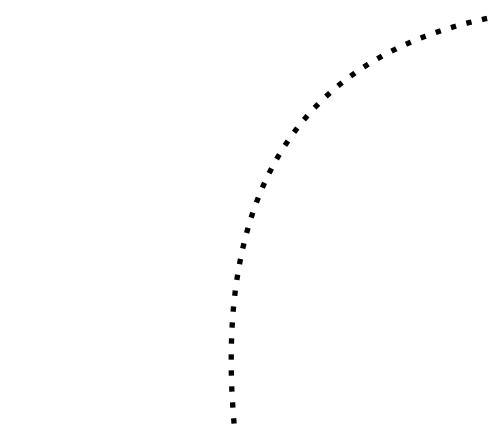




Quick bio
אב לחמישה
נשוי לאהובתי
עובד כמו משוגע



- כיום: עצמאי
- לפני כן: מקאן
- לפני לפני: BBR



יום - 20.5.2020
ד 20:00

אסטרטגיה שיווקית בזמן משבר

יובל לב, מומחה
לאסטרטגיה שיווקית
בהרצאה על מיצוב
אסטרטגי בזמן משבר.



יודעים מי זה?

(רק תעשו "כן" או "לא" עם הראש)



שיווק זה לא פרסום

מותג שכולם מכירים
(מטרת הפרסום)



מותג שכולם רוצים
(מטרת השיווק)

מה ההבדל בין:

"שיווק בזמן משבר"

לשיווק בזמן "רגיל"



אין הבדל

א

הצרכים מתחדדים

ב

הבדל של לשרוד או למות

ג

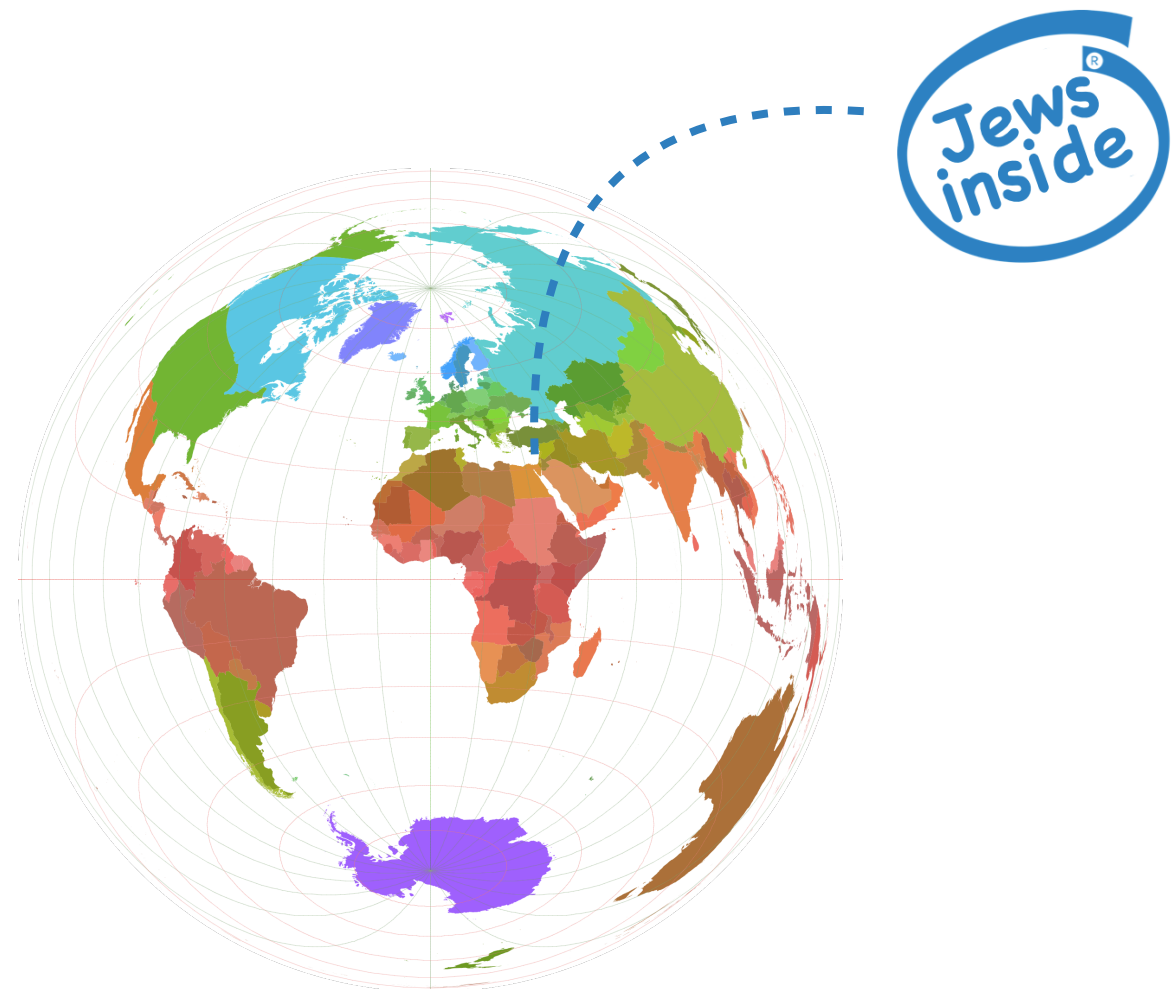
כל התשובות נכונות

ד

(כאן יופיעו הערות, תובנות ושורות תחתונות)



