

34

טריקרים פסיכולוגיים

שיעזרו לך להשפיע על
ההתנהגות של הלקוחות שלך



וולקאם

המדריך הזה נועד להיות הכלי הסודי שלך ליצירת קופי שמחבר רגשית עם הלקוחות שלך ומניע אותם לפעולה. בתוכו תמצא רשימה מקיפה של טריגרים פסיכולוגיים-מנגנונים רגשיים שמפעילים אנשים ומובילים אותם להגיב בצורה מסוימת

למה לצפות?

- רשימת טריגרים פסיכולוגיים מסודרים לפי קטגוריות רגשיות מרכזיות כמו פחד, תקווה, סקרנות, ואמון.
- הסברים על כל טריגר-מה הוא עושה, למה הוא עובד, ודוגמאות לשימוש בו בקופי שיווקי.
- מקום פנוי לרשום רעיונות משלך ולחבר את הטריגרים לעסק שלך



איך להשתמש במדריך?

צעד #1 - זהה את הלקוח שלך:

התחל מהבנה של הקהל שלך. מהם הכאבים, הפחדים, והשאיפות שלו?

צעד #2 - בחר טריגרים מתאימים:

חפש במדריך את הטריגרים שמתאימים לרגש או למניע המרכזי של הקהל שלך.

צעד #3 - השתמש בדוגמאות לכתובה:

קח את הדוגמאות שבמדריך כבסיס להתאמה אישית עבור המסרים השיווקיים שלך.

צעד #4 - בנה מסר שמחבר רגשית:

השתמש בטריגר שבחרת כדי לכתוב מסר שמדבר ישירות לרגש של הלקוח, אם זה בעמוד נחיתה, במייל, או בפרסומת.

צעד #5 - בחן את התוצאות:

בדוק איך הלקוחות מגיבים, ואל תהסס לנסות טריגרים נוספים ולשפר בהתאם.

המדריך הזה הוא לא רק כלי; הוא דרך לחשוב אחרת על הלקוחות שלך ולבנות מערכות יחסים חזקות שמובילות לפעולה ולתוצאות.



טריגר #1

תחושת מחסור

אנשים מעריכים משהו יותר כאשר יש הרגשה שהוא עומד להגמר.

דוגמה להמחשה של העקרון

לא צריך ללכת רחוק כדי למצוא דוגמאות לזה, פשוט תסתכלו על ההתנהגות של אנשים בשעת משבר ותיראו איך מחירי המים ונייר הטואלט מזנקים.

איך להשתמש

תמצאו סיבה טובה ואמינה (חשוב מאוד) כדי להגביל את הזמינות של המוצר/שירות שלכם. זה יכול להיות מלאי מוגבל, מגבלת זמן, דדליין מתקרב או כל סיבה הגיונית אחרת...

דוגמה בשיווק

ייצרנו רק 100 יחידות מהמוצר וכל הקודם זוכה. אפשר לחזק בזה שנמכרו כבר 47 יחידות...



טריגר #2

הוכחה חברתית

אנשים מפחדים לטעות ושונאים להחליט ולכן עוקבים אחרי מה שאחרים עושים

דוגמה להמחשה של העקרון

תסתכלו על תורים ארוכים, רוב האנשים פשוט יצטרפו לתור בלי לשאול שאלות.

איך להשתמש

תראו בשיווק שלכם אנשים אחרים שקנו את המוצר. זה יכול להיות בצורה של "X אנשים כבר קנו" או פשוט עדויות של אנשים

דוגמה בשיווק

פשוט תוסיפו עדויות למוצר מאנשים שרכשו אותו. רצוי שיהיה כמה שיותר דומים ללקוחות שלכם.



