

משפך הווינר הקבוע

רוצה להעביר תוכן באופן מעמיק? לפגוש כמות גדולה של לקוחות פוטנציאליים בפעם אחת? לאפשר להם להכיר אותך טוב יותר? למכור ליותר אנשים? אין תהליך מכירה אפקטיבי יותר מתהליך מכירה בוידאו, אנשים שרואים אותך בוטחים בך יותר וקונים ממך יותר!

מה החוזקה הדרושה? לאיזה אופי זה מתאים?

- למי שנחוץ ללמוד ולהעביר ידע אונליין
 - למי שיש הרבה תוכן להעביר
 - מי שאוהב להיכנס לעומק
- ♥ זה מיומנות נרכשת, החזרתיות תוביל לקלות ושיפור בתוצאות. אין צורך להיות מומחים במכירות, זה מיומנות נרכשת ומשתפרת עם הזמן. וגם הנוחות בהצגת המוצר, הערך וסיפורי המקרה.

למי המשפך מתאים ומה מוכרים:

- שירות 1:1 - אם זה פגישות, תהליכי ליווי, חבילת פגישות, תוכנית ליווי פרימיום. גם אם קשה לך למכור. גם אם זה רק להגדיל פגישות בקליניקה.
- תהליכים קבוצתיים: סדנאות, הרצאות, קורסים, תוכניות ליווי
- קורסים דיגיטליים: גם קורסים קטנים [של 200 שח], קורסים גדולים, תהליכי ליווי

ווינר - יכול להיות ממש לפי הכללים עם מעמד מכירה ברור, דד ליין .

בדיקו כפי שאנו לומדים בקורס ווינרים במועדון

או הרצאה חנימית בה להעברת ידע ויצירת מערכת יחסים שבמהלכה יהיו סיפורי מקרה, סיפורים הסבר על המוצר והצגה שלו. גם אם אין דד ליין. עדיין אנשים פגשו אותך בוידאו, היו איתך שעה, נוצר חיבור משמעותי, אמון והם יותר בוטחים בך ומבינים שאת האדם הנכון עבורם לשירות.

כמה ווינרים ליצור

אם יש ווינר כל שבועיים או חודש כי זה מעמד המכירה העיקרי בעסק, הרבה חושבים שיש ליצור הרצאה חדשה כל פעם. לא. זה טעות

למוצר אחד - יוצרים ווינר אחד!

אותו מעבירים שוב ושוב ובסיום מדייקים לפעם הבאה, עד שהוא מושלם וממיר באחוזים גבוהים [מעל 15% מהאנשים שנשארו למעמד המכירה]. עם הזמן ניתן ליצור הרצאות חנימיות נוספות אבל זה לא חובה .

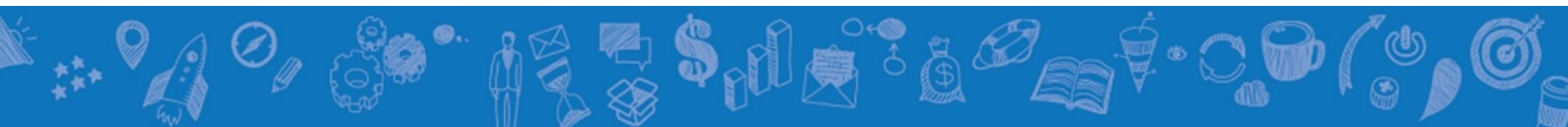
מבחינת זמן

המשפך מותאם גם למי שאין לה הרבה זמן לשווק ולמכור היתרון של הווינר שמעמד המכירה הוא 90 דקות והרבה פעמים פה זה נגמר אלא אם כן החלטת לעשות לאחר מכן שיחות מכירה. ברוב המקרים הוא יהיה יעיל יותר מאשר לכתוב עשרות פוסטים. אם אין לך הרבה זמן לשיווק הווינר הוסיפי פרסום ממומן.

כסף, מה התקציב שלך?

חשוב להחליט מראש מה התקציב שלך של הווינר זה יהיה קשור גם למחיר של המוצר שתמכרי בווינר ומה היכולות המכירה שלך. ככל שהתקציב גבוה יותר ניתן להשקיע פחות זמן בשיווק אורגני. [הקמפיין - המרות](#)

