

# שיטת 4X4



## לפריצת דרך אישית ועסקית.

### חוברת עבודה

אסטרטגיה שיווקית ותוכנית שיווק לעסק קטן/בינוני  
מי אתה/העסק שלך, לקוחות, מוצר/שירות, בידול, מתחרים, מפה  
שיווקית, USP

### חלק 3

עבור:

---

תחום:

---

# אסטרטגיה שיווקית – סדר פעולות

1. מי אתם? מי  
העסק שלכם?



2. מי הלקוח  
שלכם?



3. מה המוצר או  
השירות שלכם

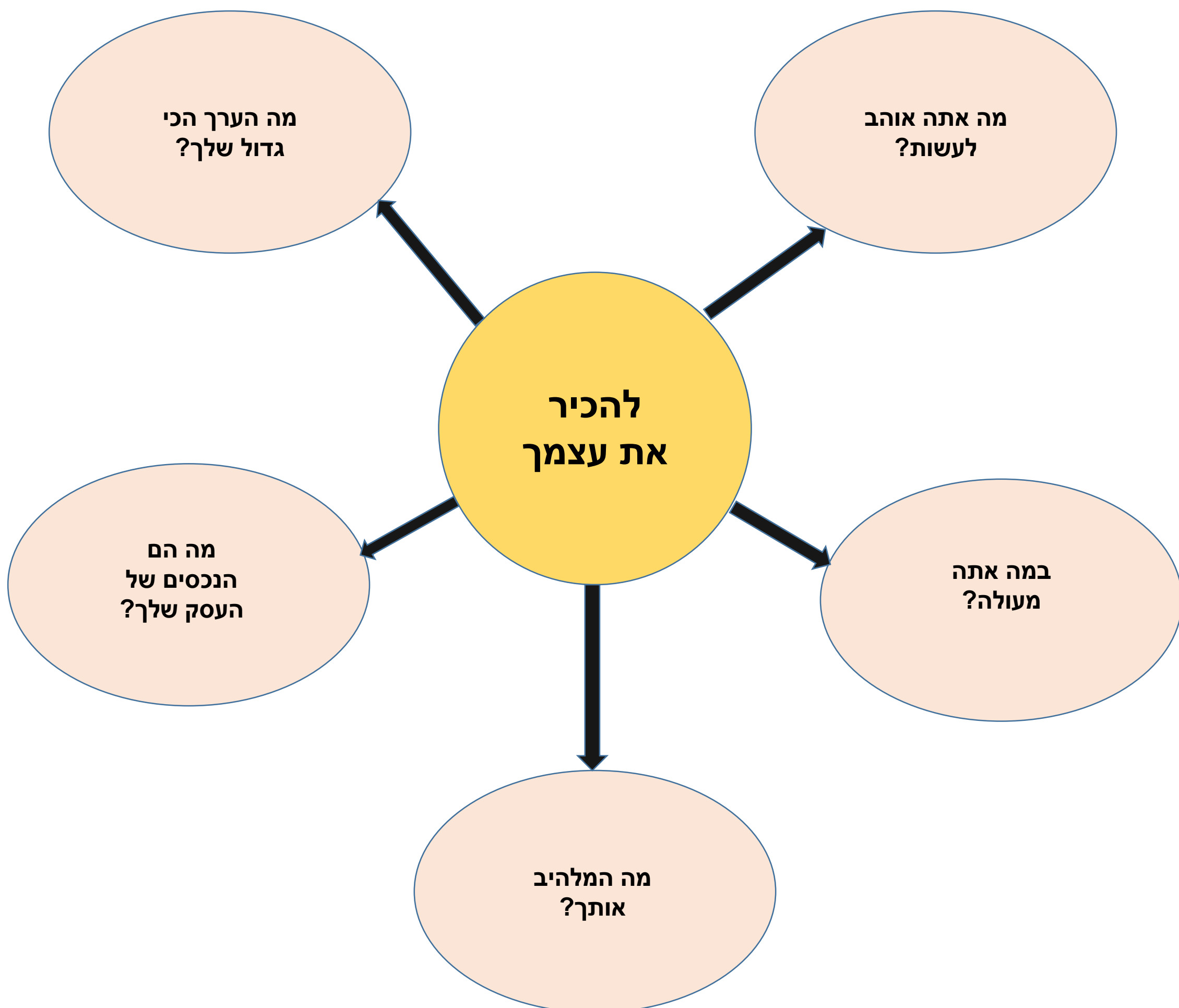


4. המפה  
השיווקית



5. תכנית  
פעולה

# 1. מי אתם? מי העסק שלכם?





# 1. מי אתה / העסק שלך?

## הגדרה עצמית/הגדרת העסק

מה אתה עושה מעולה?