טריגר #3

הדדיות

אנשים מרגישים מחוייבות להחזיר טובה
כאשר הם מקבלים משהו בעל ערך

דוגמה להמחשה של העקרון

כאשר אתם נכנסים לבניין עם דלת כפולה,
ומישהו פותח לכם את הדלת הראשונה, רוב
האנשים יפתחו עבור אותו אדם את הדלת
השנייה בתמורה

איך להשתמש

מה אתם יכולים לתת ללקוחות שלכם שייצור
עבורם ערך? פשוט תנו להם את זה...

דוגמה בשיווק

מגנטי לידיים, תקופת נסיון חינמית, תוכן



טריגר #4

סמכות

אנשים נוטים להקשיב למישהו שהם
חושבים שיש לו סמכות

דוגמה להמחשה של העקרון

רופא ושוטר הם דוגמאות מעולות. המדים
מעידים על סמכות ולכן אנשים פחות נוטים
להתווכח איתם

איך להשתמש

תראו תעודות ותארים שמוכיחים את הידע
שלכם. תפרסמו תוכן במקורות מהימנים,
תופיעו בתקשורת או שתתלבשו עם מדים
או בבגדים מכובדים כדי לבסס סמכות

דוגמה בשיווק

הוספת תעודות מקצועיות, טייטלים ונסיון
עבר. הופעה בתקשורת ו/או בעיתונות



טריגר #5

עיהון

אנשים נוטים לייחס חשיבות ויחס
לפריט המידע הראשון שהם מקבלים
ולבסס את החלטות שלהם בהתחשב
באותו פריט מידע

דוגמה להמחשה של העקרון

במשא ומתן, המספר הראשון שנזרק לאוויר
ישפיע על המספר הסופי שייקבע

איך להשתמש

בחשיפת המחיר ללקוח מתחילים בעיגון של
מחיר מאוד גבוה ואז נותנים סיבות למה הוא
יורד משמעותית. הלקוח יראה את המחיר
הסופי כהזדמנות בגל ההשוואה להמחיר
ההתחלתי

דוגמה בשיווק

המוצר הזה שווה 5,000 ש"ח אבל זה לא
המחיר שתשלמו היום... (כל וובינר היום
משתמש בטכניקה הזו)



טריגר #6

התחייבות ועיקביות

אנשים נוטים להשאיר עיקביים עם החלטות העבר שלהם (כשזה מתקשר לזהות ולערך העצמי שלהם)

דוגמה להמחשה של העקרון

ברגע שהגדרתי את עצמי כשייך לקבוצה מסויימת (נגיד שומרי הסביבה), אז החלטות העתיד שלי יתמכו בבחירת השייכות הזו (אני אקנה מוצרים ירוקים למשל)

איך להשתמש

תמיד להתחיל בבקשה קטנה שיוצרת מחוייבות קטנה בכיוון הרצוי ומשם להגדיל לאט לאט את הבקשה והמחוייבות

דוגמה בשיווק

משפך שיווקי עובד על העקרון הזה. הוא מתחיל תהליך וברגע שהלקוח מייצר איתו קשר, הסיכוי גובר שהוא ימשיך איתנו.



טריגר #7

פחד מהפסד [FOMO]

אנשים מפחדים לפספס הזדמנויות

דוגמה להמחשה של העקרון

הרבה מותגים שמים ליד הסחורה שלהם שלט של רק עוד X במלאי. ככה הם רוקדים גם על תחושת מחסור שדיברנו עליה וגם יוצרים תחושת פספוס אם לא נפעל עכשיו

איך להשתמש

תרמזו ללקוח שלכם מה הוא יפספס אם הוא לא יפעל עכשיו.

דוגמה בשיווק

נשארו רק עוד 3 מקומות אחרונים, הזמן את מקומך לפני שכל המקומות יתמלאו...



טריגר #8

שייכות

לאנשים יש צורך עמוק להשתייך
לקבוצה אותה הם רואים כנחשקת

דוגמה להמחשה של העקרון

הדחף שלנו למצוא זוגיות ולהקים משפחה
הוא אולי הסימן הכי מובהק של שצורך
בשייכות.

