הגדרת העסק שלך ב- 30 שניות



שלום לך,
כן, עכשיו הגיע הרגע!
הבנת (או נזכרת) למה אתה עושה את מה שאתה עושה, חקרת את המסר השיווקי שלך, הגדרת את ההצעה שאי אפשר לסרב לה וכעת הבה נגדיר את העסק שלך.

אוקיי, אני מבינה שאתה לא מבין מה אני רוצה ממך...ובכן
כאן אנחנו נגדיר את משפט המחץ שלך!

המשפט הזה שמתאר מה אתה עושה ואיך זה יכול לעזור ללקוח פוטנציאלי שלך.

משפט כזה, שכשאתה אומר אותו, ונמצא בסביבה שלך לקוח רלוונטי, הוא יסובב את הראש, יתקרב לעברך ויבקש ממך "אפשר עוד פרטים?"

בהגה המקצועית זה נקרא "נאום המעלית" **Elevator Pitch**
הרעיון הוא שבזמן של 30 שניות שיש מהמעבר מקומה 2 לקומה 10, אתה מעביר ללקוח פוטנציאלי שעולה איתך יחד, את הסיבה להתעניין יותר במה שאתה עושה! הצלחת למשוך את תשומת ליבו!

זה משהו כמו משפט אחד עד שלושה, קליט וברור, שמצליח לשדר לקורא או לשומע את הייחוד העסקי שלך, באופן מיידי ומפתה.

חשוב, שבעת ניסוח משפט כזה תשים לב לכמה דברים חשובים:

1. השתמש במילים שהן חלק מהז'רגון של הלקוח הפוטנציאלי.
למשל :
אם אתה מוכר תרופה מיוחדת לרופא, הסבר מה התועלת בשימוש שתצא גם לרופא וגם לפציאנט שלו ועשה זאת בשימוש מונחים מקצועיים מהתחום שלו. (המונחים הרפואיים)
"ברגע שהפציאנט ימרח את המשחה על הברכיים, החומר הפעיל XXXX יספג ברקמה הXXXX, כך ש..." (אין לי מושג ברפואה...) והכאב יעבור לו בתוך 5 דקות! הפציאנט שלך יתאהב בך ממש!"
אם אתה מוכר תרופה מיוחד לאדם רגיל, הסבר מה יוצא לו מיזה ברמה שהוא יוכל להבין.
"אם תמרח את המשחה הזו על הברכיים, כאבי הברכיים יפסקו לך בתוך 5 דקות!"

עליך לתקשר בגובה העיניים של הלקוח הפוטנציאלי שלך.

2. השתמש בהסברים פשוטים, ברורים לא מתוחכמים מידי, בלי משחקי מילים ורמזים ובלי מילים מיותרות - קצר וקולע!

3. זה צריך להיות זורם, קולח, כזה שיוצא ב"שלוף" אבל סופר מתוכנן ומדוייק! אסור שזה ישמע מאולץ או מגומגם!

4. אני מלמדת בעלי עסקים לייצר פלטפורמות שיווקיות ביכלל ובאינטרנט בפרט שימשכו אליהם יותר לקוחות גם כשהם ישנים וגם כשהם בחופשה...

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

הנה השאלות שעליך לענות כדי "לייצר" את הגדרת העסק שלך:

לפני שתענה על השאלות חשוב על הלקוחות הטובים ביותר שלך.
אלו שהגיעו אליך מהסיבות הנכונות והם מרוצים ומאושרים מהפתרונות והתהליכים שנתת להם.

כעת ענה על השאלות:

איך הלקוחות האלו מצאו אותך ?

למה הם חיפשו אותך?

במה הם עוסקים? או מה מייחד אותם?

מה היה האתגר העיקרי הגדול שלהם ?

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

איך עזרת להם ?

אילו יתרונות הם רואים כתוצאה מהרכישה ממך?

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**