

קורס יזמות ושיווק דיגיטלי - כולל סדנת AI

הקורס 'יזמות ושיווק דיגיטלי' - הדרך להצלחה העסקית' הוא קורס חדשני וכולל המשלב את הכלים החשובים ביותר להצלחה בעולם העסקי המודרני, כולל כלים מתקדמים של בינה מלאכותית.

שיווק דיגיטלי הוא חלק מהותי בכל אסטרטגיה עסקית מודרנית. עם עליית המהפכה הדיגיטלית, השתלטות הרשתות החברתיות על דעת הקהל והמהירות שזה קורה, על חברות לעמוד בקצב ולהיות בעלי נוכחות דיגיטלית חזקה ומבוססת כדי להצליח. קורס שיווק דיגיטלי הוא הבסיס ל - 80% מההצלחה של כל עסק, מיזם או סטארט-אפ שרוצה ליצור חשיפה ולהגיע להצלחה. שיווק דיגיטלי הוא מה שיעזור לך ליצור קמפיינים שיווקיים אפקטיביים, לנתח נתונים ולמדוד הצלחה.

המטרה של הקורס היא לצייד אתכם במיומנויות, בידע ובכלים הנחוצים להקמה וניהול של עסק מוצלח ורווחי, תוך ניצול היתרונות של השיווק הדיגיטלי, הרשתות החברתיות וטכנולוגיות בינה מלאכותית מתקדמות.

השילוב המשולב של יזמות, שיווק דיגיטלי, מיומנויות בין-אישיות וטכנולוגיות בינה מלאכותית מתקדמות, מעניק לסטודנטים יתרון משמעותי ומכשיר אותם להצלחה בהקמה וניהול עסקים בעידן הדיגיטלי והטכנולוגי המתקדם.

למי הקורס מיועד?

הקורס שלנו יעניק לכל בעל עסק, יזם או סטארט אפיסט או אפילו סתם מי שמחפש לעשות הסבת מקצוע את הכישורים הבסיסיים הדרושים כדי להצליח בענף השיווק הדיגיטלי. זה כולל יצירת תוכן, קידום אורגני, (SEO) פרסום ממומן (PPC) פרסום, אימייל מרקטינג וסושיאל. כאשר הביקוש למשווקים דיגיטליים רק הולך בזמן שכל תעשיית ההייטק רק הולכת ומצטמצמת - דווקא במחלקות השיווק נפתחות הזדמנויות עבודה רבות. בנוסף הקורס שלנו מתאים גם למי שכבר התנסה בשוק בעבר - זה לא סוד שעולם השיווק הדיגיטלי מתפתח ל שניה מחדש, ומגמות ואסטרטגיות חדשות מתעוררות כל הזמן. הקורס שלנו הוא המעודכן ביותר בכל המגמות, הכלים והטכניקות האחרונות כדי להבטיח שהקמפיינים השיווקיים שלך יהיו הכי יעילים ורלוונטיים תוך הגדלת המבקרים באתר שלך והגברת המכירות. בנוסף למדידה וניתוח נתונים אפקטיבית יותר מה שיעזור לך לקבל החלטות מושכלות לבצע מיטוב של אסטרטגיית השיווק שלך בדרך להשגת המטרה

בקורס זה תלמדו:

- ✓ לזהות את החוזקות והיתרונות האישיים שלכם
- ✓ לפתח חשיבה יצירתית וחדשנית להובלת רעיונות עסקיים
- ✓ אסטרטגיות לקבלת החלטות נכונות
- ✓ כלים לבניית אסטרטגיה שיווקית דיגיטלית מנצחת
- ✓ ניהול ערוצי שיווק דיגיטליים מרכזיים כולל בינה מלאכותית
- ✓ מיומנויות משא ומתן, שכנוע והשפעה להצלחה במגעים עסקיים

✓ יישום מתקדם של טכנולוגיות בינה מלאכותית AI בשיווק ומכירות

סילבוס

יזמות אינטרנטית:

על מנת להצליח להיות יזם שמרכז הפעילות שלו מתבצעת במרחב הדיגיטלי חשוב להבין את כללי המשחק וממה מורכב כל מהלך. החל מסוג היזמות, תכונות אופייניות, נרצה לפתח, ולידציה עסקית, הצבת יעדים והשגתם וכמובן, גילוי התשוקה האמיתית של היזם. במודול זה נלמד להכיר את הנושאים הללו כאשר בסיומם נוכל להתחיל טוב יותר

- ✓סוגי יזמים.
- ✓מודלים של יזמויות.
- ✓הכרות עם אילו ערוצי רווח קיימים בעולם הדיגיטלי.
- ✓מחקרי שוק ומתחרים.
- ✓מחקר קהלים.
- ✓דוגמאות לשווקים וקהלים.
- ✓מרכיבי מפתח של יזמות דיגיטלית.
- ✓דוגמאות למטרות smart
- ✓איזה יזמות המתאימה לי
- ✓אסטרטגי ות דיגיטל ומשפכי שיווק
- ✓מיינדסט של יזם דיגיטל

כתיבה שיווקית:

כמשווקים בעולם הדיגיטליים, הכלי החשוב ביותר הוא כתיבה משכנעת שמצליחה לסחוף את הקורא עד כדי לבצע את מה שאנחנו רוצים שיבצע. כתיבה שיווקית היא יכולת שככל שנשחזר, ככה הפעילויות השיווקיות שלנו יהיו טובות יותר וימשכו קהל רב יותר מה שיכניס לנו כסף גדול יותר. במודל הזה נלמד טכניקות כתיבה שיווקית לקהל היעד הרלוונטי, איך לכתוב כותרות מושכות, בנוסף נלמד על השימוש במילים עקרוניות השכנוע והטריגרים הפסיכולוגיים עליהן יושבת כל מילה.

- ✓איך לאפיין פרופיל לקוח אידיאלי.
- ✓הגדרת ובחירת קהל יעד.
- ✓פסיכולוגיית השיווק והצרכנות.
- ✓עקרונות מעולם השכנוע.
- ✓איך לעורר רגש כדי להניע לפעולה.
- ✓בידול עסקי.
- ✓בבניית מיתוג ומיצוב נכון.
- ✓בבניית הצעת חדירה - HOTDOG .
- ✓תודעת קהל רלוונטי.
- ✓טמפרטורה של קהל.
- ✓בניתוח SWOT.
- ✓איך נראה ניתוח SWOT דוגמאות לעסקים.
- ✓ USP - למה דווקא אתה
- ✓יצירת הקול הייחודי (סימן ההיכר) שלך שהם ידעו לזהות בכל מקום.

- ✓האם האוּטאר שבחרתי טוב?
- ✓ניתוח אוּטאר לפי שאלות מנחות.
- ✓איך לעורר בהם רגש ולהשתמש במוטיבציה, האמונות, הפחדים והחלומות שלהם כדי לגרום להם לקנות.
- ✓אמונות מגבילות ושפה סודית.
- ✓ניתוח התמרה.
- ✓נוסחא ותזכור
- ✓דוגמאות לשיעורי הבית.

סטוריטלינג

היכולת לספר סיפור שיצליח לגרום לשומע מהצד השני "לנטרל" את הטייס האוטומטי ולהעביר את המסר בצורה הטהורה ביותר. לרוב כמשווקים דיגיטליים נרצה להשתמש בסטוריטלינג על מנת להעביר את המסר ולחבר את הערכים הנכונים לזהות של העסק שלנו. לרוב יזמים דיגיטליים יבחרו להשתמש בשיח עלילתי כדי להתמודד עם קונפליקטים כשפעולה ישירה אינה אפשרית. במודול זה נלמד את המבנה של סיפור, עיצוב הדמויות ואיך להשתמש בסיפורו על מנת לבנות את הנאמנות של הלקוח שלנו

