



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

קורס מאלף כלבים מוסמך

סדנה מקצועית במשא:

שיקמהל ומכחת

מרצה: עמרי לבני

מושגי יסוד בשייווק



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מהו שיווק?

שיווק הוא מכלול הצעדים שמבצע עסק בכדי לגרום ללקוחות פוטנציאליים להתעניין במוצר או בשירות אותו הוא מעוניין למכור.

מושגי ייסוד בשיווק

תועלת:

הסיבה לרכישת מוצר או שירות

- תועלת מוצהרת: מניעים ענייניים לרכישת המוצר
- תועלת סמויה: מניעים משניים לרכישת המוצר

מושגי ייסוד בשיווק

דוגמה לתועלות:

- מדוע אנשים מחזיקים כלבים?
- מדוע אנשים מוציאים כסף על הכלבים?
- כיצד אנשים בוחרים מזון לכלבם?
- מדוע אנשים רוכשים כלב גזעי?
- מדוע אנשים מאלפים את כלבם?



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

עצה לדרך

הכינו שאלון אשר יאפשר לכם ללמוד על החשיבות של הכלב בעיני הלקוח. כך תוכלו להבין טוב יותר כיצד לפעול מול הלקוח

שאלות לדוגמה:

- מאיפה הכלב?
- איזה מזון הוא אוכל?
- מי המטפל העיקרי בכלב?



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מושגי ייסוד בשיווק

בידול:

בידול הוא התשובה לשאלה - מדוע לקוח בשוק תחרותי, יעדיף לרכוש את המוצר שלי ולא של המתחרים.

בידול נוצר כאשר הצרכן סבור שמוצר או מותג, שונה מהאחרים בענף.

מושגי ייסוד בשיווק

בידול המוצר/ השירות יבוא לידי ביטוי בהיבטים רבים, ביניהם:

מחיר

איכות

מוניטין

נוחות

אז, מה מייחד אותי בעצם?



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מושגי ייסוד בשיווק

חשוב לזכור:

יצירת הבידול אינה נובעת ממה שאני מציע בלבד. יש להשקיע מאמצי שיווק בכדי ליצור תפיסת בידול אצל הצרכן.

מושגי ייסוד בשיווק

בחירת המוצר המועדף מתומצתת ע"י הלקוח לשתי שאלות:

כמה זה עולה?

מה אני מקבל בתמורה?



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מושגי ייסוד בשיווק

הצרכן יוצר בתודעתו חלוקה עפ"י שלושה סוגי מוצרים:

מוצרים יוקרתיים: מחיר גבוהה, איכות גבוהה

מוצרים אמצעיים: מחיר בינוני, איכות בינונית

מוצרים עממיים: מחיר נמוך, איכות נמוכה



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

יילו מוצרים אני מציע ללקוחות?

למאלף יכולים להיות מספר מוצרים, אשר חלקם זולים וחלקם יקרים

יקר	בינוני	זול
שיעור פרטי בבית הלקוח	חוגים	שיעורי אילוף קבוצתיים



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מושגי ייסוד בשיווק

ארבעת ה"מ"ים:

מוצר (PRODUCT)

מיקום (PLACE)

מאמצי קידום (PROMOTION)

מחיר (PRICE)

מושגי ייסוד בשיווק

מוצר (PRODUCT) - האיכויות הביצועים והמאפיינים של המוצר.



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

מושגי ייסוד בשיווק

מיקום (PLACE) - דרך ההגעה ללקוח או היכן פוגש הלקוח את המוצר?

איפה נמצאים הלקוחות?

מוניטין

מעצבי דעת קהל

○ וטרינרים

○ חנויות מזון

○ גינות כלבים



מרכז אופק
להכשרת מטפלים ומדריכים

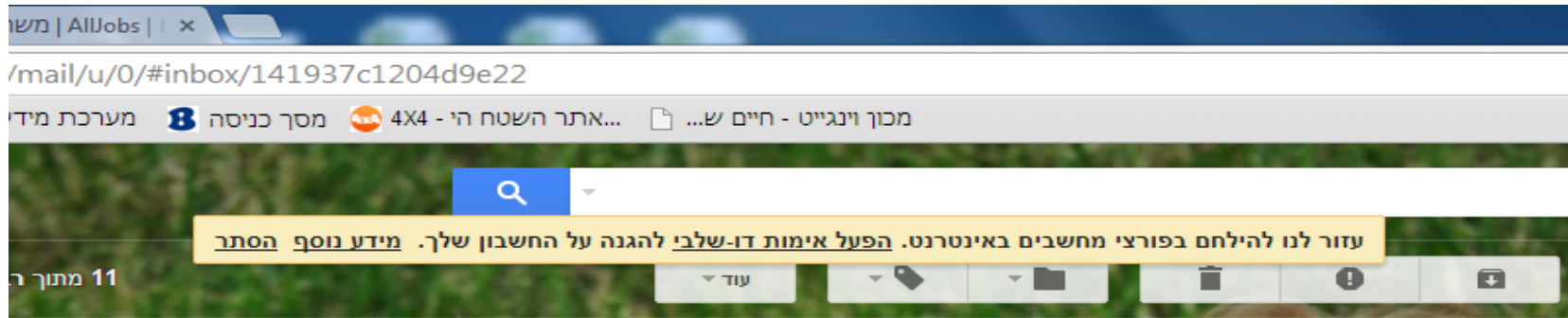
מושגי ייסוד בשיווק

מאמצי קידום (PROMOTION)

