



התכנים שכל מטפל ומאמן חייב כדי לשווק את עצמו

טמפלט 4

מבנה עמוד מכירה

כותרת

ההבטחה הגדולה של השירות (התוצאה הסופית)

וידאו

טופס הרשמה

(אם אין וידאו לא לשים)

תת כותרת

פירוט התועלת שהלקוח המחפש- מהן התוצאות השימוש במוצר

הצגת הבעיה

אפשר לתת סיפור מסגרת
לדבר במונחים של תועלות

כאבי/ בעיה הלקוח

- ✓ המטרה: להכניס את הלקוח פנימה
- ✓ לגרום לו להזדהות איתנו
- ✓ לגרום לו להבין שאנחנו מבינים את הבעיה שלו

העמקת הבעיה/ כאב

- ✓ לא להגיע מהר מדי לפתרון ולשיכוך הכאב
- ✓ להעצים את הכאב
- ✓

יש פתרון

מציגים את הפיתרון באופן כללי ומושך
מבלי להיכנס לפרטי פרטים

עדות או המלצה

הוכחות שזה עובד

מי אני

למה דווקא אני



להתמקד, להשיג, להוביל!



התכנים שכל מטפל ומאמן חייב כדי לשווק את עצמו

פירוט ההצעה על כל מרכיביה

- מומלץ לכתוב זאת ברשימה
- משפטים קצר
- לדבר על התועלת של המוצר שלי

שאלות נפוצות

טיפול בהתנגדויות

טופס הרשמה

הוכחות

טבלאות,
גרפים,
סטטיסטיקות
או כל דבר שתומך בשירות שלנו

המשך פירוט ההצעה ותועלות

מחיר,
מספר מפגשים
איפה,
וכל פרט אחר רלבנטי

בונוסים

חשוב להסביר למה אני נותנת את ההטבה הזאת

אחריות

טופס הרשמה

הוכחות נוספות

סגירה

לתת "דדליין" תאריך אחרון לרכישת המוצע
מחיר מיוחד
מוגבלות
נדירות במוצר בזמן או במקום וכן הלאה

הנעה לפעולה!



להתמקד, להשיג, להוביל!

לילך 052-3502783 | נטע 054-3454776 | gobiz42.2@gmail.com | www.libiz.co.il



תהליך הכתיבה

1. החלט על המסגרת בראשי פרקים:
 - א. כותרת מעניינת שמושכת תשומת לב- תועלת מרכזית.
 - ב. תועלות משנה (כולל בונוסים ואחריות)
 - ג. משיכת עניין של הלקוח (האם יש כאן משהו שעובד, משהו שמתאים לי).
 - ד. הזדהות (סיפור אישי, סיפור של לקוח- בסיפור מגדירים את הבעיה ומעצימים אותה, שאלות שאלות, ציטוט עובדות מפתיעות)
 - ה. אמינות
 - ו. הפתרון
 - ז. תועלות
 - ח. האם זה יעבוד בשבילי (עדויות, טיפול בהתנגדויות)
 - ט. מדוע לפעול עכשיו? (הצעה, בונוסים, אחריות, מוגבלות).
2. כתוב כל פרק בשפה מדוברת (ללא תיקונים)
3. בדוק איך לקצר משפטים בתחילת כל פרק
4. תן תת כותרת לכל פרק (תת כותרת מכוונת תועלת ויוצרת עניין)
5. כתוב כותרת
6. הגעה ראשונה: הינן ניתן להדגיש את התועלות המרכזיות.
7. הגעה שניה: זרימה וסגנון.

צ'ק ליסט - בדיקה עצמית לאחר כתיבה

1. מה אני רוצה לומר ללקוח בטקסט?
2. מה אני באמת אומר ללקוח בטקסט? לבדוק שוב בתום הכתיבה
3. מה הלקוח מרגיש – הזזה לתגובה רגשית? לבדוק שוב בתום הכתיבה
4. האם הגעתי לפתרון מהר או שהדגשתי ופיתחתי את הבעיה/קושי
5. האם יש בטקסט מענה להתנגדויות סטנדרטיות?
6. האם ברור מהטקסט שהמוצר/שרות חוסך כסף, זמן, מוריד סיכון?
7. האם אני עונה בדיוק על הרצונות של הלקוח?
8. האם אני בעצמי הייתי קונה?
9. האם המחיר שלי נמוך מדי? האם לאחר כתיבת כל ההצעה המחיר נראה נמוך

