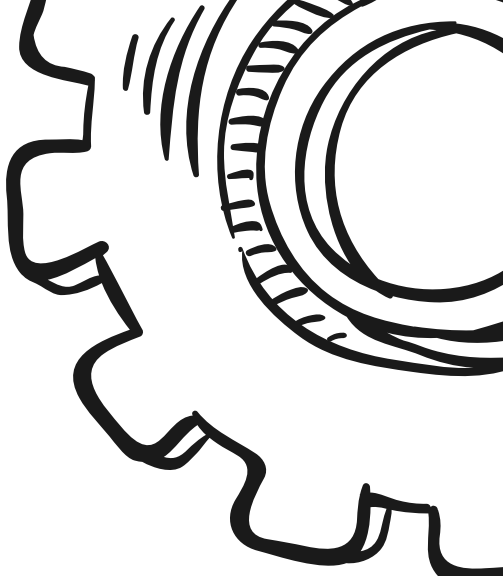
שינוי אמונות

כל אדם מגיע לעולם הבעיה שלנו עם
אמונות מסויימות. חלקן טובות (מקדמות
רכישה של המוצר שלנו) וחלקן מגבילות
(מונעות רכישה של המוצר שלנו).

התפקיד שלנו הוא למפות את אותן אמונות
כדי שנוכל לקדם את הלקוח במסע לעבר
רכישת המוצר שלנו.

אמונה - כל מה שהלקוח חושב שהוא נכון





סוגי אמונות

הנה מיפוי של איזה אמונות אנחנו צריכים
לשנות/לייצר בכל שלב של מסע הלקוח:

חוסר מודעות

אנחנו צריכים לגרום ללקוח להאמין שיש לו בעיה
שדורשת פתרון

מודעות לבעיה

אנחנו צריכים לגרום ללקוח להאמין שהוא מסוגל לפתור
את הבעיה

מודעות לפתרון

אנחנו צריכים לגרום ללקוח להאמין שסוג הפתרון שלנו
הוא הכי טוב עבורו מכלל אפשרויות הפתרון שיש

מודעות למוצר

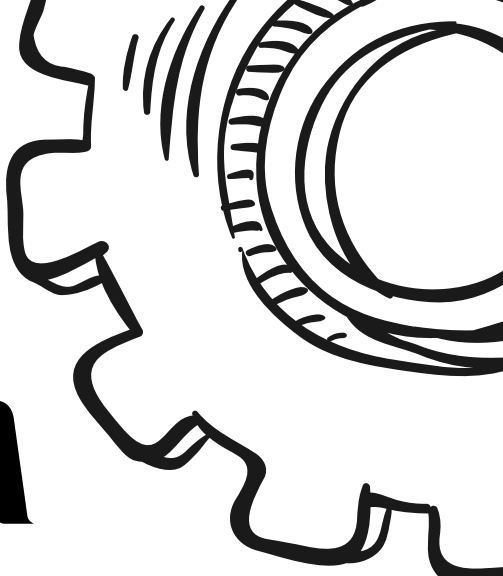
אנחנו צריכים לגרום ללקוח להאמין שהמוצר שלנו הוא
הכי מתאים עבורו מכל המתחרים הקיימים בשוק

מוכנות לרכישה

אנחנו צריכים לגרום ללקוח להאמין שיחד איתנו הוא
באמת יגיע לתוצאה הרצויה (פתרון הבעיה). זה יכול
להיות בנו כעסק או בעצמו

בכל שלב אנחנו רוצים לקדם את הלקוח
לשלב הבא.





תרגיל ניפוק אמונות

רשום לכל שלב איזה תוכנים/מוצרים
אפשר לתת ללקוח כדי לעזור לו להתקדם
במסע שלו לעבר רכישת פתרון מימך:

חוסר מודעות

מה יגרום ללקוח להבין שיש לו בעיה?

מודעות לבטייה

מה יגרום ללקוח להאמין שהוא באמת יכול וצריך לפתור
את הבעיה?

מודעות לפתרון

מה יגרום ללקוח להאמין שסוג המוצר שלנו הוא הכי
טוב מכלל האפשרויות?

