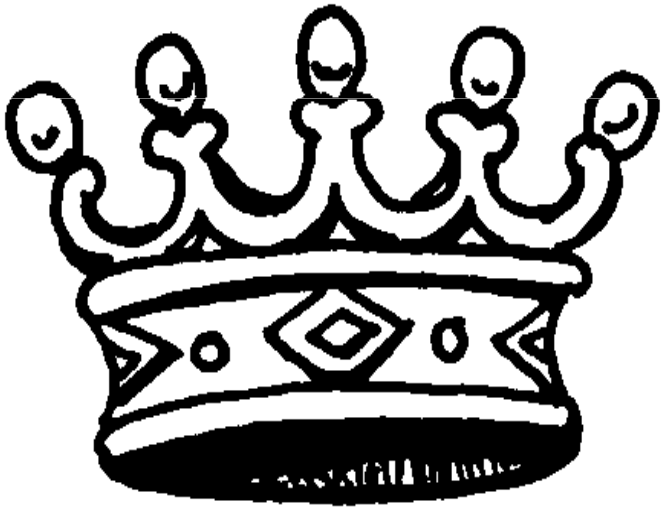


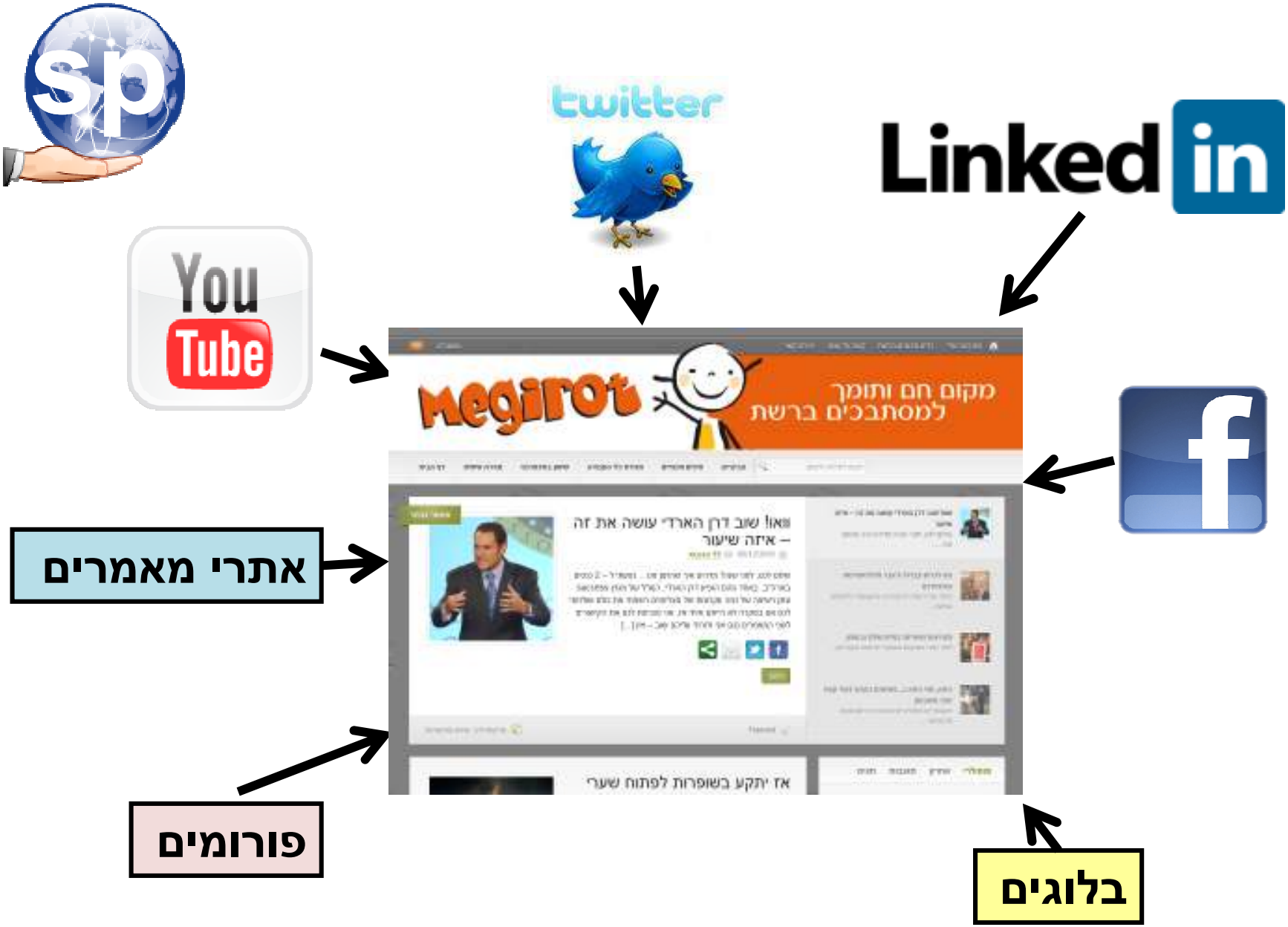
"פיזור" התוכן ברשת.

