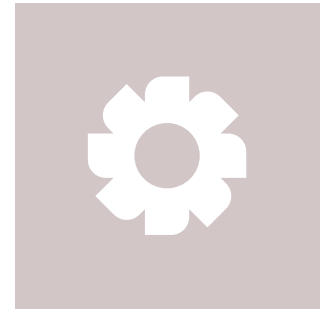




איך איז  
ייחודיות



אנחנו פשוט  
אמורים  
להסתדר עם  
זה בצורה  
חכמה ואז  
לא רק שלא  
נפסיד אפילו  
נרוויח

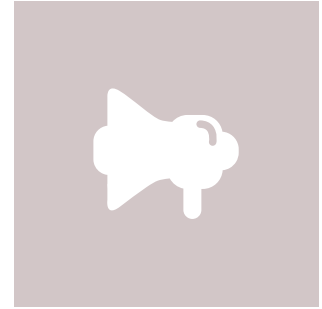
אחד הדברים החשובים אם לא הבסיס של העסק ממש, זה מציאת הבידול וייחודיות של העסק שלנו. משהו שיתחבר חזק עם ערכי העסק שלנו, אתנו עצמינו ויהיה כמו כרטיס הביקור הלא רשמי שלנו בתודעת הקהל.

המדריך פה הוא מקיף וידרוש ממכם קצת מחשבה, אל תתעצלו, זה יכול להיות מפתח לזינוק של העסק שלכם!

בעידן של היום עסק יחידי בשוק הוא כמעט לא קיים, פעם היה אולי בכל עיר חנות דגים אחת או אדריכל אחד, היום המצב הוא שנפתחים כל יום (כמעט) עוד בתי ספר שמלמדים כל מקצוע חדש שצץ, או לחילופין נפתחים עוד ועוד מרכזי קניות וחנויות שמוכרים כל מוצר חדש. ולכן להיות ייחודיים בעסק שלנו זה כמעט לא ריאלי, ולמען האמת בשעת כתיבת המדריך (שלקח לי המון זמן) ניסיתי למצוא ולסרוק בראש עוד ועוד בעלי עסקים ולא מצאתי משהו שאני יכולה להגיד 'וואו, מזה יש רק עסק אחד', האמת היא הפוכה, מכל עסק יש המון! הבשורה הטובה היא שאנחנו לא אמורים להתיימש מהתחרות. להיפך, אנחנו פשוט אמורים להסתדר עם זה בצורה חכמה ואז לא רק שלא נפסיד אפילו נרוויח.

הנוסחה כאן במדריך היא מדויקת - אנחנו מחפשים כאן לא עסק ייחודי אלא בידול ייחודי בתוך העסק - ואם תקראו את התובנות ותעבדו לפי הסדר תוכלו לצאת בסוף המדריך עם בידול ייחודי לעסק שלכם ברור וכתוב שיכול לתת לכם פוש רציני בעסק בס"ד.

אז תצטיידו בדף ועט (במקרה שלנו מקלדת מספיק), (אפשר למלא בתוך הקובץ ולשמור) ולמי שממש אוהב לכתוב עם עט (כמוני) שידפיס וימלא בעט...



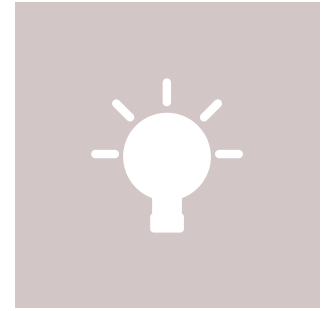
**שם העסק**

**תחום העסק**

**האם יש סיפור בהקמת העסק שלכם?  
אם כן הוא יכול להיות בסיס טוב ליצירת סיפור מותג**

**מתחרים -**

כאן לכתוב לפחות 3 מתחרים שמתחרים עם העסק שלנו ברמה,  
מחירים, סגנון ומה השירותים שהם מציעים.



