



השפעה שיווקית

עיתון השיווק לעסקים

האם יש נוסחה לשיווק: מסתבר שכן!

חמשת הדיברות למנהל 2011

האם כדאי לי להחזיק מנהל
שיווק?



שיווק
לפי הצלחה

שיווק לפי הצלחה, הטרנד החם

האם ניתן לקיים מודל עסקי
אפקטיבי במודל המבטיח תשלום רק
שמצליחים להביא לך לקוח?

**איך להגדיל את תפוקת איש
המכירות שלי?**

האם ניתן לשפר את תפוקת איש
המכירות או שהכי פשוט זה להחליף
אותו במישהו "שיודע"?

**האם שווה לי להשקיע בקידום
באינטרנט, סיבות בעד ונגד.**



מנהל יקר מגיע לך הרצאה בחינם! לא תיקח?

בעל עסק. מנהל בחברה?
האם אתה רוצה יותר. מחפש גדילה?
זה הזמן ליצור אתנו קשר.

אנו יודעים שנוכל לעזור לך ולכן מציעים לך הרצאה
ראשונה חינם! ללא התחייבות או תשלום.

אשמח לראותכם.
בברכה. יוסי כהן / דוקטורנט לפסיכולוגיה שיווקית.

להזמנות: 0777199977

חדש: יחסי ציבור לעסקים קטנים
ובינונים ב 100 ₪ לחודש בלבד!



חנות עם נאחס.
האם יכול להיות שיש לחנות שלי
נאחס?
הסיבות והחששות.

חדשנות או למות
מה הכוונה במילה הגדולה הזו?

אם אתה עסק קטן,
יש לנו משאבת "פלאים"
לעשות אותך גדול!

להתחלת גדילה צלצל 11 00 35 800 1

אם אתה עסק קטן,
יש לנו משאבת "פלאים"
לעשות אותך גדול!

ודרך אגב הכל מותאם עבורך.
✓ המחיר ✓ הזמן ✓ הידע ✓ הביצוע



לדאגה:
אתר כולל כתיבת תכנים
כולל שיווק באינטרנט
כולל תחזוקה חדשית
ב-360 לחודש
בלבד!



437 לקוחות לא טועים

פתח לרשת

במשך שנים רבות ניסו טובים וחכמים להגדיר נוסחאות פלא בתחום השיווק. רוב הנוסחאות לא עבדו והוכיחו עצמם כלא יעילות במבחן התוצאה מול עסקים שונים ולאורך זמן.

במשך השנים ניסיתי גם אני לכמת את המקום של השיווק לנוסחה אשר תסבר את אונייה של לקוחותיי, על מנת לעשות כן עקבתי במשך שנים ארוכות אחר מאות עסקים בארץ ובעולם אשר עמדו בקריטריונים הבאים: הצליחו להרוויח יותר מהוצאות התפעול של העסק, הצליחו לגדול גם בתקופות קשות (יותר מהגדילה הטבעית של ענף הפעילות שלהם), הוצאות השיווק שלהם היו פרופורציונליות להיקף מחזורם (לא יותר מ 12-15 אחוז).

להלן ממצאי מחקרי, בצורה עניינית ומובנת:

מצאתי מספר משתנים אשר חזרו בצורה מובהקת בין העסקים הנ"ל, לכל העסקים הייתה אמירה מובהקת ייחודית בענף הפעילות שלהם, הם ייצגו רעיון, ייחודי אשר הן ברמת התפיסה והן ברמת העשייה אצל לקוחות היעד היה לו ביטוי משמעותי, הם דבקו ברעיון שלהם כל הזמן ללא סטיות.

כמו כן, העסקים המדוברים עסקו בשיווק, כלומר הם פעלו כל הזמן גם שהמצב היה תקין מבחינת עבודה ולא רק בשעת צורך או דוחק.

