



זה מה שאנחנו הולכות ללמוד ביחד ←

צעד ראשון: להתניע מהלך אסטרטגי

1 מה זו בכלל אסטרטגיה?

כלי עבודה שיכול לשנות לך את כל ההתנהלות מול לקוח.

1

2 מתי הזמן הנכון להתחיל לחשוב אסטרטגית?

2

3 5 תועלות ברורות מתהליך אסטרטגי

מה זה נותן לך בפועל, ולמה את חייבת להכניס את זה לשגרה שלך.

3

4 איך בונים ביטחון מקצועי?

על מה לקחת אחריות מול לקוח – ומה כבר לא שלך.

4

5 אסטרטגיה או אילתור?

מתי שיטת ה"נזרום ונראה" עובדת – ולמה רוב הזמן היא גונבת לך שקט נפשי.

5

6 להישאר ממוקדות מטרה

כלים פשוטים שיעזרו לך לא ללכת לאיבוד בתוך בריף עמום או לקוח מבולבל.

6

7 שלושת השלבים לפיצוח אסטרטגי

7

8 דוגמא חיה ממהלך בעקבות סקר דעת קהל

8

9 פיצוח אסטרטגי מאחורי סרטוני תדמית וקמפיינים

ניתוח של עבודות אמיתיות – מה עמד מאחורי המסך.

9

10 מה קורה כשמדלגים על שלב האסטרטגיה?

10

11 אומנות התשאול וכלי מחקר

איך לשאול את השאלות הנכונות כדי להבין את העסק באמת – גם כשהלקוח לא יודע להסביר.

11

12 מאגר שאלות שיעזור לך לדייק את הבסיס האסטרטגי

אפשר להעתיק, להתאים, ולהתחיל לעבוד איתו כבר מהפרויקט הבא.

12

13 איך עובדים מול יועץ עסקי?

כשיש עוד גורם בתמונה – איך לשמור על מקום ברור בלי להיבלע ובלי להיות ביצועיסטית.

13

שיעור 2

שיעור 2: יסודות הכתיבה השיווקית – מאחורי המילים שמזיזות דברים

1 מה המקום של קופי בעיצוב ובווידיאו?
האם טקסט הוא רק מילוי חלל ריק, או שהוא קובע אם מישו יישאר לראות, להקליק, לקנות או פשוט להתעלם?

2 איך מייצרים קופי מתוך בריף?
מושגים באוויר לא מייצרים טקסט טוב. כאן לומדים לתרגם כוונה לרעיון, ורעיון למילים.

3 פורמולות שעובדות
מתי כדאי להשתמש בתבניות קלאסיות, מה היתרונות שלהן – ואיך לשלב את הסגנון שלך בלי לאבד דיוק.

4 כללי אצבע לכתיבה שיווקית אפקטיבית
הקווים המנחים שיחסכו לך שעות של ניסוחים, מחיקות והתברברויות.

5 הטעויות הנפוצות בכתיבה שיווקית – ואיך להימנע מהן
לא טעויות דקדוק, אלא טעויות שמפספסות את המטרה.

6 כתיבת תסריט שיווקי – שלבים קריטיים
מה חשוב לדעת לפני שמתחילים לכתוב.

7 שיטת mark-up לניתוח ושיפור טקסטים
שיטה שפותחה במיוחד ליוצרות – מאפשרת לזהות במהירות אם הטקסט שלך עובד, ומה צריך לשפר. בלי ניחושים, עם ציון ברור.

בניית משפך שיווקי ומסע לקוח

- 1 **מה ההבדל בין שיווק לפרסום – ואיפה זה פוגש אותנו?**
הבנה ברורה של שני התחומים תאפשר לך לעבוד חכם, לבחור נכון את המילים, הפלטפורמות והמהלכים – ולהיות ממוקדת מטרה.
- 2 **מסע הלקוח – לאן הוא הולך ואיך את לוקחת אותו לשם?**
היכרות עם מודל KLTB: Know-Like-Trust-Buy
איך יוצרים תהליך שלא מרגיש כמו שיווק, אלא כמו סיפור שמסקרן ומניע לפעולה.
- 3 **משפכים שיווקיים ודוגמאות מהשטח**
סקירה של עזרי שיווק, מבצעים, מגנטים, ניוזלטרים ועוד – ואיך לתכנן משפכים פרקטיים שמותאמים ללקוחות שלך.
- 4 **טקטיקות חשיפה שלא עולות שקל**
תקבלי רעיונות וטקטיקות יצירתיות שעובדות גם בלי לשלם על פרסום.
- 5 **מערכת היחסים שבין העסק ללקוח משפיעה על המהלך השיווקי**
- 6 **איך מתאימים לכל עסק את סגנון השיווק הדיגיטלי הנכון לו? מודל הכפפה**

מה עכשיו?

