

חממת התוכן:

365 ימים

של תוכן

חוברת התוכן שלך

ינואר 2025



יוצרים תוכן לחודש שלם

דקה לפני יצירת התוכן עושים סדר

מה המטרות שחשוב להשיג החודש – ניתן לחלק למספר מטרות לפי תאריכים.

איזה מוצר / מתנה חינמית / מבצע / קמפיין רץ החודש ומתי?

בהתחשב במטרות, מה הנושאים שחשוב לך לטפל בהם ועל מה חשוב לספר. בשלב ראשון כתבו כתיבה אינטואיטיבית של כל מה שעולה לראש בנושאים אלו.

התנגדויות, חששות של הלקוח, מיתוסים שגויים, סיפורי מקרה שחשוב לדבר עליהם, כלים וערך לבניית אמון, נקודות חשובות במוצר שיש להרחיב עליהם:



עדכונים חשובים - חשוב לקרוא

הותיקות כאן ישימו לב שהחודש יש חוברת אחרת לגמרי חשוב לי שתקראו כיצד להשתמש בה ומה מטרת השינוי

המטרה והחזון שלי היא לעזור לכן ליצור כמה שיותר תוכן לקידום העסק שלכן. אני מאוד מאמינה בשיווק אורגני ויצירת תוכן לבניית קהילה והובלה למכירה. אני רוצה שיהיה לכן קל, שתצרו לפחות 2 פיסות תוכן כל שבוע [ואפילו יותר].

לאחר ששלחתי לכן בחודש הקודם סקר [\[אם לא ענית עדיין, נא לענות\]](#) התחלתי לחשוב איך אני עוזרת לכם יותר ולכן החודש החלטתי על פורמט שונה.

באיזור הימים מיוחדים, ציטוטים, כותרות - הוספתי רעיונות לפוסטים.

בתבניות / רעיונות לפוסטים ורילים: הוספתי מטרה ודוגמא

חשוב מאוד בקשר לדוגמאות

אלו דוגמאות כלליות, הרבה פעמים שטחיות כי אני לא באמת מכירה את המקצוע או יש לי את הידע והניסיון שיש לך. הם נועדו בעיקר להשראה כללית ולפתוח את הראש למחשבות. גם אם הדוגמא בדיוק מתאימה לך [כי זה לפי המקצועות של חברות ב 365] חשוב לערוך אותה ולהכניס את הניסיון והידע שלך.

בקשה שלי על מנת שאדע שהגרסה הזאת באמת עוזרת לכם

- שתפו בקבוצה תחת הפינות והפוסטים שאעלה
- כתבו לי איך הקיט שינה את אופן יצירת התוכן שלכם
- מלאו את הסקר שאדע מה באמת עוזר
- ניתן להוסיף בפוסטים את ההאשטג #חממתהתוכן365 או לתייג אותי שאראה



למה חשוב ליצור מספר פוסטים בחודש ואפילו בשבוע? הנה כמה סיבות

- החשיפה האורגנית נמוכה כל פיסת תוכן נוספת מאפשרת עוד חשיפה
- כשאני יוצרת יותר תוכן אני יכולה לטפל במספר אמונות של הלקוח ולהציג את המוצר בכל מיני צדדים
- כתיבת פוסטים זה אימון, ככל שניצור יותר יהיה לנו קל יותר
- עסקים שיוצרים תוכן ברשתות חברתיות באופן קבוע נתפסים כאוטוריטה
- יותר הזדמנויות ליצור נירשמים ורוכשים
- אנחנו לא יודעים בוודאות איזה פיסת תוכן תגרום לשינוי הגדול, לכן חשוב ליצור יותר

בנימה מאוד אישית

יש עוד סיבה שחשוב לי שנשים עצמאיות [וגם גברים] יצרו תוכן כתוב וגם בוידאו ברשתות חברתיות, גם בשביל להתלהב מהעיסוק שלהם וגם בשביל לבטא החוצה את המחשבות, הערכים, הידע שלהם וכו' למה?

כי יש משהו שאני ממש יודעת,

כשמישהי שלא כתבה לפני מתחילה לכתוב ולקבל פידבקים של תגובות, לייקים ובעיקר לשמוע איך התוכן שלה עזר, השפיע ואפילו גרם לאנשים להגיע אליה לקבל את השירות.

כשמישהי מתחילה לצלם וידאו, לדבר למצלמה, להוציא את התוכן החוצה. משהו בתוכה משתנה, משהו בזהות שלה משתנה.

בלי לשים לב עם כל פוסט היא קצת יותר אמיצה, קצת יותר בטוחה בעצמה, קצת יותר משפיעה, קצת יותר משנה.

היא עולה על הבמה של הרשתות ומבטאת את עצמה ואחר כך, היא מרשה לעצמה להתבטא בעוד מקומות.

זה אחת הסיבות שחשוב לי שתכתבי, שתצלמי, שתדברי, שתתלהבי.

ועכשיו נעבור לקיט 😊



בואו נתחיל ליצור תוכן

בחברת תמצאו מגוון רחב של רעיונות ותבניות ליצירת תוכן. כולם נבנו מתוך מחשבה רבה לבניית קהילה ולקידום העסק שלך.

איך להשתמש בתבניות?

- מלא את החסר לפי התבנית ופרסמו ברשתות החברתיות.
- קבלו מהתבנית השראה או רעיון ליצור משהו לגמרי שלך
- השתמשו בבינה מלאכותית כמו צ'ט GPT או קלוד. זה הפרומפט: "העסק שלי הוא [תיאור העסק], הלקוח שלי הוא [תיאור הלקוח] אני רוצה להשתמש בתבנית הזאת ליצירת פוסט [העתיקו את התבנית ב " " המסר שחשוב לי להעביר [כתבו את המסר, התנגדות הלקוח שתרצו להתמודד איתה, סיפור לקוח. מה שצריך בשביל התבנית] צור לי בבקשה פוסט מסודר בסגנון [דיבורי, אותנטי, מצחיק...]. הבינה תיצור פוסט, חשוב לערוך את הפוסט ולא לפרסם בדיוק כמו ההצעה
- התחברתם לתבנית? ניתן ליצור ממנה כמה פיסות תוכן עם מסרים שונים.
- אפילו אם הוספתם מספר פיסות תוכן יותר מחדש קודם - התקדמתם

כמה נקודות חשובות ליצירת תוכן:

- לא חייבים לכתוב פוסט כל יום, 2-3 בשבוע בפיד זה מעולה
- כל פיסת תוכן שיצרתם ניתן לעלות לפייסבוק עסקי, פייסבוק אישי ואינסטגרם [אפשר בימים שונים או אותו יום]
- כל תבנית מתאימה ליצירת: פוסט טקסט | פוסט + תמונה | פוסט + תמונה שעליה טקסט | קרוסלה | REELS או וידאו קצר
- ראייתם שיש מסר שתפס יותר והקהל אהב? חשבו איך אתם מעבירים אותו מזוויות נוספות.
- בנוסף חשבו על סטורי שאותו כן כדאי להפיק כל יום. ניתן עדיין להשתמש ברשימת 30 הרעיונות לסטורי שצורפה לקיט מרץ 21
- מייל לרשימה: מומלץ לשלוח מייל פעם בשבוע לפחות. רב התבניות אפקטיביות גם לשליחת מייל. פוסט שעבד טוב במדיה חברתית או שירת מסר שחשוב לכם להעביר הלאה ניתן לשלוח גם למייל. היתרון במייל זה שאפשר להרחיב ולהוסיף קישורים.