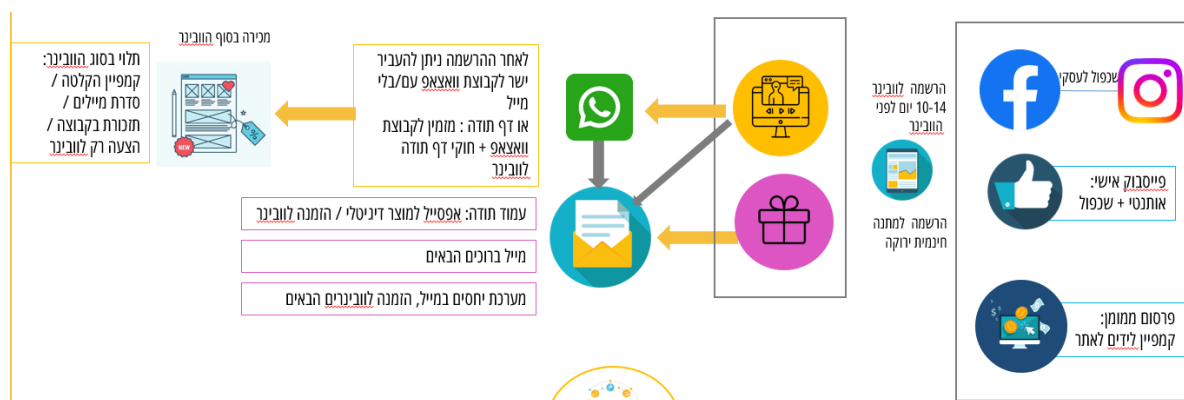
[לאתר](#)



משפך הוובינר הקבוע

המרכז הוא וובינר/הרצאה/מפגש וידאו קבוע בתדירות קבועה של : כל חודש / פעם בשבועיים מכיוון שזה מכירה של מוצר או שירות שתמיד ניתן להכניס לקוחות. או שמשווקים כל וובינר מוצר אחר/ שירות אחר - לפי מה שצריך באותו רגע. זה משפך מצויין לשיווק 1:1 טיפולים, יעוצים, ליווי וגם לשיווק קורסים דיגיטלים ללא תמיכה וליווי, או נפתחים באופן קבוע כל חודש

המשפך



מבנה המשפך - שלב אחר שלב

בניית קהילה ומודעות במדיה חברתית

1. [יצירת תוכן אורגני באופן קבוע](#) - הזירה המרכזית היא [אינסטגרם](#). פייסבוק עסקי - העתק הדבק. [פייסבוק אישי](#) - העתק הדבק או פוסטים ספונטניים אותנטיים [זאת הצעה, ניתן לבחור זירה מרכזית אחרת]
 - שילוב של [רילס](#), [קרוסלה](#) ופוסטים [וסטורי](#) - לפי החזקות
 - [תוכן בפייד](#) - מעמיק קשר, עובד על אמונות, מוטיבציה. 1 מתוך 3 פוסטים יוביל לובינר
 - תוכן בסטורי - תוכן מחבר, ערך, מאחורי הקלעים וכאן תהיה הזמנה לובינר באופן מעמיק יותר
 - פייסבוק אישי אפשר להוסיף פוסט "אני" - הכנתי לכם הדרכה על... מי רוצה לבוא
 - [פייסבוק אישי](#): תוכן אותנטי פשוט שמזמין לשיחה
 - [קידום בקבוצות פייסבוק רלוונטיות](#): שתפי תוכן שמוסיף ערך לקבוצות עם הקהל היעד שלך, עם אזכור עדין של הוובינר.

הרשמה לוובינר - לגרום לאנשים להירשם ולהתחייב להגיע.

1. עמוד נחיתה:

- כותרת ברורה ומושכת (לדוגמה: "למדי איך לבנות מערכת שיווק פשוטה ויעילה שמביאה לקוחות תוך 30 ימים").
- תועלות עיקריות: מה תלמדי בוובינר (3-5 נקודות).
- טופס הרשמה קצר.
- אמון: עדויות, תמונות שלך, וכל פרט שמחזק את המקצועיות שלך.

2. דף תודה במעבר לרשימת תפוצה במייל:

- הודעת תודה חמה על ההרשמה
 - הזמנה לקבוצת וואטסאפ ייעודית עם לינק ישיר
 - הנעה לעקוב באינסטגרם ו/או להצטרף לקהילה.
 - כפתור הוספה ליומן
 - היכרות ראשונה
3. מעבר ישירות לקבוצת ווטצאפ : כי אין צורך למיילים או שעוברים קודם לווטצאפ ואז לרשימת תפוצה [מומלץ להתייעץ איתי בקבוצה]
- בדף הנחיתה אין טופס אלא כפתור שמעביר ישיר לקבוצה
 - הסבר בעמוד שעוברים ישיר לקבוצה
 - כאן אין דף תודה כי מגיעים ישיר לקבוצה ולכן בפרסום הממומן באירוע יהיה מחובר לכפתור "הצטרפות לקבוצה"

שיווק הוובינר

1. פרסום ממומן (קמפיין לידיים לאתר):

- רילס או סרטוני וידאו קצרים (15-30 שניות) שמציגים תועלת ישירה מהשתתפות בוובינר. בצירוף טקסט ישיר וישיר.
- מודעת תמונה - כאן אפשר גם טקסט ארוך שמעביר תהליך להתחיל 7-14 יום לפני הוובינר
- קהל מתקדם+ עם המלצה: קהל מותאם וקהל דומה
- תקציב : לפחות 30 שח ליום אבל יש צורך ביותר. תלוי בעלות ההרשמה לוובינר, זמן, עלות המוצרים בוובינר.
- חשוב - מכיוון שהוובינר קבוע וחוזר על עצמו
 - לא להציג תאריך בקופי החיצוני בכלל אלא רק להזמין להדרכה
 - ניתן להשתמש באותו קמפיין כל הזמן עם שיפורים כל מספר שבועות



הכנה להגעה לזוכי פרס על התעניינות ולמנוע נשירה.