- ✓ערכו של סיפור: למה סיפורים חשובים.
- ✓מה הופך סיפור לכל כך חזק וזכיר.
- ✓מה זה סיפור? או מה הסיפור שלי?
- ✓איך לספר סיפור?
- ✓תדלוק רגשות בסיפור.
- ✓איך לשמור על פוקוס בסיפור שלך.
- ✓אאותנטיות בסיפור או איך לשרת את האינטגרטי של הסיפור שלך כדי לא לעורר את אזעקת ה"כן, בטח".
- ✓איך ואיפה למצוא את הסיפורים הכי טובים.
- ✓תבלינים מחזקים: אנלוגיות, טרמינולוגיות, מטפורות והשוואות.
- ✓איך להשתמש בסטוריטלינג להבלטת המותג שלך ויצירת הזדהות.
- ✓סיפורים של החברות הגדולות.
- ✓סיפורים של לקוחות ויצירת הזדהות

בניית מותג

עולם המיתוג זכה ליחסי ציבור כמשהו שנתפס "רק לחברות הגדולות" אבל למען האמת מיתוג הוא חשוב גם כשאנחנו עסק קטן אנחנו רוצים למצב את המעמד שלנו בשוק בדרך מסוימת בעיני רוחו של הקהל שלנו כאשר כל העמדות, הרגשות והתפיסות הקיימות אצל הקהל בנוגע לעסק שלנו הן בדיוק מה שהיינו רוצים שיהיו.

- ✓זהות מותג ובניית זהות מותג.
- ✓הכח של מותג.
- ✓חווית משתמש במותג [רפרנס לשיעור בסוף הקורס.]
- ✓מרכיבי המותג.
- ✓בניית מותג ודוגמאות למותגים.

עיצוב תכנים לסושיאל

כמשווקים אנחנו רוצים להעביר מסרים אחידים נעימים לעין, אסתטיים ויפים. היכולת לעצב ממש כמו מקצוענים בלי הצורך לעבוד עם תוכנות כמו "פוטושופ" זה חשוב. בנוסף עיצוב התכנים שלנו צריך לשדר רמה גבוהה כי זה כרטיס הביקור שלנו.

- ✓בחירת צבעים ופונטים לסושיאל.
- ✓עבודה עם פר-סטים.
- ✓סדר נראות של גריד סושיאל.
- ✓הכרות עם קאנבה.
- ✓קאנבה למתקדמים.

GOOGLE ADS

רשת הפרסום של גוגל היא כלי פרסומי חזק ויציב המאפשר למשווקים לפרסם את המודעות לקהל היעד הרלוונטי שהגדרנו מראש על פי הגדרת תמהיל הפרמטרים הרלוונטיים כמו מילות המפתח, נתונים דמוגרפיים ותחומי עניין באתרים העונים על הדרישות של הקמפיין. פרסום באמצעות רשת הפרסום של גוגל מתבצע על ידי פתיחת חשבון בגוגל אדס ודרכו ניתן להגיע ליותר מ- 78% ממשתמשי האינטרנט ברחבי העולם. במודול זה נלמד החל מהרמה הטכנית איך להרים את הקמפיין ועד איך לבצע את האופטימיזציות שימטבו את התקציב שלנו לתומו.

- ✓ seo vs ppc .
- ✓אסטרטגיות. ppc
- ✓אסטרטגיות. seo
- ✓מחקר מילות מפתח.
- ✓התמחות בכל סוגי הקמפיינים.

- ✓ שימוש ב SHOPPING
- ✓ SEARCH
- ✓ GMB
- ✓ YOUTUBE Ads

- ✓גוגל אנליטיקס.
- ✓חיבור אנליטיקס לנכסים הדיגיטליים.
- ✓ניתוח התנהגויות לקוח מבוסס דאטה.
- ✓אסטרטגיית אופטימיזציה מנצחת.
- ✓התמחות Google Tag Manager
- ✓הבנה וניתוח של מקורות התנועה.
- ✓הגדרת ומדידת יעדים.
- ✓אופטימיזציות נתונים.
- ✓אסטרטגיית בניית משפכים שיווקיים.
- ✓תפעול Web Master Tool
- ✓מבחני ההסמכה של גוגל העולמית.

