

ברוכה הבאה ל - The live show

- וובינרים, סדנאות מעשיות בשידור חי, הם מעמד מכירה מושלם בבנייה נכונה.
- במהלך הוובינר יש הזדמנות להופיע בשידור חי, לייצר קרבה וחיבור רגשי עמוק, לתת כלים ותוכן, ובסוף להציע הצעה.
- וובינר טוב מוביל להיענות, שאלות ופניות מהקהל.
- זהו כלי חשוב בעסק המאפשר להפחית את המשקל על שיחות טלפוניות ולידים.
- מומלץ לקיים וובינר כל חודש ולפחות פעם אחת.
- בקורס נבנה את הוובינר שלב אחר שלב.

2----- הנושאים המרכזיים בשידור שלנו (6 שלבים)

1. נושא השידור: הבטחה מסוימת שתגרום לאנשים לרצות להגיע.
 2. פרסום: הבאת קהל מדויק וכמה שיותר לשידור.
 3. הגעה לשידור: צמצום הפער בין נרשמים למגיעים בפועל.
 4. השידור עצמו: פלואו מדויק של מה להגיד ואיך להעביר את זה.
 5. המכירה: סקשן שלם המוקדש למכירה בתוך השידור.
 6. פלואו אפ (Follow Up): אנשים ירכשו גם לאחר השידור (באותו יום או ביומיים-שלושה שאחריו).
- הוובינר הוא שיחת מכירה קולקטיבית ומרתקת.
 - השיחה צריכה להיות בעלת ערך, לרתק, להפקיד ערך רגשי, לשמח, לתת תקווה ולחבר למסוגלות, ובסופה יש הזדמנות לרכוש.

3----- נושא הוובינר - דגשים אסטרטגיים

נושא הוובינר הוא אחד הדברים החשובים ביותר:

1. בחירת נושא ספציפי: נושא ספציפי מתאים לשידור אחד, להבדיל מנושא רחב המצריך מספר שידורים.
2. מותאם למוצר הנמכר: צריך להיות קו ישיר ומחבר בין נושא הוובינר למוצר שמוכרים בסופו.
3. המומחיות שלך: בחרי נושא שבו את כבר אוטוריטה, מנוסה ומבוססת. הוובינר הוא מופע שאת מחזיקה בו את הכוח המקצועי והניסיון.
4. נושא נחשק: ידע שהקהל ירגיש שהוא חייב אותו. נושא לא נחשק יביל להרשמה נמוכה.
5. נושא שמלהיב אותך: וובינר טוב מועבר בהתלהבות. אם את עייפה, שחוקה או משועממת מהנושא, הקהל ירגיש זאת. רענני וחדשי את חוויית הוובינר שלך.

לסיכום: נושא הוובינר צריך להיות ספציפי, רלוונטי, מותאם למכירה ולמוצר, לתת הרבה מאוד ערך, נחשק ומלהיב. 4-----. החלק הטכני והכנות נדרשות

החלקים הטכניים הנדרשים לעבודה בוובינר:

- מערכת וובינרים: יש לבחור מערכת שמתאימה לסוג השידור (דוגמה, WebinarJam). קחי בחשבון את נוכחות המשתתפים (למשל, מצלמות פתוחות מול סדנה).
- עמודי נחיתה / מכירה:
 - עמוד נחיתה לוובינר עצמו (מסביר למה כדאי להגיע).
 - עמוד תודה (לאחר ההרשמה).
 - עמוד מכירה למוצר.
 - עמוד תודה (לרכישות המוצר).
- מערכת סליקה: לצורך מכירת המוצר בוובינר.
- מערכת דיור: להזרמת אנשים לוובינר, תזכורות ותוכן מקדים.
- וואצאפ: יצירת קבוצת וואצאפ שקטה לנרשמות, לתזרוק לקראת השידור.

5----- הגעה לוובינר - הגברת אחוזי ההגעה

אחוז ההגעה הממוצע לשידור, עם תזכורות וכותרת מעניינת, עומד על כ-30%. כך מגבירים את אחוזי ההגעה:

1. האם תהיה הקלטה: הקלטות מורידות את אחוזי ההגעה לובינר (אם שולחים הקלטה, אין סיבה להגיע לשידור החי).
2. קבוצת וואצאפ: תזכור קבוצתית של כל הנרשמות.
3. סקרנות: ייצור סקרנות ומתח לגבי מה שילמד בוובינר (למשל, "אני הולכת לחלוק שלושה כלים שיעזרו לך...").
4. סדרת התוכן המקדימה:
 - כוללת בין 3 ל-7 מיילים (לא אינפורמטיביים, אלא רגשיים).
 - ממצבים את הנושא ואתך כמומחית.
 - כוללים הדגמות מתוכן חזק ועדייית.
5. זמן לפרסום הוובינר: מומלץ בין 10 ל-20 ימים לפני הוובינר. בזמן זה חשוב להחזיק את הקשב עם הרבה תוכן, טיזינג, תזכורות והבטחות.
6. יום ושעה: חזרה מתמדת על היום והשעה של השידור.
7. להתרגש: האמונה שיש שידור חי, חגיגי ומשמח עוברת לקהל.

