

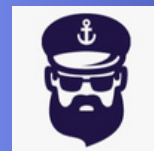
**להגדיל את הפניות לעסק בקלות  
בחינם וכבר בחודש הקרוב  
עם כרטיס העסק של גוגל**

# :) נעים להכיר

**זהר בן גיגי**

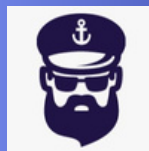
---

**קפטן דיגיטל**



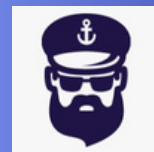
# על מה נדבר היום?

- פתיחה - למה בחרתם להגיע להרצאה? ולמה כדאי לכם להישאר
- חלק 1 - תכנון השיווק - תגלו כיצד לתכנן משפך שיווק שעובד
- חלק 2 - כרטיס העסק בגוגל
- סיכום



**פתיחה**

**למה אתם כאן?**



# האם השיווק אצלכם בעסק עובד טוב?

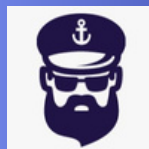
**מטרת השיווק לייצר עודף פניות  
מלקוחות טובים למחלקת המכירות**



**מעט מדי פניות - לא טוב**

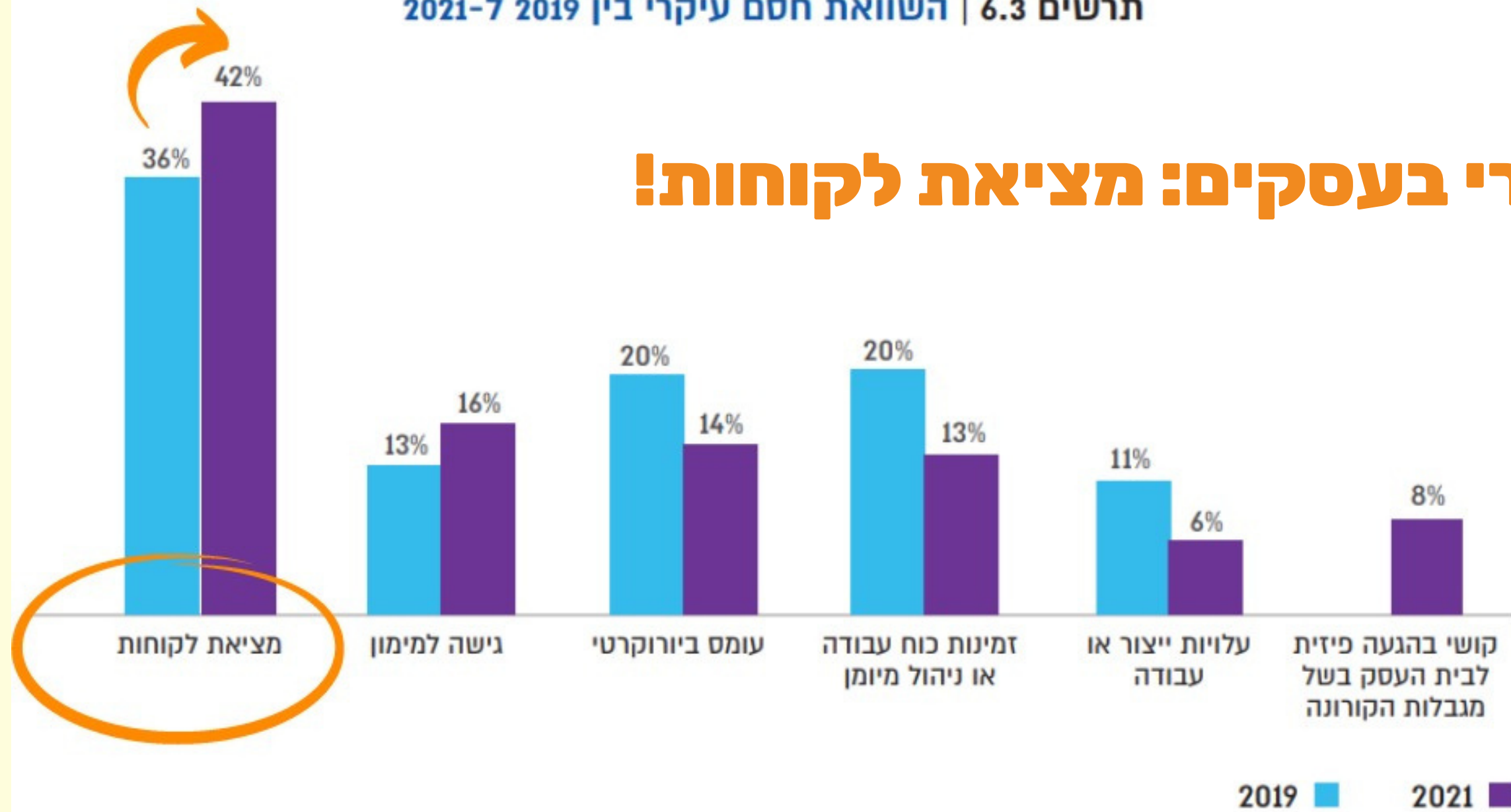


**הרבה פניות של מתעניינים לא רלוונטים - לא טוב**



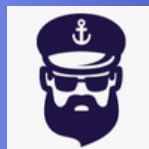
# בעסקים רבים בישראל המצב דומה

תרשים 6.3 | השוואת חסם עיקרי בין 2019 ל-2021



**חסם הצמיחה העיקרי בעסקים: מציאת לקוחות!**

מקור: סקר תקופתי של הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, 2021.