איך להשתמש

תייצרו זהות של קבוצה נחשקת אליה
הלקוחות שלכם יירצו להשתייך

דוגמה בשיווק

הצטרף היום לקהילת בעלי העסקים
המצליחים שלנו....



טריגר #9

סקרנות

למוח שלנו יש רצון עז לסגור מעגלים
ולמצוא תשובות

דוגמה להמחשה של העקרון

ברגע שאנחנו מגלים שיש איזה סוד או פריט
מידע שאנחנו לא מודעים אליו ישר נוצר בנו
הצורך העז לגלות מהו.

איך להשתמש

תייצרו שאלות פתוחות ומיסתורין סביב
השיווק שלכם שיגרום לאנשים להתעניין
ולרצות לדעת עוד

דוגמה בשיווק

בואו וגלו את 8 הסודות של כל איש עסקים
מצליח...



טריגר #10

פחד מהפסד

אנשים פוחדים יותר מלהפסיד משהו
שיש להם מאשר להרוויח משהו

דוגמה להמחשה של העקרון

תקופת נסיון היא דוגמה מעולה. נותנים לנו
להתנסות במשהו ולהרגיש שיש לנו אותו
ואז לוקחים אותו. זה יוצר רצון אז לשמור
על המוצר, אשר גדול משמעותית מאם לא
היה לנו את המוצר מלכתחילה

איך להשתמש

אפשר לדבר על מה הלקוח מפסיד אם הוא
לא מתקדם. אפשר גם לתת לו להרגיש
בעלות על המוצר ואז לקחת אותה (כמו
בתקופת נסיון)

דוגמה בשיווק

כל יום שאתה לא מחליט אתה מפסיד...



טריגר #11

חדשנות

אנשים נמשכים באופן טיבעי לדברים
חדשים ושונים (סוג של סקרנות)

דוגמה להמחשה של העקרון

מסעדות חדשות תמיד מושכות יותר קהל
שסקרן לראות מה יש למסעדה להציע

איך להשתמש

תמצא דרך חדשה להציג את המוצר או
השירות שלך כדי לייצר תחושה של משהו
חדש ושונה בנוף

דוגמה בשיווק

בוא ותגלה את השיטה החדשה ל(הכנס
בעיה)



טריגר #12

סיפוק מיידו

לקוחות רוצים תוצאות מיידיות, ולכן
הבטחה כזו היא ריגר ריגשי חזק

דוגמה להמחשה של העקרון

משלוח מהיר הוא דוגמה מעולה לשימוש
בעקרון הזה...

איך להשתמש

הדרך הנכונה כאן היא לייצר נצחונות
מהירים עבור הלקוחות. להיות מסוגל
להראות להם שיש התקדמות ממש
מהתחלה

דוגמה בשיווק

תשיג תוצאות תוך 10 ימים (או כל תקופת
זמן דומה)



טריגר #13

סטוריטלינג

סיפורים הם דרך יעילה להעברת מסרים
שעוקפים את המודע ונכנסים ישר
פנימה

דוגמה להמחשה של העקרון

במקום להרצות ולחנך, אפשר לעטוף את
אותו המסר דרך סיפור וככה להגביר את
האפקטיביות של המסר

איך להשתמש

סיפורי לקוח, סיפורי הצלחה וגם הסיפור
האישי שלך הם כלי מעולה להעברה של
מסרים

דוגמה בשיווק

במקום להגיד לך שזה חשוב לשווק אני יכול
לספר לך איך בהתחלה פחדתי לשווק ורק
כשהתחלתי העסק שלי תפס תאוצה



טריגר #14

דחיפות

אנשים הם פאסיביים מטיבעם וחייבים
סיבה כדי לפעול

דוגמה להמחשה של העקרון

כמה פעמים דחית משהו שצריך לעשות? או
השארת דברים לשניה האחרונה? הצורך
לסיים את המשימה, הדדליין והדחיפות היו
הכוח המניע שדחף אותך לפעולה בסוף...

