



## אווטאר

### מי קהל היעד שלך?

בתרגול זה נרכיב את "האווטאר שלנו".

מה זה אווטאר?

בעברית המונח הוא "יצגן".

מטרתנו היא לבנות דמות, מין חבר דמיוני, שאליה אנחנו מכוונים את כל מאמצי השיווק שלנו. עבודה אנחנו בונים את המוצרים, עבודה אנחנו כותבים מיילים לרשימת התפוצה, עבודה אנחנו כותבים מודעות לפייסבוק וכו'.

כשאנחנו מכירים מישהו היטב, קל לנו להבין את הצרכים והרצונות שלו, ולכן קל לנו לשכנע אותו, וזו מטרת התרגיל הזה – לבנות דמות שאנחנו מכירים יותר טוב מכל אחד אחר.

חשוב להבין: אנחנו לא מוותרים כאן על קהלי יעד אחרים. אם האווטאר שלנו הוא בחור בן 32 זה לא אומר שמישהו בן 37 או שבחורה בת 23 לא ירכשו מאיתנו, אבל אנחנו מנסים לכוון לגרעין הקשה של הלקוחות שלנו, השאר יבואו בעקבותיהם – אל דאגה.

מי יהיה האווטאר שלנו?

הדרך הטובה ביותר להתחיל את התרגיל היא לדמיין את הלקוח הטוב ביותר שנתקלתם בו, (או את הלקוח הכי טוב שהייתם מאחלים לעצמכם).

עכשיו בואו ננסה לאפיין אותו ולהיות ספציפיים ככל האפשר.

אל דאגה, אין כאן תשובות נכונות או לא נכונות, ואנחנו לא חייבים להיות מדוייקים לחלוטין, אבל ככל שנהיה, כך זה יעבוד טוב יותר.

א. מה הגיל שלו? \_\_\_\_\_ (אני מזכיר: אין צורך להיות מדויקים - זה לא משנה אם זה 34 או 36 למשל)  
ב. מה השם שלו? \_\_\_\_\_ (שוב, אנחנו יכולים להמציא שם מהראש, אנחנו רק נשתמש בו לצרכים שלנו, וזה לא מאוד משנה...)

מה שכן, נסו להתאים אותו למציאות - "אברהם כהן" יתאים בד"כ לישראלים  
מבוגרים. "ליאם" יתאים  
לצעירים יותר וכו')

ג. מה המין שלו? \_\_\_\_\_  
(אם המוצר שלכם פונה לגברים ונשים יחד, פשוט בחרו באופן אקראי למי יותר נח לכם לכתוב)

ד. איפה הוא גר בארץ? (עיר ספציפית אולי? או באופן כללי - עיר גדולה, מושב, שכונה טובה, שכונה פחות טובה?)

ה. האם הוא נשוי? \_\_\_\_\_ האם יש לו ילדים? \_\_\_\_\_

ו. מה תחומי העניין שלו?

ז. מה הווא אוהב ולא אוהב?

אם אתם חושבים על לקוח שלכם:

1. מה עושה אותו לקוח כל כך טוב? (כי הוא משלם הרבה? כי הוא חוזר הרבה? כי הוא נחמד אליכם? כי הוא מפנה לקוחות?)

---

---

---

---

---

---

חשוב להבין: יצירת אוואטר עוזרת לנו בכל התהליכים שנלמד בהמשך, אבל זה לא אומר שאנחנו כותבים אך ורק לאוואטר שלנו. למשל: אם בחרנו מישהו שגר במושב זה לא אומר שאנחנו באופן כללי פוסלים כל מי שגר בעיר גדולה - זה פשוט נותן לנו תמונה קצת יותר ברורה של האופי של האוואטר שלנו.

מה שנכתוב לאוואטר יתאים תמיד לעוד אנשים.

### שאלות לאיפיון נוסף של דמות האוואטר:

1. מה החלומות שלו?

---

---

---

---

---

---

2. מה הפחדים שלך? מה משאיר אותו ער בלילה מדאגה?