עכשיו פנו שעתיים לפחות ועברו על חוברת התוכן

- פתחו קובץ בדרייב או במחשב שם תכתבו את הטיוטות של כל התכנים
- חשבו על מטרת החודש ומקביל כדאי שיהיה לכם קובץ עם מידע על הלקוח שלכם: התנגדויות, חששות, מיתוסים וכו' בנוסף ניתן לעבוד לפי שיטת הקטגוריות.
- שלב ראשון עברו על החוברת וראו מה ישר נותן לכם השראה להעביר מסר שלכם, מצאתם? עצרו וישר כתבו את הפוסט או התסריט
- עברו ליצור ויז'ואל לכל פוסט או סרטון – אם יש צורך
- תזמנו הכל דרך הביזנס סוייט

הערה: אני מקדישה לפחות 3 שעות בשבוע כל יום ראשון ליצירת תוכן חנימי. למה? זה תחילת המשפך בעסק שלי ומוביל אצלי ללקוחות!

בהצלחה



רשימת ימים מיוחדים לחודש זה

- 01.01 יום חוק זכויות היוצרים, השנה החדשה
- 02.01 יום מוטיבציה והשראה, יום המופנמים העולמי
- 04.01 יום כתב הברייל
- 08.01 יום ההקלדה [מכונת כתיבה]
- 09.01 יום הכריאוגרפיה
- 11.01 יום התודה הבנלאומי
- 14.01 יום העפיפונים הבנלאומי, ההגיון העולמי
- 16.01 יום האוכל החריף הבנלאומי
- 18.01 יום פו הדב
- 19.01 יום הקוואקר העולמי
- 20.01 יום זכויות האזרח, קבלת האחר
- 21.01 יום המשחקים הבנלאומי, יום מכנסי הטרנינג הבנלאומי
- 24.01 יום הצחוק מהבטן, יום החינוך, יום מחזור טלפונים ניידים
- 27.01 יום השואה הבנלאומי
- 29.01 ראש השנה הסיני



חממת התוכן התבניות

לצניות:

פוסטים. ויצאו. חיים.



הפער בין מה שאת רוצה למה שאת צריכה

רעיון

"אני יודעת שאת בטוחה שמה שיוביל אותך ל[מטרה סופית שהלקוחה רוצה] זה [פתרון מדומה כמו "10,000 עוקבים באינסטגרם"] ואני מבינה למה זה מאוד מבלבל [לתת סיבה מחברת למה היא חושבת שזה הפתרון].

אבל האמת היא שמה שבאמת [יוביל אותך ליעד, למטרה הסופית] זה [הפתרון האמיתי שהעסק שלך מציע. כמו "קהילה רוכשת" עם הסבר].

זה ההבדל בין רדיפה אחרי משהו חיצוני שקשה להשיג ולא תמיד מוביל לתוצאות ליצירת התוצאות האמיתיות שאת רוצה [פירוט התוצאה. כמו "יותר לקוחות"]

ב [שם המוצר] אנחנו עובדים על התכל'ס [המטרה שהיא רוצה] רוצה לעשות את הצעד? תכתבי לי

המטרה

פוסט מאוד חשוב שהמטרה שלו לעזור ללקוח להבין שהפתרון שלך זה הפתרון הנכון ולהעביר אותו מהפתרון שהוא חושב שזה הפתרון הנכון לפתרון האמיתי – זה שאתם מציעים. זה אחד הנושאים החשובים לטפל בהם בשיווק שלכם לאורך התוכן שלכם בפוסטים, מיילים וכל השאר

דוגמא - תזונה - ממליצה להרחיב ולהכניס את המומחיות והשפה שלכם


אני יודעת שאת בטוחה שמה שיוביל אותך להרגיש טוב יותר בגוף שלך ולחיות חיים מלאי אנרגיה זה להוריד 10 קילו כמה שיותר מהר. ואני מבינה למה זה מאוד מבלבל – כל כך הרבה הבטחות מסביב על דיאטות קסם, "שבועיים לגוף חלומתיך", ותפריטים קשוחים שמרגישים כמו עונש.

אבל האמת היא שמה שבאמת יוביל אותך לחיים בריאים, אנרגטיים ומלאי שמחה זה לבנות הרגלים תזונתיים בריאים וברי קיימא, כאלה שמתאימים לשגרה שלך, לגוף שלך, ולחיים שאת רוצה לחיות.

זה ההבדל בין רדיפה אחרי מספר על המשקל לבין ליצור שגרה יומיומית שתורמת לבריאות שלך, למצב הרוח שלך ולתחושת החיוניות שלך.

ב**[שם המוצר / התוכנית שלך]** אנחנו מתמקדים בליצור שינויים קטנים וברי קיימא, שלא יגרמו לך להרגיש שאת נלחמת בעצמך בכל יום מחדש.

רוצה לעשות את הצעד הראשון לתהליך שמשנה את החיים באמת?

כתבי לי 



את חושבת שהבעיה היא, אבל בעצם

את מרגישה שהבעיה שלך היא [הבעיה שהלקוחה חושבת שיש לה].
זה מה שאת מספרת לעצמך, וזה גם הגיוני—כי ככה זה נראה על פני השטח.
אבל אם נלך טיפה יותר לעומק, נגלה שזו רק שכבה חיצונית, מסכה שמסתירה משהו יותר עמוק.
הבעיה האמיתית היא [השלם את הבעיה האמיתית].
וזה לא אשמתך, ככה פשוט לימדו אותנו לחשוב.

החדשות הטובות? זה לא חייב להישאר ככה. ברגע שמבינים את זה, הכל מתחיל לזוז אחרת.

ספרי לי—זה מדבר אלייך? איפה זה פוגש אותך?

המטרה

עוד דבר קריטי זה להעביר את הלקוחות מהבעיות שהם חושבים שיש להם לבעיות האמיתיות שלהם,
הבעיות שהשירות/מוצר שלך פותר. זה מה שיוצר את החיבור המשמעותי אליך וחינוך לקוח

דוגמא - יועצת או מאמנת לכלכלת המשפחה

את מרגישה שהבעיה שלך היא שאין לך מספיק כסף בסוף החודש, שההוצאות תמיד גדולות יותר
מההכנסות.

זה מה שאת מספרת לעצמך, וזה גם הגיוני—כי ככה זה נראה על פני השטח.

אבל אם נלך טיפה יותר לעומק, נגלה שזו רק שכבה חיצונית, מסכה שמסתירה את העובדה שאין לך
מערכת ברורה לניהול הכסף שלך, הרגלים כלכליים נכונים או אפילו את הביטחון לדעת איפה
להתחיל.

הבעיה האמיתית היא שאנחנו לא באמת לומדים איך להתנהל כלכלית בצורה נכונה ופרקטית בחיים
עצמם.

וזה לא אשמתך, ככה פשוט לימדו אותנו לחשוב - או יותר נכון, לא לימדו אותנו בכלל.

החדשות הטובות? זה לא חייב להישאר ככה.

ברגע שמבינים את זה ומתחילים לייצר סדר וכלים פרקטיים, הכל מתחיל לזוז אחרת.