איפה אנחנו חיים



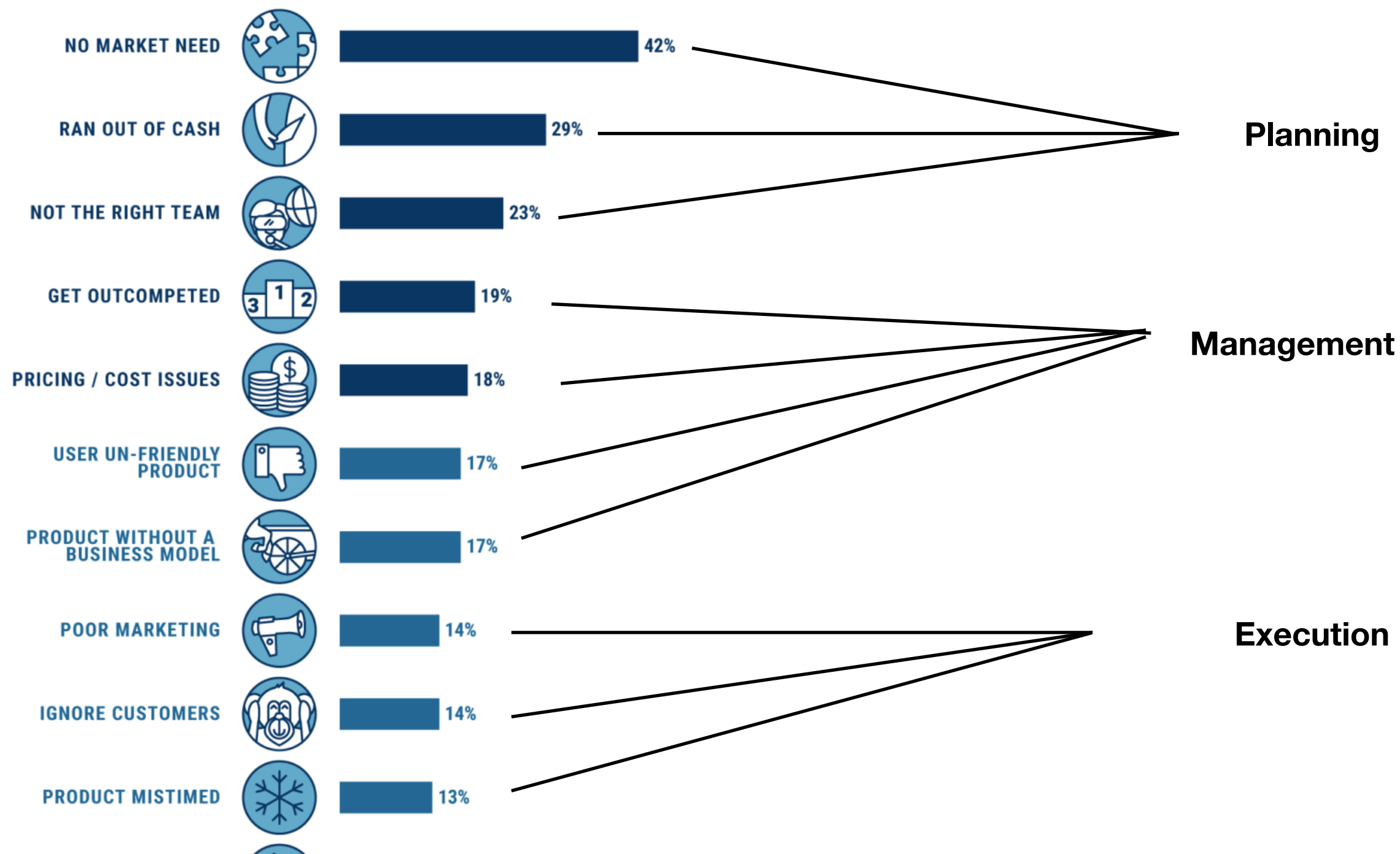
- 6,673 סטארטאפים פועלים בישראל
- 681 סבבי גיוס שהניבו כ-6 מיליארד דולר
- היקף גיוס ממוצע: כ-4 מיליון דולר
- אקזיטים: 97, בסכום כולל של 3.28 מיליארד דולר
- המיזמים: 13% בשלב המו"פ, 21% בשלבי פיתוח מתקדמים, והשאר (כשני שלישי) כבר השיקו מוצר
- כסף לפח: כ-3,800 נסגרו (2012-18), את רובם ניתן היה למנוע
(כלל האצבע של ה-VCs: 4 נכשלים לגמרי; 4 מחזירים את ההשקעה; 1-2 מייצרים תשואה)

למה הם נכשלים?

CBINSIGHTS

November 6, 2019

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail



היעדר חשיבה אסט'

BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS
Top 20 Reasons Startups Fail



שיווק = משבר

* ועוד יותר בזמן משבר *



(צרכים מחודדים, לשרוד או למות)

- מטרת העל של השיווק: יצירת וניהול הביקוש למותג
- יעדי השיווק: יצירת העדפה והנעה לפעולה בקרב צרכנים
- מיצוב אסטרטגי: נועד לקבוע את עמדת הארגון/מותג מול המתחרים בזירת התחרות, ובניית הצעת הערך מבוססת **יתרון תחרותי**, ליצירת **העדפה צרכנית**
- מיצוב תדמיתי: נועד לבניית **דימוי המותג** בקרב **צרכנים**, באמצעות עיצוב תודעת אוכלוסיית המטרה בכלים שיווקיים

שיווק עוסק בצרכנים ובבניית מותגים שצרכנים רוצים לצרוך

הכל - וקודם כל - שיווק



- למאמינים הראשונים
- לטאלנטים שנרצה למשוך לחברה
- למשקיעים שנרצה לקחת את הכסף שלהם
- לשוק - צרכנים, שותפים, מתווכים, לקוחות, מתחרים..

לנהל את הביקוש למותג שלך

מיצוב DIY

תפריט היום

- זירת התחרות - הלקוחות
- ספקטרום המיצובים - המתחרים
- מיצוב הצעת הערך האסטרטגית
- הבידול בקטגוריה - מעשית ורגשית
- זהות וסיפור המותג, מסר תקשורתי

המינימום ההכרחי לבניית אסטרטגיה שיווקית למותג שלך



זירת התחרות

(מה-POV של הצרכן)



הבהרה: בלי סיסמאות ומילים "באוויר" - לקוח אמיתי, ניתוח אמיתי (מהניילונים)



למשל:

Marketing Automation

שלב א': איפיון והגדרות

מה זה MA?

- מיקסום קשרי לקוחות באמצעות ניהול משולב של מהלכי שיווק אוטומטיים באסטרטגיית Costumer Centric ..?
- מערכת לבניית וניהול מסעות לקוח, הגשת תכנים והצעות ערך מותאמות לפי תחומי עניין והתנהגות לקוח ..?
- ניהול פעולות שיווקיות במגוון ערוצי שיווק ומכירה (דיוור, סמס, סושיאל, מדיה, POS ועוד), אוטומציה של פעולות רפטיביות ..?
- דיוור אוטומטי להגדלת מכירות ובישול לקוחות לקראת רכישה ..?
- כל התשובות נכונות ויש עוד המון buzzwords ומונחים שאפשר להוסיף .. ?

(רמז: תלוי את מי שואלים)



המתחרים בקטגוריה

שלב ב': בדיקת היצע התחרות

[Active Trail](#), [AWeber](#), [Campaign Monitor](#), [Constant Contact](#), [Convert Kit](#), [Emma](#), [GetResponse](#), [iContact](#), [Inforu](#), [Infusionsoft](#), [Mad Mini](#), [mailchimp](#), [Mailerlite](#), [Sendinblue](#), [Vertical Response](#), [רב מסר](#), [inwise](#), [flashyapp](#), [viplus](#), [smoove](#), [hubspot](#), [oracle eloqua](#), [IBM Watson Campaign Automation](#), [funnel.io](#), [clevertap](#), [salesforce](#), [marketo \(adobe\)](#), [Creatio \(bpmonline\)](#), [pulseem](#)

#	Email Marketing Tool	Pricing	Ease of Use	Templates	Score	Main Advantages	Open Account
1	 sendinblue	Free - \$25+/mo	●●● Simple	200+ More Info	9.8 Read Review	- All-in-one Sales & Marketing Platform - User-Friendly Automation Tools - Landing Page Builder	Visit Site
2	 mailchimp	Free - \$10+/mo	●●○ Moderate	85+ More Info	9.5 Read Review	- Advanced Segmentation - Comparative Reports - Multivariate Testing	Visit Site
3	 BENCHMARK	Free - \$13.99/mo	●●○ Moderate	400+ More Info	9.1 Read Review	- Code Editor - Engagement Automation - Photo Editing	Visit Site
4	 ActiveCampaign	\$9+/mo	●●● Simple	100+ More Info	8.9 Read Review	- Dynamic, customized lead scoring - Unlimited, flexible segmentation	Visit Site
5	 HubSpot	Free - \$50+/mo	●●○ Moderate	Unlimited More Info	8.7 Read Review	- All-in-one marketing & sales software - Free CRM platform	Visit Site
6	 AWeber	\$19/mo	●●○ Moderate	700+ More Info	8.6 Read Review	- HTML email templates - Blog newsletters	Visit Site
7	 drip	Free - \$41/mo	●○○ Complex	Unlimited More Info	8.1 Read Review	- Multi-channel Marketing - Flexible API - eCommerce CRM	Visit Site
8	 Campaign Monitor	Free - \$149	●●● Simple	100+ More Info	7.9 Read Review	- Advanced marketing automation - Drag & drop email builder with modern designs	Visit Site
9	 Constant Contact	\$5+/mo	●●○ Moderate	400+ More Info	7.7 Read Review	- Expert guidance and live support - Event Marketing	Visit Site
10	 GetResponse	\$12.30+/mo	●●○ Moderate	500+ More Info	7.4 Read Review	1,000 free iStock images - All-in-one digital marketing platform	Visit Site