TABOOLA + Outbrain

שיווק דרך כתבות תוכן היא אחת הדרכים הפופולאריות שהתפתחה בשנים האחרונות. זהו פלח שוק איכותי שלא דוחף את הפרסומת בפנים של הלקוח אלא מאפשר לו קודם לצרוך מאיתנו תוכן ולאט לאט עוזר לנו לחמם אותו לקראת הרכישה. כתבות תוכן מאפשרות לנו לעצב את תהליך המחשבה של הקורא ולהשפיע על המימד הרגשי שלו. באמצעות טאבולה ואאוטבריין נלמד איך לאסוף ולנתח נתונים לצורך מיטוב תקציב הקמפיין, נכתוב יחד קמפיינים.

- ✓מה זה. native
- ✓מתי הכרחי לנו להשתמש בקמפיין נייטיב.
- ✓יתרונות השימוש בתוכן.
- ✓הכרות עם הפלטפורמה.
- ✓מודלים לפרסום מבוסס תוכן.
- ✓פתיחת והגדרת חשבון עסקי נכו.
- ✓התנהלות עסקית בממשק התוכן.
- ✓הטמעות פיקסלים.
- ✓פירוט הממשק ותצורתו.
- ✓סוגי הפיקסלים ו חיבור לנכסים.
- ✓הגדרת המרות הראשוניות.
- ✓יצירת קהלים על בסיס הפיקסל של אאוטבריין.
- ✓הגדרות קמפיינים.

- Facebook Ads

הרשתות החברתיות מזמן השתלטו על החיים שלנו, וכיום משמשות השטח הפרסומי הגדול ביותר והיעיל ביותר אך גם הקשה ביותר לפיצוח. בשנים האחרונות שיווק באמצעות פייסבוק הפך להיות נישא בפני עצמה החל

ממשרדי פרסום שלמים שמנהלים רק תקציבי פייסבוק ועד למחלקות אנליטיקת נתונים שהפכו להיות מקצוע

לכל דבר ועניין. פייסבוק הוא מגרש משחקים שחייבים להבין מה עושים על מנת להצליח ובמודול הזה אנחנו נלמד איך האלגוריתמים של פייס בוק ואינסטגרם עובדים נלמד לבצע לוקאלייק ומודעות שמחזירות לקוחות.

- ✓פתיחת חשבון מהדלת האחורית של פייסבוק.
- ✓מודלי הפרסום בפייסבוק.
- ✓קידום ממומן VS קידום אורגני.
- ✓יצירת עמוד עסקי.
- ✓יצירת ביזנס מנג'ר והגדרתו.
- ✓סוגי קמפיינים.
- ✓מבנה קמפיין.
- ✓מדיניות הפרסום של פייסבוק או איך להימנע מחסימות.
- ✓הכוח שבירטגרטינג.
- ✓הגדרת קהלים וטירג וט.
- ✓קהלי. LOOKALIKE
- ✓הגדרת פיקסל בפייסבוק.
- ✓יצירת איוונטים.
- ✓ניהול תקציבים / בידיים.
- ✓ביצוע אופטימיזציות ומעקב נתוני ם.

✓יצירת דוח"ות וניהול.

instagram

הרשתות החברתיות מזמן השתלטו על החיים שלנו, וכיום משמשות השטח הפרסומי הגדול ביותר והיעיל ביותר אך גם הקשה ביותר לפיצוח. בשנים האחרונות שיווק באמצעות פייסבוק הפך להיות נישה בפני עצמה החל ממשרדי פרסום שלמים שמנהלים רק תקציבי פייסבוק ועד למחלקות אנליטיקת נתונים שהפכו להיות מקצוע לכל דבר ועניין. פייסבוק הוא מגרש משחקים שחייבים להבין מה עושים על מנת להצליח ובמודול הזה אנחנו נלמד איך האלגוריתמים של פייסבוק ואינסטגרם עובדים נלמד לבצע לוקאלייק ומודעות שמחזירות לקוחות.