ספרי לי—זה מדבר אלייך? איפה זה פוגש אותך?



נשמע מוכר

התבנית

את שוב מוצאת את עצמך באותו לופ. את חושבת ש[תיאור הבעיה המדומה כמו "אין לי זמן"].
וזה מתסכל. כי זה מרגיש כאילו משהו בך לא עובד כמו שצריך.

אבל האמת היא שהבעיה האמיתית היא [תיאור הבעיה האמיתית כמו "אין לך סיסטם שמתאים לך"].
זה לא כי את לא טובה מספיק, או כי משהו בך פגום. פשוט, לאף אחד לא הראו לך את הדרך הנכונה.

ואת לא לבד בזה. כולנו חוונו את זה מתישהו.

ספרי לי, איפה זה פוגש אותך? איך זה מרגיש מהצד שלך?

המטרה

מטרת הפוסט היא לדייק ללקוחה את הבעיה האמיתית שהיא נמצאת בה, את הדבר האמיתי שצריך
לטפל בו ולשנות מתוך מקום של יצירת חיבור והזדהות

דוגמא - מטפלת/יועצת זוגיות עם נטיה לרוחניות

את שוב מוצאת את עצמך באותו לופ. את חושבת ש"אולי אני פשוט לא מספיק טובה בזוגיות, אולי זה
לא נועד לי."

וזה מתסכל. כי זה מרגיש כאילו משהו בך לא עובד כמו שצריך, כאילו יש בך פגם נסתר שאי אפשר
לתקן.

אבל האמת היא שהבעיה האמיתית היא שלא לימדו אותך איך לתקשר באמת, איך להבין את עצמך
בתוך המרחב הזוגי ואיך ליצור חיבור רגשי עמוק ובריא.

זה לא כי את לא טובה מספיק, או כי משהו בך פגום. פשוט, אף אחד לא הראה לך את הדרך הנכונה,
כזו שמתאימה לאופי שלך ולמה שאת באמת צריכה.

ואת לא לבד בזה. כולנו חוונו את זה מתישהו - את התחושה של הליכה במעגלים מבלי לדעת איך
לפרוץ אותם.

ספרי לי, איפה זה פוגש אותך? איך זה מרגיש מהצד שלך?



רגע של כנות

התבנית

בואי נדבר רגע בכנות. הרבה פעמים אנחנו בטוחות ש[תיאור הבעיה שהלקוחה חושבת שיש לה]. זה מה שנראה על פני השטח, זה מה שקל להצביע עליו.

אבל האמת היא שהשכבה העמוקה יותר מספרת סיפור אחר לגמרי. הבעיה האמיתית היא [תיאור הבעיה האמיתית].

וזה לא משהו שאמור לגרום לך להרגיש אשמה או לא מספיק טובה. להפך—זו הזדמנות. כי עכשיו, כשאת רואה את זה, את יכולה להתחיל להתמודד עם זה באמת.

אני כאן, אם בא לך לשתף אותי במחשבות שלך.

המטרה

כן, אני מתעקבת על עוד רעיונות של שינוי אמונות בקשר לבעיות והפתרונות שלנו כי אני רוצה שתתאמנו עלי זה ותדייקו את זה ללקוחות שלכן

דוגמא למטפלת רגשית באמצעות מיינפולנס

בואי נדבר רגע בכנות.

הרבה פעמים אנחנו בטוחות שהבעיה שלנו היא שאנחנו פשוט לא מצליחות לשלוט ברגשות שלנו, שהמחשבות מציפות אותנו, והלחץ משתלט על כל חלקה טובה ביום שלנו. זה מה שנראה על פני השטח, זה מה שקל להצביע עליו.

אבל האמת היא שהשכבה העמוקה יותר מספרת סיפור אחר לגמרי. הבעיה האמיתית היא שאין לנו את הכלים לעצור לרגע, לנשום, ולהקשיב פנימה – להבין מה באמת עובר עלינו ואיך להתמודד עם זה בצורה בריאה ומחברת.

וזה לא משהו שאמור לגרום לך להרגיש אשמה או לא מספיק טובה. להפך—זו הזדמנות. כי עכשיו, כשאת רואה את זה, את יכולה להתחיל להתמודד עם זה באמת, בצעדים קטנים, עם הרבה רכות וסבלנות לעצמך.

אני כאן, אם בא לך לשתף אותי במחשבות שלך



למה המטרה שלך לא מביאה אותך לשום מקום?

הרעיון / תבנית

את רצה, מנסה, מתאמצת, הכל כדי להגיע ל[המטרה שהיא תפיסה שגויה כמו "להוריד 15 קילו"].
וזו מרגיש כאילו כל פעם את כמעט שם, אבל משהו בך מתעקש לעצור רגע ולשאול: "למה זה לא זז?"

כי המטרה הזאת, מה שהגדרת לעצמך כ"הצלחה", אולי בכלל לא באמת שלך.
משהו שסיפרו לך שאת צריכה
המטרה האמיתית היא [המטרה האמיתית כמו "להיות בגוף בריא וחזק"].

המקום שבו את לא רק משיגה "יעד", אלא גם מרגישה שלמה עם הדרך לשם.

איפה זה פוגש אותך?

המטרה

להביא את הלקוחה מהמטרה שהיא חושבת שזה הפתרון שלה, למרות שזה אשלייה לפתרון האמיתי
שהיא צריכה לשאוף אליו תוך יצירת חיבור והזדהות.

דוגמא יועצת שיווקית במדיה. מתמקדת בשיווק מתוך חיבור עמוק למקום הפנימי שלך ויצירה אותנטית

את רצה, מנסה, מתאמצת, הכל כדי להגיע ל***"עוד עוקבים, יותר לייקים, יותר חשיפה"**.
וזו מרגיש כאילו כל פעם את כמעט שם, אבל משהו בך מתעקש לעצור רגע ולשאול: "למה זה לא זז?
למה זה מרגיש ריק?"

כי המטרה הזאת, מה שהגדרת לעצמך כ"הצלחה", אולי בכלל לא באמת שלך.
זה משהו שסיפרו לך שאת צריכה. ששיווק טוב נמדד במספרים ובנראות חיצונית.

אבל האמת היא שהמטרה האמיתית היא ליצור חיבור עמוק עם הקהל שלך, לבנות מערכת יחסים
אמיתית ואותנטית, ולהעביר מסר שהוא באמת שלך.

המקום שבו את לא רק משיגה "יעד" של לייקים או חשיפה, אלא גם מרגישה שלמה עם הדרך לשם.
מקום שבו כל פוסט שאת כותבת מרגיש נכון, מדויק, ושיש בו ערך אמיתי.

איפה זה פוגש אותך?



חשבתי ש.... ואז הבנתי ש....

התבנית - שנו אותה לפי הצורך שלכם

חשבתי ש[תפיסה או מטרה ישנה, פתרון מדומה לבעיה. למשל: "אני צריכה להיות מושלמת כדי להצליח השקעתי בזה המון אנרגיה, המון זמן, וכל פעם הגעתי לאותו מקום. אבל אז עצרתי רגע. שאלתי את עצמי—למה אני באמת רודפת אחרי זה?

ואז הבנתי ש[תובנה חדשה, הפתרון האמיתי למשל: "ההצלחה האמיתית היא בלהיות מדויקת לעצמי, מושלמת".]