	Mobisale
	Zoho CRM ★★★★☆ (3815 reviews)
	amoCRM ★★★★☆ (130 reviews)
	PandaDoc ★★★★☆ (673 reviews)
	Myphoner ★★★★☆ (73 reviews)
	Pobuca Sales ★★★★☆ (13 reviews)
	Onpipeline ★★★★☆ (1 review)
	Pipedrive ★★★★☆ (2169 reviews)
	Bitrix24 ★★★★☆ (404 reviews)
	SalesScreen ★★★★☆ (22 reviews)



חלוקה בסיסית

שלב ג': לעשות (קצת) סדר בבלגאן



מערכות אינטראקציות "בסיסיות"

מערכות blast: דיוור, אוטומציה בייסיק (if than), דפי נחיתה, סמסים, פופאפים, פוש, סקרים, IVR, צ'אט בוטים וכד'

S

מערכות אינטראקציות מבוססות טריגרים

כל הנ"ל + מסעות לקוחות מבוססי טריגרים ופרסונליזציה בייסיק, לרוב ללא API / התממשקות בסיסית למערכות חיצוניות (CRM, BI, AI, POS, ERP, פרסום, ניהול האתר, סושיאל וכד')

M-L

מערכות CRM/MA לניהול משאבים וקשרי לקוחות

כל הנ"ל + חיבורים (API / שרת SFTP מאובטח) מחד - למקורות המידע בארגון (אפליקציות, אתרים, מדיה, CRM, אנליטיקס, BI, מועדון לקוחות, קופות, סושיאל ועוד), ומאידך - לניהול תקשורת מסוכרנת מול הצרכן/לקוח (מייל, סמס, הקפצות, המלצות, BI, תחומי עניין, טריגרים בקופות, סושיאל, ניהול CRM ועוד)

XL

כולם אומרים שהם הכי טובים במה שהם עושים (MA)



סקירת התחרות

במדיה: מלחמה על ה-TOM וחדשנות, **בשטח:** קרבות מכירות ושימור לקוחות

- לכל פלטפורמה יתרונות וחסרונות - לצרכן אין יכולת אפקטיבית להשוות בין ההצעות
- פרמטרים משפיעים על החיפוש והבחירה של הצרכן: תחום הפעילות, כמות הלקוחות (גודל העסק), משאבים (זמן ניהולי, תקציבים), צורך/צרכים, רמת התמקצעות

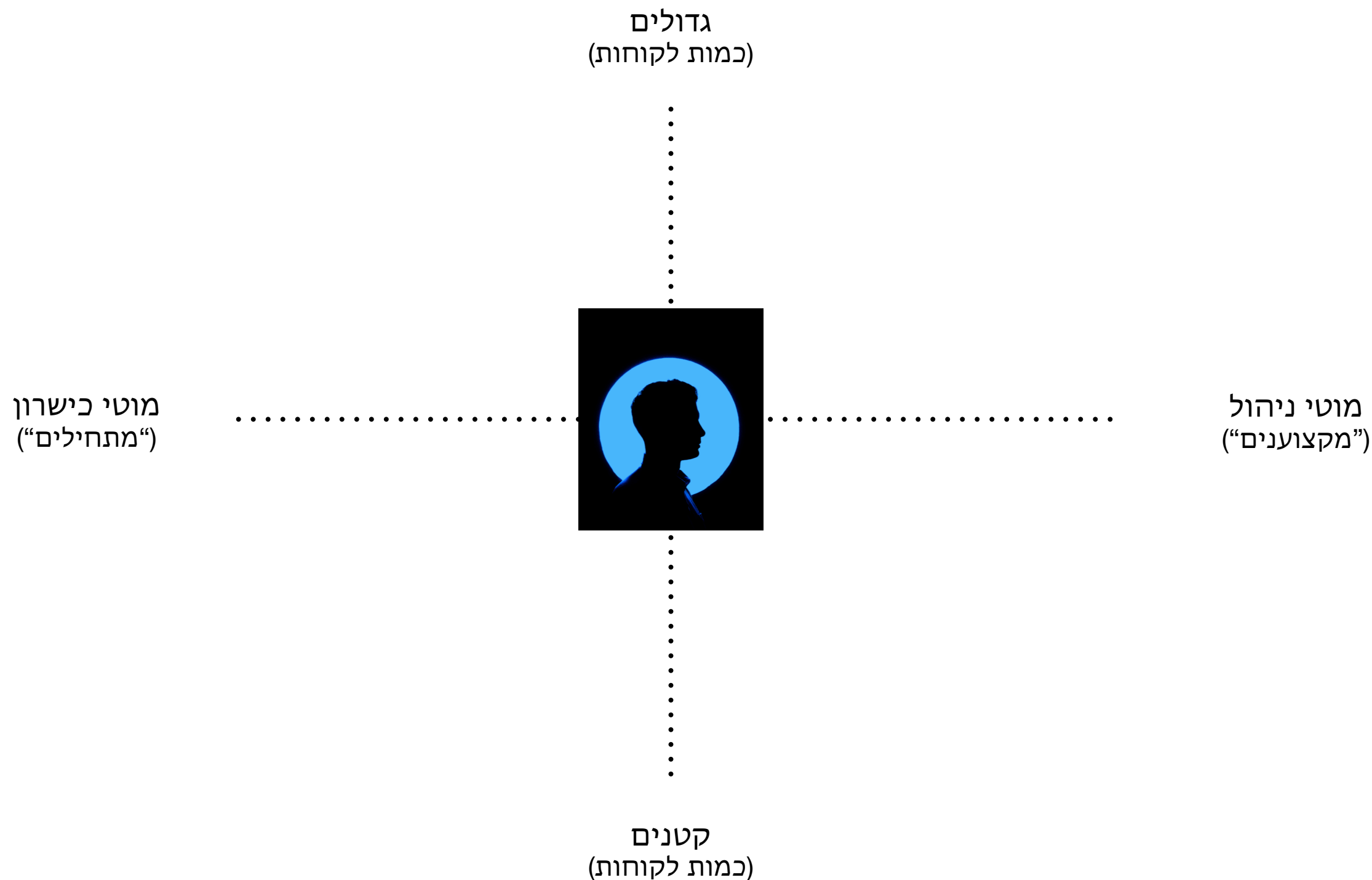


- סוגי צרכנים/צרכים:
 - מוטי כלים (למשל, מערכת דיוור וכד')
 - מוטי פתרונות (אוטומציה, מסע לקוח וכד')
 - מוטי יכולות (ניהול מאוחד, התייעלות וכד')

סיבה מרכזית לבחירה/שידרוג פלטפורמת MA: צורך ניהולי (התמקצעות)