ובנוסף, העסקים המשיכו בפעילות המתוארת לאורך זמן, לפעמים הרבה זמן. כלומר אם ננסה לכמת את הדברים לכדי נוסחה, נשתמש בהגדרות הבאות:

שיווק מוצלח = SM (successful marketing)

פעילות בשיווק = GO

אמירה מובהקת = CUM (clear unique message)

זמן = T (time)

לכן הנוסחה שלנו תראה כך: SM=CUM+GO+T
 מסכימים? נשמח לתגובתכם: email@jconline.co.il

קופות חכמות לעסקים
www.sym.co.il

**צור קשר לפנישה ללא
 התחייבות עכשיו**
077-7677566



רעיון חדשני: יחסי ציבור לעסקים קטנים ובינוניים, ב 100 ₪ לחודש!

BIZBUZZ הינו מאגר חדשתי ייחודי עבור מידע של עסקים קטנים ובינוניים.

המידע על כל אחד מבתי העסק מקיף ומכסה את כל האספקטים היסודיים לתאר אותו, החל ממידע כללי, עסקי, ארגוני, פוליטי ועד הסיפור האישי העומד מאחוריו.

BIZBUZZ משמש כסוכנות ידיעות, המספקת תוכן ומפיצה אותו לעיתונאים, עורכים ומפיקים מתחומים שונים מעולם העיתונות הכתובה והמשודרת. תוכלו למצוא באתר מגוון נרחב של כתבות תוכן וידיעות על בתי עסק מגוון תחומים. השיחת מיועד לעסקים המעוניינים לייצר חשיפה תקשורתית נרחבת ובכך לקדם את העסק שלהם בכל הרמות.

על ידי הכנסת תכנים בפורמט ייחודי למאגר **BIZBUZZ**, יוכל העסק להיחשף בפני מאות עורכים, עיתונאים וכתבים בעיתונות הארצית בכלל והמקומית בפרט, וגם בפני מפיקי תכניות טלוויזיה ורדיו, המחפשים חומרים לדיווח עיתונאי.

לאתר: www.bizbuzz.co.il



חנות עם נאחס. האם יכול להיות שיש לחנות שלי נאחס? הסיבות והחששות

במסגרת עבודתי כיועץ שיווקי נתקלתי בתופעה של פינות שנחשבות ל"מקוללות" באזורים שונים בארץ כלומר, פינות שבהן נפתחו ונסגרו עסקים רבים בתוך פרק זמן קצר. במקרים רבים, מדובר על השכונה עצמה, על תושבי השכונה שלא נתנו לעסק הצליח, במקרים אחרים לא מצאתי הסבר רצונאי לי לדבר. ובכל זאת, יזמים רבים ממשיכים לנסות את מזלם במקומות אלה על אף השם הרע של המקום וההיסטוריה שלו. בואו ננסה להבין מהו 'מקום מקולל' וכיצד הוא נוצר? מה מניע אנשים לפנות למקום שכזה ולפתוח שם עסק למרות הכל? וכיצד ניתן להתגבר על המכשול

הרצאה מרתקת בתחום השיווק הפסיכולוגי



**רוצה יותר מעסקך?
 מגיע לך הרצאה בחינם!**

3. לרוב, קשה לם כבני אנוש לקחת אחריות על כישלון.
 כאשר ליוויית, סניף פלאפל אשר היה ממוקם בתוך שכונה קטנה, נדהמתי לדעת כי אדון נוסף מעוניין לפתוח חנות לממכר פלאפל, בשחה עם האדון אשר היה מעוניין לפתוח את החנות הסברתי לו כי יש לשקול האם קהל מצומצם יספיק לפרנסה של 2 חנויות זהות. לאחר חצי שנה של פעילות נאלץ האדון לסגור את החנות שפתח, דיברנו, הוא הסביר לי כי מהרגע הראשון הרגיש כי יש לחנות הזאת 'נאחס', מהו הנאחס שאלתי, לא ידע, השיב, נאחס.