משם הכל התחיל להשתנות.

ההבנה הזו לא קרתה ביום אחד, אבל היא פתחה לי דרך חדשה.

מה את חושבת? זה נשמע לך מוכר?

המטרה

התבנית לפי מבנה שיווקי AIDA שמניע את הקהל לפעולה דרך ארבעה שלבים: תשומת לב, יצירת עניין רצון, וסיום בקריאה לפעולה. [מדריך מצורף לקיט]

דוגמאות למומחית לאוטומציה בוואטצאפ ומדיה חברתית

אני לא מאמינה שרק לפני שנה חשבתי שאני צריכה להיות זמינה כל הזמן לכל שיחה, לענות מיד לכל ולשלוח ידנית כל פיסת תוכן לכל פלטפורמה כדי שהעסק שלך יצליח. בסופו של דבר השקעת השקעתי בזה המון אנרגיה, המון זמן, וכל פעם הגעתי לאותו מקום – עייפות, עו ותחושה שאני רצה במקום. זה נשמע לך מוכר?

אבל אז עצרתי רגע. שאלתי את עצמי—למה אני באמת רודפת אחרי זה? למה אני חושבת שאני חייבת להיות זמינה 24/7 כדי להצליח?

ואז הבנתי שאם אני רוצה הצלחה אמיתית אני צריכה בלבנות מערכת שעובדת בשבילי – אוטומציה שמאפשרת לי להתמקד במה שחשוב באמת: בלקוחות שלי, ביצירת ערך, ובצמיחה של העסק.***

משם הכל התחיל להשתנות.

ההבנה הזו לא קרתה ביום אחד, אבל היא פתחה לי דרך חדשה – דרך שבה אני לא מנהלת את העסקי כיובי שריפות, אלא בצורה מסודרת, יעילה, ועם הרבה יותר שקט נפשי.

מה את אומרת? רוצה לבנות כזאת בעסק שלך?



עכשיו זה הזמן

התבנית

בואו נפתח את השנה כמו שצריך וסוף סוף, פעם אחת ולתמיד נעשה שינוי ב

[אתגר שהמוצר שלך פותר].

נשתחרר לנצח מ [מה נפתור בעזרת המוצר]

יצרתי את [מוצר שלי] בשביל [הפתרונות]

ויעזור לך [להשיג את היעד הרלוונטי].

אני לא רוצה להלחיץ אבל

[נותרו X מקומות / ההרשמה המוקדמת נסגרת / יש X הנחה רק עד Y]

- כל הפרטים כאן [לינק] / בא לך לדעת יותר?

המטרה: שיווק מוצר הרגע האחרון על ידי עידוד ומוטיבציה לשנה הקרובה

דוגמא מומחית לניהול זמן ופרודוקטיביות

15 דקות ביום, וזהו – זה מה שאת צריכה בשביל לפרסם REELS יומי

אני יודעת מה את חושבת:

"רילס זה נראה מדהים, אבל איך לעזאזל יש לי זמן לצלם, לערוך ולהעלות את זה? זה בטח יקח לי שעות!"

האמת? זה לא חייב להיות ככה.

הלקוחות שלי היו בדיוק במקום הזה, חושבות שרילס יגנוב להן יום שלם מהלז.

אבל אני אגלה לך שלא צריך יותר מ 15 דקות ביום לוידאו

מה עושים ב-15 דקות?

3 דקות לצלם: אפילו מהטלפון, קליל ולעניין.

7 דקות לערוך: שימוש בפילטר, טקסט קצר ואפקט פשוט באפליקציה כמו CapCut.

5 דקות להעלות ולכתוב כיתוב: בלי סיפורים ארוכים – רק כותרת חזקה והנעה לפעולה.

רוצה להוכיח לעצמך כמה זה פשוט?

בואי נתחיל במשימה קטנה: צלמי את עצמך עם משפט אחד שקשור לעסק שלך.

לדוגמה: "זה מה שהלקוחות שלי תמיד שואלות אותי..."

זה לוקח 2 דקות – אני מבטיחה לך, זה לא ירגיש מסובך.

רוצה שאלמד אותך את כל הטריקים לרילס ממגנט ומקצועי?

כתבי לי "רילס ב-15 דקות" ואשלח לך פרטים על התוכנית שלי.



הלקוח הראשון שלי

הרעיון

היא היתה הראשונה שלי / הוא היה הראשון שלי
וזו היתה חוויה [מדהימה / מטלטלת / מבלבלת / מאירת עיניים]
היא היתה הראשונה וקיבלתי ממנה שיעור.
היא הראשונה שרכשה את [המוצר] ושילמה X שקלים / אפילו לא לקחתי ממנה כסף
[שתפו על החוויה של הלקוח הראשון, מה למדתם מזה, מה הטעויות שעשיתם אם בכלל,
מה עשיתם אז שלא תעשו היום.
האם אתם עדיין בקשר, איך, למה, איזה קשר. כתבו מתוך הוקרת תודה]
אני זוכרת עדיין שהיא אמרה לי/כתבה לי [ציטוט שהלקוחה אמרה עליכם או על השירות
או משפט שגרם לכם לחשוב]
היום X שנים אחרי אני [כבר לא עושה..../עושה את אותה דבר אבל בסכום..../שיניתי את זה ואת
זה] אבל אף פעם לא שוכחים את הפעם הראשונה

המטרה

להראות את ההתפחות שלכם בעסק, את השירות לקוחות שלכם וערכים שחשובים לכם

דוגמא : יועצת שינה

היא הייתה הראשונה שלי.
וזו הייתה חוויה מרגשת, מטלטלת ומלאה למידה.
היא הייתה הראשונה שליוויתי בתהליך שינה עם התינוקת שלה, ודרכה קיבלתי שיעור ענק.
היא הראשונה שפנתה אליי, ואפילו לא ביקשתי ממנה תשלום.
רק רציתי לעזור לה, להוכיח לעצמי שהידע שלי יכול לשנות חיים – ולא רק של ההורים, אלא גם של
התינוקת הקטנה שלה, שכל לילה בכתה שעות על גבי שעות.
אני זוכרת שהיא אמרה לי: "אני לא מאמינה, הלילה ישנתי יותר מ-4 שעות ברצף. זה מרגיש כמו קסם."
באותם רגעים הבנתי משהו חשוב: השירות שלי הוא לא רק על שינה, הוא על שלוה, רוגע, ובית שמתמלא
באנרגיה חדשה.
היום, 5 שנים אחרי, אני כבר לא עושה שיחות ייעוץ חינם, כי אני יודעת כמה ערך יש לידע שלי.
היום, התהליכים שלי הרבה יותר מדויקים, עם ליווי צמוד, מערכות מסודרות ושיטות עבודה שלמדתי עם
השנים.
אבל את הפעם הראשונה אי אפשר לשכוח.
היא תמיד תזכיר לי למה התחלתי – ולמה זה כל כך חשוב לי להמשיך.
תודה לך, [שם הלקוחה, אם מתאים לשתף], על האמון, על השיעורים, ועל הזכות להיות חלק מהדרך
שלך.

ספרי לי – את זוכרת את הלילה הראשון שהילד שלך ישן שינה רציפה? איך זה הרגיש?



פרומו ויצירת סקרנות

מדי פעם אנחנו רוצים להתחיל לעורר סקרנות ועניין סביב פרויקט שיצא בקרוב.