# מי אני?

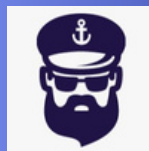
## קפטן דיגיטל - עוזר לעשרות בעלי עסקים בשנה להתגבר על חסם הצמיחה העיקרי - מציאת לקוחות





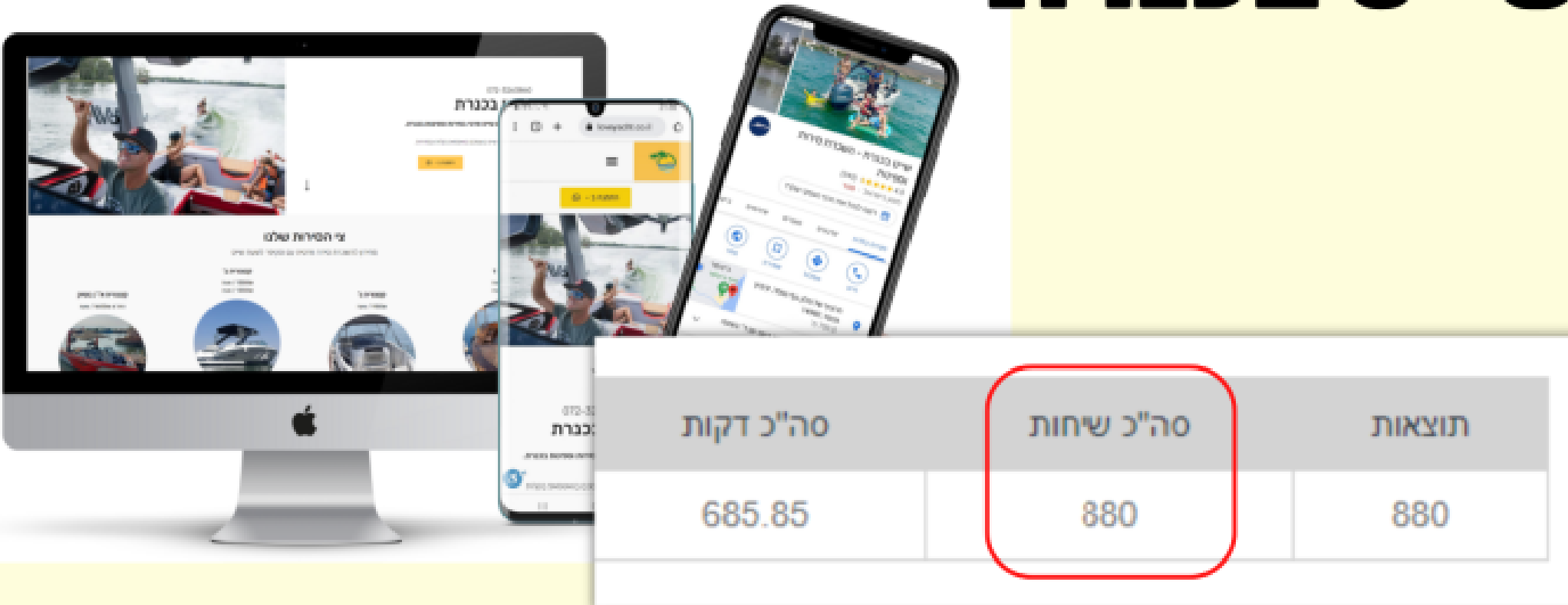
# **למה כדאי לכם להקשיב להרצאה שלי?**

**גם אתם תוכלו להגדיל את כמות הלקוחות  
בקלות בחינם וכבר בחודש הקרוב**



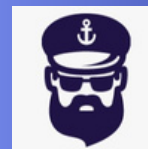
# זה עובד בעסק שלי

## שייט בכנרת



תוצאות	סה"כ שחות	סה"כ דקות
880	880	685.85

**880 טלפונים/חודש**



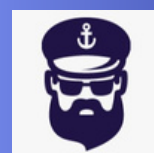
# וגם בעסקים אחרים שליויתי

## פרינטק

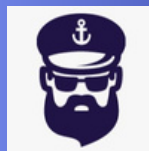


224 לידים/חודש

עלות לליד	עלות	לידים
#DIV/0!	0₪	0
#DIV/0!	0₪	0
#DIV/0!	0₪	0
#DIV/0!	0₪	0
#DIV/0!	0₪	0
19₪	4,322₪	224



**איך אפשר לדייק את השיווק בעסק  
שלכם ולשפר את התוצאות?**



**חלק 1**  
**תכנון משפר**  
**השיווק**

# מסע הלקוח



## המרה סקר שוק

הלקוח ליד הקופה בשל לרכישה  
שואל שאלות של טרום רכישה: למה  
לרכוש אצלך? האם אפשר לבטוח  
בר?



