

מיפוי מתחרים

מי אני _____

מה אני עושה _____

מדוע _____

מיקום _____

מתי _____

מהם הערכים המובילים את העשייה שלי?

_____1.

_____2.

_____3.

_____4.

_____5.

שוק/קהל היעד	לאילו צרכים של קהל היעד אני מציעה/מענה	מיהו הלקוח שמשלם עבור השירות

מתחרה	מה ערך מוסף שלי לעומתו	מה ערך מוסף שלו לעומתי	איך אוכל להתגבר על זה?	מה נקודות החולשה של המתחרה

מוצר/שירות שאני מציע	על איזה צורך הוא עונה	מה מוצרים/שירותים חלופיים בשוק	מדוע לקנות דווקא ממני?

מהם ערכים מוספים שלי בשוק שאני עוסק?

1. _____
2. _____
3. _____

הזכחות	מהו המסר הייחודי והמייצג את מהות השירות

סוגי הלקוחות:

1. ישיר- זה שמשלם
2. גורם מפנה- מי שממליץ, משווק, מפנה אליי
3. גורם השפעה- עמותות, ועדות, מעצבי דעת הקהל, ארגונים
4. גורם לחץ- ציבור, טרנד
5. משתפי פעולה/שירותים משלימים

"אתה לומד הכי הרבה, כשאתה משחק מול יריב שיכול לנצח אותך" ריצ'ארד באך

בברכת דרך צלחה,

צוות היגויצוות היגוי - קבוצת עניין

"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com

<http://www.ipts.org.il/?CategoryID=259>