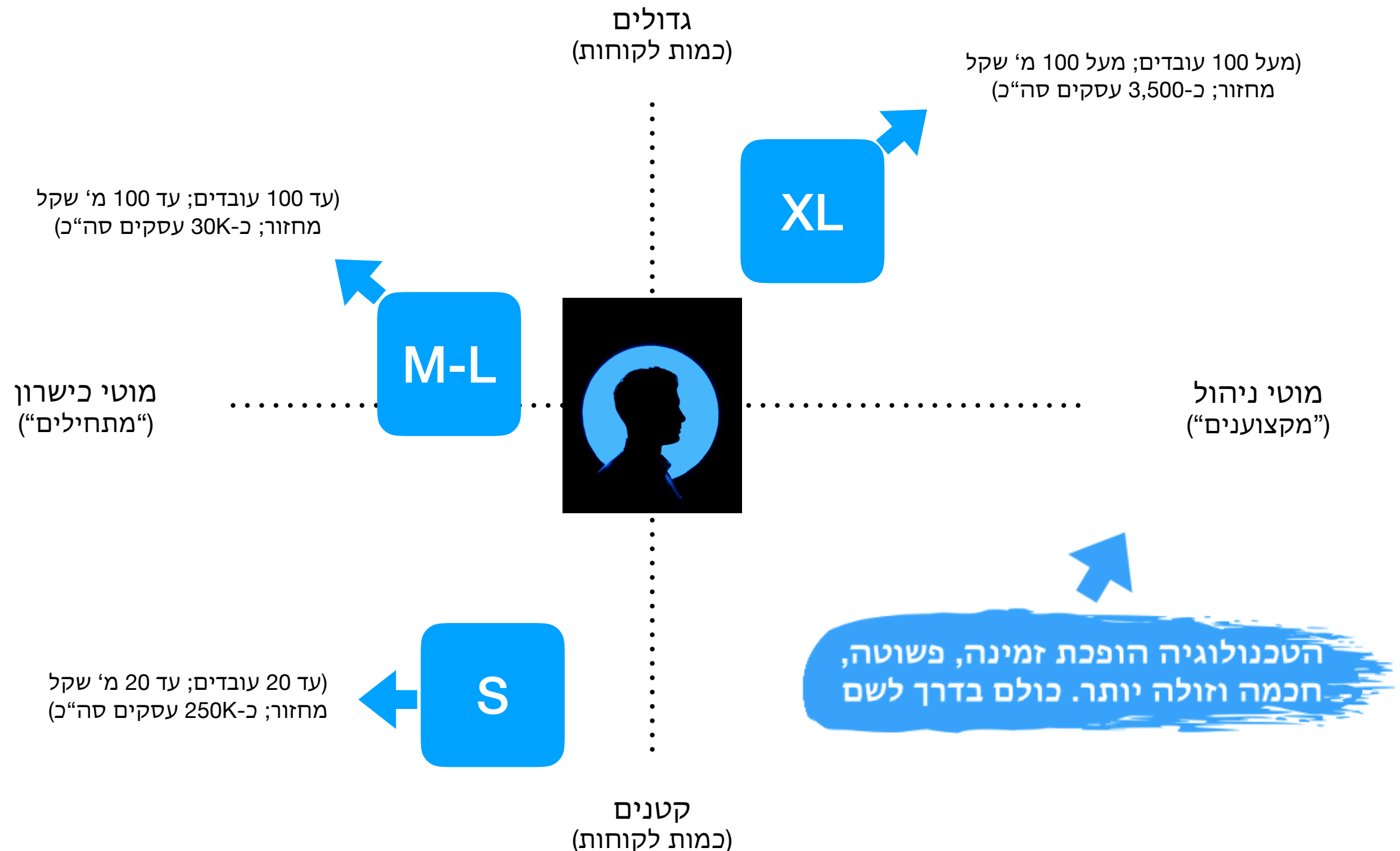
הלקוחות: בדרך ל-MA

התמקצעות הלקוח והגודל - מאפיינים קובעים משותפים לבחירת הפלטפורמה



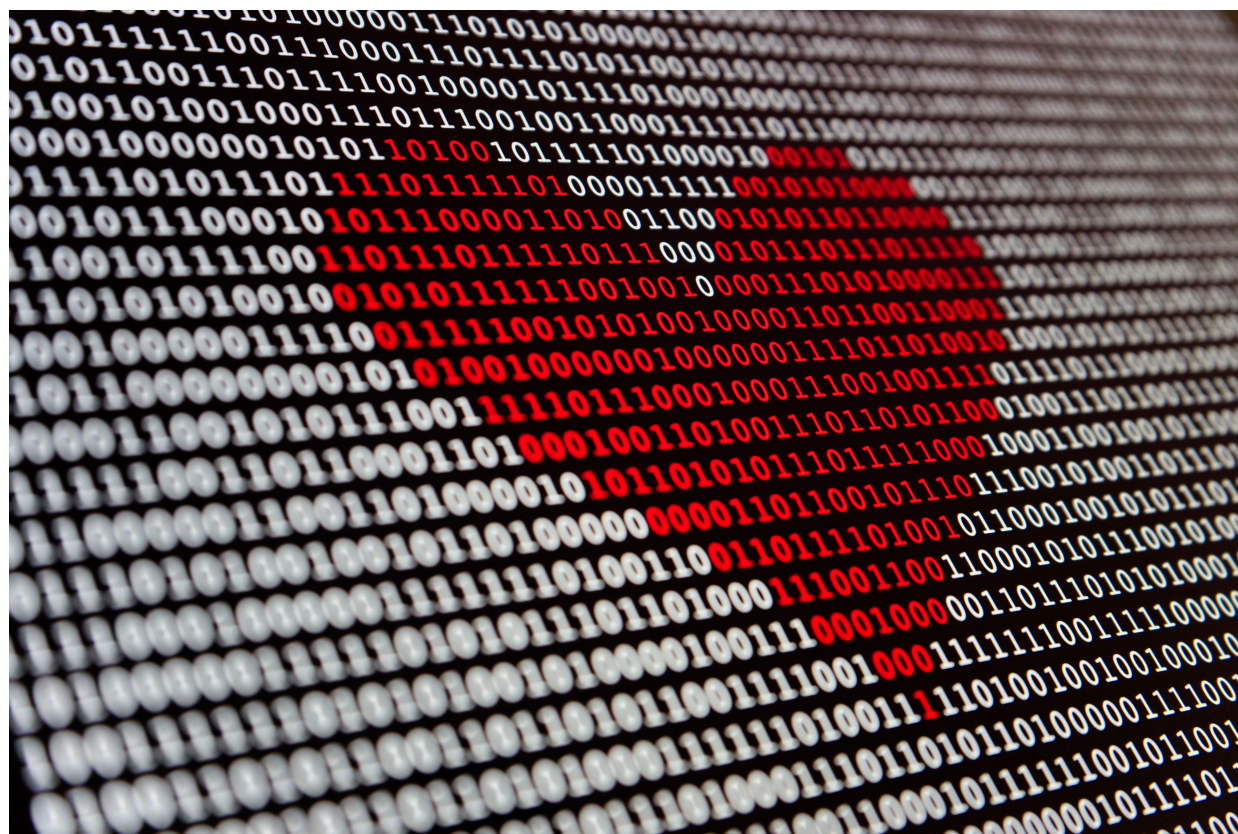
הלקוחות: בדרך ל-MA

התמקצעות הלקוח והגודל - מאפיינים קובעים משותפים לבחירת הפלטפורמה



מה הלקוחות רוצים?