אחרי שאת כבר יודעת לפצח אסטרטגיה, לכתוב קופי מדויק ולהבין איך בנוי משפך – הגיע הזמן להחיל את זה גם בעסק שלך.
פיתוח עסקי מתחיל אצלך – וממשיך הלאה ללקוחות שלך.

שיעור 4

איך לזהות את הלקוח המדויק – ולפגוש אותו בדיוק איפה שכואב לו

3 פרמטרים לזיהוי הלקוח האידיאלי

1

האם את רופאה מומחית – או רופאה כללית?

2

למה הוא לא נרדם בלילה?

נלמד איך עושים חקר לקוח עמוק: איך בונים פרסונה שמייצגת את הלקוח, איך שואלים את השאלות הנכונות, ואיך מתרגמים את התשובות למסר שיווקי.

3

המסע של הלקוח מנקודה א' לנקודה ב' – ומה התפקיד שלך בדרך

4

איך יוצרים הצעת מכירה שאי אפשר להתעלם ממנה? נלמד לבנות הצעה שמבוססת על מה שבאמת חשוב ללקוח.

5

מה את מרוויחה מזה?

דיוק במסר, חיסכון באנרגיה, שיווק שפוגש את מי שצריך אותך – ומונע ממך לעבוד קשה מול לקוחות לא מתאימים.

שיעור 5

איך בונים הצעה מדויקת שמוכרת – בלי לבלבל את הלקוח ובלי להפסיד כסף

בשלב הזה, כבר יש לך אסטרטגיה, קופי, הבנה במסע לקוח – עכשיו הגיע הזמן לתכלס: איך אורזים את כל זה להצעה אחת ברורה, מושכת ומחושבת כמו שצריך.

מה חייב להיות בתוך כל הצעה?

האלמנטים שחייבים להופיע כדי לייצר אמון, עניין ורצון לקנות איך בונים הצעה ברורה ולא מפוזרת – כדי שהלקוח ידע מה לעשות עכשיו

1

בנוסים – מתי הם מוסיפים ערך אמיתי, ואיך מנסחים אותם נכון

2

עקרון ה"חמוצים" ואיך הוא יכול לעזור לך להוציא לקוחות מרוצים יותר

3

למה "יותר אפשרויות" זה לפעמים פחות מכירות

4

תמחור – לא נושא טכני, אלא כלי עסקי

איך בודקים כמה באמת שווה המוצר שלך
מה את באמת מוכרת – ולמה זו השאלה הכי חשובה לפני שאת מצמידה תג מחיר
נוסחה פשוטה לתמחור נכון של שירותים ומוצרים.

5

מבחן ה-BFM – Buying from Myself

תרגיל קצר לבדיקת שביעות רצון שלך מההצעה והתמחור
איך יודעים אם את בעצמך היית קונה את זה – ומה זה אומר על המכירה בפועל

6

המטרה:

לא לבנות עוד הצעה נחמדה –
אלא הצעה מדויקת שמוכרת לאנשים הנכונים ומשאירה אותך עם רווח ביד

להתנהל כמו מותג – גבולות, נהלים והצעות מחיר שסוגרות עסקאות

עסק מצליח לא עובד לפי מצב רוח – אלא לפי מערכת. השיעור הזה ילמד אותך איך להפסיק לאלתר ולהתחיל לנהל את העסק שלך כמו מותג רציני, מקצועי ויציב.

1 גבולות ונהלים – עמוד השדרה של העסק

מה זה "ספר הזהב" של העסק שלך – ולמה כדאי שתתחילי לנסח אותו איך נהלים ברורים חוסכים אנרגיה, מונעים חיכוכים, ומייצרים שקט דוגמאות פשוטות ומעשיות שיכולות לשנות לך את היומיום

2 מיינדסט – מערכת ההפעלה שמאחורי כל החלטה עסקית

מה זה state of mind עסקי ואיך הוא משפיע על כל שלב בעסק איך לבנות תשתית מנטלית שמקדמת אותך – ולא תוקעת אותך.