אחרי שהכנו את בסיס ההמראה והנחיתה

פיזור "פירורים טעימים"



תוכן בעל ערך ותועלת

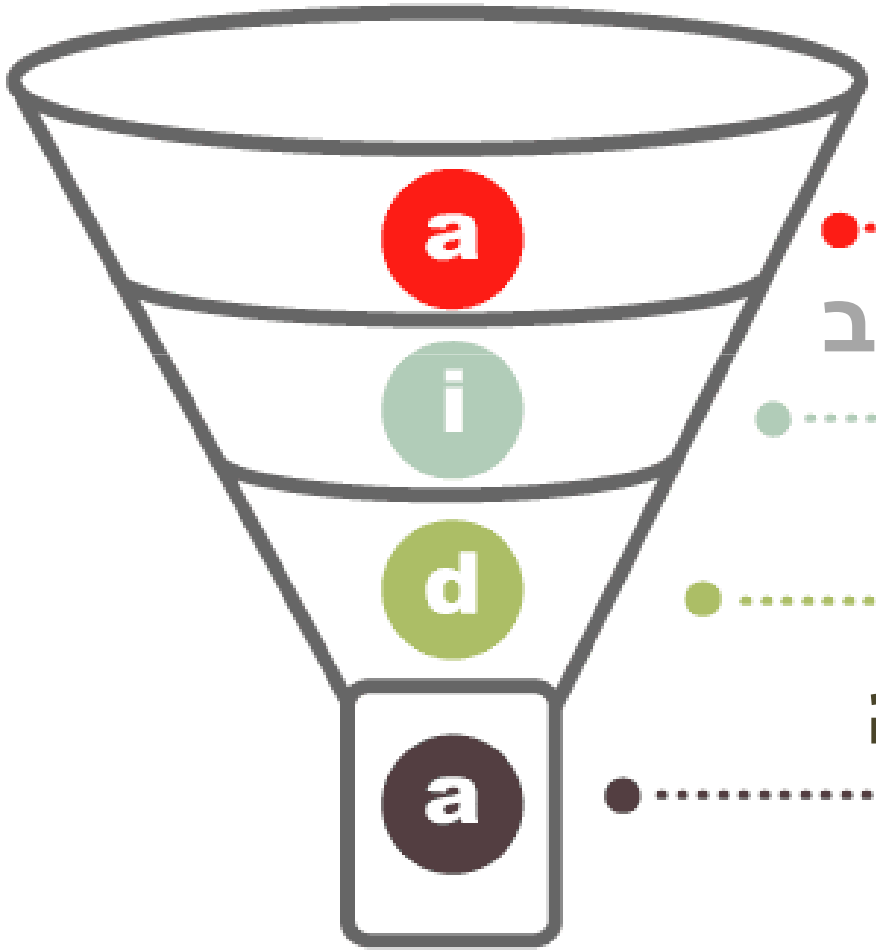

twitter
LinkedIn
YouTube
Megirot
מקום חם ותומך למסתבכים ברשת
אתרי מאמרים
פורומים
בלוגים



Know Like Trust

- עקרון הבסיס בכל סוג של מכירות.
- באינטרנט אין כמעט מכירה לזרים.
- כדי ליצור הכרות וכדי לעבור לשלב ה **Like** עליכם לתת תוכן בעל ערך ללקוחות הפוטנציאלים שלכם
- זאת תעשו ע"י רשימת תפוצה ודיוור קבוע אליהם