אז למה  
בעצם  
שאני אקנה  
אצלך?

### **מה הייחודיות שלנו, מוצר, שירות שאין למתחרים שלנו?**

דמיינו לעצמכם שיחה עם לקוח והלקוח שואל אתכם:  
'אז למה בעצם שאני אקנה אצלך/ יזמין אצלך את השירות  
מה אתה נותן לי שאחרים לא?'  
???

כדי שתוכלו למלא את השורה הקריטית הזו (כי אם לא למה שבאמת  
יקנה אצלך ולא אצל המתחרה?) כתבתי את המדריך.  
בהמשך המדריך תקבלו נוסחה מדויקת וגם תבינו מה יכול להיות  
בידול בעסק, מה לא כדאי שיהיה בידול, ויש גם טיפים ותובנות  
שיעזרו לכם למצוא את הבידול הנכון ביותר לעסק שלכם.

### **הנוסחה המדויקת היא בעצם 3 שאלות מפתח שתשאלו את עצמכם ויעזרו לכם להגדיר את הייחודיות של העסק שלכם:**

**איזה בעיה אנחנו פותרים ללקוח?** (קם בן אדם בבוקר (ב"ה: ) איזה  
כאב או בעיה יש לו שבשבילה הוא יזדקק למוצר או לשירותים שאנחנו  
מציעים, תנסו להיכנס לנעליים של הלקוח בצורה המדויקת ביותר,  
ככל שתדייקו יותר תוכלו להגיע לבידול ממוקד יותר)

משהו  
שכשנגיד  
אותו ללקוח  
הוא יחשוב,  
יגיד, ירגיש  
שאת זה  
בדיוק הוא  
חיפש

**איך אנחנו פותרים ללקוח את הבעיה?** (מה הפתרון שאנחנו מציעים לו כדי שהבעיה תבוא על פתרונה)

**למי אנחנו פותרים את הבעיה?** (כאן להתמקד בקהל היעד הספציפי שלו אנחנו רוצים להציע פתרון, נאפיין את קהל היעד - מיהו, סגנון, טווח גילאים, מגדר, מגזר וכד')

כשאנחנו אומרים בידול אנחנו בעצם רוצים -  
משהו שכשנגיד אותו ללקוח הוא יחשוב, יגיד, ירגיש שאת זה בדיוק  
הוא חיפש וזה עונה לו על הבעיה שלו.

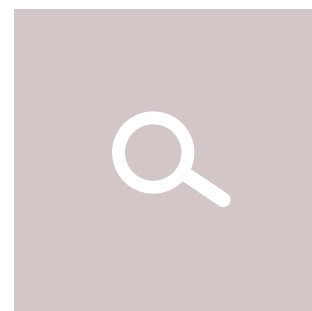
**את הבידול נעשה על ידי הדגשת מאפיינים מסוימים של  
המוצר או השירות שעונה על הצורך של הלקוח, ואת הפתרון  
לבעיה שלו הוא יוכל להשיג רק אצלינו.**

אבל כל  
עסק גם  
צריך לדעת  
ולהעמיק  
מה  
החוזקות  
של העסק

חשוב לי להדגיש שהגישה הטובה ביותר לכל עסק הוא עין טובה ופרגון לשני, מבחינתי שהמתחרים שלי יצליחו מכל הלב, מאחלת להם לקוחות כיפיים וכל מה שאני מאחלת לעצמי (באמת!) אבל כל עסק גם צריך לדעת ולהעמיק מה החוזקות של העסק, איך נוכל להרוויח יותר ממה שאנחנו מרוויחים היום בלי שום סתירה למה שכתבתי מקודם.