---

מה אתה אוהב לעשות?

---

מה מעניין אותך?

---

מה אתה משדר היום ללקוחות? – מי נחשף אליך באון ליין? מה הוא מקבל? מה הרושם שאתה עושה עליו?

---

האם הרושם שמתקבל נכון לך?

---

מה היית רוצה לשדר?

---

איזה שינוי משמעותי אתה עושה ללקוח שלך?

---

איזה מותג אתה מוציא החוצה?

---

בשניות הראשונות שפוגשים אותך באונליין, איזה רושם מתקבל?

---

האם אתה נותן ערך לפני שמשלמים לך?

איזה ערך למשל?

---

באיזה עסק אתה נימצא/ת?

---

באיזה עסק אתה באמת נימצא? מה אתה מוכר בפועל?

---

הערות:

---



---



---

## 2. לקוח אידיאלי

הלקוח האידיאלי = לקוח אוואטר = בא לענות על מי זה הלקוח שכמוהו הייתי הכי רוצה אצלי בעסק?

הגדרת הלקוח האידיאלי שלי (בניית אוואטר)

איך קוראים לו/לה? \_\_\_\_\_

בן כמה הוא/היא? \_\_\_\_\_

מה הסטטוס המשפחתי שלו? \_\_\_\_\_

איפה הוא גר? באיזה סוג של בית? \_\_\_\_\_

על איזה רכב הוא/היא נוהג/ת? \_\_\_\_\_

מה המראה הפיזי שלו/שלה? מה המשקל? מה רמת יופי? מהו צבע שיער? העיניים? העור?

\_\_\_\_\_

מה המראה החיצוני שלו/שלה? איזה סגנון ביגוד? האם הוא/היא משתמש/ת באקססוריז? מה הסטייל שלו/שלה? מה סגנון שיער? מה רמת טיפוח?

\_\_\_\_\_

מה התחביבים שלו/שלה? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

איך הוא/היא מבלה את הזמן הפנוי?

\_\_\_\_\_

מה המקצוע שלו/שלה? \_\_\_\_\_

מה התפקיד שלו/שלה בעבודה? \_\_\_\_\_

כמה הוא מרוויח? \_\_\_\_\_

האם הוא/היא שכיר/או עצמאי/ת? \_\_\_\_\_

מי מספק לו היום את מה שאת/ה מציע? \_\_\_\_\_

האם הוא נעזר במישהו שמספק לו משהו קרוב למה שאת/ה מציע?

\_\_\_\_\_

איפה הוא מסתובב באונליין? \_\_\_\_\_

איפה הוא מסתובב באופליין? \_\_\_\_\_

מה מעניין אותו?

\_\_\_\_\_

מה תעשייה בשבילו? \_\_\_\_\_



מלא את הטבלאות מנקודת המבט של הלקוח/ה האידיאלי/ת (האווטאר) שלך  
• סיבות להפוך ללקוח/ה או להפסיק להיות לקוח/ה

סיבות להתחיל לקנות את שירותיך	סיבות להפסיק לקנות את שירותיך

•מה הרצונות של הלקוח/ה שלך? למה הוא/היא שואפ/ת?  
הסבר:

רצון – הוא שטחי ויומיומי.

שאיפה – היא חזקה וארוכת טווח

רצונות	שאיפות

•מה הם הפחדים של הלקוח/ה שלך? ממה הוא/היא חושש/ת?  
הסבר:

פחד – עמוק בד"כ ישנה נטייה להדחיק ולדחות התעסקות.

חשש – יומיומי בד"כ אין בעיה לשתף אחרים ולקבל עצה תמיכה

פחדים	חששות



## סדר היום של הלקוח/ה האידיאלית שלך

הסבר:

זה השלב שאנחנו מנסים להבין את סדר היום של הלקוחות שלך, איפה הם מסתובבים פיזית? איפה הם מבלים את מרבית זמנם? מה הם עושים בכל זמן? מתי הם גולשים באינטרנט או ברשתות החברתיות? איפה בדיוק הם גולשים? מה הם עושים שם?

שעה	מה הוא/היא עושה כרגע?	איפה זה נעשה?	למה זה נעשה?
0600-0700			
0700-0800			
0800-0900			
0900-1000			
1000-1100			
1100-1200			
1200-1300			
1300-1400			
1400-1500			
1500-1600			
1600-1700			
1700-1800			
1800-1900			
1900-2000			
2000-2100			
2100-2200			
2200-2300			
2300-0000			

הערות:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**מילות עוצמה:**

הסבר:

מה הם מילים בהם משתמש הלקוח/לקוחה האידיאלי/שלך, האם יש ביטויים מסוימים שמאפיינים אותו? דוגמה: כשאנחנו רוצים לשווק לנערות בנות 16 נשתמש בשפה, מילים, ביטויים שונים ממודעת פרסום שנרצה שגברים בני 40 פלוס יראו. ניתן למצוא מילים וביטויים כאלה למשל בקבוצות פייסבוק או פורומים רלוונטיים, בתגובות למוצרים מתחרים, בביקורות שונות היכן שנמכרים מוצרים זהים או דומים לשלך וכו....

