

מושגים בסיסיים בשיווק

❖ שיווק:

- מענה לצרכים של הלקוחות תוך כדי יצירת רווח לעסק.
- סיפוק צרכים ורצונות של הלקוחות
- שיתוף הלקוחות (הסביבה) במה שיש לנו להציע לרווחתם
- אינטראקציה בין ספק ללקוח, על כל רמותיה (מחשבות/תפיסות/דעות, רגשות, התנהגויות ועוד)
- ❖ "שיווק חברתי" המתמקד בהשפעה על התנהגויות בתחום בריאות ואיכות חיים, תוך כדי יצירת תועלת חיובית לקהילה.

"מטרת השיווק היא להפוך את המכירה למיותרת"- פיטר דרוקר (אבי תורת הניהול החדשה)

❖ שירות/מוצר - כל דבר העונה על הצורך וניתן לסחור בו

❖ לקוחות - הקונים בפועל והקונים הפוטנציאליים של השירות

❖ בידול:

- במה אני שונה מהמתחרים? (מודל, ניסיון, ידע נוסף, טכנולוגיה, מיקום, כלים, שיטת העבודה, שירות, מגוון, תוכן, איכות, מחיר, זמינות, תהליכי העבודה, אוכלוסיית היעד ספציפית ועוד)
- מה מייחד אותי?
- למה לבחור בי? (לתת תשובה ברורה ומוגדרת, ולא כללית ואמורפית- כי אני טוב, כי אני מיוחד)

"זה מוכיח שאתה יוצא דופן, השיב הדחליל; "ואני משוכנע שהאנשים היחידים ששווים התייחסות בעולם הם אלו אשר יוצאי דופן. האנשים הרגילים הם כמו העלים של עץ, הם חיים ומתים מבלי שיבחינו בהם".

-פרנק לימן באום
מתוך הספר "ארץ עוץ המופלאה"

❖ מיתוג:

- מותג- זיהוי של המוצר או השירות בציבור
- תפיסת המוצר
- סמל, סימן המזהה את השירות או המוצר מסוים

"הצלחת השיווק – אחוז אחד של איכות ותשעים ותשעה אחוזים של אישיות המותג"

(אחד הנשיאים של מותג קוקה קולה)

❖ מיצוב:

- מהי עמדת הלקוח ביחס למוצר/שירות שלי
- הדרך להגדרת זהות למוצר/מותג
- "רכישת בעלות" על מילה חיובית במוח של הלקוח
- קישור תפקודי ורגשי בין המותג לבין סיבה ספציפית לבחור בעסק/מוצר/שירות

❖ תכונות וערכים להגדרת המוצרים:

- **תכונה** - מה מאפיין את המוצר/שירות. מושגים אובייקטיבי וחד משמעיים, המתייחסים למוצר דוג' - מגוון הכלים והטכניקות שאנחנו משתמשים בהם בטיפול
 - **ערך** - מה תועלת מהמוצר/שירות עבור הלקוח, סובייקטיבי בעיני הלקוח:
 - תועלת פונקציונלית/תפקודית (תנועה מלאה, עצמאות בתפקוד יומיומי, יכולת לבצע כל משימה רצויה)
 - תועלת אמוציונלית (חופש, עצמאות, ביטחון, חשיבות, שייכות...)
- לרוב, ערכים חשובים יותר מהתכונות- עבור הלקוחות. עליהם נשים דגש במסר שיווקי דוג':

A -----	C	-----> B
מצב הנוכחי של הלקוח	הדרך	מצב העתידי הרצוי
(דוג'- טיפול פיזיותרפי)		בעקבות השימוש במוצר שלי
	איך?	מה?
(חיזוק שרירים, הורדת כאב, טווחים)		(ADL, תנועה חופשית, עצמאות)
מאפיין את המוצר/שירות		מתייחס אל הלקוח
תכונה		תועלת / ערך
אובייקטיבי וחד משמעי		סובייקטיבי ונתון לפרשנות

"עם כישרון גדול וצניעות רבה אנו יכולים להיות לא מוכרים במשך זמן רב." ~ רנה מץ
בהצלחה, צוות היגוי - קבוצת עניין

"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com