3 הצעת מחיר: הכלי העסקי שאסור לזלזל בו

למה הצעת מחיר זה לא קובץ טכני אלא חלק קריטי בתהליך המכירה הצעת מחיר או דף מכירה? מה ההבדל ומתי משתמשים במה עקרונות לכתיבה ברורה, משכנעת ומכבדת – בלי "לרדוף" אחרי הלקוח איך משלבים בין הצעת מחיר להסכם עבודה בצורה חכמה

4 איך להציג את ההצעה – ומה קורה אחרי שהיא נשלחה?

מהו האורך האידיאלי של הצעה איך להגיש את ההצעה בצורה שמייצרת רצינות ולא הרתעה פולו-אפ: מתי, כמה ולמה זה קריטי? דוגמאות חיות לניתוח הצעות מחיר – כדי להבין מה עובד ומה לא איך מבקשים פידבק והמלצות בצורה טבעית – ומתי הכי נכון לעשות את זה

המטרה:

שתדעי לנהל את העסק שלך עם נהלים ברורים, תקשורת מקצועית והצעות מחיר שמזיזות את הלקוח לפעולה.

שיעור 7

שיתופי פעולה ורשת קשרים – בלי תקציב פרסום

את לא חייבת תקציב פרסום ענק כדי שיזרמו אלייך לקוחות.
בשיעור הזה נלמד איך לבנות רשת של קשרים מקצועיים ושיתופי פעולה שיעבדו בשבילך
– גם כשאת לא מפרסמת.

6 עקרונות לבניית שיתופי פעולה רווחיים:

עיקרון 1 – לדעת עם מי לדבר

לא כל קשר הוא שיתוף פעולה שווה. איך לזהות "כרישים", "סרדינים" ומה בכלל מתאים
לעסק שלך? איפה הם מסתובבים ואיך תגיע אליהם?

עיקרון 2 – נפח ופוקוס

כמה קשרים צריך עד שרואים תוצאה?
מה הנוסחה הבדוקה לשיתופי פעולה שבאמת מזיזים את המחוג?

עיקרון 3 – לבלוט בעיניים של האנשים הנכונים

איך יוצרים עניין גם אצל משתפי פעולה עסוקים ומבוקשים?
מה גורם להם לשים לב דווקא אלייך?

עיקרון 4 – גישה מדויקת בפנייה

פרק מיוחד על ניסוח פנייה ראשונית: מה לכתוב, איך לפנות, ואיך להימנע מהפניות שגורמות
לאנשים "לברוח". מה לא לעשות – כדי שלא תסוגני מיד.

עיקרון 5 – איך ממשיכים הלאה?

נפגשת, דיברתן, סיכמתן – אז למה זה נתקע?
איך לזהות את החסמים ולפתור אותם בצורה עניינית.

עיקרון 6 – תחזוקה ושימור קשרים

איך לשמר שותפויות לאורך זמן – גם חודשים אחרי שפגשתן.
מה יגרום למשתפות פעולה להמשיך להזרים אלייך לקוחות באופן קבוע.

פלוס: שו"ת מהשטח

מענה לשאלות בוערות שעולות מהשטח לגבי שיתופי פעולה וקשרים עסקיים.

המטרה:

שתדעי איך לבנות רשת שיווק יציבה ופעילה – בלי להוציא שקל על פרסום, אלא מתוך
יחסים חכמים ומניבים.

שיעור 8

שיחת מכירה – בלי לרדוף, בלי לדחוף, ועם תוצאות

שיחת מכירה זו הזירה שבה מתכנסים כל המאמצים השיווקיים שלך – וברגע הזה, חשוב לדעת איך לפעול נכון.

איפה "זירת המכירה" שלך?

מהו המקום הנכון (והטיימינג הנכון) למכור את המוצר.

2

ניהול נכון של שיחת מכירה

איך לנהל שיחה שמביאה תוצאה – בלי לחץ, בלי עייפות, ובלי לשכנע בכוח. הגישה: לא לרדוף אחרי הלקוח, אלא לנהל את השיחה בגובה העיניים – עם הובלה וביטחון.

2

הכבוד העצמי שלך קודם

חלק מהשיחה זו את – ואיך את מרגישה בתוכה. נלמד כלים שיעזרו לך להרגיש בטוחה, להניע לפעולה בלי להתכווץ, ולהציב גבולות גם בתהליך המכירה.

