

מתכננים שנה עוצמתית





מתכננים שנה עוצמתית

או במקרה הזה – חצי שנה 😊

אני תמיד מתרגשת מחדש לשבת מול דף ריק ולהתחיל לתכנן את החודשים הקרובים, להכניס את המוצרים, הרעיונות, להתחיל לכתוב ולחלום. השתמשו בחוברת זו לתכנן את החצי שנה שלכם קדימה. התמקדו לעומק ב-90 הימים הקרובים ובמסדרת של ה-3 חודשים הנותרים. חשבו גם על תוכנית גיבוי במקרה שלא הכל יצא לפועל כמו שקרה בחצי שנה הראשונה של 2020.

לפני שמתחילים יש לי בקשה מאוד חשובה:

פנו כמה שעות טובות ביומן לעשות את זה. אני ממליצה להתנתק ככל האפשר, אולי לקבוע עם אדם נוסף כשותף מחוייבות או אדם שניתן לעשות איתו סיעור מוחות. סביר להניח שלא יבנו כל הפרטים הקטנים כבר בפגישה זו. יש להתחיל עם המסגרת ומשם להמשיך.

בחוברת ניגע ב-2 דברים, החלומות ואיך להוריד אותם לביצוע.

1. לחלום

שלב 1

לחלום – מה ממש ממש בא לי שיקרה

30 דקות לפחות של כתיבה חופשית

נניח והיה מטה קסם שהיה גורם לכל תוכנית שלך להצליח. לכל מוצר להימכר. מה היית רוצה לעשות? איזה פריצת דרך חשוב לך לעשות? איזה מוצר חייב לצאת לאור? כתבו את כל הרעיונות בנקודות או בפירוט, מה שעובד לכם טוב יותר.

דוגמאות, רק בשביל לעשות לך חשק ולתת השראה:

- ליצור קורס אינטרנטי ולקבל תמורה גדולה יותר לזמן שלך.
- להגדיל את רשימת התפוצה ב 50% או אפילו ב 200%
- לבנות קהילה בקבוצת פייסבוק ולהתחיל למכור לקהילה
- לבנות מוצרי פרימיום בתשלום גבוה יותר
- לשכור עובד שיפנה אותך ממשימות שונות על מנת שיהיה לך יותר זמן לקידום העסק.
- להוריד שירות או מוצר מסוים שכבר לא נותן את התמורה הכלכלית או הנפשית.
- ליצור את הוובינר הראשון שלך
- להכניס כמה שיותר אוטומציה לעסק
- להגיע ל X הכנסות עד סוף השנה.

קדימה, קחו מחברת, או יותר טוב, פתחו תיקייה בגוגל דרייב שתוכלו להמשיך לעדכן מכל מקום [כי יכול להיות שתהיו רק עם המובייל ויצוץ לכם חלום חדש 😊] ותתחילו לכתוב.

יכול להיות שבשלב הראשון זו תהיה כתיבה חופשית וארוכה, יכול להיות שתכתבו רק נקודות. הכל בסדר.



2. לנתח

שלב 2

מסתכלים לאחור לפני שמחליטים החלטות שלב זה מתחלק ל-2 פנימי ותכל'ס המספרים.

נתחיל מהמספרים

ממליצה ממש לפתוח אקסל ולכתוב לגבי החצי שנה שעברה כל חודש בנפרד

- מה היתה ההכנסה החודשית הכללית
- מה היתה ההכנסה החודשית לפי כל מוצר/שירות
- כמה כסף הושקה בפרסום ממומן
- האם עשיתם קמפיין יחד בחודש זה [וובינר, אתגר, שיתוף פעולה] ואיך הוא השפיע על התוצאות
- מה היו ההוצאות [אני מבקשת טבלה מיועצת המס שלי]

לניתוח

- מה הכניס הכי הרבה כסף
- איזה מוצר לא משתלם למכור, מה לא רווחי
- בכמה גדלה הרשימה וכמה זה השפיע על ההכנסה [אם רלוונטי]
- בכמה פרסום ממומן השפיע על התוצאות

חשיבה פנימית

- איזה ערכים הובילו אותך בחצי השנה שהיתה ועם מה ממשיכים
- מה נהנית לעשות ומה ממש לא
- מה ייצר לך תוצאות
- מה היה לך ממש קשה ולמה

חשוב לחשוב על זה קצת, זו הפעם האחרונה שתסתכל אחורה, כדאי להבין את המספרים לעומק כי כך מחליטים החלטות שקולות

3. להוציא

להחליט על הדברים שיוצאים סופית מהלוי"ז שלך!