זה יכול להתחיל ממשפט "עובדת עכשיו על אחד הדברים הגדולים שאני אעשה ב 2025 , ממש רוצה לספר לכם מהו אבל חייבת להתאפק עד שזה יהיה מוכן" או סטורי / וידאו שמצלם רק חצי מהתמונה ומייצר סקרנות מבלי שהבינו לגמרי מה המוצר וזה יכול להיות פוסט שמתחיל לתת פרטים קטנים "אני לא מאמינה, שנים אני רוצה לעשות את זה והפעם זה הולך לצאת לפועל. כל מה שמסביב מוכן לקראת אחד הדברים המדהימים שאני הולכת להכין ללקוחות שלי יש כבר [לציין משהו שצריך בשביל המוצר] וכל מה שנשאר זה להתחיל לסיים עם כמה פרטים קטנים וכמה גדולים ואז כמובן לספר לכם

ניתן להשתמש בביטויים אחרים אפשר להיות יותר פרקטיים ופחות מתרגשים כל אחד מה שאותנטי לו

המטרה

ליצור סקרנות

דוגמאות

מעצבת גרפית לעסקים

פוסט / סטורי:

🌟 "עובדת עכשיו על אחד הפרויקטים הכי גדולים שעשיתי אי פעם ב-2025! זה משהו שתמיד רציתי להוציא לפועל, אבל עכשיו זה קורה באמת. כבר יש לי את הצבעים, את הקונספט, ואת ההשראה – כל מה שנשאר זה לשים את כל החלקים במקום וליצור משהו שכולו WOW. ממש מתאפקת לא לחשוף יותר מדי עכשיו... אבל מבטיחה שזה הולך להיות בולט, יצירתי, ושימושי בטירוף לעסקים. 📸 בקרוב אשתף איתכם עוד קצת... אבל בינתיים – יש ניחושים?"

דוגמא למעצבת פנים

"אני עומדת להתחיל לעבוד על פרויקט עיצוב פנים שלחלוטין הולך להיות אחת היצירות הכי גדולות שלי. זה בית שכולו חלום, עם אלמנטים שטרם נראו בעיצובים שלי. חלק מהפריטים כבר נבחרו – תאורה, חומרים, ואפילו חלק מהרהיטים המיוחדים בדרך אליי. נשארו לי עוד כמה החלטות אחרונות לפני שאני יכולה לחשוף לכם הכול. רוצים לראות הצצה קטנה מתהליך החשיבה שלי? כתבו לי בתגובות!"



רילס/וידאו: שבירת מיתוס

התבנית

"כולם אומרים לך ש...
אבל זה בעצם לא נכון למי ש...
אז מה כן עושים?
את זה...."

פתרון אחד ולא את כל התורה.
ואפשר לשם התנועה לפרק את הרילס ל 3 סצינות לפי התסריט
+ אפשר לכתוב פוסט במקום רילס
+ אפשר לכתוב טקסט על רילס קצר ואת התוכן לכתוב בפוסט

המטרה

אנחנו ממשיכים לשנות אמונות לקהל שלנו
הפעם וידאו דיבור למצלמה בו תשבירי מיתוס אחד .
חשוב, מסר אחד קצר.

דוגמא נומרולוגית

מבנה הרילס - 3 סרטונים מחוברים:
סצנה ראשונה: היועצת יושבת ליד שולחן עם ספר נומרולוגיה פתוח, מביטה למצלמה ונאנחת.
טקסט על המסך: "כולם אומרים לך שהמספרים שלך קובעים את הגורל שלך, ושאין לך דרך לשנות אותו..."

סצנה שנייה: חיוך קטן ולסגור את הספר
טקסט על המסך: "אבל זה לא נכון! המספרים שלך מראים לך את הדרך, אבל הבחירות שלך הן אלה
שקובעות את המסלול."

סצנה שלישית: להביט על המסך ולחייך
טקסט על המסך: "אז מה כן עושים? לומדים להקשיב למספרים, להבין את המסר שלהם, ואז לבחור את
הדרך שלך בחוכמה."
כיתוב נוסף קטן:
"רוצה לגלות איך זה עובד? כתבי לי."

הפוסט

כולנו שמענו את זה - "המספרים שלך הם הגורל שלך, ואין דרך לברוח מהם."
אבל האמת היא שהמספרים שלך לא חורצים גורלות, הם פותחים דלתות.
הם מספרים לך על היכולות שלך, על האתגרים שבדרך, ועל ההזדמנויות שמחכות לך.
אבל הבחירה היא תמיד שלך.
אז מה כן עושים?
לומדים לקרוא את המספרים, להבין מה הם אומרים לך, ולבנות מסלול שמדויק עבורך.
רוצה שאעזור לך להבין את המספרים שלך? שלחי לי הודעה



רילס/פוסט: שבירת מיתוס

בידאו הזו יהיו המלצות על
3 ספרים/פודקאסטים/סדרות
מסעדות/ מתכונים / חנויות / ציוד ל...
אפשר להופיע בידאו לדבר ואז להוסיף בעריכה תמונה קטנה מעל לכל המלצה.
אפשר להכין 3 קליפים עם ההמלצות לחבר בעריכה ואז להקליט את הסאונד שלך מעל.
ואפשר להשתמש בפסקול טרנדי קצר ותמונות מתחלפות במהירות עם הטקסט מעלואז
הסבר בטקסט

המטרה

לפרגן לתוכן של מישהו אחר. ניתן לתייג את היוצרים/סופרים

תמונות מתחלפות עם פסקול טרנדי וטקסט מעל
תמונה 1: 3 פוסקאסטים שאת חייבת לשמוע

תמונה 2: צילום מסך של הפודקאסט
טקסט מעל: חובה לכל אישה בגיל המעבר!

המשיכי עם התמונות ועל כל אחד כתבי משפט מה מיוחד בפודקאסט הזה



רילס/פוסט: זה לא פשוט

על הרילס: כשאתה חושב ש[פעולה / שינוי רצוי] הוא רק צעד אחד פשוט, אבל אז אתה מבין...

בפוסט: אז חשבת ש[פעולה / שינוי רצוי] יהיה קל? תחשוב שוב.
בשורה התחתונה בשביל להגיע ל [יעד] צריך קצת יותר סבלנות והתמדה [אפשר להרחיב
במה צריך להתמיד, לא חובה] מי עוד לא העריך כמה עבודה זה לוקח?

המטרה

שינוי אמונות ויצירת הזדהות

וידאו (7 שניות):

סצנה ראשונה (2 שניות):

טקסט על המסך: "כשאת חושבת שהגדרת גבולות עם הילדים זה פשוט להגיד 'לא' פעם אחת..."

סצנה שנייה (5 שניות):

טקסט על המסך: "ואז את מבינה שזה בעצם חזרה אינסופית על אותו 'לא', עם סבלנות של נזירה בודהיסטית..."
מוזיקת רקע: צליל הומוריסטי או סאונד ויראלי מוכר.

