

מיהו האדם שמולך?

חוברת עבודה

מי הוא האדם שמולך, מה תיתן לו ההצעה שלך

1. מיהו האדם שמולך

מי בדיוק האדם שמולך הלקוח האידיאלי = לקוח אוואטר = בא לענות על מי זה האדם שמולך שממנו הייתי רוצה להשיג...?

הגדרת האדם שמולך (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 האדם שמולך
 • הסיבות שלו לקבל את הצעתך או לסרב לה.

סיבות לא לקבל את הצעתך	סיבות לקבל את הצעתך

• מה הרצונות של האדם שמולך? למה הוא/היא שואפ/ת?
 הסבר:
 רצון – הוא שטחי ויומיומי.
 שאיפה – היא חזקה וארוכת טווח

רצונות	שאיפות

• מה הם הפחדים של האדם שמולך? 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 האדם שמולך

הסבר:

זה השלב שאנחנו מנסים להבין את סדר היום של האדם שמולך, איפה הם מסתובבים פיזית? איפה הם מבליים 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 האדם שמולך, 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 נימצאים רוב הזמן אנשים דומים לאדם שמולך וכו...

אז מהם הביטויים והמילים החזקות של האדם שמולך?

עוצמה	ביטויים חיוביים
עוצמה	ביטויים שליליים

2. המוצר/ההצעה

הגדרת המוצר/ההצעה

מהו המוצר/הצעה המבוא כדי שיוכלו להכיר אותך? _____

מהו מוצר/הצעה הבסיס שלך? _____

מהו מוצר/ הצעה הפרימיום שלך? _____

האם המוצרים/הצעות שאתה מציע מעבירים את האדם שמולך תהליך היכרות איתך? _____

מה עוד יכול להשלים את ההצעה שלך/מוצר שלך? _____

איזה עוד דברים משיקים תוכל להציע ושאין מספק היום? _____

יש לך לפתח/להוסיף מוצרים/פרטים נוספים? איזה? _____

האם המוצר/ההצעה שלך ממוצבת/ת כ: יקר / ממוצע/ זול – גבוה/בינונית/נמוכה
מה היקף עסקה/עלות הממוצעת שלך: _____
מה השוק שבו אתה פועל? _____

תאר את המוצר/ההצעה בשפה חופשית

הסבר:

בתהליך השפעה ושכנוע אנשים לא משתכנעים בגלל התכונות של מה שאתה מציע, הם משתכנעים דווקא ממך כי הם הבינו מה התועלת שהם יפיקו מההצעה שלך.

כל אחד שואל את עצמו שאלה פשוטה לפני ההחלטה שלו,

מה יוצא לי מזה שאסכים דווקא לך?

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.

רשום את המאפיינים ומה התועלות מכל מאפיין של ההצעה, מוצר או השירות שלך ללקוח?

תועלות לאדם שמולך (מה יוצא לו מיזה?)	תכונות

בידול

מה הבידול שלך?

מה אתה יכול לתת להם שהם לא יוכלו לקבל בשום מקום אחר?
 בידול הוא בעצם התשובה לשאלה: למה להם להעדיף דווקא אותך?
 מה יש אצלך שאין אצל המתחרים?
מושג הלקוח מעולם השיווק והמכירות: USP = למה לקנות דווקא ממני?