מודעות למוצר

איך אנחנו יכולים לעזור ללקוח להבין שהמוצר שלך הכי
מתאים עבורו בשוק?

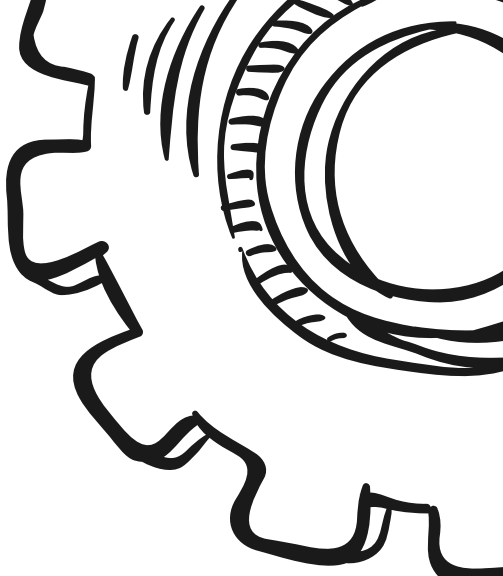
מוכנות לרכישה

איך אנחנו גורמים ללקוח לבטוח בנו שיחד איתנו הוא
באמת יגיע לתוצאה הרצויה עבורו?

אלה יהיו פרטי המידע שניתן ללקוח לאחר

שתפסנו אותו עם נאום האינטרדיון שלנו





מדרה מוצרים

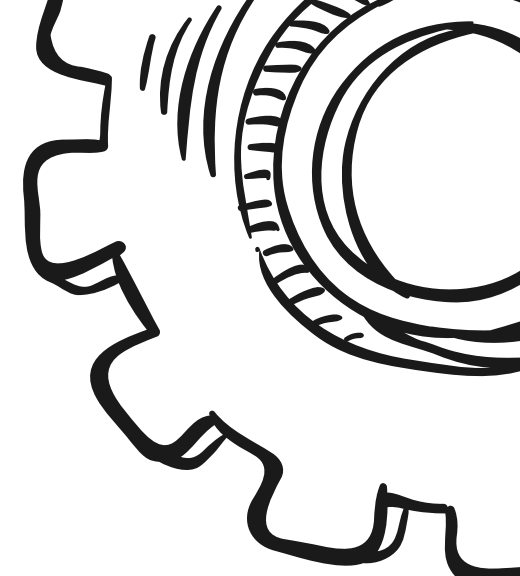
מכיוון שאנחנו רוצים למשוך את הלקוח
פנימה אלינו, אנחנו רוצים למצב את
עצמינו כמה שיותר מוקדם כמקור מידע
מוסמך עבור הלקוח.

אנחנו נעשה את זה ע"י יצירת תוכן
ומוצרים שיעזרו לו להתקדם במסע.

השאיפה היא שהמוצרים יקרבו את הלקוח
אלינו ובכל צעד יגבירו את המחוייבות של
הלקוח אלינו.

אנחנו עושים את זה ע"י בניה של מדרג
מוצרים במחיר וקירבה שהולכים ועולים





גודל הבקשה חייב להיות בהתאמה לרמת האמון הקיים

ככל שהאמון גודל, ככה גם היכולת לשנו
לבקש מהלקוח יותר.

מוצר חינמי משהו קטן כדי שהלקוח יכיר אותנו



מוצר פרונט מוצר קטן וזול כדי לגרום ללקוח לשלם

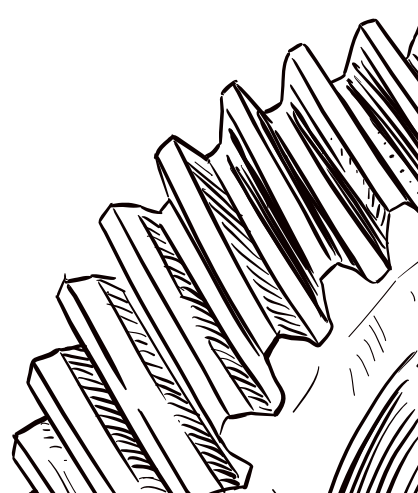
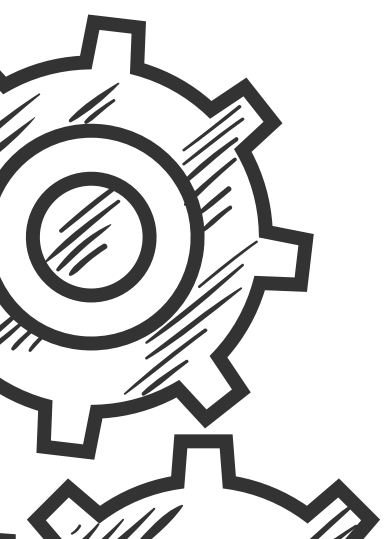