דרך "החיים" ברשת



מודעות/עירנות/להכיר

awareness

עיניין/התעניינות/לאהוב

interest

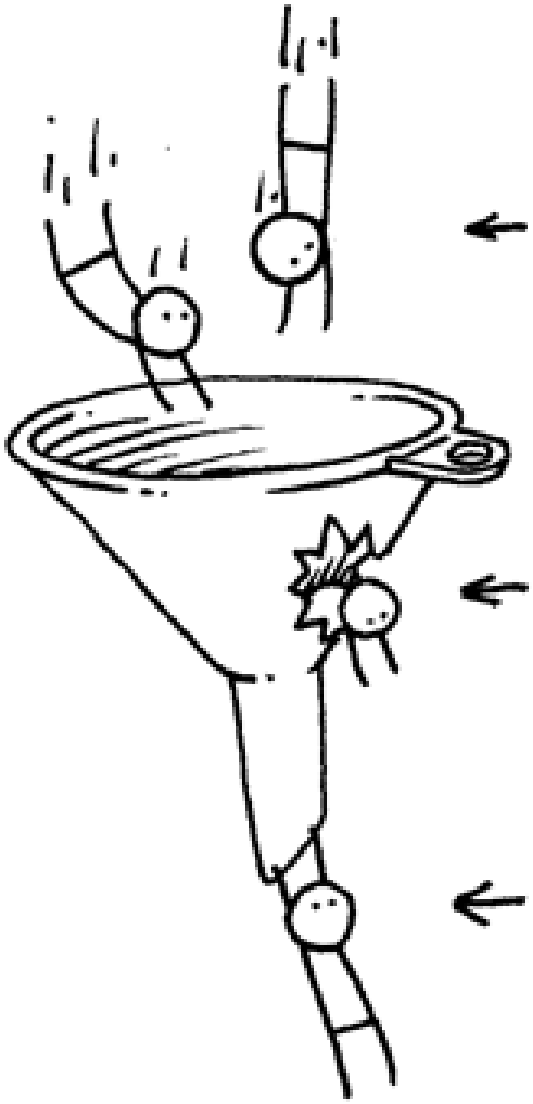
חשק/רצון/תשוקה

desire

לסמוך => פעולה

action

דרך "החיים" ברשת



תנועת גולשים
לאתר/דף נחיתה

יעילות קטנה

המרה



על מנת לשפר את יחס ההמרה עליכם להבין את צרכי הלקוח : מי הקהל שלכם ומה הוא רוצה?

1. תבדקו מה הבעיה שהם נתקלים בה?
2. מה מציעים להם?
3. מה הם קונים – תקראו עדויות.
4. מתי הם קונים – למה כדאי שהם יקנו עכשיו?
5. אילו בעיות נוספות מעלים המתחרים?
6. אילו פיתרונות הם נותנים?
7. מה הם היו רוצים עוד? מה חסר להם?

ד4



כל מה שהלקוח רוצה לדעת:

1. איזו אינפורמציה, בתחום ההתמחות שלכם, תוכלו לתת לו כדי לעזור לו לפתור בעיה שחווה? – **"מה יש שם בשבילי"**
2. מה תוכלו לחדש לו ולהפוך את חייו לקלים יותר ומעניינים יותר? – **"למה דווקא ממך"**
3. איך תצליחו לעשות "הבדל" בחיים שלו – **"למה זה כל כך חשוב בשבילי"**



עכשיו רישמו לפניכם:

איך תוכלו לעשות זאת אחרת מהמתחרים:

1. יותר אפקטיבי?
2. יותר קל?
3. יותר פשוט?
4. יותר חווייתי?

זה יכול לבוא לידי ביטוי בכמה צורות :



טקסט – מאמר – כתיבה ייחודית
סרטון וידאו – סרטי How-To
קטעי אודיו – הרצאות
טפסי עזר חשובים
מענה לשאלות – אזור לשאלות ותשובות
דוחות
טיפים
תובנות
רשימת כללים
תוצאות סקרים ומדידות
תבניות / רצפטים / מתכונים / תרשימי זרימה



אחת מנקודות החוזק שיהפכו את המוצר שלכם לכזה שאינו בר השוואה....



לסיום...

1. תנו פתרון לבעיה ברורה, עכשווית ומתמשכת.
2. הפכו אותה ל - קלה לגישה ולצריכה.
3. פשוטה להבנה.
4. פשוטה ליישום.
5. תנו ללקוח להרגיש בעל כבוד ובעל ערך

זה יהפוך את המוצר שלכם לבלתי ניתן להשוואה...



"אין אושר גדול יותר או תרומה גדולה יותר מאשר לחולל שינוי מהותי בחייו של אדם"

האחות מרי רוז מקגידי