הפוסט:

אז חשבת שהגדרת גבולות עם הילדים תהיה פשוטה? תחשבי שוב.
האמת היא שלהגיד 'לא' זה רק ההתחלה.
בשורה התחתונה, כדי להגיע למערכת יחסים בריאה עם גבולות ברורים, צריך הרבה סבלנות, המון התמדה, ובעיקר להבין שזה תהליך.
כל צעד קטן הוא חלק מהדרך – וגם אם זה מרגיש מתיש לפעמים, זה משתלם.
מי עוד לא העריך כמה סבלנות נדרשת בגבולות עם ילדים?
כתבו לי בתגובות! 📩



רילס/פוסט: מוטיבציה

על הרילס - לפעמים מה שחשוב זה הנצחונות הקטנים / ההצלחות הקטנות

הפוסט / מלל [ברילס דיבור למצלמה]: לא כל ניצחון חייב להיות ענק, החיים זה לא הכל או כלום, תזכרו את זה שאתם נכנסים ל 2025.
[דברו על חשיבות הניצחונות הקטנים והאבנים בדרך למטרה שהלקוחות שלכם רוצים להגיע - או- "אלו 3 הצלחות שנראות קטנות אבל אומרות שאת בדרך הנכונה" או "ההצלחות האלו הם ההבדל העצום"]

קדימה איזה הצלחה קטנה את הולכת לחגוג היום.

המטרה

מוטיבציה והשראה

קוסמטיקאית

כתרת על המסך:

"לפעמים מה שחשוב זה דווקא הניצחונות הקטנים."

סצנה 1 (2 שניות):

מחייכת למצלמה, מצביעה על מוצר טיפוח.

טקסט על המסך:

"הצלחת להתמיד שבוע עם קרם פנים? זה ניצחון."

"ניקית פנים כל ערב? זה ניצחון."

"הצלחת להוריד איפור כל ערב לפני השינה? זה ניצחון."

....

טקסט סיום:

"אל תזלזלו בניצחונות הקטנים – הם אבני הדרך להצלחה גדולה."



חממת התוכן ויראליות

ציטוטים.
כותרות. שאלות. ועוד



ציטוטים

1. "אתה תחמיץ את הדברים הטובים ביותר אם תישאר עם עיניים עצומות." דר סוס
2. "לפעמים השאלות מסובכות והתשובות פשוטות." דר סוס
3. הצלחה היא ניצול מקסימאלי של היכולות שלך" זיג זיגלר
4. "רק דרך אחת מובילה לנישאים מאושרים. כאשר אגלה אותה, אתחנן שוב" קלינט איסטווד
5. "אם אתה רוצה להצחיק את אלוהים, ספר לו על התוכניות שלך לעתיד" וודי אלן
6. "הדברים שגורמים לי להיות שונה הם הדברים שגורמים לי להיות מי שאני." פו הדב
7. "אומרים שאני מיושן וחי בעבר, אבל לפעמים אני חושב שההתקדמות מתקדמת מהר מדי" דר סוס
8. "היזהרו בקריאת ספרי בריאות. אתם יכולים למות מטעות דפוס" מארק טוויין
9. משפט השראה: לא, את לא מאחור. את בדיוק איפה שאת צריכה להיות. תסמכי על זה שהכל יגיע בזמן הנכון.
10. אם אתה תמיד האדם הכי חכם בחדר, מצא חדר אחר/חדש
11. חשוב לזכור, כשביקשת לגדול לרמה הבאה ביקשת גם את האתגרים שבדרך. ויש לך את היכולת לנצח אותם. [אפשר לערוך]
12. האומץ שצריך בשביל להשאיר מאחור מה שכבר לא משרת אותך, הוא אותו אומץ שיעזור לך למצוא את הדרך למה שכן.

הרחבת ציטוט לפוסט השראה

אחד הדברים שאפשר לעשות עם הציטוטים זה לקבל מהם השראה וליצור תוכן קטן להשראה ומוטיבציה שמחובר לאמת שלך, למסר שחשוב לך להעביר.

הנה כמה דוגמאות אותם ניתן לכתוב ישירות על תמונה או לפרסם אותם כפוסט קצר

מורה לאנגלית – ציטוט: "אתה תחמיץ את הדברים הטובים ביותר אם תישאר עם עיניים עצומות." – ד"ר סוס

אנגלית היא לא רק שפה, היא דלת שפותחת עולם שלם של אפשרויות.

כשאתה בוחר להימנע מלדבר, מלנסות, מלשגות – אתה בעצם עוצם את העיניים מול ההזדמנויות שמחכות לך מעבר לפחד.

טקסטים שלא נקראו, שיחות שלא התקיימו, חלומות שלא התגשמו.

אז בואו נתחיל לצעוד יחד. לפתוח עיניים, לשחרר את החשש ולהעז לדבר.

כי העולם מחכה לשמוע את הקול שלך, באנגלית שלך.



מורה לזימון מציאות – ציטוט: "לפעמים השאלות מסובכות והתשובות פשוטות." – ד"ר סוס

אנחנו מחפשים תשובות עמוקות לשאלות כמו: "למה זה לא מצליח לי?" או "איך אני מושכת את מה שאני רוצה לחיים שלי?"

אבל לפעמים, התשובה היא פשוטה: עצירה. נשימה. הקשבה.

מה אני מרגישה? מה אני רוצה באמת?

כשהמחשבות נרגעות, הפתרונות מופיעים.

לפעמים הדרך לזמן מציאות טובה יותר מתחילה בלשאול שאלה אחת פשוטה: מה הצעד הבא שלי?

מטפלת ברפואה סינית – ציטוט: "הדברים שגורמים לי להיות שונה הם הדברים שגורמים לי להיות מי שאני." – פו הדב

במרכז הרפואה הסינית עומד העיקרון של איזון ייחודי.

לכל אדם יש את התדר שלו, את הכוחות והאתגרים המיוחדים רק לו.

מה שהופך אותך לשונה הוא גם מה שהופך אותך למיוחד – הכאב שלך, הכוחות שלך, הדרך שבה הגוף והנפש שלך מספרים את הסיפור שלך.

ברפואה הסינית, אנחנו לא מכבים את הייחוד הזה – אנחנו מאזנים אותו, מחזקים אותו, ונותנים לו מקום להיות.

כי בייחוד שלך נמצא גם הריפוי שלך.



שאלות בפוסט או הנעה לפעולה

רשימת שאלות מתוך מטרה לעורר שיחה ולהוביל לתגובות. השאלות יכולות לפתוח את הפוסט, להופיע אחרי הפסקה הראשונה או בסוף הפוסט, אין צורך תמיד לחכות לסוף הפוסט על מנת לעודד שיחה או להיות פוסט נפרד. ניתן להשתמש גם בסטורי ולהוסיף מדבקת סקר או משהו דומה. המטרה ליצור שיח אינטראקטיבי שמחזק את הקשר שלהם עם התוכן שלך ועם המותג שלך ולהרגיש מעורב, שייך, מזדהה. מעורבות גבוהה בפוסט עוזרת לך לשפר את המסר, לקבל חשיפה גבוהה יותר וליצור שיח עם לקוחות פוטנציאליים.