איך להשתמש

לייצר דחיפות בתהליכי השיווק והמכירה כדי
לדחוף את הלקוח לקבל החלטה ולקחת
פעולה

דוגמה בשיווק

המבצע ייעלם היום בחצות (או כל דדליין
אחר)



טריגר #15

זהות

בהמשך לעקרון העיקביות, לאנשים
חשו לקנות מוצרים שמתאימים
לתפיסה שלהם לגבי הזהות של עצמם

דוגמה להמחשה של העקרון

אדם שרואה את עצמו שומר על הסביבה לא
יקנה רכב מזהם אלא יעדיף רכב חסכוני
שמתאים לזהות שלו כשומר על הסביבה

איך להשתמש

להבין מהי הזהות של הלקוח ואיך אפשר
לחבר את המוצר/שירות שלך לאותה זהות

דוגמה בשיווק

בעלי עסקים מצליחים עובדים עם שיווק
ממומן (בנחה שאנחנו מוכרים שיווק ממומן)



טריגר #16

אמון

אנשים קונים רק מעסקים שהם סומכים עליהם (האמת שיש שלוש רמות של אמון שדרושות לקניה)

דוגמה להמחשה של העקרון

אם העסק נראה לי חשוד אני לא אקנה ממנו, ולא משנה כמה אני צריך את המוצר כי אני אפחד להעקץ

איך להשתמש

יש מלא דרכים לייצר אמון, החשוב זה שכעסק נעבוד תמיד בלייצר עוד אמון מול הלקוחות שלנו

דוגמה בשיווק

נתינת אחריות היא דוגמה מעולה לייצור של אמון



טריגר #17

אוטונומיה

אנשים שונאים שמכריחים אותם לבצע פעולות ותמיד יעדיפו לשמור על שליטה

דוגמה להמחשה של העקרון

איך היית מרגיש אם הייתי מכריח אותך לעשות משהו נגד רצונך? כשאין לנו שליטה זה אוטומטית יוצר אנטגוניזם

איך להשתמש

לתת ללקוח אפשרויות בחירה (רצוי 2 או 3, לא יותר) כדי שהוא יחשוב שיש לו שליטה על התהליך

דוגמה בשיווק

אתה יכול לבחור בין אופציה א' לאופציה ב'



טריגר #18

הכרות

אנשים נמשכים למה שמוכר ודומה להם

דומה להמחשה של העקרון

תסתכל סביבך ותבחן עם מי מהסביבה אתה מרגיש יותר בנוח? רוב הסיכויים שזה מישהו שיש לו משהו דומה לשלך (מראה, תחביב או משהו בסגנון)

איך להשתמש

ברגע שהכרנו את הלקוח אנחנו יכולים להדגיש דברים שמחברים בינינו...

דומה בשיווק

גם אני כמוך, בעל עסק, עם אותם האתגרים והצרות...



טריגר #19

הפתעה

אלמנטים מפתיעים (לטובה כמובן)
יוצרים התלהבות וחוויה חיובית בילתי
נשכחת

דוגמה להמחשה של העקרון

דמיין שהגעת למסעדה והמלצר הביא לך
מנת פתיחה על חשבון הבית. כיף לא?