כולם צריכים עזרה (פונקציונלית ואמוציונלית) - ברכישה, באונבורדינג, בתמיכה* וליווי



מוצרים ושירותים

- כלים, יכולות, אוטומציות
- התממשקויות, כלי ניהול
- תמיכה, שירות, התאמה

יעדים ומטרות

- תוצאות בפועל
- להתייעל בעבודה
- לפשט/לקצר תהליכים

מישהו לרוץ איתו

- ניהול לקוח (ליווי)
- יוזמות ורעיונות חדשים
- ידע ויכולות ביצוע

*סיבות עיקריות לפניית לקוחות לתמיכה:
ייבוא נמענים, עיצוב קמפיין, שאלות על סטטוס נמען

איפה אנחנו חזקים? איזה יכולות נוספות אנחנו צריכים לפתח?

SWOT

(יש, אין, בדרך, חסר)

מהם האיומים שעומדים בפנינו?
מבחץ (מכל סוג), מבית (למשל, גדילה לא מבוקרת)
מהן החוזקות והחולשות שלנו?
מהן ההזדמנויות שאנחנו מזהים?

חולשות:	חוזקות:
איומים:	הזדמנויות:

Strengthen your Strengths
Strengthen your Strengths
Strengthen your Strengths
Strengthen your Strengths



(“חזק את חוזקותיך/חולשותיך”)



“השאלון”



לקוחות:

מי הלקוחות שלנו? (פרטיים, עסקיים, סוכנים, מתווכים, מוסדיים, ציבוריים וכד')

מה אנחנו מוכרים ללקוח כסיבה העיקרית לבחור בנו?

מה מחפשים/צריכים הלקוחות בקטגוריה?

מה לדעתך מניע אותם לפעולה (פחד, תכנון מוקדם, אימפולס)?

למה הלקוחות שלנו בחרו דווקא בנו?

למה הלקוחות של המתחרים לא בחרו בנו?

לאילו שווקים נוספים / לקוחות אנחנו צריכים לפנות?

מתחרים:

מי המתחרים החזקים שלנו ומי המתחרה המוביל בקטגוריה?

מה יש למתחרים אחרים שאין לנו?

למה הלקוחות בוחרים דווקא בהם?

המתחרים

סקירת הבולטים בקטגוריה; בחינת נראות, ממשקים, הנגשה



ספקטרום המיצובים

(מודל לניתוח הפוזיציה של המתחרים וזיהוי הזדמנויות בזירת התחרות)

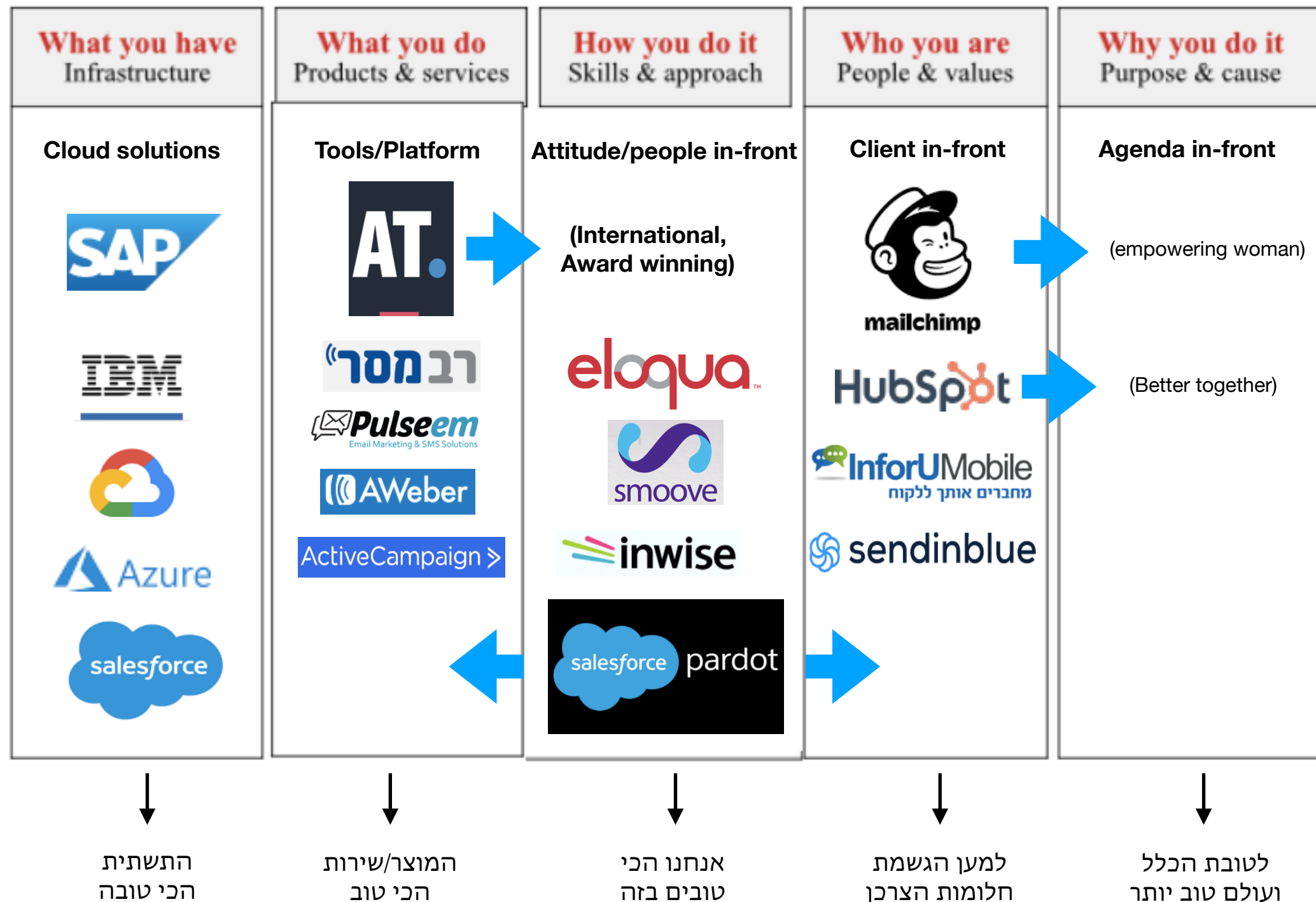
על מה ואיך מדברים המתחרים בזירת התחרות

What you have Infrastructure	What you do Products & services	How you do it Skills & approach	Who you are People & values	Why you do it Purpose & cause
				
Network network	Provider aircraft	Expert Standardization	Enabler refreshing	Missionary freedom
תשתית	מוצר/שירות	מומחה	מאפשרים	אג'נדה/שליחות
↓	↓	↓	↓	↓
התשתית "הכי טובה" (חומרי הגלם)	המוצר "הכי טוב", השירות "הכי טוב"	אנחנו הכי טובים והכי מקצועיים	הערך לצרכן להגשמת חלומותיו	יש לנו שליחות לטובת הכלל



