



דגשים מתוך סדנת 'שיווק בעולם החברתי' ב'מרכז בחברה טובה' 21.9.23

שאלות שחשוב לשאול – לפני הפעילות

השירות/מוצר (הצעת הערך)

1. האם הערך ברור ומשמעותי?
2. האם המחיר הישיר והעקיף שלו סביר?
3. האם תנאי הפעילות מתאימים?

הנגשת המידע

1. האם המסר מתאים לשלב ב'תהליך אימוץ רעיון חדש' בו הקהל שלנו נמצא כעת?
2. האם המסר ברור ואטרקטיבי מנקודת המבט של קהל היעד?
3. האם העיצוב רלוונטי ומושך?
4. האם ערוץ ההפצה מתאים?
5. האם העיתוי והתדירות מתאימים?
6. האם נעשה שימוש אופטימלי בשת"פ?
7. האם תכננו גם מהלך הפצה פל"א (פה לאוזן) בעזרת אנשים שכבר מכירים אותנו?

שאלות שחשוב לשאול – אחרי הפעילות

1. האם אספנו פידבק והצעות לשיפור?
2. האם תיקשרנו את הצלחת הפעילות למי שצריך/ים לדעת?
3. האם הפכנו את הלקוחות המרוצים לשגרירים ולשגרירות?

אמצעי תקשורת שיווקית מה קיים וזמין לכם?

אישית	המונית	
פגישות פעילויות ואירועים שיחות טלפון מצגות חולצות פלי"א	יח"צ - כתבות עלונים פלטפורמות עירוניות פוסטרים קירות / פלייסמטים מוסיקה	פיזית
מיילים אישיים רשתות חברתיות אפליקציות הודעות	אתר אינטרנט בלוג רשתות חברתיות ניוזלטר תפוצת וואטאספ	דיגיטלית



שירלי קנטור
אסטרטגיה עסקית-חברתית

קנבס לתכנון מהלך שיווקי

א. תכנון האסטרטגיה

1. המשימה
מה המטרה? מה המדדים להצלחה? האם המשימה היא חלק מסהלך רחב יותר?

2. קהל יעד
מאפיינים, צרכים/נק' כאב, מניעים להחלטות, התנגדויות וחסמים, מיקום במסע לקוח

3. הצעת הערך
איך הפתרון שלנו יתן מענה לצורך של קהל היעד, מה האיכויות שלו, מה סבדל אותו מהחלופות?

4. המחיר
מה המחירים הנלווים? (ממשיים או נתפסים) | מה המשאב שאנחנו מבקשים מקהל היעד?

5. המתחרים והבידול
מה החסרונות היחסיים של הפתרון שלנו? | מה היתרונות היחסיים של הפתרון שלנו? | מה החלופות לפתרון שלנו?

ב. תכנון התיקשור

1. המסר
מסר מרכזי ומסרים משניים, שימחישו לקהל היעד את היתרון והכדאיות של הצעת הערך

2. הערוץ
הערוצים והפורמטים המתאימים להעברת המסר

פזי	אישי	המוני
דיגיטלי		

3. תזמון
מתי נכון להעביר את המסר ובאיזו תדירות?

4. עיצוב
איך המהלך ייראה וישמע? תכנון מקיף

5. נדידה
תקציב

הזכויות שמורות לשירלי קנטור ©