---

---

---

---

---

---

3. מה הנקודות הרגישות שלך (למשל: אגו, גאווה, דאגה לילדים, מה יחשבו עליו וכו')

---

---

---

---

---

---

שאלות לאפיון התאמה לעסק/מוצר/רשימה/תדמית שלנו:

1. מה התוצאה הרצויה שלך בתחום שאנו עוסקים בו?

---

---

---

---

---

---

2. מה המוצר או השירות שלך יכולים לעשות עבורו שהוא לא יודע כרגע?

---

---

---

---

---

---

שימו לב - למטה יש שאלות נוספות שיעזרו לכם לאפיין את האווטאר עוד יותר טוב.

**מיקוד קהל יעד:**

1. האם יש לך בן/לא

(לדוגמא אם קהל היעד שלכם הוא ילדים - לילדים בד"כ אין כסף משלהם... או אם קהל

היעד שלכם הוא אנשים ממעמד סוציו אקונומי נמוך במיוחד)

2. האם הוא מקבל החלטות בעצמו? (לדוגמא: אנשים נשואים לפעמים צריכים להתייעץ עם בני הזוג, בני נוער עם ההורים, שכירים עם הממונה שלהם וכן הלאה)

עם מי הוא צריך להתייעץ או ממי הוא צריך לקבל אישור לקבל החלטה?

---

---

---

אם התשובה לאחת מהשאלות הללו היא "לא", יכול להיות שתרצו לשקול להתחיל את התרגיל מחדש על קהל יעד חדש (למשל, אם אתם רוצים למכור לילדים והגעתם למסקנה שעדיף לכוון להורים שלהם, חזרו ועשו את התרגיל שוב על ההורים כי להם יש סט שונה של פחדים ורצונות).

במקרים מסויימים תרצו לבנות שתי רשימות שונות כדי לתפוס את מקבלי החלטות ואת הקהל הראשוני יחד, או להתמקד במי שאינם מקבלי החלטות אבל יש להם השפעה על מקבלי החלטות.

### שאלות נוספות לאפיון:

אוקיי, מהנקודה הזו, השאלות הנוספות משתנות מאוד מעסק לעסק ומנושא לנושא. מטרתנו היא לחשוב על שאלות נוספות שיעזרו לנו להכיר את האווטאר שלנו, את הצרכים שלו, החלומות שלו וכן הלאה.

אם אתם רוצים לעשות את זה "עד הסוף כמו שצריך" אני מציע לעשות קצת "הלוך ושוב" – כל שאלה נותנת לכם עוד קצת אור ועוד קצת רעיונות ומאפשר לכם להוסיף, להעשיר ולעבות את התשובות האחרות שלכם.

ככל שהדמות שלנו יותר עמוקה ופחות שטחית, כך היא תהיה עבורנו אפקטיבית יותר, לכן אני מציע לכם:

א. להבנס לנעליה של הדמות, ממש לדמיין את היום-יום שלה, מה היא עושה, עם מי היא באה באינטראקציה וכו'.

ב. לגלגל את הנושא בראש לפחות כמה ימים ולחזור מידי פעם להסתכל על התשובות שלכם ולראות אם יש לכם עוד מילה פה, מילה שם, משפט פה ומשפט שם להוסיף.

לאחרונה עבדתי עם לקוח ייעוץ שמוכר לעסקים, ולאחר ששלח לי את התשובות שלו לשאלות מעלה, ביקשתי ממנו להרחיב. אלה השאלות שביקשתי ממנו לענות עליהן:

- מה הוא עושה בעסק? (התפקיד שלו בעסק)
- 3 פעולות שהוא עושה יום יום בעסק
- מה הבעיה הגדולה ביותר שמפריעה לו כרגע בעסק? שמפריעה לו לישון בלילה.
- האם הוא עושה משהו באופן אקטיבי יום יום כדי לפתור את הבעיה?
  - אם כן - מה?
  - אם לא: למה? (נסה להרחיב את התשובה הזאת כמה שיותר - כמה שיותר סיבות יותר טוב)
- מי המתחרים שלו ואיך הוא מתמודד איתם?

