

## תמהיל השיווק - לפי המודל 6 ה-P

תמהיל השיווק- סה"כ פעולות הננקטות על ידי בעל העסק במסגרת יישום אסטרטגיה שיווקית שנבחרה.

שיטה לבנות את התוכנית השיווקית בצורה יסודית ושיטתית.

### ❖ PRODUCT – המוצר/השירות:

- בידול/ייחודיות
  - היתרון של המוצר שלכם
  - המיצוב של המוצר שלכם (הדרך שלכם ליצור זהות למוצר שלכם)
- דוג'- מודל ייחודי, בלעדיות, ערך מוסף, תפיסה של המוצר, זמינות/נוכחות ועוד.

### ❖ PRICE – מחיר:

- מהי מטרת העסק בעתיד הקרוב \_\_\_\_\_
- מה התחרות הקיימת \_\_\_\_\_
- מהו המיצוב הרצוי \_\_\_\_\_
- מהו התזמון בשוק \_\_\_\_\_
- מה מצב של השוק \_\_\_\_\_
- מהו המחיר המקובל בענף/שוק \_\_\_\_\_

דוג'- מחיר היכרות, מחיר חדירה לשוק (הגדרה והצהרה מראש), מחיר מיוחד, הטבה/הנחה ועוד.

### ❖ PLACE – הפצה:

- איפה קונים את שירותי \_\_\_\_\_
- איפה מחפשים מוצר כמו שלי \_\_\_\_\_
- איפה נמצא קהל היעד הרלוונטי \_\_\_\_\_
- איך ניתן להשיג אותי \_\_\_\_\_
- איפה "צורכים את השירות שלי" \_\_\_\_\_
- איפה אני חושף את מוצרי \_\_\_\_\_

דוג'- פורומים, מרפאות, כנסים, ערבי היכרות, חדרי כושר ועוד.

### **PROMOTION - קידום מכירות:** ❖

- מהי תוכנית פרסום שלי \_\_\_\_\_
  - מהי המטרייה השיווקית? ("מטריה שיווקית" - סך אמצעים שיווקיים כדי למתג ולמצב את העסק בקרב קהל היעד שלו) \_\_\_\_\_
  - איפה, מתי ולמי אני פונה \_\_\_\_\_
  - מה תקציב הפרסום שלי \_\_\_\_\_
  - איך אני "משכנע" את הלקוחות שלי \_\_\_\_\_
- דוג' למטריה שיווקית- יח"צ, נטוורקינג, ניוזלטר, אינטרנט, שת"פ אסטרטגי עם עסקים משלימים ועוד.

### **PEOPLE – אנשים:** ❖

- האם יש לי עובדים? האם יכולת הבינאישית שלהם תואמת את העסק \_\_\_\_\_
- למי פונה המוצר/השירות שלי \_\_\_\_\_
- מהי אוכלוסיית היעד הרצויה \_\_\_\_\_
- האם מסרים שיווקיים תואמים לקהל היעד \_\_\_\_\_

### **PROCESS – תהליך:** ❖

- מהם תהליכי העבודה שלי \_\_\_\_\_
- מהו התהליך הרכישה בעסק שלי \_\_\_\_\_
- במה כרוך תהליך ההחלטה על הרכישה \_\_\_\_\_
- מהו תהליך השירות שהלקוח עובר \_\_\_\_\_
- האם יש משהו בתהליך שיכול לייצר בידול או יתרון \_\_\_\_\_
- איך נראה תהליך השירות אצל המתחרים? ובעולם \_\_\_\_\_

דוג'- זמינות, שירות 24 שעות, שעות גמישות, נגישות, מיקום פיזי, הגעה לבית הלקוח ועוד.

**❖ PROOF - הוכחות פיזיות:**

- איך נראה העסק (מדים, אוירה, חלל פיזי) \_\_\_\_\_
  - המיקום \_\_\_\_\_
  - כלים /ריהוט \_\_\_\_\_
  - מה אני מייצג בפני הלקוח \_\_\_\_\_
- הכל אמור לשרת את המיתוג/הבידול של העסק.**

**"רצינות היא כמות האהבה שאתה משקיע במה שאתה עושה. כי אם אתה לא עושה דברים  
מאהבה, אז אתה ממילא לא רציני"  
-תמנע קורץ**

**בהצלחה רבה,**

**צוות היגוי - קבוצת עניין**

**"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"**

**(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)**

**[physical1therapy@gmail.com](mailto:physical1therapy@gmail.com)**

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

-