- ✓הקמת חשבון אינסטגרם ביזנס.
- ✓אופטימיזציה של הפרופיל.
- ✓שיטות עבודה ליצירת פרופיל אינסטגרם מקצועי.
- ✓חשיבות הביו.
- ✓חשיבות ההיילייטס.
- ✓פרסום תוכן, סטורי ורילסים.
- ✓מעקב אחר מעורבות וניתוח נתונים.
- ✓יצירת גאנט לארסנל החודשי שלך.
- ✓אינסטגרם שופינג ותיג מוצרים.
- ✓משפיענים באינסטגרם ואיך לעבוד איתם.
- ✓איך להיות משפיען ולעבוד מול החסויות.
- ✓מקרי מבחן ודוגמאות לאינסטגרמיסטים שעושים את זה נכון.

LINKDIN

כיזמים דיגיטליים בתחומי ההייטק השונים אסור לפספס את לינקדאין. לינקדאין היא רשת חברתית שנועדה יצירת קשרים מקצועיים ועסקיים. מכיוון שבלוינקדאין קיים שוק של מחפשי עבודה ושל מחפשי קידום מקצועי לא מעט מי שמגייסים כיום לתפקידי מפתח נעזרים בלינקדאין על מנת למצוא את הגיוסים שלהם. באמצעות הפלטפורמה החברתית -עסקית הזאת התגלו הרבה הזדמנויות צמיחה מעניינות שכיזמים דיגיטליים אנחנו צריכים לדעת לגלות

- ✓בניית פרופיל בלינקדאין.
- ✓אופטימיזציה לפרופיל לינקדאין.
- ✓איך להשתמש בלינקדאין לגייס עובדים / לקוחות / מעסיקים.
- ✓נטוורקינג איכותי - מנוע ליצירת ידים איכותיים באמצעות לינקדאין.
- ✓איך להכפיל את הקונקשנים תוך שבוע בלבד?
- ✓אסטרטגיות שימוש בפרופיל לינקדאין.
- ✓כיצד לאתר בעלי תפקיד / לקוחות פוטנציאליים / חברות / עובדים.
- ✓סודות השימוש בקבוצות לינקדאין, אסטרטגיה וחשיבות בחירת קבוצות.
- ✓דף חברה : כיצד לפתוח דף חברה.
- ✓אסטרטגיות שיווק דרך הרשת.
- ✓מנוי בסיסי חינמי או פרימיום בתשלום.
- ✓פרסום ממומן בלינקדאין.

וורדפרס היא מערכת ניהול תוכן שהחלה את דרכה כמערכת "ידידותית למשתמש הסביר" הרוצה להקים בלוג אישי או אתרים ללא מתכנת. אבל בשנים האחרונות צברה פופולריות רבה ואפילו השתלטה על שוק בניית האתרים בכל הנוגע לאתרים תדמית, חנויות איקומרס, ומערכות ניהול משתמשים ותוכן. כיום היא חולשת על שטח לא מבוטלת של 86% מהאתרים. במודול זה נלמד איך לבנות אתרי וורדפרס מהממים ללא שום צורך בתכנות או שורות קוד מסובכות.

- ✓מבוא והכרות.
- ✓תדמיתי מול מכירת.
- ✓למה דווקא וורדפרס כמערכת לניהול התוכן באתר שלנו.
- ✓אילו סוגי אתרים קיימים בשוק? (+ מודלי רווח אפשריים.)
- ✓חיבור טבני.
- ✓סט-אפ ודאשבוארד.
- ✓עיצוב וניהול תבניות.
- ✓פלאגאינים.
- ✓משתמשים והרשאות.
- ✓מבנה אתר ותכנון מקדים.
- ✓הדר, פוטר ווידגטים גלובאליים.
- ✓עמודים ופוסטים.
- ✓איקומרס והגדרות סליקה.
- ✓דפי נחיתה.
- ✓ניהול חנות ודפי מוצר.
- ✓css והתאמות עיצוביות.

