

## דף עבודה - איך להמנע מטעויות שמרחיקות ממך לקוחות

כדי להפיק את המקסימום מדף העבודה הדפיסו אותו ומלאו את כל הסעיפים כבר עכשיו. הקדישו לכך כמה דקות פנויות, שבו בשקט והתרכזו בדף העבודה, ותצאו עם בסיס מוגדר היטב לעסק. בכל שאלה או התלבטות אתם מוזמנים לפנות אלי בתגובות מתחת לסרטון, ואני אשמח לענות לכם.

### שלב ראשון: הגדרת קהל היעד

הגדרת קהל היעד תתן לכם מיקוד גדול יותר למי אתם נותנים את השירותים שלכם. ככל שתדייקו ותמקדו את קהל היעד שלכם, כך תוכלו לחדד את המסרים השיווקיים שלכם וקהל היעד שלכם יבין מייד שאתם פונים אליו.

#### הנקודות הבאות יסייעו לכם בבחירת קהל היעד הנכון עבורכם:

גיל, אזור מגורים, שפה, מגדר, מצב משפחתי, הורים, (הורים צעירים / הורים לילד ראשון), עיסוק, תחומי עניין, מצב סוציו-אקונומי.

מי האנשים שאתם מתחברים אליהם? מה יש בהם שאתם מתחברים אליו? תחומי עניין מסויימים? התנהגות מסויימת? תכונות אופי מסויימות?

#### דוגמאות:

נשים - חסר מיקוד, כי נשים הן מחצית מהאוכלוסיה, דוגמה לא טובה

#### דוגמאות למיקוד טוב:

מאמנת ספורט וריצה בת 58 עובדת עם נשים בנות 40 - 60 באזור השרון שמתעניינות בריצה ואימון גופני

נטורופתית, נשואה עם שלושה ילדים, עובדת עם משפחות עם ילדים באזור השפלה

מרפא סיני (ספורטאי) בן 35 עובד עם ספורטאים בגילאי 30-60 באזור השרון.

#### הגדירו את קהל היעד המתאים לכם:

---

---

---

---

---

## שלב שני: תחום התמחות, נישה, יצירת ייחודיות

מה מיוחד בכם ולמה לבחור דווקא בכם ולא במתחרים שלכם? זה למעשה השלב השיווקי החשוב ביותר. כשהלקוחות שלכם פוגשים אתכם הם שואלים את עצמם את השאלה הזו, ולכן אתם חייבים לכך תשובה. התשובה נקראת הייחוד העסקי, הבידול שלכם. כיצד תזהו את הייחודיות שלכם? בדקו האם העסק שלכם עונה על אחד או כמה מהבאים:

- התמחות מיוחדת ומאד ספציפית שלכם
- שיטה ייחודית שיצרתם ואתם עובדים לפיה
- עבודה עם קהל יעד ייחודי
- אתם עוסקים בנישה ייחודית
- אווירה שהלקוח יקבל (דוגמה: הקליניקה שלכם בבניין חדיש בעיר, או לחילופין במושב פסטורלי)
- סיפור אישי מיוחד שגרם לכם לפתוח את העסק שלכם (דוגמה: בעל העסק היה בעצמו פעם לקוח)
- ניסיון גדול - או שהייתם ראשונים בתחומכם
- אתם מסוגלים לתת הבטחה עם תוצאות מוכחות (דוגמה: תוך חודש עד חודשיים רצים 5 ק"מ)
- שאלו את הלקוחות שלכם: למה הם בחרו בכם? למה הם ממשיכים לבוא אליכם?

### דוגמאות:

מאמנת ספורט וריצה לבני 40+, מתמחה ביציבה נכונה, מתמחה באימון ריצה לבני 50 שרוצים להתחיל לרוץ, שפית טבעונית, ומורה מוסמכת למדיטציה - זוהי דוגמה לא טובה, אין התמחות ספציפית, אין מיקוד, יש פיזור גדול מידי.

### דוגמאות טובות:

מרפא סיני ספורטאי בן 35, מתמחה בריפוי כאבים אורתופדיים לספורטאים מאזור השרון.  
נטורופתית, נשואה ואמא לשלושה ילדים, שריפאה את עצמה ממחלה כרונית על ידי תזונה בריאה, מתמחה בהדרכה תזונתית לנשים ולמשפחות בתזונה בריאה.

**כתבו את הבידול הייחודי שלכם במשפט אחד או שניים (ניתן לשלב כמה מהסעיפים הנ"ל)**

---

---

---

---

---

## שלב שלישי: שם וסלוגן לעסק

שם העסק צריך להיות: פשוט, נשמע טוב, קשור לעיסוק שלכם, יכול להתחבר לקהל היעד שלכם, מתחבר לתועלות העיקריות שהלקוחות מקבלים, קצר וקולע, ומזוהה עם ההתמחות שלך. אתם יכולים לחשוב על אסוציאציות שקשורות לעיסוק שלכם, ומתוכן למצוא שם שגם ישמע טוב וגם ישקף בדיוק את העיסוק, קהל היעד והייחוד שלכם.

### דוגמאות:

שם העסק: ישראל ישראלי

סלוגן: נטורופת

זו דוגמה לא טובה, כי השם והסלוגן לא משקפים את קהל היעד, את המומחיות, ולא ברור לקהל היעד מה יצא לו מזה

שם העסק: מיכל מיכאלי

סלוגן: מאמנת רפואית לחולים במחלות קשות ולמשפחותיהם

שם העסק: המטבח של גלי

סלוגן: סדנאות ביתיות לבישול ואפיה בריאים

### כתבו את שם העסק שלכם:

---

---

---

---

אני מחכה לתגובות שלכם מתחת לסרטון 😊 שתפו אותי במה שכתבתם, בהתלבטויות ובשאלות שעולות לכם בעת מילוי השאלון, ואני אשמח לענות לכם!!