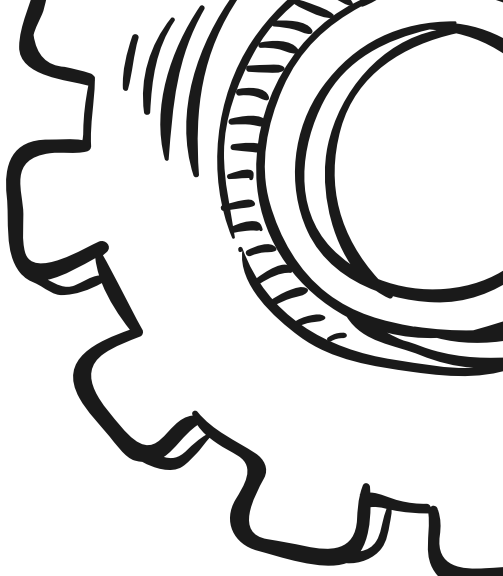
מוצר ליבה מוצר יותר יקר שמעצים את החיבור



מוצר פרימיום מוצר עמוק ויקר שנותן פתרון מלא

בכל שלב אנחנו נבקש יותר מהלקוח (מחיר
הולך ועולה) אבל גם נייצר מערכת יותר
אינטימית איתו (מה שיאפשר בקשה גדולה
יותר בשלב הבא)





תרגיל מדרג מוצרים

התרגיל שלך הוא לחשוב על מדרג מוצרים
שיקדמו את הלקוח המעלה מדרג המוצרים
שלך.

דוגמאות למוצרים לפי המדרג:

מוצר חינמי

וובינר, מדריך חינמי



מוצר פרונט

ספר, קורס קטן, הרצאה, פגישת ייעוץ



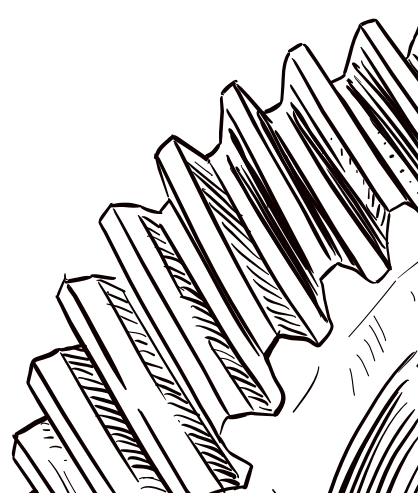
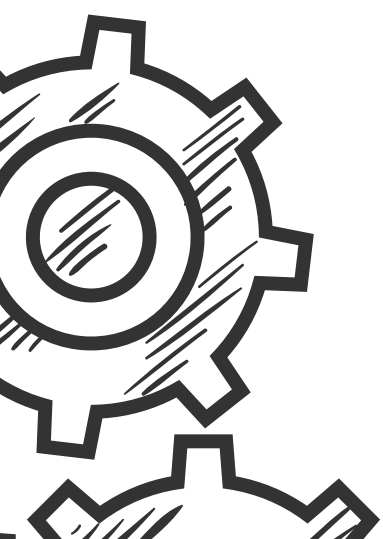
מוצר ליבה

קורס עומק, ליווי קבוצתי



מוצר פרימיום

מוצרי done for you, ליווי אישי





רוצים שיווק שבאמת מביא לקוחות?

avinoam@avinoamkaminski.com

מעטפת מלאה
גם לשיווק
גם ולמכירות

כדי שכל ליד שייכנס
באמת יהפוך ללקוח

