

יותר מ-50 שיטות שיווק לעסק של אימון

מיועד למאמנים משובחים
שרוצים להיות בעלי עסק מצליחים



קואצ'ר סאקסס ישראל - המקום למאמנים מצליחים

גירסת 27 פברואר 2017

כתב ויתור

ספר אלקטרוני זה נכתב למטרות מידע בלבד. כל מאמץ נעשה כדי להפוך ספר זה מלא ומדויק ככל האפשר. עם זאת, ייתכן שיש טעויות בטיפוגרפיה או תוכן. כמו כן, ספר אלקטרוני זה מספק מידע שנכון רק עד למועד הפרסום. לכן, יש להשתמש בספר אלקטרוני זה כמדריך - לא כמקור האולטימטיבי.

אין התוכן מהווה ייעוץ מכל סוג שהוא אינו בא להחליף שיקול דעת עצמאי של הקורא ומתן ייעוץ על ידי יועץ מוסמך המתחשב בצרכיו המיוחדים של הקורא. כל קורא הפועל על פי התוכן אחראי בלעדית לתוצאות פעולותיו.

הסופרים והמו"ל ו/או ספקי המידע אינם אחראים להתאמת התוכן לצורכי הקורא, והם אף לא יישאו באחריות לשינויים שנעשו בתוכן ע"י הקורא ו/או ע"י צד ג' כלשהו.

מבלי לגרוע מהאמור לעיל, קואצ'ר סאקסס ו/או ספקי המידע אינם אחראים לתכנים, לנתונים לתמונות, למוצרים, לשירותים או ליישומי התוכנה המופיעים באתרי אינטרנט אחרים המקושרים בלינקים לאתר זה.

מטרת הספר האלקטרוני היא להקנות ידע. הסופרים והמו"ל אינם מתחייבים כי המידע הכלול בספר אלקטרוני זה הוא שלם באופן מלא ולא יהיו אחראים לכל טעות או השמטה. הסופרים והמו"ל לא יישאו בכל אחריות לכל אדם או ישות ביחס לכל אובדן או נזק שנגרם או שנגרם לכאורה, במישרין או בעקיפין על ידי ספר אלקטרוני זה.

זכויות היוצרים על ספר זה שייכות לקואצ'ר סאקסס בע"מ ואין לעשות בתוכן של הספר או בחלקים ממנו כל שימוש שהוא לרבות שכפול, העתקה, העברה למישהו אחר מלבד הרוכש של הספר ללא אישור בכתב של קואצ'ר סאקסס בע"מ.

המדריך מיועד לנשים וגברים ונכתב בדרך כלל בלשון רבים, יחד עם זאת, מטעמי עריכה, או לפעמים מחוסר דעת שלנו אנו פונים בלשון זכר או בלשון נקבה. דעו שאין כאן כל כוונה ואנחנו רוצים לראות גם מאמנים מצליחים וגם מאמנות מצליחות.

על הכותבים

המדריך נכתב על ידי מייסדי Coacher Success Israel ששמו לעצמם מטרה לעזור לקהילת המאמנים בישראל לבנות עסקי אימון מצליחים.



יוסי דגן

סמנכ"ל שיווק

יוסי דגן הוא מנהל מנוסה ויזם נלהב בעל ניסיון רב בטכנולוגיה, עסקים ושיווק. יוסי יישם את קישורי המנהיגות והניהול שלו במשך השנים בחברות כגון מיקרוסופט, עסקים פלוס, Pajamanation, פיץ' נטוורקס וסל באדי.

יוסי הוא בעל תואר מהנדס אלקטרוניקה ומחשבים ובעל תואר שני במנהל עסקים.



אפי גבע

סמנכ"ל פיתוח הדרכה

אפי גבע הוא מאמן אישי ותיק ומנוסה ומגשר מוסמך שעזר להרבה אנשים לשנות את החיים שלהם. החזון של אפי הוא להעניק לאנשים את היכולת להגשים את חלומותיהם, לממש את ייעודם בחיים ולזכות בחיים בעלי משמעות, ערך ומימוש עצמי.

