המסר השיווקי שלך



שלום לך,

"מסר שיווקי" , מינוח שאולי נשמע לך בומבסטי, אבל למעשה זה מאוד פשוט. כל שעליך לעשות הוא למלא את התשובות לשאלות שאצרף לך כאן והרי לך המסר השיווקי שלך.

לכל שאלה שעליך למלא, אתן לך דוגמאות לתשובות כפי שהן צריכות להירשם, אין כאן תשובה נכונה או לא נכונה יש כאן תשובה אמיתית או לא אמיתית, מדוייקת או כללית.

אז קדימה, הבה נתחיל...

השאלה **הראשונה** שעליך לענות היא:

WHAT - מה אתה מוכר? מה המוצר או השירות שאתה מוכר?

למשל: בגדים, רהיטים, ייעוץ פיננסי, הרצאות מקצועיות, שיעורי התעמלות, תוכנית דיאטה, אימון אישי, ציורי קיר....השמים הם הגבול :)

כעת ענה אתה:

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

השאלה **השניה** שעליך לענות היא:

WHY - למה הלקוח צריך את המוצר הזה או את השירות שלך?

מה הסיבה שהוא יקנה את המוצר?

כדי לענות על שאלה זו עליך לפרט את כל מרכיבי המוצר, משהו כמו "כל השאלות שלדעתך הלקוח יעלה בראשו בנוגע למוצר" טרם ישלם עליו

גם אם לדעתך, התשובות לכך טרוויאליות, אל תחסיר אותן מתאור המוצר.

עם זאת, לא מספיק רק לתאר את המוצר ואת מרכיביו אלא עליך לפרט את התועלת "מה יצא לי מזה" שרכיב זה מהווה בהרכב המוצר כולו.



בתשובה לשאלה זו, ציין ב * (כוכבית) רכיבים המייחדים את המוצר/השירות שלך.
למשל : פונקציות מיוחדות שקיימות אצלך, צבע המוצר, ניסיון מיוחד שצברת, גישה חדשנית ועוד...

במקרה הזה הכנתי לך טבלה, שבצד אחד המרכיב של המוצר ובצידה האחר, התועלת ממנו, אבל כדי שיהיה לך קל למלא הכנתי לך דוגמא פשוטה שממחישה את משמעות הרכיב והתועלת

המוצר : בקבוק מים מפלסטיק שקוף

<u>מרכיב מול תועלת</u>

מס'	רכיב המוצר / השירות (מה המוצר עושה?)	התועלת שברכיב כיצד זה עוזר/משפר ללקוח את החיים?
1	בקבוק עם פקק	ניתן להעביר ממקום למקום בלי שיפך
2	שקוף	ניתן לראות אם צלול
3	פלסטיק	קל לא שביר ניתן למיחזור בקלות אפשר לקווצ'ץ' אותו – לא תופס מקום ניתן למלא אותו שוב ושוב

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

כעת עשה זאת למוצר שלך :

<u>מרכיב מול תועלת</u>

מס'	רכיב המוצר / השירות (מה המוצר עושה?)	התועלת שברכיב כיצד זה עוזר/משפר ללקוח את החיים?
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

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

השאלה **השלישית** שעליך לענות היא:

WHER - היכן הלקוח יכול להשיג את המוצר? באיזו דרך הוא יכול להשיג את המוצר?

למשל : יכול להזמין ולקנות אותו בחנות המכוונת באינטרנט, יכול לקנות אותו בחנות/במשרד/במרפאה/במפעל שלך, יכול לקבל אותו בדואר באמצעות משלוח.

כעת ענה אתה:

השאלה **הרביעית** שעליך לענות היא:

HOW MUCH - כמה זה עולה? כמה הלקוח צריך לשלם על המוצר?

חשוב!
אם המוצר נשלח בדואר או באמצעי אחר יש לציין במפורש האם הנמחיר כולל או אינו כולל דמי משלוח.

תנאי תשלום - האם ניתן לשלם בתשלומים? אם כן, בכמה? (אלמנט זה חשוב גם ל"הצעה שאי אפשר לסרב לה" עליה אפרט בטיפ הבא

כעת ענה אתה:

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

<u>השאלה החמישית שעליך לענות היא:</u>

HOW - איך הלקוח ישיג/ירכוש את המוצר?

האמת היא שזו אחת השאלות החשובות שעליך לענות עליה.
בגלל שזה נשמע כל כך טרוייאלי, הרבה אנשים שוכחים לציין ב-מ-פ-ו-ר-ש מה על הלקוח לעשות כדי להשיג את המוצר וכאן נכשלות לא מעט עסקאות/מכירות.

למשל:

אם מוצר נמכר דרך האינטרנט עליך לרשום במפורש:

"כל שעליך לעשות כעת הוא ללחוץ על הכפתור הצהוב כאן למטה, מיד תעבור לדף תשלום מוצפן בו תמלא פרטי כ.א. ו...המוצר בדרך אליך.

או "כל שעליך לעשות כעת הוא להתקשר לטלפון : 03-7777777 ואנו נבצע את ההזמנה עבורך מיד"

או "מלא את הפרטים כאן בטופס המצורף : שם, מייל והנייד שלך ואנו ניצור עימך קשר תוך X שעות"

אם המוצר נמכר בחנות, ולאחר שהלקוח הביע התעניינות...

"לארוז לך למתנה"

או " איך תרצה לשלם במזומן או בכ.א."

או "האם תרצי לראות את החולצה בצבע נוסף?

או "לקופה --> " (שלט הכוונה מפורש וברור)

וכו' ....

כעת ענה אתה:

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