הנעה לפעולה בסוף/אמצע פוסט

1. רוצים לקבל יותר פרטים? שלחו לי הודעה עם המילה "פרטים"
2. תכתבו למטה אם כבר נרשמת לתוכנית / אם עשית[משהו, לפי הפוסט]
3. כתבו בתגובות את המילה בכיף ואני אשלח לך את המתנה/הפרטים
4. רוצה לדעת עוד? שלחי לי הודעה עם המילה "כן"
5. כתבי בתגובות "אני בפנים" ואשלח לך את כל הפרטים
6. תייגי חברה שאת יודעת שזה בדיוק מה שהיא צריכה
7. שמרי את הפוסט כדי לחזור אליו אחר כך וליישם
8. איזו נקודה הכי דיברה אלייך? כתבי לי בתגובות
9. אם זה נגע בך – שתפי את הפוסט עם מי שצריך לקרוא את זה!
10. רוצה להצטרף? כתבי לי "אני מוכנה" ואחזור אלייך עם הפרטים

שאלות פתוחות / הנעה לפעולה

מה הדרך שלך לעשות? –

מה הדרך שלך להשכיב ילדים לישון / לבשל לשבת / לנקות א הבית במהירות / לבחור רהיט חדש / לבשל X / לתכנן מהלך שיווקי / לתכנן מוצר חדש....

השלם את החסר: החלק האהוב עלי בלהיות [לפי הנושא] הוא—

השלם את החסר החלק האהוב עלי בלהיות הורה / להיות מורה / לעשות מדיטציה / בשיווק / בבישול / במעבר לתזונה X / באימון כושר הוא....

אתם יכולים להעביר חודש שלם בלי ... [לפי מה שמשרת את העסק שלכם: שוקולד / אינסטגרם / פייסבוק / ריצה / דייט זוגי...]



"אם יש דבר אחד שאני תמיד משקיעה בו ב[תחום העיסוק שלי], זה" ...

דוגמאות: בעסק שלי | בתוכנית האימונים שלי | בשגרת הטיפוח שלי

"הטיפ הכי לא שגרתי שאני יכולה לתת ב[תחום שלי] הוא" ...

דוגמאות: בשיווק | בניהול שינה של פעוטות | בתכנון תפריט שבועי

"מה הדבר הקטן אבל המשמעותי ביותר ב[תחום שלך] שאנשים לרוב לא שמים לב אליו?"

דוגמאות: בתהליך ירידה במשקל | בשגרת טיפוח עור הפנים | בבניית אתר מקצועי

כותרות חזקות

לפוסטים, מיילים, סרטונים, מאמרים וכו'
הכותרת, השורה הראשונה זה מה שיגרום לאנשים להמשיך לקרוא, זה מה שמושך תשומת לב והרבה פעמים יעשה את השינוי בכמות הקוראים, המגיבים ומובלים לפעולה החודש אני רוצה לתת לכם 10 סוגים של HOOK שניתן להשתמש בהם שוב ושוב בדרכים שונות

1. איך להצליח באופן קבוע [להשיג מטרה שהלקוח רוצה]
2. 10 שיעורים שלמדתי על [נושא] אחרי[משהו שקרה X. שנים בעסק/עברתי דירה] ...
3. 3 שיעורים שאמא שלי {או דמות מרכזית אחרת} לימדה אותי על [נושא]
4. ככה בדיוק דימינתי את [משהו]
5. אתמול עשיתי [משהו] ואני חייבת לספר לכם מה קרא אחר כך / מה יצא לי מזה
6. רב האנשים מוותרים על השלב הזה שהם מנסים [מטרה ספציפית] - זאת הסיבה למה אסור לך לוותר על המטרה
7. השינוי הקטן הזה הולך לעשות שינוי משמעותי אם חשוב לך [להשיג מטרה]
8. הטעות הקטנה הזאת, מונעת ממך להשיג [תוצאה ספציפית]



תוכן אקסטרא

מבנה AIDA ליצירת תוכן שיווקי לעסק

AIDA הוא מודל שיווקי קלאסי שנועד להניע אנשים לפעולה באמצעות מבנה הדרגתי וברור.

המטרה העיקרית של מבנה AIDA היא **ליצור מעורבות אמיתית ולגרום לאדם לעבור תהליך מחשבתי ורגשי קצר שמסתיים בפעולה.**

בין אם מדובר במכירה, הרשמה, תגובה לפוסט, או אפילו שינוי מחשבתי—המבנה מסייע בהנעת הקהל בצורה ממוקדת ומדויקת.

הוא מורכב מארבעה שלבים:

1. **Attention (תשומת לב)** – משיכת תשומת הלב של הקהל עם כותרת מסקרנת או משפט מפתח חזק.
2. **Interest (עניין)** – יצירת עניין והעמקת הקשר באמצעות מידע רלוונטי ומעורר סקרנות.
3. **Desire (רצון)** – חיבור רגשי ויצירת רצון אצל הקהל להשיג את המוצר, השירות, או הפתרון.
4. **Action (פעולה)** – הנעה לפעולה ברורה: הצטרפות, רכישה, תגובה או שליחת הודעה.

דוגמה - מאוד קצרה. אני ממליצה להרחיב יותר וליצור חיבור משמעותי יותר

Attention: "רוצה לדעת איך להכפיל את כמות הלקוחות שלך תוך 30 ימים?"
Interest: "רוב בעלי העסקים חושבים שזה מסובך, אבל עם הגישה הנכונה, זה פשוט."
Desire: "שיטה מוכחת כבר עזרה למאות עסקים להגדיל את ההכנסות שלהם ב-50%."
Action: "לחצי כאן לקביעת שיחת ייעוץ חינם!"

למה הוא חשוב?

- המודל מספק שלד יציב וברור לבניית תוכן.
- הוא יוצר חיבור הדרגתי עם הקהל ולא "קופץ" ישר למכירה.
- קל להבין אותו, ליישם אותו, ולבדוק אם התוכן עובד.
- המודל בנוי כך שהוא מוביל את הקוראת בצורה טבעית לפעולה הרצויה.

איך אפשר להשתמש במבנה AIDA?

מבנה AIDA יכול לשמש בכל סוג של תוכן, כולל:

1. **פוסטים ברשתות חברתיות** – להעברת מסרים חדים וברורים שיסחפו את הקוראת מהתחלה ועד הסוף.
2. **ניוזלטר** – ליצור עניין ולהוביל את הנמענת לפעולה ברורה כמו הרשמה לסדנה או קריאת מאמר נוסף.
3. **דפי נחיתה** – להוביל את הקוראת דרך תהליך מחשבתי מובנה עד ללחיצה על כפתור ההרשמה.
4. **סרטוני וידאו** – מבנה מעולה לתסריטים של סרטונים קצרים או סרטוני מכירה.
5. **סדנאות והרצאות** – לבנות את התוכן בצורה כזו שהקהל נשאר קשוב עד הסוף.
6. **שיחות מכירה ושיחות ייעוץ** – גם בתקשורת אישית אפשר להשתמש במבנה כדי להוביל את הלקוחה לפעולה בצורה עדינה אך ברורה.



3 דוגמאות לשימוש ב-AIDA לפי קהל היעד של המועדון

1. מטפלות – פוסט לקידום פגישת ייעוץ ראשונה

"את יודעת שמהו תקוע."

את מרגישה שהלחץ והעומס לא עוזבים אותך, ואת לא מצליחה למצוא רגע לעצמך. מה אם הייתי אומרת לך שיש דרך להרגיש אחרת? בפגישה אישית, נוכל להבין יחד מה עוצר אותך, ואיך אפשר לשחרר את זה. אל תתני לזה להמשיך לשלוט בך. כתבי לי עכשיו ונתאם שיחה ראשונה."