האמצעים הננקטים להצגת המוצר באור מושך ע"י הלקוח

מערכת יחסים

מערכת ניהול קשרי לקוחות



נה למפגשי 1X1 עם המאלף גיא תיכון

הצלחת המפגשים הקודמים, הוספנו עוד מפגשי 1X1 עם הכלבים ועם המאלף גיא תיכון ללא עלות!
גשים הבאים יערכו ביום א', 13/10/2013, בין השעות 16:00-20:00.
כל מפגש הינו כ- 30 דקות.
וגשים יתקיימו במרכז "חיות ובית" ויצמן 86 כפר סבא

ית המפגשים היא להכיר לכם את המאלף גיא תיכון, לתת לכם טיפים בנושא התנהגות גורים והתנהגות בכלל, וכמובן ייעוץ בכל נושא רלוונטי שאתם ים.

אנת לשריין לעצמכם מקום – יש ליצור קשר עם גיא בטלפון: 054-4799979

ונוינים להשתתף במפגשים מתבקשים להכין 2-3 בעיות / נקודות עליהן יהיו מעוניינים לדבר עם המאלף לפני המפגש.

נת הפייסבוק שלנו (שם תמצאו גם כתבות, מבצעים ועוד...) – אתם מוזמנים להיות חברים שלנו:

<https://www.facebook.com/vet.kfar.saba>

חבר מביא חבר!

ל מנת להביע את הערכתנו על הפניית החברים שלכם לטיפולים במרפאה, אנו מעניקים זיכוי של 50 ₪ לכל שימוש שתמצאו על כל לקוח חדש שהפניתם למרפאה לבדיקה / חיסון או טיפול אחר.

עזרו לנו להגיע לכמה שיותר אנשים, כלבים, חתולים, ארנבים וכו' ע"מ שנוכל לעזור להם ותפיצו הלאה!

כה

טל מאייר וצוות מרפאת דוליטל לחיות מהמד

21.10.2013



מושגי ייסוד בשיווק

מחיר (PRICE) – עלות המוצר

המחירה – קביעת מחיר למוצר כדי להשיג מטרות שיווקיות.

איך אני רוצה להיתפס בעיני הלקוחות?

שיווק שירותים

שירותים שונים במאפיינים שלהם ממוצרים במספר היבטים:

1. השירות אינו מוחשי
2. השירות הוא הטרוגני
3. השירות הוא מתכלה
4. מעורבות הלקוח
5. מגע ישיר בין נותן השירות ללקוח
6. יכולת למדידת איכות השירות רק לאחר שהושלם

שיווק שירותים

מאפייני קידום מכירות למכירת שירותים:

האופי הלא מוחשי של השירות מאופיין ע"י תחושת אי בטחון
גבוהה בתהליך הקנייה

לא ניתן לבודד בדרך כלל בין קידום השירות לקידום נותן
השירות

"תהליך הייצור" הנראה לעין הופך לחלק מוחשי בתהליך
הקידום

שירותים לא מוחשיים הם בעלי פוטנציאל גדול יותר לרמייה,
בגלל שאינם מוחשיים

שיווק שירותים

תהליך (PROCESS)

ברכישת שירות הלקוחות מעורבים בהפקתו, וכן בתהליך הזרימה וההתקדמות קצב התהליך ומיומנות העושים גלויים למקבל השירות ולהם השפעה מכרעת על שביעות הרצון

מסיבה זו בכל תכנון תהליך, יש להביא בחשבון את תפיסת הלקוח לגבי התהליך

שיווק שירותים

מייצב פיסי (PRESENTATION):

הופעה וטיפוח של נותן השירות
חומר הקידום והפרסום משפיעים על תפיסת המקצועיות של החברה
העברת ה"אישיות" שהחברה רוצה להקרין

שיווק שירותים

אנשים (PEOPLE):

אינטראקציה אישית בין נותן השירות ללקוח

יש להאמין בעבודה ולאהוב אותה

התאמה בין תגמול לביצוע

מצוינות בשירות

לקוחות אחרים נוכחים (לדוגמה כאשר מבצעים את העבודה בגינת כלבים)