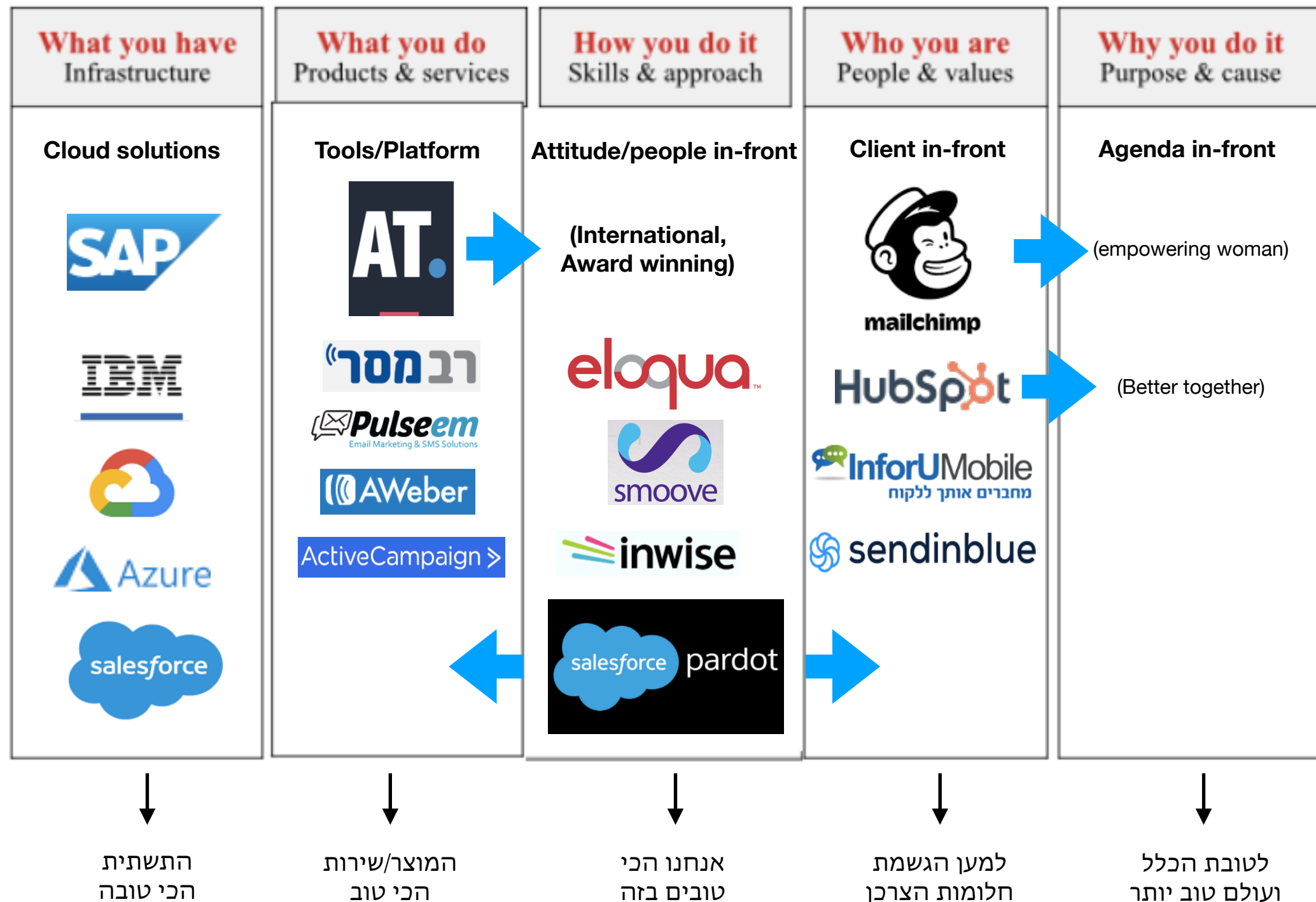
המתחרים בקטגוריה

(עדיין בתחום ה-marketing automation, כן?)



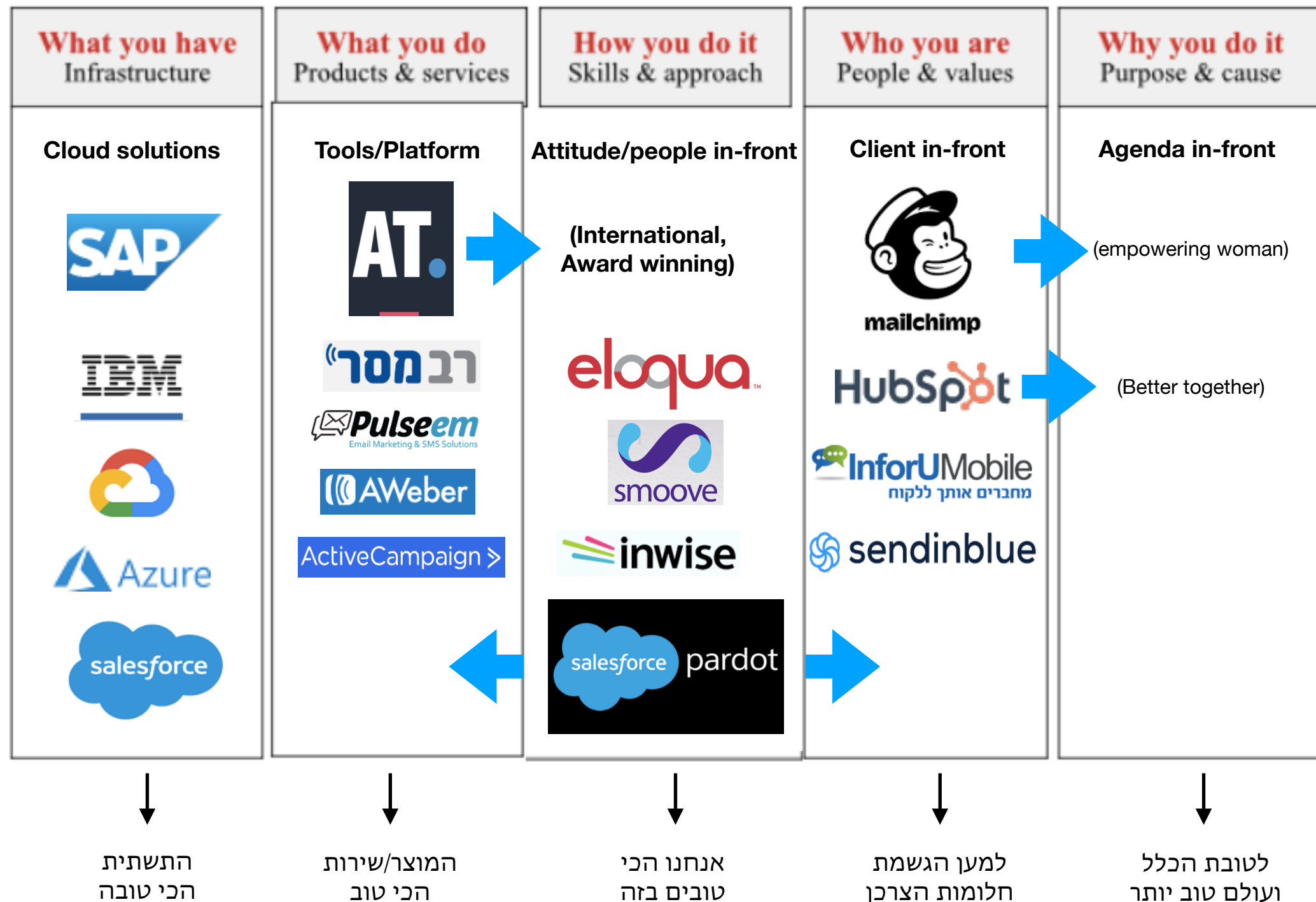
האפשרויות בזירה

להישאר או לעבור?