אם העסק שלכם לא פונה לבעלי עסקים, "תרגמו" את השאלות האלה כדי לברר מהו סדר יומו של האווטאר שלכם (לדוגמא: אם הוא מובטל/גימלאי - איך הוא מעביר את הזמן? אם הוא שכיר - מה המקצוע/תפקיד/עבודה שלו, מה הוא עושה בבוקר לפני העבודה, ההרגלים שלו כשהוא מגיע לעבודה, מה הוא עושה בעבודה, קרן איפה הוא נוסע הביתה, מה הוא עושה הביתה וכו').

נסו להגיע למצב שאתם ממש יכולים לדמיין יום שלם בחייו של האווטאר.

### האם האווטאר שלי טוב?

במקרה של לקוח הייעוץ שהזכרתי קודם, הוא עשה עבודה מצויינת עם השאלות המורחבות ובנה אווטאר לתפראת. אבל לצערי האווטאר היה כל-כך ספציפי שהתקשינו לעבוד איתו (במקרה הספציפי ניסינו לבנות מודעת פייסבוק, אבל היה מאוד קשה לאתר אנשים כמו האווטאר בפייסבוק, ואין מספיק כאלה בארץ.

במקרה כזה המלצתי לו להעתיק את האווטאר ולבנות עוד 5-6 דמויות דומות מקבילות.

במילים אחרות, אם אנחנו מתקשים לפעול ע"פ ההגדרה של האווטאר שלנו, לפעמים כדאי לשקול להתחיל מאפס או לבנות כמה אווטארים.

### תרגול בונוס:

מצאו עכשיו את כתובת האימייל של 10 מהלקוחות האהובים עליכם (או שמוציאים אצלכם הכי הרבה כסף), אם אין לכם לקוחות עדיין, ערכו רשימה של 10 אנשים שאתם חושבים שיהיו לקוחות אידאליים עבורכם.

1. חפשו כל אחת מהכתובות האלה בחיפוש של פייסבוק (כן כן! :)).
2. מתחת לחוברת הזו תמצאו קובץ אקסל. מלאו אותו עם הפרטים שתמצאו עבור כל אחד מהאנשים שמצאתם בפייסבוק.

שימו לב: אם אין מספיק מידע בפייסבוק, נסו לחפש את הכתובת בגוגל עם גרשיים (למשל "david@davishoham.com" וכנסו לכל התוצאות שאתם מוצאים, תוכלו למצוא אוצרות

שלמים במקרים מסוימים. בנוסף אם הכתובת אינה בג'ימייל או וואלה וכו', נסו להכנס לשם הדומיין, לפעמים זה אתר של הבחור, או נסו לחפש אותו ברשתות אחרות כמו LinkedIn או טוויטר למשל.

### מה עוד אפשר לעשות עם תרגיל האוטאר?

בקורסים מסוימים אני ממליץ לבנות 3 סוגי אוטארים:

א. מעריץ. זה יכול להיות לקוח ממש ממש נלהב, אבל זה יכול להיות גם מישהו שהוא לא לקוח בכלל, אבל טוב בלהעביר את המסר השיווקי שלנו.

למשל: המעריץ הממוצע של מכוניות למבורגיני לעולם לא יוכל להרשות לעצמו לרכוש אחת, אבל למבורגיני מכירה את האופי שלו היטב ודואגת לטפח אותו (ע"י שיווק פוסטרים ומרצ'נדייז למשל).

ב. לקוח. זה מה שעשינו פה, אין צורך להרחיב.

ג. העסק שלכם.

אם העסק סובב סביבכם - אפיינו את עצמכם. אם העסק הוא מספר אנשים, גם לו אפשר להרכיב אוטאר סביב השאיפות העסקיות וכן הלאה.

למה זה טוב?

קודם כל, תמיד טוב להכיר את עצמנו. אבל מעבר לכך זה יכול לעזור לנו להגדיר את הלקוח שלנו, במיוחד במקרים שבהם אנחנו מספקים שירותים שהזדקננו להם או אנחנו זקוקים להם (במילים אחרות אם אנחנו קהל היעד והלקוח האופטימלי בעצמנו). במקרים אחרים זה יכול לעזור לנו מאוד לבנות סיפור שיווקי סביב העסק. ע"מ ללמוד עוד על הנושא חפשו את הקורסים שלנו בנושאי מיתוג ושיווק "מפה לאוזן".