4. האם תגובה כזו, הנ"ל, יכולה להצית אש בשדה קוצים?
 בשנות התשעים נעשתה כתבה בתכנית 60 דקות בארה"ב, תוכנית ידועה ומכובדת, שהודיע כי במכונית מסוג האודי, ישנה האצה בלתי רצונית, הדבר מסוכן הרתיעו, מכירות האודי צנחו בעשחת אחוזים, לא הוגשה תלונה אחת במסוכי האודי השונים על תאוצה בלתי נשלטת.

5. חשיבה ביקורתית - אנשים מסוימים יודעים לעסוק בחשיבה ביקורתית, חשיבה מסוג כזה אשר בוחנת את העובדות לעומק, יזדעת "לקרוא" בין השורות לנטרל מניפולציות שונות ופתוחה לאמירות ועובדות חדשות. אנשים מהסוג הנ"ל יהיו מוכנים להגיד כי הם לא מקבלים את פשר התופעה של חנות מקוללת ומוכנים "להסתכן" בנושא.

אתן דוגמה: סלם מכירים את תופעת "היד החמה" בכדורסל, אם שחקן הוא "חם" יש לתת לו את הכדור מאחר והוא קולע בצורות, החושב בצורה ביקורתית ישאל את עצמו לבטח, האם הדבר אמתי ושריר או האם בכלל יש דבר כזה?

6. כמובן, בהמשך להנ"ל, באם יצליח העסק, יאמרו סלם: ... טוב הוא חכם ומוצלח... הוא מקצוען אמתי... ועוד דברים טובים אחרים אשר "יינטעו" בתודעת הצרכנים הפוטנציאליים.

7. הרבה פעמים, אפילו המשכיר מבין כי המקום איננו מבוקש מאוד ולכן יתן מחיר נמוך או הטבה כספית אחרת אשר תמשוך יזמים שונים לנסות את מזלם.

במפתח לרשת יודעים לתת לך יותר בפחות עבור הפעילות האינטרנטית שלך:

לדוגמה:
אתר כולל כתיבת תכנים
כולל שיווק באינטרנט
כולל תחזוקה חדשית
ב-360 לחודש
בלבד!

ניקה את האתר שלך, נשדרג אותו ונגייס לך לקוחות נוספים, התקשר עכשיו!
1-800-35-00-11

צריך שאנשי החכירות יעשו יותר?



בעל עסק. מנהל יקר.

בתהליך קצר תוכל לראות שיפור מייד במערך המכירה שלך.
 פנה אלינו ותראה שגם אתה תשתכנע.

בברכה. יוסי כהן / דוקטורנט פתוח עסקי ושיווק

צלצל: 077-7199977

הנה תקציר של הגיגי ליבי בנושא:
 מספר פעמים נתקלתי בתופעה המדוברת "..." המקום הזה פשוט מקולל..." אמרה לי לקוחה בהצביעה על עסק דומה לשלה (תחום המזון), "...הבחור עושה שם הכל אולם אין פרנסה..."

בואו וננסה לברור מספר גורמים אשר עלולים לגרום לתופעה:

1. המוח הנו המנגנון האנושי לקליטת מידע ועיבודו, על מנת לעשות כן בצורה יעילה ובוררה ומבלי להעמיס על "המערכת" יתר על המידה, יוצר המוח תבניות ברורות של מידע, התבניות המדוברות מכילות מידע "בחר" למוח, תבנית כזו גורמת לנו "לדעת" דברים בצורה מסוימת, לכן יכול להיות שאיפה שהוא בדרך נוצרה שמועה לפיה המקום אינו מצליח, המוח מאחר ואינו יכול לברר את העובדות, יוצר תבנית לפיה הוא "יודע" כי המקום אינו מוצלח. תבניות כאלו, קשה מאוד "לשבור" (בעצם, יצירת סטריאוטיפ הינה דרך בלתי מנמעת לארגון מידע חברתי.)