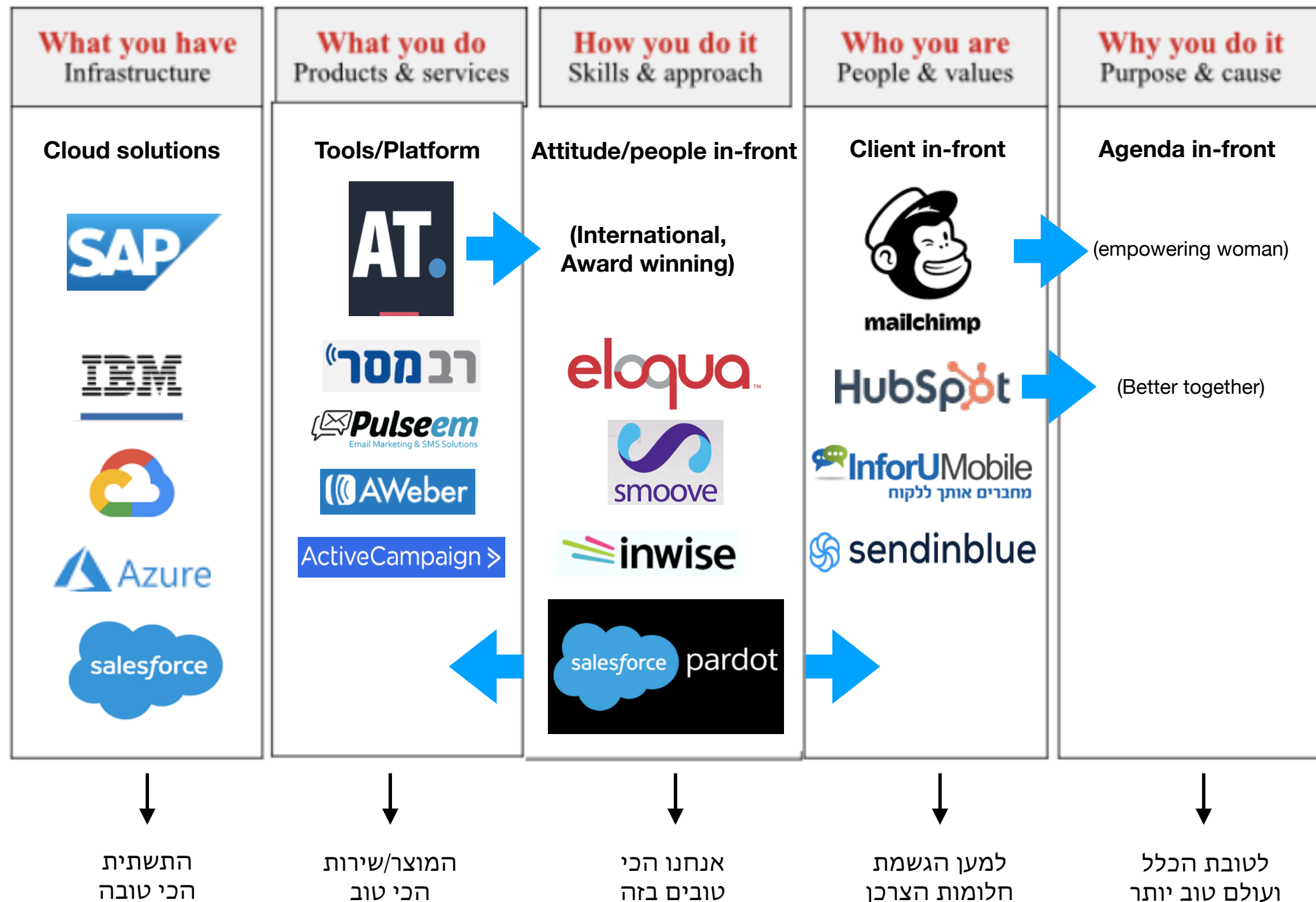
ההזדמנות בזירה

איפה הכי נכון להיות כדי להשיג את היעדים והמטרות



הזירה הנבחרת

איך זה ישפיע על המיקוד שלנו, ועל השיח השיווקי-תקשורתי

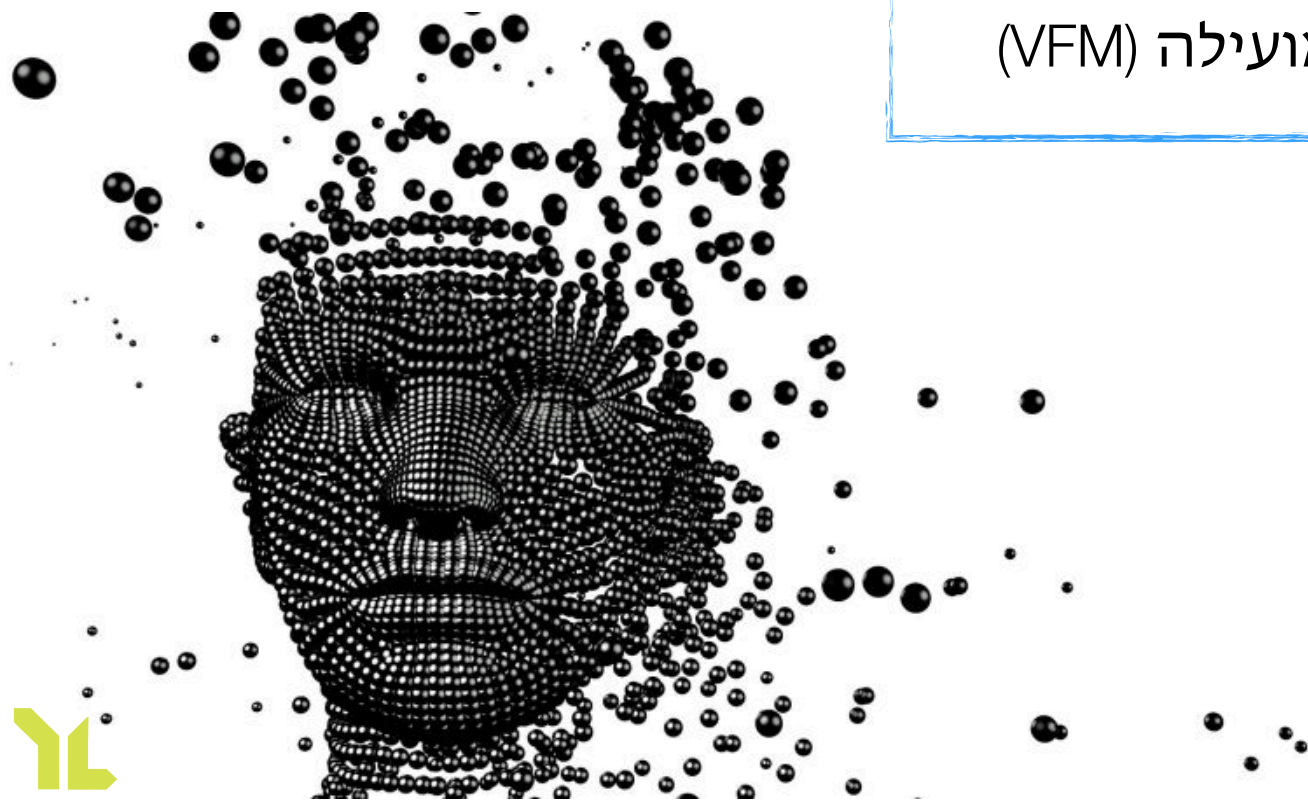


זהות המותג

הגדרה: לורם איפסום דולור סיט אמט, קונסקטורר אדיפיסינג אלית גולר מונפרר סוברט

מאפייני אישיות: סקרנית, יצירתית, בגובה העיניים, מפוקסת, ישראלית (Hutzpah)

חויית המותג: שירותית, חדשנית (טכ'), מלמדת, מועילה (VFM)