6.----- שני רעיונות לנושאי וובינר שעובדים טוב

1. מפת דרכים ("Roadmap"): הצגת הצעדים/השלבים הנדרשים להגעה ליעד נחשק.
 - לדוגמה: "חמשת הצעדים ל..." או "איך להגיע ל... ב-7 צעדים".
 - כולל: שלבים, נוסחאות וכמויות זמן מוגבלות.
2. צלילה לנושא ספציפי אחד: לקיחת נושא גדול, פירוקו, ובחירת חלק אחד ספציפי לצלילה לעומקו בשידור.
 - מציגים את הנושא הנבחר כחלק מהתמונה המלאה של התהליך/התוכנית המלאה.
 - ניתן לערוך וובינר בשתי הדרכים, אך לא באותו השידור.

7.----- 12 השלבים המדויקים של שידור הוובינר (פלווא)

1. ציפייה והתרגשות:
 - ההתרגשות צריכה להיות אמיתית.
 - מומלץ לשים תמונת פתיחה שמחה.
 - התחילי 5 דקות לפני הזמן, אפשרי כניסה לחדר ובדקי טכנית שהכל עובד.
2. היכרות ופתיחת הוובינר (5-5 דק):
 - התחילי בזמן, בטון פותח הרצאה ואנרגטי.
 - הציגי את נושא הוובינר ואת הנושאים שתעברי עליהם בצורה פרקטית וברורה (סט-אפ לתוכן ולמכירה).
 - צרי ציפייה ובני "בילד-אפ" לתוכן, כדי שירצו להישאר ("אני הולכת להראות לך איך...").
 - ספרי בקצרה על עצמך (עד 3 משפטים), עם פרט המייצר סמכות ורלוונטי לובינר (לא סיפור אישי ארוך).
 - הציגי את מטרת הוובינר ואת ההתחייבות ההדדית (את מקצועית, הקהל מעורב).
3. ריפריימינג או ההזדמנות:
 - צאת מנקודת הנחה שהקהל מגיע כדי לפתור כאב/להתחבר לתשוקה.
 - הראי את ההזדמנות או החשיבה המחודשת על הנושא (צד חיובי, מעורר אופטימיות).
 - דברי בעדינות ובקצרה על "מחיר הכישלון" כדי לייצר קשב.
4. ניפוץ מיתוסים (בסביבות דקה 7):
 - בחרי 3 אמונות מגבילות מרכזיות או מיתוסים ונפצי אותם.
 - דברי על טעויות נפוצות בחשיבה ועזרי לצאת מדפוס חשיבה מעכב.
 - יכולת להסביר כאב או חוויה אחרת בונה אמן משמעותי.
5. הסיפור שלך (8-10 דק):
 - ספרי סיפור אישי שמייצר אמן, הזדהות וחיבור (סיפור אופטימי עם סוף טוב).
 - הסיפור צריך להיות מותאם לנקודת הקהל (מסע הגיבורה: הייתה לי בעיה כמו שלך, ופתרתי אותה).
 - חייב להיות סיפור שנפתר!
 - הסיפור צריך להיות ספציפי, מפורט וציורי, וכתוב מראש (לא מאולתר).
6. שלב התוכן (בסביבות 20-25 דק):
 - מטרת התוכן: לתת ערך ולצדו אופק לרמה הבאה.
 - צרי סקרנות ומתח בריא להמשך.

