

דף מיקוד לצורך הגדרת ייחודיות ומסר שיווקי

עדיף לבצע סקר שוק קצר בין האנשים עם המאפיינים הדומים לקהל היעד הרצוי.

1. מה בדיוק השירות (= המוצר) שאת/ה מציע/ה? הגדיר בכמה מילים ברורות, מובנות לסובבים –

_____ אנשי מקצוע ולקוחות פוטנציאליים.

2. מה מייחד את השירות שלך? (במילים של הלקוח ולא שפה מקצועית גבוהה).

3. מי הוא קהל היעד? מה מייחד אותו? מי יבוא לחפש/ירצה להינות מהשירות כמו שלך?

4. מה מפעיל את קהל היעד שלך (מין "כפתור הפעלה" - שיכול לקדם את השירות שאת/ה מציע/ה)? מה

הכי מעניין את קהל היעד שלך? (רצוי במילים שקהל היעד משתמש)

5. מהם תועלות- אמוציונליות ופונקציונליות מהשירות שלך? מה יצא ללקוח מזה? איזו מציאות אחרת תיווצר עבור הלקוח בעקבות השירות שלך?

6. מה "חולשות" של השירות שאת/ה מציע/ה?

7. מיהם ה"עמיתים" הקיימים בשוק שמציעים מוצר/שירות דומה? מה תועלות שלהם? מה חולשות שלהם?

בברכה ובהצלחה,

צוות היגוי

קבוצת עניין "פיתוח אישי ושיווק- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com אימייל

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