וזהו, לא מתפשרים על זה יותר! ולא מבזבזים על זה את הזמן יותר!
כמו שחשוב להחליט על "מה כן אני רוצה לעשות" חשוב להחליט מה לא יקרה ולא משנה מה את זה כבר לא עושים!

שלב זה דורש מספר דברים:

- האומץ להגיד לא
- מחקר של מה עשיתי עד עכשיו ולא עבד, לא קידם אותי, לא רווחי, לא נעים לי, לא משרת אותי יותר.
- ההבנה שיש דברים שאולי כבר כדאי להאציל סמכות.
- כנות להגיד לעצמנו, די, זה לא בשבילנו.

מה הם הדברים שעשית בעבר שכבר לא משרתים אותך?

מה המוצרים שמכרת שכבר לא מקדמים את העסק? [כאן חשוב להסתכל על המספרים ולראות מה לא היה באמת רווחי]

איזה מהלכי שיווק עשית שלא תעשה שוב בשום פנים ואופן?

איזה דברים לוקחים לך זמן ואין שום צורך שתעשה את זה ומישהו אחר יכול לעשות במחיר מאוד משתלם עבורך?

למה מעכשיו תגיד באופן חד משמעי "לא".

ללמוד להגיד לא זו מיומנות שהולכת לחסוך לך הרבה כאב ראש ותסכול. אחת היתרונות הגדולים לבניית תוכנית היא שברור לך מה סדר העדיפויות שלך בזמן הקרוב ולכן, אפשר להגיד *לא* לכל מה שלא משרת את סדר העדיפויות וכל מה שמעכב את הלז.

סיפור קטן: בתחילת העסק שלי אמרתי כן להמון שיתופי פעולה, מהר מאוד הבנתי על עצמי ששיתוף פעולה בסגנון "סדנה יחד / קורס יחד" ממש לא מתאים לאופי שלי. זה דורש המון פגישות, ישיבות וכדומה ואני לא אוהבת את זה. כאן למדתי מכמה ניסיונות

לא מוצלחים שאני אומרת לא ל "בואי נעשה ביחד" לא בגלל שאני לא רוצה שיתוף פעולה עם האדם הספציפי הזה, אלא בגלל שרעיון ההפקת סדנה או קורס יחד לא מתאים לי.

ניסיון לא מוצלח לימד אותי גם להגיד *לא* נחרץ להשתתפות בהשקות של אחרים [חוץ מיוצא דופן אחד שעברתי את הקורס בעצמי והוא היה מעולה].

עם השנים למדתי לאיזה לקוחות אני אוהבת לנהל קמפיינים ולמי אני אומרת לא וכו

כמה דוגמאות לדברים שאולי תוציאו לגמרי מהל"ז

- מוצרים שלא היו רווחיים – יכול להיות שהכניסו כסף אבל בשכלול השקעת זמן, תקציב וזמן שיווק הם לא רווחיים
- להפסיק לעבוד בערבים ובלילות
- להפסיק לקחת לקוחות שלא מרגישים נכונים עבורך רק בגלל לא נעים, או חשש כלכלי
- לא לעבוד על יותר מ-2 פרויקטים במקביל
- לא להתחיל משהו מבליל סיים אותו
- לא לעשות שיתופי פעולה מסוג [בחירה שלך]
- לא להקדיש יותר משעתיים בשבוע לכתיבה + עיצוב פיסות תוכן לפייסבוק ולאינסטגרם

קדימה זה הזמן לחזור לקובץ ולהמשיך לכתוב. מה משחררים. ממה מרפים על מנת לעשות מקום לדברים חדשים. זה אחד הדברים החשובים שתוכל לעשות עבורך ועבור העסק שלך אז לא כדאי לוותר על זה!



4. לא להתפשר

מה כן! מה אני לא אתפשר בחצי שנה הקרובה ואעשה בשביל העסק שלי ובשביל עצמי על מנת שאנהל את העסק שלי טוב יותר.