2. אמונות תפלות - האמריקאים יודעים לנקוב בשם - אגדות אורבניות - לפעמים ממקום של סטראוטיפ, אנו כמקבלי החלטות, נפעל דרך אמונה שאין לה יסוד, שאינה מסתמכת על עובדות מוכחות אלא על קביעה סובייקטיבית - מקבל החלטות כלשהו, יאמר לעצמו, מה אני צריך לקחת סיסון נוסף, אם כולם "יודעים" כי המקום הזה "מקולל" , אני עם זה לא מתעסק...

- ברמה השיווקית של הנושא, מספר גורמים יכולים לתרום לאי הצלחת מקום מסוים:
1. חוסר 'בתנועה טבעית', בתחום הקמעונאות, תנועה טבעית חשובה מאוד, לכן הקניונים מאוד מוצלחים, לרוב, עבור עסקים מסוג זה.
 2. תאורה יודת, תאורה נכונה יכולה להשפיע על משיכת הלקוחות למקום.
 3. תחזוקה גחועה של המבנה, מבנה אשר נראה, מריח לא "כשיר" לעסקים בגין תחזוקה נמוכה, ידחה לקוחות.
 4. חוסר זהות שיווקית, הגדרות של מודל עסקי לוקות, מחירים לא סבירים, תקשורת שיווקית חסרה או לא נכונה יהיה מעניין לעשות ניסוי המכיל תצפיתניות, ראינות אישים ועוד על מנת לברר את המשאל אל מול נקודות אשר "ידעות" כמקוללת.

חמשת הדיברות למנהל לשנת 2011:

להלן חמשת השאלות הקריטיות אותם חייב כל מנהל לשאול את עצמו עבור שנת 2011.
 לכתבה המלאה והמפורטת: www.jconline.co.il
העברת ערך ללקוח:
 צ השעה הוא של העברת ערך ללקוח.
 מה זה בכלל אומר? ובכן אנו חייבים לקצץ איפה שניתן ולהעביר את החיסכון אל הלקוחות שלנו.
 חברה יכולה לשפר את יתרונה התחרותי או באמצעות הורדת עלויות של כל אחד ממרכיבי שרשרת הערך או באמצעות עיצוב מחדש של שרשרת הערך.

לעסוק בחדשנות:

חדשנות היא מילה נרדפת לפרוקטר & גמבל. אנו שומרים על ראש



לדבר עם הלקוחות ולשמעו:

מחקר של חברת ביין שכלל מדגם של 362 חברות מצביע ש 80% מאמינות שהן מספקות שרות מעולה ללקוחות שלהן. כאשר נשאלו הלקוחות התברר שרק 8% סברו שהם מקבלים שרות מעולה מהספקים שלהם.
 רוב בעלי החברות מאמינים שהם מכירים את הלקוחות שלהם לעומק, אין בכך אמת.
 על ידי שיטות מחקר מתקדמות כגון, מחקר איסותני, ניתן להגיע "למקומות" אשר אינם חשופים באופן שטוף עבור מנהלי החברה.

פתוח למעלה מ-170 שנה ומחפשים בכל רחבי העולם את המוצר, האריזה או הפיתוח הטכנולוגי שיסייעו בשיפור חיי הצרכנים שלנו. לכן, על אף העובדה שאנו מעסיקים כ-9000 מדענים ומפתחים, 50% מכלל החידושים שלנו מגיעים מרחבי העולם.

הקופה היחידה אשר עושה לך שיווק

לציג: 0777677566



Git Get In Touch With Your Clients

לעבוד בצורה מערכתית:

בגדול, ישנם שני סוגי ארגונים:

1. ארגון אשר פועל שיווקית כאשר הוא מרגיש ירידה בהיקף המכירות או גם בהוויית הארגון
2. ארגון אשר מודע לחשיבות השיווק ופועל כל הזמן ובשיטתיות ליישום המערכת השיווקית שלו.

