



להיות סמכות מקצועית בתחומך

להפוך את הידע והנסיון שלך לכסף

להיות סמכות מקצועית בתחומך. להפוך את הידע והנסיון שלך לכסף

- כאשר אתה נתפס כמומחה בעיני הלקוחות הפוטנציאליים, באופן אוטומטי יתייחסו אליך כאל איש מקצוע מהטובים ביותר שיש בתחום ולכן אנשים שהבעייה שאתה פותר מטרידה אותם, ירצו מאד להגיע אליך ולקנות ממך את השרות או המוצר שאתה מציע כפתרון לבעייה.
- המיצוב שלך כסמכות מקצועית יגרום גם לאנשים בתחום שלך לרצות לשתף איתך פעולה, ללמוד ממך ולעיתים גם לחקות אותך ואת העשייה שלך.
- מצב זה ייצור עבורך הרבה הזדמנויות שתוכל לנצל, ובמקביל לגבות תעריפי מומחה שהם גבוהים מהממוצע בענפך. תהפוך לכתובת של אמצעי התקשורת לתגובה או חוות דעת על נושאים רלוונטיים, מה שיגביר את ההתייחסות אליך כאל מישהו שהוא סמכות בתחומו וניתן לתת בו אמון ולבטוח בו. להיות סמכות מקצועית בתחומך, מאפשרת סגנון חיים על פי בחירתך האישית.



המיצוב כסמכות מקצועית תעזור לך:

- להיות מוכר כפתרון טוב לבעיות ספציפיות.
- לעבוד מכל מקום שיש בו אינטרנט.
- לעבוד פחות שעות ולהרוויח יותר.
- להגדיר את מאפייני הלקוחות איתם רוצים לעבוד.
- להשפיע יותר על יותר אנשים.
- לקוחות יגיעו אליך במקום לחפש ולפעול להביאם ללא הפסקה.
- המחירים יהיו גבוהים יותר ולכן רמת ההכנסה תעלה.



מיתוסים שמעכבים צמיחה בעסק

המיתוסים הבאים בדרך כל גורמים לנו לחשוב שהמיצוב שלנו כסמכות מקצועית יתרחש מעצמו. שלקוחות מרוצים ייצרו שיווק מפה לאוזן שימלא לנו בפעילויות את לוח הזמנים. אם משהו מהמשפטים הבאים מוכר לך ונמצא במחשבות שלך, כדאי לשנות גישה לעשייה פרואקטיבית:

- אם אני טוב אנשים יגיעו אלי מעצמם
- אם אני אהיה טוב מקצועית ארוויח הרבה
- אם אני טוב אני אצליח בגדול
- וותק מקצועי = הרבה כסף
- וותק מקצועי = אמינות



עמודי התווך של המיצוב

המיצוב המקצועי והעסקי

- הגדרה מדוייקת של קהל היעד
- הכנת תוכן חינמי או בעלות נמוכה שיש בו ערך אמיתי ומעשי ללקוח. המטרה לאפשר ללקוח הפוטנציאלי להחשף לידע, לנסיון ולדרך העבודה .
- יצירת נראות מקסימלית ברשת ומחוצה לה . להשתמש גם בפעילות שיווקית וגם ביחסי ציבור.)
- פיתוח ושדרוג מוצרים ושרותים ללא הפסקה.

המיצוב האישי

- אישיות המומחה.
- הערכים המובילים את הפעילות האישית והעסקית.
- האמונות שמהוות את הגישה האישית.
- הופעה חיצונית: יציבה, תנועות ומחוות.
- שימוש בקול: טון דיבור, קצב דיבור, אינטונציה.
- רמת החיות (אנרגיה)
- הסיפור האישי של ה"למה" העיסוק שלך משמעותי עבורך



מה המומחים המוכרים ביותר בתחומם עושים כדי שהלקוחות והעמיתים יחשבו עליהם ככאלה?

חשוב לזכור שכיום יש הרבה מאד ידע חינמי ובתשלום ברשת ומחוצה לה שניתן למצוא וללמוד אותו. דווקא הצפה זו מחזקת את הצורך של מומחה בתחום שידע לקחת את הידע הרלוונטי האיכותי ביותר שהלקוח צריך, לעבד אותו כך שהמידע ללקוח יהיה ברור, ב"שפה" שהלקוח מבין, כך שהזמינות האמיתית של החומר אליו תהיה מלאה יותר.



הדרכים לעשות זאת הן:

- להגדיר בבהירות את המומחיות
- להגדיר את דפוסי העבודה עם הלקוחות כשיטה
- לפשט רעיונות ופעילויות מורכבות באמצעות בניית מסגרת שניתן להשתמש בה ללימוד ולחקוי
- בנייה ואיתור כלים יישומיים בנוסף לידע
- "לארוז" את הידע שלהם בדרך שבה הלקוחות יוכלו לקנות בקלות ולפעול בהתאם.
- לבנות ולפעול על פי קמפיינים אסטרטגיים המשפיעים על תוכנית העבודה לטווח הקצר והארוך
- לקבוע מחיר שהוא תעריף מומחה. מחיר גבוה והוגן. מחיר גבוה יגרום לקוח לרצות ל"מקסם" את ההשקעה שלו ולהשיג את התוצאות שבגללן הוא קנה את המוצר או השרות.
- להציב את הלקוח במרכז תשומת הלב והפעילות
- להתמקד על מצויינות בכלל ובשרות הלקוחות בפרט
- לעבוד עם מומחים אחרים על מנת לפתח ולשדרג את היכולות שלו והידע שלו במה שקשור לתחום שלו ולניהול של העסק שלו.