3

כלים פרקטיים שתקבלי:

- הסרגל הפסיכולוגי – כלי פשוט להבנת מצבו המנטלי של הלקוח ואיפה את פוגשת אותו.
- תסריט שיחה מובנה – שלבים מדויקים ליצירת שיחה שמתקדמת בצורה טבעית לסגירה.
- המשולש של כל מכירה – מוכרת, מוצר, לקוח – ואיך לוודא שהשלישייה הזו עובדת לטובתך.

4

התנגדויות – איך מגיבים נכון?

- נלמד לזהות בין סוגים שונים של התנגדויות – אמיתיות, דחיינות, הסטת אחריות. תקבלי נוסחאות תגובה ברורות, כולל:
- "יקר לי" – 8 דרכים שונות להגיב מבלי לזלזל בתחושת הלקוח.
 - "אני צריכה לשאול את בעלי" – תגובה שמכבדת, אבל מחזירה את השליטה אלייך.

5

איך לסגור עסקה? איך בונים ביטחון שמוביל לסגירה?

- כללים לפולואפ חכם – בלי להציק, אבל גם לא להיעלם.
- איך לבדוק את יחס ההמרה שלך ולנתח שיחות שלא נסגרו?
- מתי כדאי להקליט ולתעד שיחות מכירה – ואיך להפיק מהן תובנות לשיפור?

6

המטרה:

שתהיי מסוגלת לנהל שיחות מכירה בצורה מכבדת, מובילה, אפקטיבית – ולסגור עסקאות בלי להרגיש שאת רודפת אחרי הלקוח.

בניית רשימת תפוצה שמביאה לקוחות – שלב אחרי שלב

במקום לרדוף אחרי לקוחות – תני להם להירשם לרשימה שלך ולחכות למייל הבא ממך.
רשימת תפוצה היא לא רק כלי דיוור.
זו מערכת יחסים שיווקית, וכשמנהלים אותה נכון – היא הופכת לנכס קבוע בעסק.

5 שלבים לבניית רשימת תפוצה:

מאיפה מתחילים ואיך בונים אותה נכון – בלי לקנות מיילים ובלי קיצורי דרך.

1

איך מייצרים ליד מגנט – מוצר חינוכי שמושך לקוחות:

- מה חשוב לדעת לפני שבוחרים מתנה?
- איך לא לבזבז זמן על מגנט שלא באמת מביא תוצאות?
- דוגמאות לדפי נחיתה שעובדים.

2

איך מביאים תנועה לרשימה?

- שיטות אורגניות
- וגם כלים למי שעובדת עם פרסום ממומן.

3

בניית קשר עם הרשימה שלך

- 10 עקרונות לקשר טוב עם הרשימה שלך
- איך בונים אמון, סקרנות ועניין אצל מי שפותחת את המייל שלך?
- הגורמים שישפיעו אם יפתחו את המייל שלך או ידלגו עליו.
- מה עושים כשיש הסרות? (ולמה זה דווקא לא תמיד רע)

4

כתיבת מיילים שמוכרים בלי לדחוף

- 9 דברים שצריך לעשות לפני שכותבים את המייל – כדי שהכתיבה תשפיע.
- האלמנטים שמבדילים בין מייל רגיל לבין מייל שיווקי מוצלח.
- תבניות מוכחות לכתיבה שיווקית במיילים. דוגמאות מלאות למיילים – לפי תבניות שונות, כדי שתוכלי פשוט להתאים ולשלוח.

5

נגמרים לך הרעיונות?

- איך לפתח אינספור רעיונות לנושאים שיעניינו את הרשימה שלך.
- מודלים שונים לרשימות – בהתאמה לאופי ולמטרות של העסק שלך.
- הנראות החיצונית של המייל – ומה גורם ללקוחות "לקרוא אותך".

6

החלק הטכני – שלב אחרי שלב

- איך פותחים רשימה ודף נחיתה.
- איך בונים סדרת מיילים אוטומטית.
- איך מנהלים את הנתונים – פתיחות, הקלקות, הסרות.
- תוכנות מומלצות + דוגמאות וטיפים לניהול נכון.

7

המטרה:

שתדעי לבנות רשימת תפוצה לבד, לתחזק אותה בקלות, ולייצר דרכה קשר אמיתי שמביא לקוחות.



זזזה זה! מתאים לי להצטרף!



079-60-777-06
buzz@beeing.co.il