איך להשתמש

תשאיר בתוך המשפך שלך צעדים/עורך
נסתרים שייצרו חוויה חיובית אצל הלקוחות
שלך

דוגמה בשיווק

כשהייתי בתכנית ליווי עיסקי קיבלנו הביתה
בקבוק יין במתנה



טריגר #20

הומור

אנשים אוהבים לצחוק ולכן מתחברים יותר בקלות למי שיכול להצחיק אותם

דוגמה להמחשה של העקרון

דמיינו את הפגישה האחרונה שהיתם בה בעבודה, איך כולם היו רציניים עד שנכנס מישהו לתמונה וזרק איזה בדיחה שהקלילה את כל האווירה

איך להשתמש

שלב בדיחות והומור עצמי. זה יראה לצד השני כמה אתה בטוח בעצמך ויקליל את מצב הרוח

דוגמה בשיווק

אני יכול לדבר על סיטואציות הזויות שהיו לי שדרכן עובר מסר חשוב



טריגר #21

הוקרת תודה

הערכת תודה לצד השני מראה לו שאתה מכבד אותו ויוצרת אצלו תחושה טובה ולכן תעודד אותו לחבב אותך יותר

דוגמה להמחשה של העקרון

אין הרגשה יותר גרועה מזו של "לוקחים אותי כמובן מאליו". ועכשיו, דמיין שניה איך הרגשת כשאמרו לך תודה על משהו שעשית...

איך להשתמש

שלח בודעות תודה, ואפילו מתנה קטנה ללקוח אחרי קניה או כל צעד קדימה שהוא עושה

דוגמה בשיווק

העברת הלקוח לדף תודה עם מתנה חינמית (בהפתעה) אחרי הרשמה או רכישה



טריגר #22

התקדמות

כדי לדרבן אנשים להמשיך הם חייבים לראות התקדמות כל הזמן...

דוגמה להמחשה של העקרון

דמיין שאתה עושה דיאטה, מתאמץ, סובל, אבל בסוף השבוע רואה שירדת במשקל. איזה הרגשה טובה נכון? זה כמובן ידרבן אותך להמשיך...

איך להשתמש

שלב בתכנית/מוצר/שירות שלך דרך לייצר נצחונות קטנים ומהירים. תראה אותם ללקוח כל הזמן שירגיש שהוא מייצר התקדמות

דוגמה בשיווק

תציג ללקוח כמה כסף הוא חסך עד עכשיו, או כמה נקודות הוא צבר. תציף ותכמת את ההתקדמות שללקוח יהיה ברור כמה הוא הצליח עד עכשיו



טריגר #23

הרפתקאה

הרפתקאה היא משהו מלהיב שאנשים
מתלהבים לקראתו

דוגמה להמחשה של העקרון

איך אתה מרגשי לפני נסיעה לחו"ל? או סתם
לטיול בארץ? ההתרגשות הזאת ממלאת
אותך בשמחה שמהולה בפחד קל (זה הסימן
להרפתקאה טובה)

איך להשתמש

תמצב את המוצר שלך כחלק ממסע מרגש
שהלקוח עושה

דוגמה בשיווק

צא למסע אל עבר עתיד טוב יותר



טריגר #24

קלילות

הקללה של המצב מורידה הגנות ומאפשרת תקשות פתוחה ונעימה יותר

דוגמה להמחשה של העקרון

כשאתה מרגיש שכיף לך אז אתה הרבה יותר מתמסר למצב. קח לדוגמה כל משחק או בילוי שאי פעם שיחקת. נכון שהתמסרת אליו? נכון שהיה לך כיף? שרצית להמשיך?

איך להשתמש

תדבר בטון קליל, תייצר מצבים קלילים ונעימים, תוסיף אלמנטים של משחוק למוצר ו/או השירות שלך

דוגמה בשיווק

תשלב אתגרים ושאלונים שכיף למלא כדי להעלות מוטיבציה והשתתפות



טריגר #25

וולידציה

אנשים תמיד מחפשים שמישהו ייראה אותם וייתן להם וולידציה למה שהם עושים

דוגמה להמחשה של העקרון

איך הרגשת כשהבוס שלך זרק לך מילה טובה על משהו שעשית? או שלקוח פירגן לך?

איך להשתמש

תכניס וולידציה לפעולות של הלקוח. תיתן לו חיזוקים שהפעולות שהא עושה נכונות וטובות עבורו. תיתן לו הרגשה שמה שהוא מרגיש זה בסדר...