1. סדרת מיילים אוטומטית:
 - מייל 1 (מיד אחרי ההרשמה): אישור הרשמה עם פרטים לזוכי פרס ולינק להצטרפות לקבוצת הוואטסאפ.
 - מייל 2 (יומיים לפני): מה תלמדי בזוכי פרס, תזכורת לקבוצת הוואטסאפ.
 - מייל 3 (יום לפני): תזכורת עם סיפורי הצלחה או טעימה מהנושא.
 - מייל 4 (שעתיים לפני): לינק ישיר לזוכי פרס.
 - הערה: ניתן לשלוח רק **מייל "ברוכים הבאים"** שאר התוכן ישלח באופן שוטף
 - יום הזוכי פרס: מייל בבוקר ומייל שעה לפני ההדרכה
2. הודעות בקבוצת הוואטסאפ:
 - תזכורות קצרות עם פרטים מעוררי סקרנות.
 - לינק ישיר לזוכי פרס בבוקר הזוכי פרס ושעה לפני הזוכי פרס.

הזוכי פרס עצמו : לספק ערך משמעותי ולהניע לרכישה

1. זה השלב להעביר את הזוכי פרס [\[שיעור על התוכן בזוכי פרס\]](#)
2. במהלך הזוכי פרס להכניס סיפורי מקרה כדוגמאות ואפילו במהלך השקפים וגם [ליצור מכירה ולהסביר על המוצר](#) ועל ההזדמנות
3. ניתן להציג בזוכי פרס דד ליין - עד סוף הזוכי פרס או לזמן מסויים [ל 1:1 לא תמיד חייבים]
4. פרסמו את [דף המכירה](#) או לינק אחר לתשלום. ב 1:1 כאשר יש גם שיחת התאמה פרסמו טופס הרשמה לשיחת התאמה והזמינו שוב ושוב לדבר איתכם בוואטסאפ

להמיר את מי שלא הצטרפה ולהגדיל מעורבות בקהילה.

1. אחרי הזוכי פרס:
 - אם רלוונטי: מייל מכירה לנרשמים לזוכי פרס או רק למי שהגיע בפועל עם לינק להצעה מיוחדת (בתוקף 48 שעות).
 - מיילים עד לסיום ה 48 שעות. כ-3 מיילים לפחות.
2. המשך שיווק אורגני ברשתות חברתיות ובוואטסאפ:
 - אם הוחלט: [הפצת הקלטת הזוכי פרס](#) - המלצה : שימו את ההקלטה בחלק העליון של עמוד המכירה
 - פניה אישית כתובה או בטלפון למי שהגיע לזוכי פרס / מי שנשאר עד שלב המכירה / מי שלחץ ולא קנה / מי שלחץ על הקישור למוצר במייל ולא רכש
 - פוסטים ברשתות חברתיות

נשמע עמוס? בואו נראה איך נראה הלוז החודשי שלך

מדיה חברתית- כמובן אפשר יותר או פחות בהתאם לצורך שלך:

- 3 פוסטים בפייד בשבוע - אחד מהם מעודד הרשמה לווניר. למשל 1 רילס 1 קרוסלה 1 תמונה
- 1-5 סטורי ביום - חלק אפשר להכין מראש ולתזמן. אפשר לשמור כמה קבועים לימים לפני הווניר.
- מיילים לרשימה - לכל הרשימה 1-2 בשבוע [יכול להיות מסר דומה למה שיש במדיה חברתית]
- קמפיין ממומן - בונים פעם אחד והוא יכול לרוץ אוטומטית
- הרצאת הווניר 90 דקות - פעם או פעמיים בחודש, מה שבחרת
- טיפ או ערך בווצאפ - פעם בשבוע

כן, ביום של הווניר יש עוד דברים שצריך לעשות

- הודעה למייל ולקבוצת הווצאפ
 - סדרה של מייל מכירה לאחר הווניר
- גם את זה אפשר לבנות פעם אחת ולשכפל ואפילו לתזמן

לא לחשוש לשתף [לשאול שאלות בקבוצה](#)

אני כאן לעזור בכל שלב

וכמובן כל התוכן בשביל לבנות את כל המשפך הזה מחכה לך [במועדון הקליקלות](#)

שלך

רוחמה סלע

מועדון השיווק לעסקים הקליקלות