### דוגמאות ורעיונות לדברים שיכולים לעזור לכם להגיע לבידול:

- ✓ נסיון שיש רק לכם שיכול לעזור ללקוחות שלכם
  - ✓ מומחיות ותואר במקצוע מסוים
  - ✓ שיטה ייחודית שפיתחתם (דרך מצוינת להתמודד עם בידול!)
  - ✓ נישה ספציפית בתוך העסק בה אתם מומחים יותר מאחרים. (לדוג' עסק של עיצוב פנים פונה לנישה ספציפית של עיצוב משרדים או עיצוב מטבחים)
  - ✓ לקוחות מרוצים – זה גם דרך מצוינת לומר יש לנו תוצאות, משהו שאולי למתחרים אין.
  - ✓ איכות מוצרים
  - ✓ קהל יעד – גם יכול להיות דרך ליצירת בידול טוב, פנייה לקהל יעד ספציפי שמדבר ממוקד ובשפה שלו.
  - ✓ מוצר מוכר - אבל לתת לו סוויטצ' יצירתי שיש רק אצלינו
  - ✓ סטייל ויוקרה – בידול על ידי מוצרים יקרים (דומה בעצם לקהל יעד, פונה לקהל יעד בעלי אפשרויות)
- ויש עוד המון דוגמאות שתוכלו לכתוב כאן הבאתי מקבץ מקיף אבל אפשר עוד המון!



**דברים נוספים שכדאי לדעת**  
**כשאנחנו מעמיקים ביצירת בידול ייחודי לעסק שלנו:**

אבל אם  
תגרמו  
ללקוחות  
לאהוב  
אתכם, תתנו  
להם שירות  
מצוין הם לא  
יוותרו עליכם  
ובטח שלא  
כ"כ מהר.

### **בידול על ידי שירות טוב -**

זה עדיין לא בידול לעסק! כל עסק גם אם הוא עדיין לא מצא בידול, ולא משנה מה תחום העיסוק שלו הבסיס העיקרי זה שירות טוב. בלי זה לא משנה מה תעשו לעסק שלכם, אם לא יהיו לכם לקוחות מרוצים בכל רגע נתון שמתחרה יעלה על המשבצת שלכם, הם יעברו! אבל אם תגרמו ללקוחות לאהוב אתכם, תתנו להם שירות מצוין הם לא יוותרו עליכם ובטח שלא כ"כ מהר.

### **בידול על ידי מחירים זולים -**

היא נקודה שנידונה הרבה בכל מיני היבטים, משולחן המציאות קשה לשרוד בעסקים כשעסק הוא מוכר את עצמו כ'זול', כיוון שככה זה נכנס בתודעת הקהל ואנשים לא מוכנים להוציא כסף יותר ממה שבעיניהם נתפס כזול.

בזהירות אני אכתוב שאפשר לעשות את זה רק עם מערך מחושב היטב היטב! רמי לוי מיתג את עצמו כזול, אין לי ספק שהוא זול במה שאנחנו בודקים, ומשלים את המחירים בדברים שאנחנו פחות בודקים ולא יוצא מופסד...

ולעסקים קטנים יותר הדרך היא שאם יש לך יכולת מכירה טובה, היא למתג את עצמך כ'זול' אבל כשמגיע לקוח, למכור לו מוצרים יקרים נוספים שמזה נעשה את הרווח. אם אני מוכרת איפור אני יעשה מחירים זולים במוצרי הבסיס של איפור (נגיד מייקאפ, סומק וליפסטיק) אבל אני אדע למכור ללקוח דברים נוספים בצורה שתשתלם לי סך הקניה שלו (מברשות מיוחדות, מוצרים משלימים וכד')

יש עוד המון מה להרחיב בסוגיה הזו, רק תיקחו בחשבון היטיב שאם אתם מחליטים על בידול כזה - שבו היטב, תעמיקו ותחפרו על המעלות והחסרונות ורק כשאתם בטוחים שלא תצאו מופסדים תצאו לדרך ובע"ה תצליחו.