אפיליאיט

שיווק שותפים היא דרך שיתוף פעולה בין עסק שמעניק עמלות ומתגמל את מי שדואג לביצוע השיווק של המוצרים בעסק שלו. בשיווק שותפים, על השותפים לקדם את המוצר או השירות של העסק בערוצי הפרסום השונים על מנת לקבל עמלות כאשר מתבצעת מכירה. זו יכולה להיות דרך להרוויח הכנסה פסיבית כדי להצליח

בשיווק שותפים, צריך לבחור מוצר או שירותים המתאימים לתחומי העניין והצרכים של הקהל ולקדם אותם בצורה אתית ושקופה.

- ✓מבוא לשיווק שותפים [מה המודל ואיך זה עובד.]
- ✓שיטות ומודלים לתגמול.
- ✓בניית משפך שיווקי ייעודי להצעות אפיליאיט.
- ✓הכרות עם רשתות שותפים.
- ✓אסטרטגיות אפיליאיט מתקדמות.
- ✓בחינת הצעות אפיליאיט.
- ✓איך להיות רווחי עם הצעות.
- ✓אאוטסורסינג.
- ✓חישוב תגמולים.
- ✓איך להיות סופר-אפיליאיט.

או בעברית, אופטימיזציות מנועי חיפוש, זוהי אסטרטגיית קידום עבור מרכיבי האתר הפנימיים והחיצוניים שכיום את הסטנדרט תובעת ענקית החיפוש גוגל. במודול זה נלמד מה הדרישות לקידום האתר במנועי החיפוש ואיך אנחנו מתאימים את האתר שלנו לזחלני הסריקה של גוגל. במקביל נלמד איך לקדם את התוכן שיצרנו בצורה הממוטבת ביותר לקהל היעד שלנו. החל מהקמה של אתרי תוכן ועד ליצירת התוכן השיווקי עצמו תוך התחשבות בפרמטרים ש יסייעו להגדלת החשיפה.

- ✓ אסטרטגיית SEO מתאימה ונכונה.
- ✓ מתי נכון לבחור אסטרטגיית SEO לעומת ממומן?
- ✓ מבנה אתר מותאם. SEO
- ✓ איילו דפים TXT.ROBOT סורק אצלנו באתר.
- ✓ מפות אתר ומבנה היררכי נכון.
- ✓ לינק פרינדלי.
- ✓ שימוש במתחרים לקידום.
- ✓ אופרייטורים לחיפוש עמו ק.
- ✓ ארגז כלים למקדם המתחיל.
- ✓ במה שונה כתבת SEO מכתבת תוכן?
- ✓ איך כותבים? SEO
- ✓ מחקר מילות מפתח.
- ✓ ארגז כלים למחקר מילות מפתח יעיל.
- ✓ חקר שוק.
- ✓ לוו"ז פעילות שבועי / חודשי לתכנון משימות ותזמון.
- ✓ כלי בדיקת מיקומים בגוגל חשיבות לינקים יוצאים / נכנסים.

דרופשיפינג

הפכה בשנים האחרונות לשיטת מסחר פופולארית בקרב יזמי דיגיטל רבים בזכות הפשטות שלה, בעצם דרכה מנהלים את שרשרת האספקה בין הקמעונאי ללקוח וחותרים את העמלה באמצע. דרופשיפרים רבים פותחים חנויות דיגיטליות ומציעים על המדפים שלהם מוצרים שלא בהכרח קיימים במלאי הפיזי שלהם ובכך מרוויחים עמלות נטולות 0% סיכון ומזמינים מהשולח רק כאשר הלקוח הזמין.

- ✓ הסבר מקיף על דרופשיפינג.
- ✓ הסבר על פלטפורמות הדרופשיפינג.
- ✓ אפיון דף מוצר בצורה נכונה.
- ✓ הכרות מקיפה עם Shopify.
- ✓ הכרות מקיפה עם Ebay.
- ✓ הכרת הפלטפורמות לייבוא מוצרי ם.
- ✓ עבודה עם מוניטורים מקצועיים.
- ✓ Auto DS + DSM Tools
- ✓ מדיניות מכירה של דרופשיפינג באיבי.
- ✓ מוצרי VERO
- ✓ אנליטיקות דרופשיפינג.
- ✓ מסופי סליקה לארץ ולחו"ל.
- ✓ ניהול ספקים.
- ✓ מדיניות וסוגי משלוחים.