המפה למיצוב כמומחה

- לבחור להיות סמכות מקצועית בתחום. לפתח גישה של מחוייבות ועשיית מה שצריך על מנת שהמטרה תושג, כולל יציאה מאזור הנוחות האישית.
- בחירת הנושא שיעמוד במרכז העיסוק המקצועי ויהווה את לב הפעילות העסקית. בעייה או אתגר שהלקוח מרגיש צורך לפתור, או צורך שמתעורר שאין מומחה אחר שמטפל בו. נושא שיש עליו מספיק ידע ונסיון כדי לסייע לאחרים, שמלהיב מספיק ואהוב מספיק כדי שאפשר יהיה להתמיד בו לאורך זמן.
- בחירת קהל היעד שיוכל להנות בצורה משמעותית מהשרות או המוצרים ויהוו את הלקוח האידיאלי. בחירת נישה ממוקדת, איפיון הלקוח האידיאלי שרוצים לעבוד איתו.
- פיתוח שיטה. זיהוי דפוסי העבודה עם הלקוח ופיתוח שיטת עבודה שתהווה את בסיס המומחיות שלך. במסגרת השיטה: זיהוי דפוסים, הסברת המשמעות ללקוח של פעילות איך זה עובד, במה להתמקד ואיך זה ישפיע על העתיד.
- בניית מודל עסקי למתן השרות ללקוח. כתיבת ספר, אימון, יעוץ, הרצאות, סדנאות, מוצרי ידע.

- ביצוע סקר מתחרים. מה המתחרים עושים? ממה הם נמנעים? את מי הם משרתים? מה הבידול שהם מציגים?
- בחירת ערוצי השיווק הרלוונטיים.
- בניית הפלטפורמה השיווקית להגעה ללקוחות.
- יצירת נראות באמצעות תוכן ברשת ומחוץ לרשת.
- בניית מיתוג אישי מקצועי
- בניית מערכת לאיסוף עדויות והפניות וביצוע ה"פולו אפ" הרלוונטי.
- קביעת מסגרת איכותית לשרות הלקוחות.
- שימור לקוחות ופיתוח מערכת יחסים טובה עם הלקוחות.





מקורות ההכנסה האפשריים למי שמהווה סמכות מקצועית בתחומו:

- מפגשי אימון ו/או יעוץ
- כתיבת והוצאת ספר
- הרצאות לפני קהל
- קורסים וסדנאות
- תמיכה בשותפים בתוכנית שותפים (רווח ממוצרים ושרותים של אחרים)
- פיתוח זכיינויות



בניית עסק המושתת על מיצוב כסמכות מקצועית בתחום, הוא תהליך שנמשך שנה עד שלוש שנים, מותנה בקצב האישי, בתקציב, בבחירות הנעשות במסגרת העסק, בסיוע. בדרך כלל תהליך הבנייה של התשתית, הוא החלק המאומץ, שבו החשיפה ללקוחות הפוטנציאליים נבנית שלב שלב, ערוץ שיווקי אחד אחרי השני, בעקביות, שיטתיות והתמדה. התוצאה היא שלקראת סופו של תהליך הבנייה, יש פתאום תחושה של מישהו שהופיע ופרץ למודעות האנשים, התגלות של כוכב.

בסופו של תהליך, כשלקוחות מרוצים משתפים בהצלחה שלהם, שולחים לקוחות חדשים, כשאנשים פונים ביוזמתם כדי לקנות את השרות, כשעמיתים פונים לשיתופי פעולה, סימן שהצלחת. כשיש את האפשרות לפעול ולחיות בסגנון החיים הרצוי, לבחור איך ועם מי לעבוד, לעשות את מה שאוהבים ויש לו משמעות גדולה, התחושה של הגשמה עצמית גדלה.

בהצלחה

שלום.

שמי גבי הרדן ובמהלך 25 השנים האחרונות ליוויתי במסגרת מט"י, מעוף, עמותות שונות ובאופן פרטי אלפי בעלי ובעלות עסקים בהקמה ובגידול העסק שלהם. אני עוזרת לאנשים להפוך את הידע שלהם לכסף כדי שיוכלו לבחור איך לחיות בסגנון חיים שרלוונטי להם.

נושאים שבהם אני מתמחה:

- מיצוב כסמכות מקצועית למקצועות חופשיים ונותני שרות
- יזמות נשים
- עצמאות פיננסית והתמחות מיוחדת בנושא נשים וכסף

ניתן ליצור איתי קשר באמצעות:

נייד 0523322178 :

פייסבוק <https://www.facebook.com/successnet.gaby/> :

אתר successnet.co.il



שינה שיווק