אז מהם הביטויים והמילים החזקות של הלקוח/ה האידיאלי/ת שלך?

עוצמה	ביטויים חיוביים
עוצמה	ביטויים שליליים



### 3. המוצר/שירות

#### הגדרת המוצר/שירות

מהו המוצר המבוא כדי שיוכלו להכיר אותך? \_\_\_\_\_

מהו מוצר הבסיס שלך? \_\_\_\_\_

מהו מוצר הפרימיום שלך? \_\_\_\_\_

האם המוצרים שאתה מציע מעבירים את הלקוח תהליך היכרות איתך? \_\_\_\_\_

איזה מוצרים הלקוח קונה שמשלימים את המוצרים שלך? \_\_\_\_\_

איזה עוד מוצרים משיקים את המוצרים שלך ושאינך מספק היום? \_\_\_\_\_

יש לך לפתח/להוסיף מוצרים נוספים לליין המוצרים הקיים? איזה? \_\_\_\_\_

האם המוצר שלך ממוצב כ: יקר / ממוצע/ זול

מה היקף עסקה הממוצעת שלך: \_\_\_\_\_

מה השוק שבו אתה פועל? \_\_\_\_\_

תאר את המוצר בשפה חופשית

הסבר:

בתהליך שיווק ומכירה לקוחות לא רוכשים ממך מוצרים ושירותים בגלל התכונות שלהם, הם רוכשים דווקא ממך כי הם הבינו מה התועלת שהם יפיקו מהמוצר או השירות שלך.

כל לקוח או לקוחה שואלים את עצמם שאלה פשוטה לפני החלטת הקנייה שלהם,

מה יוצא לי מזה שאקנה דווקא ממך?

תן להם תשובה מתאימה לשאלה הזאת...

תכונה – מאפיין פיזי של המוצר או השירות לדוגמה מכונת כביסה עם מנוע תמסורת ישירה.

תועלת ללקוח – מה יוצא ללקוח מזה? – לדוגמה מכונת כביסה עם מעט מאוד תקלות, עמידה לשנים רבות.



## מתחרים

- אלו מתחרים נמצאים בסביבה הישירה שלך שידועים לך?

---



---



---

- האם הם מציעים שירותים ומוצרים בדיוק כמו שלך או שיש הבדל?

---



---



---



---



---

- מה המתחרים שלך עושים **טוב** שיכול לעזור גם לך?

---



---



---



---



---

- מה המתחרים שלך עושים **לא טוב** כך שתוכל לנצל זאת לטובתך ולפתח יתרון?

---



---



---

הערות:

---



---



---



---



---



---



---



---



---

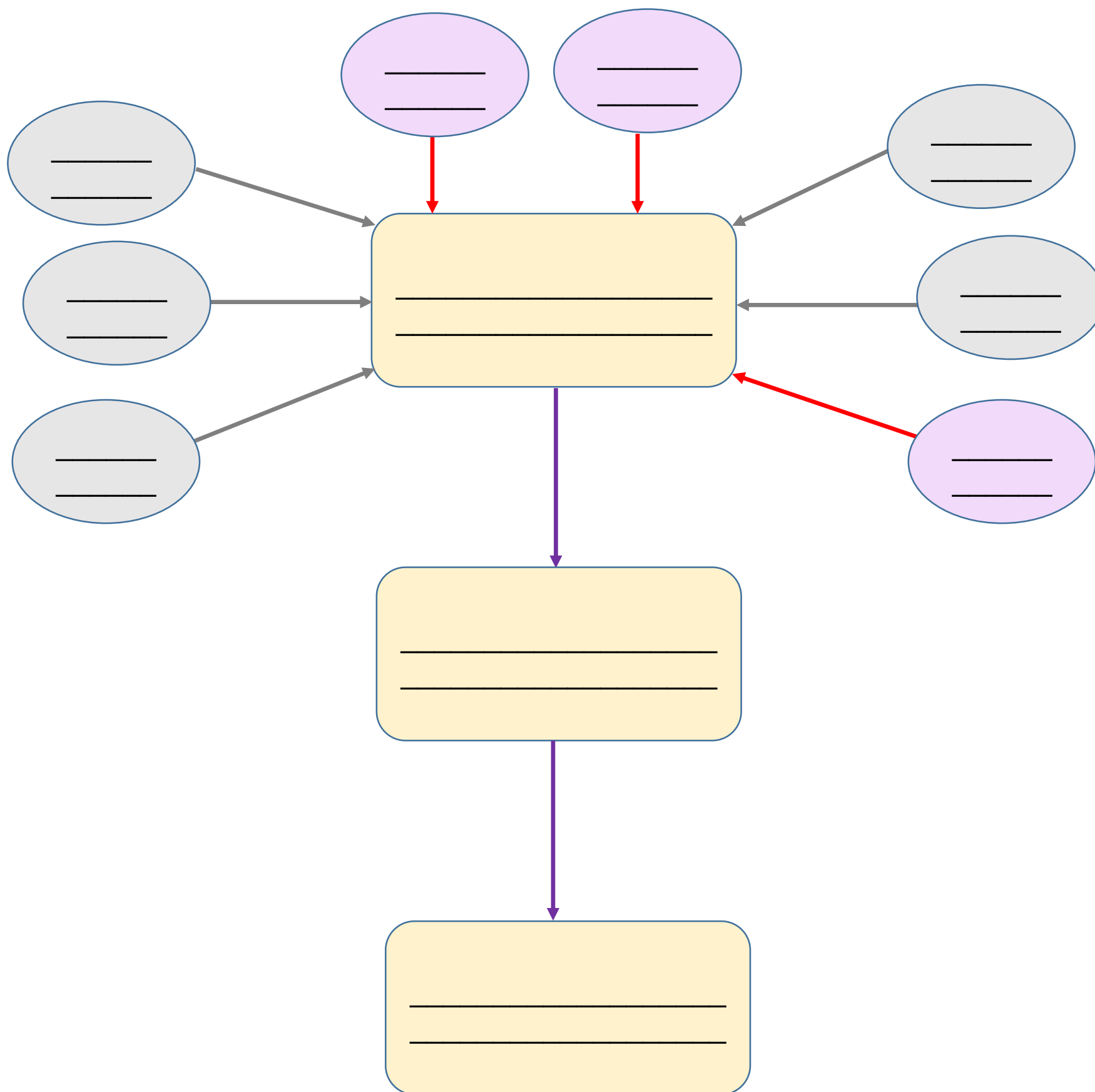


---

# 4. המפה השיווקית

## בחירת הטקטיקות המתאימות

← אונליין  
← אופליין



### אפשרויות שיווק אונליין

- בלוג
- תוכן
- מאמרים באתר שלך
- מאמרים באתרים רלוונטיים שהלקוחות מסתובבים בהם
- טבולה/אאוטבריין
- חנויות אונליין
- דיוור ישיר
- בוטים
- ווטסאפ
- טוויטר

- פייסבוק ממומן
- פייסבוק אורגני
- אינסטגרם
- גוגל ממומן
- גוגל אורגני
- יו טיוב
- לינקדאין
- אתר
- דפי נחיתה
- SMS

- פליירים
- קרטיסי ביקור
- רדיו
- טלוויזיה

### אפשרויות שיווק אופליין

- הרצאות
- תערוכות
- שת"פ עם קולגות
- שת"פ עם נותני שירותים משלימים לשלך
- מפגשי נטוורקינג
- חנויות פיזיות
- מקומונים
- שלטי חוצות

### איזה כלי הכי נעים לך והיית רוצה לפתח בכדי להעביר את המסר שלך?

- כתיבה
- וידאו
- פעילות ודיבור מול קהל
- אומנות, שירה, נגינה, יצירה, משהו שמייוחד לך ויעביר את מי שאת/ה עם התועלות שאת/ה יכול/ה לתת

### מה הנכסים הקיימים בעסק שלך כיום?

- לקוחות עבר – שיווק מפה לאוזן
- לקוחות קיימים – שיווק מפה לאוזן והמלצות
- רשימת מומלצים
- רשימות דיור
- אתר שממלא אחר ייעודו
- דפי נחיתה
- דף פייסבוק פעיל
- פעילות והכרה בקבוצות פייסבוק רלוונטיות
- קידום אורגני חזק
- שתפי"ם קיימים
- מותג חזק וטוב
- ניסיון וידע שצברת
- עובדים מעולים
- תהליכים בעסק – סיסטם בדוק
- היכרות עמוקה עם הנישה/תחום בו את/ה פעיל
- אוטוריטה מוכחת
- ערוץ יו טיוב פעיל
- עמוד אינסטגרם פעיל

עבור לנספח אקסל שמצורף לחוברת העבודה הזאת,

בנספח יש למלא את הטבלאות:

1. חזון ל 5 שנים
2. מטרות עסקיות
3. הדרך אל היעד
4. משפך שיווקי
5. תוכנית שיווק שנתית
6. תקציב שיווק ופרסום שנתי