TIKTOK

טיקטוק היא הפלטפורמה החברתית חדשה המבוססת שיתופי וידאו, התחילה את דרכה בסרטונים קצרים של ריקודים לילדים. בשנים האחרונות צברה תאוצה ועם עליות המחירים בשטחי הפרסום האחרים הרבה

בעלי עסקים מצאו את טיקטוק כשטח בתולי לחלוש עליו ולא מעט בעלי עסקים התחילו לפרסם שם ולהוציא סכומי כסף גדולים באמצעות הפלטפורמה ולהגיע לקהלים חדשים.

- ✓איך להשתמש בטיקטוק להזרמת תנועה וקידום אורגני.
- ✓סוגי סרטונים שהופכים לויראליים.
- ✓ניהול זמן ביצירת תוכן.
- ✓איך להבליט את הייחודיות שלכם דרך התוכן שאתם מעלי ם.
- ✓איך לגרום לכולם לשתף את הסרטונים שלכם

כלכלה התנהגותית

כיזמי דיגיטל וכבעלי עסקים אנחנו רוצים לשלב בין הפסיכולוגיה הקוגניטיבית לבין קבלת ההחלטות של הלקוח שלנו ולוודא שאנחנו מבצעים את ההשפעה ההזאת בהטייה לאינטרסים האישיים שלנו. על מנת לבצע קמפיינים טובים יותר על מנת לכתוב טקסטים משכנעים יותר ועל מנת ליצור קהילה אמיתית סביב העסק שלנו אנחנו רוצים ללחוץ על הכפתורים הנכונים שיפעילו את זה במודול הזה אנחנו נלמד על כל הטריגרים ותמהיל הפרמטרים לפיהם המוח האנושי מקבל החלטות.

- ✓תהליך קבלת ההחלטות במוח האנושי.
- ✓איך הלקוח שופט אותנו?
- ✓רגש ניתן למדידה.
- ✓יצירת סקרסיטי חזק ואמיתי.
- ✓שימוש בעוגנים.
- ✓סטריאוטיפים.
- ✓החלטות וטעויות.
- ✓שימוש בהוכחה חברתית לביסוס אמון וסמכות.
- ✓מדיניות סיכונים.
- 4 ✓האמונות של לקו ח.
- ✓מוח מחולק ל- 2 = הוויה מחולקת ל- 2 קבלת החלטות מחולקת ל- 2.

חווית רכישה

בדומה למותגים הגדולים שיוצרים קהילה מגובשת סביב המותג שלהם וקהל מעריצים אנחנו רוצים לגרום ללקוח לחוות את חווית הרכישה הטובה ביותר בכל צעד בדרך תוך הרגשה שאנחנו היחידים שמבינים אותו מספקים עבורו את הצורך. קהלים משתנים כל הזמן וכך גם השימוש שלהם במוצרים שלנו וחשוב לשים את הלקוח במרכז קבלת ההחלטות להתפתחות המותג.

- ✓הכח של חווית רכישה.
- ✓דע את הלקוח [רצונות, צרכים, וצעד הבא.]
- ✓עיצוב חווית הלקוח עד הפרטים הקטני ם
- ✓חוק מס 1 של סוחרי הסמים - או איך לגרום ללקו ח
- ✓להתמכר לחוויה ולחזור שוב לעוד מנה.
- ✓מיפוי צווארי בקבוק ונטישת מסע.
- ✓יצירת הצעות שאי אפשר לסרב להן.

איך לגייס לקוחות בצעדינו הראשונים

המודול החשוב ביותר כי לא משנה איזו מיומנות נרכוש אם לא נדע לגייס לקוחות בסופו של דבר לקוחות לא יזכו לחוות אותו. במודול הזה נלמד למצוא את מקורות גיוס הלקוחות הטובים ביותר במקביל איך לנסח הצעות מחיר ואיך להתנהל מול הלקוח.

✓גיוס לקוחות.

✓הצעות מחיר ללקוחות ומודלי תמחור.

✓יצירת סל מוצרים מדויק לעסק.