דוגמה בשיווק

זה שאתה מרגיש תסכול זה נורמלי לחלוטין ומלא אנשים במצב שלך מרגישים בדיוק כמוך...



טריגר #26

ציפייה

בניית מתח וציפייה למשהו יוצרת
סקרנות ומושכת את הלקוח פנימה

דוגמה להמחשה של העקרון

כל הטריילרים בעולם הקולנוע הם דוגמה
מעולה לפעולה זוף נותנים לנו טיזרים לגבי
מה הסרט וזה יוצר אצלינו רצון ללכת לראות

איך להשתמש

תייצר טיזרים ורמזים שמשהו מגיע. תיצור
עניין וסקרנות לגבי מה שהולך לבוא וכמובן
אל תחשוף יותר מדי פרטים כדי שאנשים
יישארו סקרנים

דוגמה בשיווק

שבוע הבא אני הולך לשחרר משהו שיעזור
לך להתפוצץ בשיווק שלך...



טריגר #27

נוסטלגיה

כי מי לא אוהב להתרפק על כמה טוב
היה פה פעם...

דוגמה להמחשה של העקרון

מחשבות על העבר, בייחוד על ארועים
חיוביים, אבל לא רק, מציפים את האדם
ברגשות (לפעמים ממש עמוקים). תחשוב
שניה על אירוע משמעותי שעברת, נכון
שהרגשות ישר צפים?

איך להשתמש

תבקש מהלקוח להזכר ברגע משמעותי
בחים שלו (חיובי או שלילי, בהתאם
לסיטואציה) ואז תבקש ממנו ממש להתרכז
ונלסות להזכר איך הוא הרגיש. הרגשות ישר
יצופו...

דוגמה בשיווק

דמיין שניה את הפעם האחרונה שהרגשת
על גג העולם, ממש תדמיין את הרגע...



טריגר #28

העצמה

אנשים רוצים להרגיש מסוגלות, ברגע
שהם מרגישים שהם מסוגלים הם
מועצמים ויותר נוטים לקחת צעד
קדימה

דוגמה להמחשה של העקרון

איך הרגשת פעם אחרונה שהצלחת לעשות
משהו משמעותי?

איך להשתמש

תמצב את המוצר שלך ככלי שעוזר ללקוח
להצליח ולעשות משהו בכוחות עצמו. משהו
שמעודד עצמאות ומסוגלות

דוגמה בשיווק

כשתבנה לעצמך משפך שיווקי, תוכל לייצר
לעצמך לקוחות מתי תרצה, היום ובעתיד...



טריגר #29

אקסקלוסיביות

אנשים רוצים להרגיש מיוחדים ומעל
האחר...

דוגמה להמחשה של העקרון

בכל אירוע יש את איזור ה-VIP או כרטיסי
הפרימיום למיניהם שיוצרים תחושת עליונות
ואקסקלוסיביות.

איך להשתמש

תייצר מוצר אסקלוסיבי שמוגבל בכמות שלו
ובגישה אליו ותמכור אותו במחיר מופקע
(פרימיום, זה חלק מהעניין)

דוגמה בשיווק

יש לנו רק 10 מקומות בקבוצת המתקדמים
שלנו



טריגר #30

פרספקטיבה חדשה

ברגע שהצלחת לייצר נקודת מבט שונה
זה יוצר עניין וסקרנות שגורמת ללקוח
לחשוב

דוגמה להמחשה של העקרון

אם הייתי מצליח לגרום לך להבין שמכירות
זה לא לדחוף אלא לעזור, פתאום תחום
שנראה מאוד שנוא יכול להפוך למשהו
מושך...