**כלים נוספים שכדאי לנו לזכור:**

✓ עקביות -

אבל זה  
מחשבה  
שצריכה  
להוביל  
אותנו בכל  
מהלך שיווקי  
ובמהלך  
היומיום  
בהתנהלות  
בעסק.

בידול של עסק בתודעה של הלקוח לא נרכש ביום אחד. תהיו סבלניים, תעשו כל מה שצריך כדי שזה יכנס נכון בתודעה של הקהל, אל תעשו דברים שיסתרו את הבידול הזה ויפרקו אותו.

#### ✓ חיבור נכון לרגש -

צריך לחשוב מה הקהל ירגיש ויחשוב על העסק שלנו, הבידול שלנו אמור לעזור לזה לקרות בצורה חותכת יותר ומהירה יותר, אבל זה מחשבה שצריכה להוביל אותנו בכל מהלך שיווקי ובמהלך היומיום בהתנהלות בעסק.

#### ✓ סקר שוק -

לפעמים זה משהו שכיף לעשות כשיש פידבקים משמחים וקלות לאסוף נתונים, ולפעמים זה דווקא מעצבן, תגובות מתסכלות וקושי לאסוף את התגובות, אבל ללא ספק זה אחד הכלים העוצמתיים ביותר לחשוב על העסק שלנו מנקודת מבט של הלקוח, לחשוב איך הוא רואה את ייחודיות העסק שלנו ומה הוא חושב עלינו.

#### ✓ בהירות -

חשוב להיות ברורים ובהירים בהטמעת הבידול שלנו, לא ליצור בידול מעורפל ולא מובן, דבר כזה לא רק לא מועיל, זה יכול גם להזיק. אז להיות יצירתיים זה הכי מעולה שיש, רק להשתמש בזה בצורה בהירה ומובנת לשאר היצורים בעולם (

#### ✓ הגינות -

ליצור בתודעת הקהל רק בידול נכון, אמיתי והגון, נהיה כנים עם עצמינו ולא ניצור בידול שלא ברור לנו אם הוא נכון....

עכשיו שהבנו מה יכול להיות בידול, מה כדאי ומה לא כדאי, יהיה לנו קל למלא את החלק החשוב הזה:

**אז מה הבידול שלנו? (תזכרו זה מורכב מ-בעיה, איך, למי)**



כשיש לנו  
בידול ביד  
כל צורת  
ההסתכלות  
על העסק  
שלנו שונה

**לדוגמא** אנחנו נותנים מענה לבעיה של מי שקנתה פאה חדשה ורוצה להיות בטוחה ורגועה שהפאה מטופלת טוב ותמשיך להראות חדשה וטרייה, על ידי סירוקים איכותיים עם חומרים מעולים ששומרים על איכות הפאה ועל אורך ימיה, לנשים בגילאים 20-60 שקנו פאה יקרה וחשוב להם לדעת שהפאה נשמרת לאורך זמן.

\* בכוונה השארתי את הדוגמא לסוף כדי לא להגביל את הדמיון שלכם  
\*\* כמובן שזה לא המילים שנכתוב בפרסומות או דפי מכירה שלנו אבל כשלנו זה יהיה ברור נוכל למצוא גם מילים מתאימות לערוצים אלו בע"ה.

### אז איך נספר לאחרים על היתרונות שלנו?

כשלקוח ישאל 'מה היתרון שלך שאני לא אוכל למצוא אצל אחרים',  
אני יענה:

כשיש לנו בידול ביד כל צורת ההסתכלות על העסק שלנו שונה, כל ההתנהלות בשיווק העסק יותר ברורה, יותר מדויקת ויותר נכונה.

שמחתי לתת לך את המדריך החשוב הזה, מקווה מאוד שיישמת ברצינות והפקת ממנו תועלת.  
לכל שאלה אפשר לפנות אלי במייל ואני אשמח לעזור.

**הרבה ברכה בעסק, שפע וסיעתא דשמיא.**