- מעבר לתוכן: "בואי נצלול לשלבים שאני עברתי בסיפור האישי שלי ומה עברו מאות... לקוחות שלי".
- התוכן צריך להיות מסודר, מוכן מראש, ושמות הנושאים צריכים להיות מקוריים ומעניינים.
- שלבי בתוכן:
- 1. תרגילים: פזרי 2-3 תרגילים פרקטיים (כלי לשימוש עוד באותו יום) המייצרים תחושת ערך גבוה.
- 2. לא להגזים: הווינר הוא לא הקורס המלא, לא ללמד את כל התוכן וברמה מורכבת מדי.
- 3. עדויות: מומלץ לשלב 7 עדויות (הוכחה חברתית) במקומות בהם את רוצה לחזק את למידת הקהל.
- 7. התמונה הכוללת:
 - צייני שמה שלימדת עד כה הוא שבריר קטן ממה שהתמונה הכוללת מכילה.
 - הראי את הקונטקסט של מה שהקהל למד ביחס לתוכנית המלאה (מבלי לזלזל בתוכן הווינר).
 - המסר: השראה היא ל-5 דקות, יישום והטמעה הם לכל החיים (כדי להצליח, צריכים לרכוש את התוכנית/מסגרת).
- 8. שלב המעבר למכירה:
 - סיימת עם התוכן, אך לא עם השידור.
 - היי מודעת ל"שדונים" שעולים, זכרי את השליחות/היעוד שלך ושמרי על טון הדיבור שתאם את הצגת התוכן. התדר שבו את מוכרת משפיע רבות.
- 9. המכירה הפרקטית - שלב הסיכום:
 - סכמי את ערך כל מה שהתקבל מהווינר עד עכשיו, בססי אותו והראי את התמונה המלאה.
 - עברי על החומר שלימדת (שאלון או סיכום במצגת) ובקשי מעורבות.
- 10. "Yes Set" - סדרת שאלות ה-"כן":
 - שאלית שאלות שגורמות לאדם לומר "כן" מספר פעמים בזמן קצר, מה שמייצר מומנטום חיובי ונחישות לשלב הבא.
 - לדוגמה: "האם אלו דברים שאת רוצה בחיך?", "את מוכנה לעשות את מה שנדרש כדי להגיע אליהם?".
 - אם התשובה היא "כן", את גאה ונרגשת להציג את התוכנית.
- 11. הצגת התוכנית:
 - הצגת התוכנית המלאה תעשה בצורה הדרגתית.
- 12. המכירה (השלבים המפורטים):
 - צרי גשר: משפט שיזכיר לך למה חשוב לתת את המידע טוב ובלי חשש (למשל: "השליחות שלי זה לחבר אנשים לתודעה גבוהה...").
 - שלבי המכירה:
 1. ספרי על המוצר ולמה יצרת אותו.
 2. מה התועלות (בווייב הרגשי) - עם מה הלקוחה תצא בסוף התוכנית.
 3. מאפייני המוצר - ממה המוצר מורכב מבחינה פרקטית, מה הוא כולל.
 4. עוגן למחיר - השוואה לשירותים יקרים אחרים בעסק ("יש לי תוכניות ליווי של 20k והמוצר הזה יעלה רק...").
 5. בונסים - תוספת אקסטרה למוצר.
 6. הטבת הווינר - הטבה מיוחדת רק למשתתפות שרכשו בווינר (כהוקרה על הרציונות והנוכחות).
 7. תוקף הטבת הווינר.
 8. לינק להרשמה עם קוד קופון.
- 13. שאלות:
 - הקפיד: לא למהר, לא לשנות את טון הדיבור, להיות ברורה ועם ביטחון בשירות. הביני שהערך האמיתי הוא במכירה, כי את מציעה פתרון לקושי גדול.
 - השאירי מקום בסוף השידור לשאלות (צ'אט).
 - תני לשאלות מירב תשומת הלב - ככל שיש יותר שאלות, המוצר יימכר יותר.
 - בסיים, הזמיני את הקהל להתייעץ בצ'אט פרטי בוואצאפ.

8----- מערך ההכנה לווינר - מיילים

הכיני מראש את המיילים הבאים:

1. מייל המכירה:
 - מסכם את כל פרטי המכירה: המוצר, ההטבה וכל מה שהוצע.
 - נשלח מייד בתום הווינר.
 - יש לתזמן אותו מראש, כדי לא להכין אותו בסוף הווינר כשאת עייפה.
2. מייל סגירה:
 - נשלח במקביל למייל המכירה, ביום הווינר.
 - מייל סגירת ההטבה (למשל, שעה לפני שההטבה נסגרת).

- שמרי על תדר חגיגי לאורך כל המכירה.

9----- קלזאפ - סדרת הפולואו אפ לאחר הוובינר

- סדרת הפולואו אפ מנהלת תקשורת ומפנה למוצר אחר או להתייעצות בוואצאפ המשרדי.
- היא מיועדת לאנשים שלא קיבלו את הצעת הוובינר, אך עדיין פוטנציאליים לשירות אחר.
- יתכנו מכירות בשעות ובימים שאחרי הוובינר.
- זכרי שעסק נמדד לטווח הארוך.

10----- כשאין מכירות אחרי הוובינר

- דעת שזה בסדר וזה קורה.
- אמצי את גישת ה"קדימה": מה ניתן ללמוד מהוובינר הנוכחי כדי לדייק ולהמשיך קדימה בצורה מיטבית.
- הכניסי תאריך לובינר הבא ביומן שלך.
- תאמיני בעצמך, ביעוד שלך וביכולות שלך.
- תזכרו ששום דבר בעסק לא נמדד בחודש, עסק מודדים לטווח הארוך

1.

כשאין מכירות אחרי הוובינר

- מה אם אין מכירות אחרי הוובינר? תדעי שזה בסדר וזה קורה.
- אחד הדברים שמאוד עוזרים במצב כזה, זו גישת ה-קדימה. מה אני יכולה ללמוד מהוובינר הזה כדי לדייק ולהמשיך קדימה בצורה מיטבית יותר.
- נשמי עמוק והכניסי את התאריך לובינר הבא ביומן שלך.
- תאמיני בעצמך, ביעוד שלך, ביכולות שלך לקרב אנשים דרך המסרים שלך ודברים גדולים ומדהימים יקרו לך.