אחרי שהוחלט מה כבר לא זה הזמן להחליט על מה לא מתפשרים מבחינת ה*כן* כמה רעיונות להשראה:

- אני אתחיל כל בוקר ב 10 דקות השראה
- אקציב זמן של שעה לפייסבוק [יש גם אפליקציות שעוזרות] ולא יותר
- אעשה מעמד מכירה מסוג X כל חודש
- פעם בחודש אלך לסדנה / הרצאה
- אצטרף לקבוצת מאסטר מיינד
- אעשה עיסוי [או כל פינוק אחר] פעם בשבועיים קבוע ביום רביעי
- אגדיל את רשימת התפוצה באופן קבוע לאורך כל השנה
- פעם בשבוע ביום X בשעות D-A אשב ללמוד חומרים שיעזרו לי לקדם את העסק

וכך הרשימה ממשיכה.

אני ממליצה לכתוב כל מה שמתחשק ואז לצמצם לכמה דברים שבאמת חשובים, באמת יתרמו לכם ותעשו. גם אם זה נראה לא אפשרי, תמיד אפשר להכניס הרגלים חדשים.

ניתן להחיל עם אחד [שעתיים למידה בשבוע] ובסס את ההרגל ואז להוסיף עוד אחד.



5. כמה כסף

אז כמה כסף תכניס בחצי שנה הקרובה?

חשוב לכתוב מספר ברור, מה המינימום שתכניס בחצי שנה הקרובה.

כדאי לכתוב את המספר בצורה ברורה ובפונט גדול. ממליצה להדפיס את המספר ולתלות במרחב העבודה.



6. לתכנון את השנה



לתכנן את לוח השנה

בטח חשבתם שזה כבר לא יגיע 😊 אבל קדימה הגיע הזמן.

זה הזמן לעשות את תרגיל שמש הכסף. לכתוב את הסכום המרכז ולחשוב על כל הדרכים האפשריות להגיע לסכום הזה. [הסבר מלא על התרגיל נמצא באתר בתוכנית לתכנון שנה]

כל קרן נשלחת למוצר / שירות / קטגוריה

חשבו כמה צריך למכור מכל מוצר על מנת להגיע ליעד. צרו מספר גרסאות כל כמות מכל מוצר עד שתגיעו לגרסה שמתאימה לכם.

זה אולי גם הזמן לחשוב על העלאת מחירים לחלק מהמוצרים.

דוגמא: אני רוצה 30,000 ₪ בחודש. אפשר למכור 60 שעות יעוץ ב 500 שח, או 6 תוכניות ליווי ב 5,000 שח וכן הלאה.

אני יודעת שיש עסקים שיש להם רק מוצר אחד גדול כמו מעצבות פנים, כאן צריך לחשוב על מה יהיו הנושאים שנתמקד בהם כל חודש.

שמש הכסף גם מחזירה לקרקע, והופכת את הדברים להרבה יותר ברורים ואפשריים.

לאחר שהבנת את זה חשוב לדעת מה תקדם כל חודש או כל תקופת זמן.

פשוט יוצרים טבלה של 6 עמודות - עמודה לכל חודש

בשורה הראשונה יש לכתוב: מה מקדמים החודש

יכול להיות שיקודמו מספר דברים בחודש זה, במקרה זה יש להוסיף 31 שורות ולסמן בכל תאריך מה יקודם.

אנחנו עדיין לא נמצאים בשלב בו אנחנו מתכננים תאריך של כל מעמד מכירה, פיסת תוכן וכו', אלא רק תאריכי פתיחה של קורסים או שירותים, מועדים לקידום משהו חשוב.

דוגמא רנדומלית מאוד

9	8	7
מוצרים אונליין שרצים אוטו / משהו שקשרו ליצירות /	תוכנית אונליין למשהו מדהים תפתח: 26.7	סדנת משהו 1-15 סדנת משהו אחר 16-30
12	11	10
קידום מוצר הפרימיום שלי	קידום פגישות 1:1	מבצע חגים ל.....

בשלב זה אני רוצה שתסגרו ביומן כבר תאריכים ברורים.

חופשים, חגים, ימים אישיים, תאריכים חשובים בעסק, מועדי פתיחת מחזורים בשירותים נוספים, מועדים למבצעים מיוחדים שיש כל שנה וכדומה.