איך להשתמש

תציע נקודות מבט שונות לבעיה, דרכים
חדשות להסתכל על המצב

דוגמה בשיווק

הרבה אנשים מסתכלים על מכירות כאל
לדחוף ללקוח את המוצר שלהם, אבל
מכירות זה בעצם היכולת לעזור ללקוח
לקבל את ההחלטה שהכי נכונה עבורו



טריגר #31

תקווה

אנשים מקבלים מוטיבציה כשהם
פתאום מקבלים פרץ של תקווה לעתיד
טוב יותר

דוגמה להמחשה של העקרון

תחשוב על חולה סופני שכבר וויתר על
החיים או לקוח שהשלים על הבעיה שלו
ופתאום אתה מגיע ומציע לו תרופה/פתרון
שיכולים להעלים את המחלה/בעיה

איך להשתמש

תראה ללקוח שלמרות שהמצב נראה אבוד
והוא מיואש, שיש תקווה ושהמוצר שלך
באמת יכול לפתור את הבעיות שלו.

דוגמה בשיווק

אני יודע שעד היום לא הצלחת לשווק
ונכוות מהרבה ספקים, אבל אנחנו נבנה לך
מסע לקוח שמבוסס על הפסיכולוגיה של
הלקוחות שלך ונלווה אותך עד שהשיווק
שלך יעבוד



טריגר #32

מניעת חרטה

אנשים מפחדים לעשות טעויות. תחושת החרטה היא תחושה כואבת ולא נעימה שאנשים נמנעים ממנה

דוגמה להמחשה של העקרון

מחקרים רבים מראים שהחרטה הכי כואבת היא על מה שלא עשינו, או על ההחלטות שלא קיבלנו

איך להשתמש

זה המקום לדבר על מה יכול לקרות אם לא תיקח החלטה לקנות...

דוגמה בשיווק

אתה יכול לא לקנות, להמשיך במצב הנוכחי, אבל הבעיה רק תחמיר כי זה מה שבעיות עושות...



טריגר #33

אתגר

אנשים מאוד אוהבים הזדמנויות להוכיח את עצמם ולעצמם שהם יכולים

דוגמה להמחשה של העקרון

יש מלא אתגרים היום שבעלי עסקים עושים ללקוחות שלהם וזה עובד מעולה

איך להשתמש

תייצר אתגר לעסק שלך. תהליך קצר שאפשר להעביר בו לקוחות ובסופו תמכור לו רת מוצר הדגל שלך

דוגמה בשיווק

אתגר בניית אסטרטגיה שיווקית אתגר המכירות הגדול



טריגר #34

נדיבות

אנשים מעריכים מי שנותן להם מכל
הלב (יותר ממה שהם ציפו לו)

דוגמה להמחשה של העקרון

דמיין שהזמנת מוצר וקיבלת בונוס שווה
ממש ביחד איתו

איך להשתמש

תמיד תתכנן לתת יותר ממה שהבטחת
ללקוחות שלך.

דוגמה בשיווק

קנית חבילה של 5 טיפולים וקיבלת
(בהפתעה) עוד טיפול או מוצר מתנה או עוד
כמה דקות בכל טיפול...



כמה מילות סיכום...

המדריך לטריגרים פסיכולוגיים הוא הצעד הראשון בדרך לשיווק שמתחבר באמת ללב ולראש של הלקוחות שלך.

אבל כדי למקסם את התוצאות, חשוב לתרגם את הטריגרים האלה לאסטרטגיה מותאמת אישית לעסק שלך.

במסגרת שיחת ייעוץ אישית, נעמיק בהבנת העסק שלך, הקהל שלך, והמסרים הייחודיים שמתאימים להם. יחד נבנה אסטרטגיה שיווקית ברורה, כולל מסע לקוח שמוביל לתוצאות, בין אם זה הגדלת מכירות, חיזוק המותג או הרחבת קהל הלקוחות שלך.

**מוכן לקחת את השיווק שלך לשלב הבא?
לחץ כאן לתיאום שיחת ייעוץ, ונתחיל
לעבוד יחד על יצירת שיווק שעובד
באמת!**

