

אפיון המוצר/שירות ובניית אסטרטגיה לשיווק דיגיטלי

מילוי הטבלה המצורפת יסייע לנו בהכנת האסטרטגיה השיווקית ולאחר מכן בהקמת הנכסים שלנו ברשת ובמיקוד המסרים שלנו. **אנא ענו על המסמך, בכובד ראש אך בקצרה.**

על המוצר/שירות

תארו את השירות (ספרו על העסק)

תארו את השירות/המוצר שלכם במספר משפטים קצרים:

מדוע בחרתם לתת את השירות/המוצר הזה:

מהן 5 התועלות העיקריות של מוצר זה:

מתוכן מהן התועלות הייחודיות של המוצר בהשוואה למתחרים:

במה שונה המוצר/השירות שלנו יחסית למתחרים?

מהו היתרון המשמעותי ביותר הגלום במוצר/שירות שלכם:

קהל המטרה

מיהו קהל המטרה שלכם:

על הלקוחות ואנשי הקשר

מיהו קהל היעד של השירות/המוצר:

תארו את 5 סוגי הלקוחות העיקריים לפי מאפיינים שונים.

קהל יעד	עיסוק	תחום התעניינות	גיל	התמצאות ברשת	עניין שהוא מוצא במוצר	הערות כלליות

מיהם אנשי הקשר אליהם אתם פונים:

באלו מצבים משמעותיים הלקוחות זקוקים למוצר/שירות:

מה יניע/מניע אותם לפנות אליכם?

•

כיצד המערכת שלכם פותרת ללקוחות בעיה או נותנת מענה לצרכים שלהם:

מהו התהליך שבו הופך עסק ללקוח שלכם:
תארו את כל השלבים של הפיכת אנשים זרים למתעניינים ומתעניינים ללקוחות.

מה אתם מציעים ללקוחות ומהם 3 המוצרים/השירותים שלכם הנמכרים ביותר:

1.

מהו המסר השיווקי שאתה מעביר ללקוחות שלך כדי לשכנע אותם לעזור להם:

מהן ההתנגדויות הצפויות שימנעו מקהל היעד לקבל את ההצעה שלך ואיך מתגברים עליהן:

התנגדות	איך מתגברים על זה

מה יש ברשותכם כדי להראות את הערך של השירות שלך ללקוחות:

- המלצות של לקוחות
- סיפורים של הצלחה
- תובנות, סטטיסטיקות ותוצאות של מחקרים
- מילות מפתח מרכזיות
- אחר

על העסק

מספר עובדים

כמה שנים העסק קיים במתכונתו הנוכחית:

האם יש לכם לוגו. האם יש לכם סלוגן (אנא צרפו לוגו ורשמו סלוגן):

אם אין לכם סלוגן:

מהו הטון המתאים לקהל היעד במסר שנעביר לו באמצעות הסלוגן (שמרני ברור ולא מתחכם/ציני/הומוריסטי/ משחקי מילים/חרוזה וכיו"ב)

מהם ערכי הליבה שלכם:

אבן יסוד שלא ניתן לסטות ממנה, מגדיר כיוון ומחייב, מראה מה חשוב לנו במיוחד ועל מה אנו לא מוכנים להתפשר

1.

מיהם המתחרים העיקריים:

צינו את מאפייניהם ויתרון תחרותי של כל אחד.

שם המתחרה	מאפיין עקרי	יתרון תחרותי בולט

האם יש לכם שיתופי פעולה רלוונטיים עם עסקים בתחומים משלימים:

מנו את 5 העסקים העיקריים שאתם אתם משתפים פעולה, מאפיינים וצורת שת"פ.

שם העסק	מאפיין עקרי	צורת שיתוף פעולה

מהם היעדים השיווקיים של העסק לשנה הקרובה :

פלח שוק	מספר לקוחות	הכנסות צפויות	תאריך יעד	הערות

מהן הציפיות להגדלת המחזור העסקי או הרווחים כתוצאה מהשיווק הדיגיטלי:

נכסים שיווקיים

מהם הנכסים השיווקיים שלכם הקיימים ברשת (אתר, בלוג, פרסום, ניוזלטר, ערוץ וידאו/סרטוני וידאו, רשתות חברתיות ועוד):

הערות	קצב עדכון/שליחה	היקף פעילות ¹	לינק	נכס שיווקי
				אתר אינטרנט
				דפי נחיתה
				דף פייסבוק
				רשימת תפוצה

1. תיאור היקף הפעילות בכל נכס:

אתר אינטרנט – מספר מבקרים ומספר פעילויות לפי ניתוח אנאליטיקס
 דף ברשת חברתית – מספר אוהדים/עוקבים וכיו"ב
 רשימות תפוצה – מספר הרשומים ברשימת התפוצה

הערות חופשיות