- **Attention:** משפט שפותח בתובנה מדויקת על הבעיה.
- **Interest:** התחושה של "יש פתרון" נבנית תוך כדי קריאה.
- **Desire:** הצעה לתהליך משותף שנותן תקווה.
- **Action:** הנעה לכתיבת הודעה לתיאום פגישה.

2. מאמנות – ניוזלטר להזמנת השתתפות בסדנה

"את מרגישה שאת רצה במעגלים?"

את מתחילה עם מטרה, מתלהבת, ואז... משהו נכבה בדרך? זה לא את. זה פשוט שאין לך את הכלים הנכונים לניהול הדרך. בסדנה הקרובה שלי, נלמד איך לבנות תוכנית ברורה ופשוטה שתעזור לך להגיע למטרות שלך באמת. מקומות אחרונים נותרו – לחצי כאן כדי להבטיח את המקום שלך."

- **Attention:** שאלה שמדברת לרגש של הקוראת.
- **Interest:** הצגת הבעיה בצורה מדויקת ואמפתית.
- **Desire:** מתן פתרון ברור ואטרקטיבי.
- **Action:** קריאה ברורה ללחיצה על כפתור ההרשמה.

3. יועצות – פוסט תוכן שמוביל למעורבות

"את חושבת שהבעיה שלך היא שאת לא מספיק טובה בשיווק?"

את משקיעה שעות בכתיבת פוסטים, אבל שום דבר לא באמת עובד? יכול להיות שהבעיה היא בכלל שאת משווקת לאנשים הלא נכונים. ברגע שאת מדברת לאדם המדויק—הכל משתנה. ספרי לי בתגובות: למי את כותבת את הפוסטים שלך?"

- **Attention:** שאלה שמזמינה עצירה ומחשבה.
- **Interest:** הצגת הבעיה בצורה מדויקת ומובנת.
- **Desire:** הצעה לפתרון שמדליקה נורה.
- **Action:** הנעה לפעולה בדמות תגובה.



טיפים לשימוש במבנה AIDA בצורה אפקטיבית:

1. תכתבי כמו שאת מדברת, נסי ליצור חיבור משמעותי
2. ככל שתתארי את הבעיה בצורה מדויקת יותר, כך הקוראת תרגיש שאת מבינה אותה.
3. אל תדלגי על שלב: כל שלב במבנה חשוב – אל תמהרי ל"דחוף" לפעולה מבלי לבנות עניין ורצון.
4. שימי לב לקריאה לפעולה: הקריאה לפעולה צריכה להיות ברורה, טבעית ולא אגרסיבית.
5. תנסי ותשפרי: תבדקי מה עובד עם הקהל שלך ודייקי עם הזמן.

מדריך לעבודה עם בינה מלאכותית ליצירת תוכן במבנה AIDA

1. הכניסי למערכת מידע על העסק שלך, הלקוח האידיאלי שלך, והמוצר שלך [קובץ העסק שלך]
2. פרומפט לדוגמה: "אני רוצה לכתוב פוסט לפי מבנה AIDA. [העתיקו את המבנה כפי שמופיע בתחילת המדריך] המטרה היא [הגדירי מטרה, למשל: יצירת מעורבות]. הבעיה שהפוסט מתמקד בה היא [תיאור הבעיה, למשל: מטפלות שמרגישות שאין להן זמן לשיווק]. תייצר לי טקסט מלא לפי השלבים של AIDA."
3. **דיוק והתאמה אישית** אחרי שקיבלת שלד ראשוני, חשוב לדייק אותו ולהתאים אותו לסגנון שלך:
 - האם השפה קולחת ודיבורית?
 - האם הטקסט מדבר בגובה העיניים?
 - האם יש חלק שצריך הרחבה או חידוד?

פרומפט לדוגמה:

"תשפר את הטקסט שכתבת כך שיהיה כתוב בצורה יותר דיבורית ואותנטית, כאילו אני כותבת אותו בעצמי. חשוב לשמור על מבנה AIDA. "או: "אני אוהבת את החלק של Attention, אבל החלק של Desire לא מספיק מחובר רגשית. תן לי גרסה יותר מעוררת חיבור."

4. יצירת גרסאות נוספות: צור לי עוד 4 גרסאות נוספות לפוסט כל אחד עם דגש שונה על שלב [שלב מסויים] [פורמט]
5. עכשיו זה הזמן לדייק, להוסיף סיפורים שלך שעליהם יבנה הפוסט, לבקש קריאה לפעולה אחרת, להתאים לשפה שלך

טיפים לעבודה אפקטיבית עם בינה מלאכותית לפי AIDA:

1. **תני הקשר ברור:** ככל שתסבירי יותר על הקהל והמסר, התוצאה תהיה מדויקת יותר.
2. **תתמקדי בכל שלב בנפרד:** לפעמים כדאי לעבוד על Attention לבד, ואז לעבור ל-Interest.
3. **תבקשי שיפור והרחבה:** אל תסתפקי בגרסה הראשונה.
4. **תשתמשי בתוכן כבסיס:** תמיד תעברי על מה שנכתב ותוסיפי את הטאץ' האישי שלך.
5. **אל תפחדי לשאול שאלות נוספות:** אם משהו לא ברור או לא מרגיש נכון, תבקשי ניסוח מחדש.

המון בהצלחה, רוחמה סלע

כל הזכויות שמורות לרוחמה סלע. | חממת התוכן / מועדון השיווק הקליקות



כמה מילים לסיום

זהו, יש לך שפע של רעיונות, תבניות וכל מה שאת צריכה בשביל ליצור תוכן איכותי קדימה, תאתגרי את עצמך החודש ליצור. לתת. לכתוב. למכור. הרשי לעצמך להתנסות.

ומאוד חשוב - התמדה וסבלנות זה השילוב במושלם לתוצאות.

אם את חוששת "לחפור", תוהה כמה פיסות תוכן יש ליצור, לא רוצה להרגיש שאת "מתחננת למכירה" [תקשיבי לפרק הזה בפודקאסט](#)

חברי את התוכן למוצרים ולשירותים שלך, הניעי לשיחה ולא תמיד למכירה.

אל תשכחי לשתף אותי בהצלחות שלך בקבוצה, בפייסבוק או [באינסטגרם](#) [כאן את יכולה לתייג אותי בסטורי או פוסט שכתבת בהשראת הקיט וחלק אשתף בסטורי שלי]

חיבור לשיווק: חממת 365 ימים של תוכן מתמקדת רק ביצירת תוכן לעסק אם את מוכנה לשלב הבא בשיווק, לבניית דפי מכירה, יצירת מעמדי מכירה שיוצרים מכירות, הבנת שיווק ברמה עמוקה יותר אני ממליצה להצטרף [למועדון השיווק הקלילות](#) צרי איתי קשר לקבלת הטבה [אפשר [בפייסבוק האישי](#) או בוואצאפ 0546445754]

ויאללה, לכו להתלהב מהעסק שלך בקול 😁

חשוב: כל הזכויות שמורות לרוחמה סלע bomsite, אין להעתיק, להעביר לאחרים בשום פנים ואופן ואין למכור, גם לא אחרי עריכה.

ובנימה אישית - עבדתי על החוברת ימים רבים בשבילך, את שנרשמתי ושילמת. היא מיועדת רק עבורך. ותכל'ס זאת הפרנסה שלי.