לקיים את אפקט ה WOW

האם אתה מקיים את אפקט ה WOW ?

בעולם של תחרות היפר (hyper competition), הסלמה של תופעת החינם והקופון, בעלי עסקים חייבים לתת ללקוח לקבל מעבר למוצר ואו השירות הנמכר.

סדנת משחק יישומית אשר נבדקה ברמת דוקטורט לתוצאות בטוחות עבור ארגוןך

מרגיש שעסקך שט ללא מטרה וסדר?



077-7199977

האם כדאי להחזיק מנהל שיווק?

לא בטוח בכלל!

לפי סקר עדכני בארה"ב אורח חיי מדף של מנהל שיווק הוא של 14 חודשים בלבד.

הסיבות נעוצות במספר גורמים:

1. ישנו פער בין ציפיות ההנהלה לפעילות מנהל השיווק.
2. תקופת "למידה" ארוכה על חשבון הארגון.
3. אגו - קושי לקבל מרות, היררכיה וביקורת.
4. ניסיון משועתק - רוב מנהלי השיווק, מכירים דרך אחת לעשות דברים מניסיון עבר שלהם בתחום.
5. עלויות- מנהל שיווק עם תואר שני יעלה לארגון כ 15,000 - 18,000 ש"ח כהוצאה חודשית קבועה.
6. ריבוי עסקים של מומחים בתחום השיווק באאוטסורסינג.



שיווק לפי הצלחה

1. בד"כ האשם בחוסר מכירות נמצא לא באיש המכירות אלא בארגון שאין לו מסרים ייחודיים, כלי מכירה מתאימים, חוסר רצון להשקיע בתהליכים המעשירים את איש המכירות.
2. כמו כן, ישנה תפיסה רווחת המאמינה כי איש מכירות נולד למקצוע או שלא- לא כך הדבר.

שיווק לפי הצלחה, הטרנד החם

האם ניתן לקיים מודל עסקי אפקטיבי במודל המבטיח תשלום רק שמצליחים להביא לך לקוח?

כן.

האינטרנט מתפתח בכיוון המאפשר לבעלי עסקים לקנות תוצאות בטוחות בלבד! במקום לעסוק בבניית קמפיין, חברות רבות ואיכותיות מציעות רכישת לידים או מכירות רק לפי הצלחה.

כלומר, על ידי קביעת מחיר קבוע מראש, כגון 90 ש"ח לליד, המתבסס על גובה המכירה של השירות או המוצר, עוצמת התחרות והיקף ההתחייבות (מספר הלידים הנרכשים), מבטיח בעל העסק רכישת לידים אשר מתאימים לפעילות עסקו.

איך להגדיל את תפוקת איש המכירות שלי?

האם ניתן לשפר את תפוקת איש המכירות או שהכי פשוט זה להחליף אותו במישהו "שידע"?

התשובה איננה חד משמעית בנושא זה!

אנו נמליץ להשקיע באיש המכירות ברוב המקרים.

האם שווה לי להשקיע בקידום

באינטרנט, סיבות בעד ונגד.

לא בטוח בכלל!

1. תהליך ארוך מאוד
2. גוגל ממשיך לשנות כל הזמן את כללי המשחק
3. תהליך יקר
4. עצמת התחרות גדולה מאוד

פתרונות פרסום אינטרנטיים:
צלצל: 1 800 35 00 11

מעוניין בסדנת שיווק עם אפקטיביות של 98%?
צלצל 077-7199977

מעוניין לפרסם כאן?
צלצל 077-7199977

הרצאה מרתקת בתחום השיווק הפסיכולוגי



רוצה יותר מעסקך? מגיע לך הרצאה בחינם!

הרצאה בבית הלקוח בחינם / 50 דקות / יש צורך במקרן / צלצל עכשיו: 0777199977