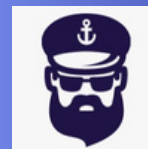
## שיקול סקר פתרונות

שלב בו הלקוח משווה הפתרונות  
חפש מידע השוואתי שיעזור לו  
לבחור את הפתרון המתאים עבורו.



## הטריגר צורך / בעיה / רצון

שלב הכרת הצורך / רצון הרגשת  
לקוח - לדוגמה: לקוח  
חסרון אצל ה  
חולף על פני חנות בקניון ונעצר.

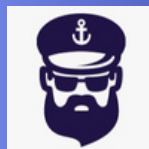


# תרגיל החנות

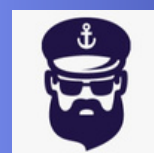
**אתם מוכרים בחנות בקניון, אתם לבד בחנות בלי עזרה של צוות.**

- 1. מחוץ לחנות יש 3 לקוחות שנעצרו ומסתכלים בחלון הראווה שלכם.**
- 2. בתוך החנות 2 לקוחות מחפשים מוצרים בין המדפים**
- 3. מולכם יש לקוח שנמצא ליד הקופהומחכה לשלם**

**לאיזה לקוח תפנו קודם?**

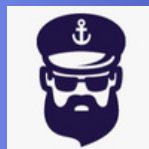


# התשובה: הלקוח שנמצא ליד הקופה

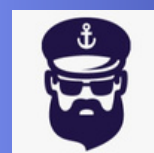




**אם רובנו מסכימים עם ההיגיון בדוגמת  
החנות למה בדיגיטל רובנו פועלים הפוך?**



# תכנון משפך השיווק לעסק קיים

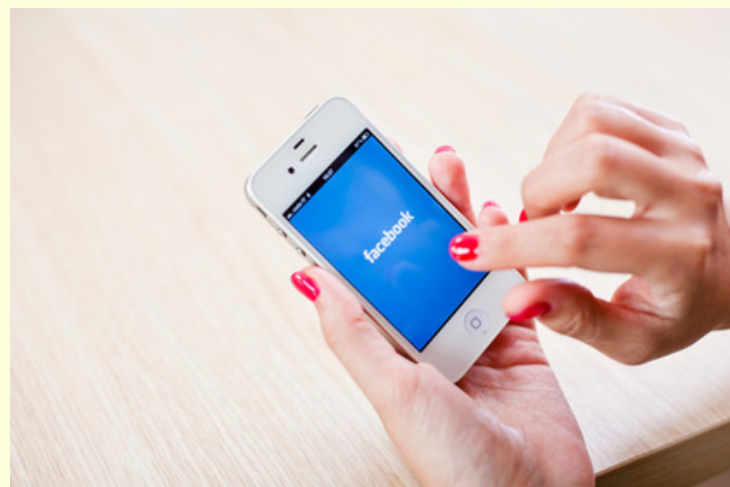


# עסק קיים

## המאמץ המשני

רשתות חברתיות

להפוך זרים למתעניינים



## מאמץ הביניים

Smooove

וואטסאפ ביזנס

הפיכת המתעניינים לגולשים



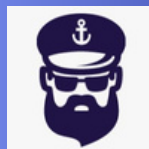
## המאמץ העיקרי

גוגל

להפוך את הגולשים ללידים



# תכנון משפך השיווק יזם בשלב טרום עסק



# יזם בשלב טרום עסק

## המאמץ המשני

גוגל

להפוך את הגולשים ללידים



## מאמץ הביניים

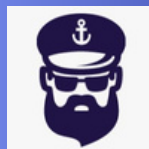
וואטסאפ ביזנס  
Smooove

הפיכת המתעניינים לגולשים

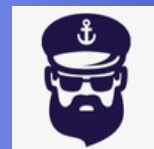


## המאמץ העיקרי

רשתות חברתיות  
להפוך זרים למתעניינים



# המאמץ העיקרי - דף תוצאות החיפוש בגוגל

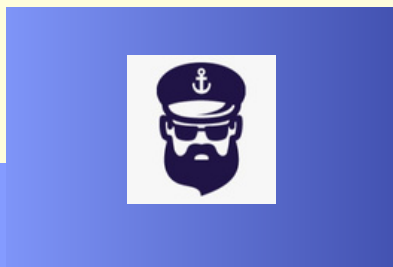


# 3 סוגי "נדל"ן" בדף תוצאות החיפוש

תוצאות ממומנות (מודעות)

תוצאות גרף הידע (כרטיס העסק)

תוצאות אורגניות







**חלק 2**  
**כרטיסים העסק**  
**בגוגל**