סיפור המותג

'נאום מעלית'; ע"פ היררכיית הערך לצרכן

פלטפורמת MA ישראלית-בינלאומית
מהוותיקות והמובילות בקטגוריה

- מי אנחנו
(brand definition)

לניהול מהלכי שיווק והגדלת
מכירות בקלות ובמהירות

- מה נעשה בשבילך
(Value proposition)

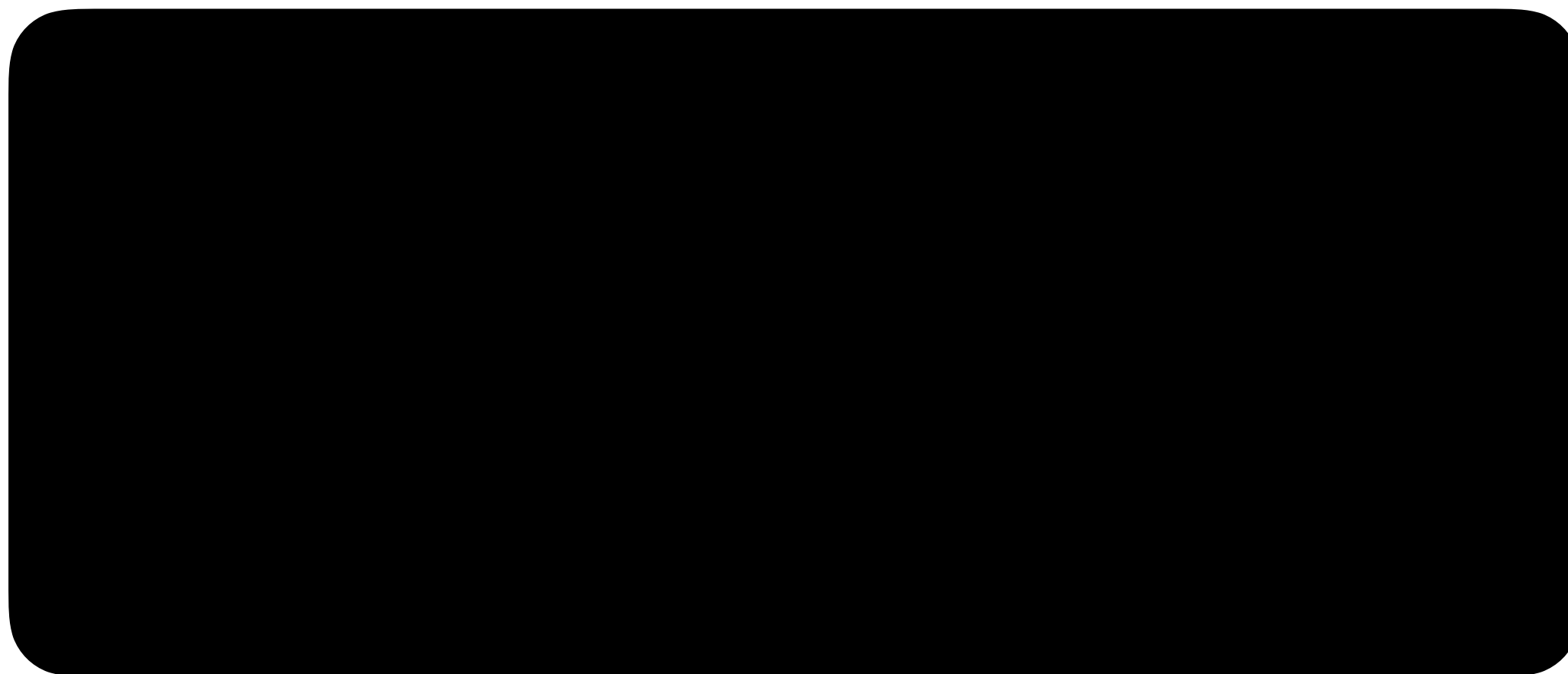
כדי למקסם את
הפוטנציאל
העסקי
שלך

- מה תהיה התוצאה מכך
(brand promise)



המסר בזירת המישוב

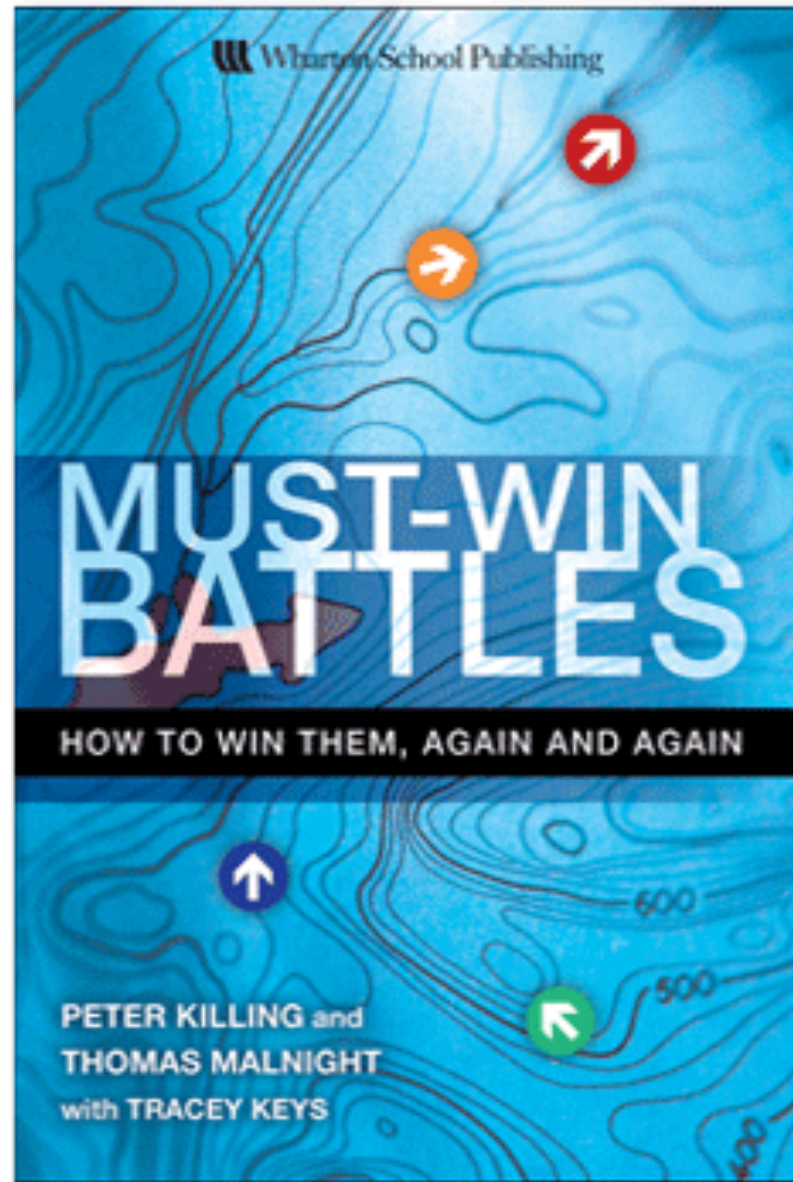
(מה שאנחנו רוצים שצרכנים ולקוחות יחשבו ויאמרו עלינו)



- הסברים הסברים
- הסברים הסברים הסברים
- הסברים הסברים הסברים

הצעד הבא

תוכנית פוקוס ממוקדת הצלחה



תודה רבה!

Now Let's Talk