7. האני המנצח

מי האדם שאני צריך להיות על מנת להשיג את הדברים המדהימים האלו

זה אחד הדברים שאנחנו לא שואלים את עצמנו מספיק, אנחנו כן שואלים "מה אני צריך לעשות בשביל להשיג את זה" וזה באמת תהיה השאלה של שלב 8, אבל דקה לפני אני רוצה שתחשבו.

- מי אני צריך להיות בשביל להשיג את זה
- מה ה*למה* שלי: למה חשוב לי להשיג את זה
- איך אני צריך לחשוב על מנת להשיג את זה?
- מה אני צריך לעשות אחרת שלא עשיתי עד עכשיו בשביל להשיג את זה
- מה חשוב שאאמין על עצמי ועל היכולות שלי
- איך התוכנית הזו גורמת לי להרגיש? היא מרגשת אותי? מפחידה אותי במידה הנכונה?
- כמה חשוב לי לצאת מאיזור הנוחות שלי

רגע של כנות, ברור שלא כל חלקיק קטן בכל פרויקט יהיה מרגש וכיף ויהיו כמה חלקים שנראים כבר מעכשיו מאוד מאתגרים. כדאי להסתכל באופן כללי מלמעלה.

עכשיו זה הזמן לכתוב את הדברים האלו, להבין את ה*למה ולהתחיל להתרגש.



8. תוכנית לפי פרויקט

לכתוב תוכנית פעולה לפי פרויקט

זה הזמן להתחיל לעשות את העבודה ולכתוב מה צריך לעשות תכל'ס בשביל לגרום לתוכנית הגדולה להתממש.

מומלץ לתכנן ברמת הפרויקט ולא כבר לתכנן 3 חודשים מראש בקמת פיסת התוכן

- מה ימכר בדיוק מתי
 - איזה מעמדי מכירה יהיו ומתי
 - מה תאריכי הקמפיינים
 - איזה פיסות תוכן יש להוציא לכל קמפיין
 - מתי יעלו פיסות תוכן מרכזיות, כגון: רשימת תפוצה, לייבים, מאמר באתר, מדריכים
 - האם יש להוציא מתנות חינמיות חדשות
- מעמדי מכירה מרכזיים אני ממליצה לתכנן אם אפשר 3 חודשים קדימה, אני מתכוונת לתאריכים לוובינרים, אתגרים, מבצעים הקשורים ללוח השנה וכדומה.

השתמשו בקיטים של 365 ימים של שיווק לתכנן כבר את הכתובות של המיילים, סוגי פיסות התוכן שיהיו לפני הדברים שיש לטפל בהם בכל קמפיין.

פשוט להכניס כל דבר שאפשר לחשוב עליו לאקסל + עמוד כתיבה חופשית לכל חודש/פרויקט

לי יש תיקייה בגוגל דרייב בשם 2020 – שם מופיע הטבלה ודברים מרכזיים של השנה. בתוך התיקייה יש לי תיקייה לכל חודש עם:

- מחשבות כלליות
- תכנון הקמפיין ורעיונות ספונטניים
- פיסות תוכן שיעלו [הרבה פעמים אני מעלה לפייסבוק ואז מעתיקה לקובץ, לפעמים זה מחזור לפרויקט קודם]

- ניתוח מה עבד לי ומה התוצאות

וואו, איזה מרגש להוציא את כל זה החוצה, לכתוב את התוכנית, לדעת יש לך מטרות מרגשות לחצי שנה הקרובה ועכשיו ברור לך שאפשר להשיג אותם. עכשיו זה זמן לחגיגה, זה הזמן לפרגן לעצמך על עבודה מעולה! כן, רב בעלי העסקים לא עושים את זה, לא מקדישים את הזמן והנה, עשית את זה ובגדול, שאפו.

שלב בונוס

לראות ולחיות את העתיד – תמונת החזון

זה הזמן לכתוב איך זה ירגיש עוד חצי שנה, שהשגת את היעדים שלך, שהצלחת. לכתוב איזה יעדים בדיוק השגת, איזה גבולות פרצת. וממש להרגיש את זה כאילו זה כבר קרה.



אני, רוחמה סלע

מאחלת בהצלחה

אני כאן ובמועדון השיווק בפייסבוק הקליקלות

לעזור לך להגיע ליעדים שלך

ולעוד יעדים שעדיין לא חלמת שהם אפשריים עבורך