אפי הוא בעל ניסיון בתפקידי ניהול בכירים במערכת הביטחון. אפי הוא בוגר עבודה סוציאלית והנחיית קבוצות מאוניברסיטת בר-אילן, בוגר תכנית ניהול עסקי בכיר של אוניברסיטת תל-אביב, מאמן מוסמך ומגשר מוסמך.



יוספה דגן

סמנכ"לית כספים

יוספה היא מנהלת ומנהיגה מנוסה. יוספה משמשת בתפקיד סמנכ"ל בחברת עסקים פלוס מאז הקמתה בשנת 2002. החברה הוקמה על בסיס הלקוחות והייעוץ שנתנה ועל ניסיונה בהקמה ובניהול של עסקים. יוספה השפיעה ותרמה להצלחה של מאות עסקים קטנים ובינוניים ושינתה את החיים של רבים מבעלי העסקים והמנהלים.

יוספה היא בעלת תואר ראשון בביוכימיה, תואר שני במנהל עסקים ויועצת מס מוסמכת.



יאיר גלאור

מנכ"ל

יאיר גלאור הוא מייסד חברת המיתוג האסטרטגי מידע כחול לבן, במסגרתה הוא עוסק בליווי ארגונים ומוסדות בתהליכי מיתוג והעצמה אסטרטגיים והטמעת זהות מבוססת ערכים.

יאיר עסק בהסברה לאומית במשך קרוב לעשרים שנה ומילא תפקידים בכירים במרכז ההסברה.

יאיר מוסמך בתקשורת שיווקית, בוגר מדעי ההתנהגות, וקורסים באימון, גישור והנחיית קבוצות.

תוכן עניינים

3 על הכותבים
7 מבוא ועל מה נלמד
10 שיטות שיווק להצלחת עסק של אימון
10 1. גם מאמנים צריכים מאמן
10 2. כיתבו מסר שיווקי ייחודי לכם
11 3. הכינו ערכת שיווק
12 4. הציגו את התמונה שלכם בכל מקום
14 5. הצטרפו לקבוצת נטוורקינג
14 6. התנדבו לדבר במועדונים קהילתיים, עסקיים וחברתיים
15 7. בנו רשימת לקוחות וממליצים
16 8. צרו רשימת מפנים של לקוחות
16 9. פרסמו מאמרים
17 10. חלקו מתנות
17 11. התנדבו להנהלות של ארגונים וקהילות
18 12. ארגנו סדנאות והרצאות חינמיות
18 13. הפיקו ערבי אימון
19 14. הפיקו סרטון היכרות אתכם
20 15. הכינו כרטיסים עם ציטוטים
20 16. יחסי ציבור
20 17. תהפכו למארחי תכניות רדיו
21 18. התארחו בתכניות אירוח ברדיו ובטלוויזיה
21 19. הצטרפו לקהילות וקבוצות הנפגשות על בסיס קבוע

21	תגרמו לכך שיצטטו אתכם בעיתון	.20
22	אפיינו את הלקוחות שלכם	.21
22	שילחו מייל היכרות	.22
23	בקשו להציג את כרטיסי הביקור שלכם	.23
23	פרסמו בעיתונות המקומית	.24
23	בנו את תכנית האירוח הטלוויזיונית שלכם	.25
24	הפניות מלקוחות	.26
24	פרסמו ניוזלטר בדואר אלקטרוני	.27
25	ארחו אירועי התרמה	.28
25	תרמו לאירועי התרמה	.29
25	יחסי ציבור	.30
26	שילחו עלונים חודשיים מודפסים	.31
26	כתבו ספר	.32
27	השתתפו בכנסים	.33
27	הופיעו בכנסים	.34
28	התנדבו כמסייעים לסדנאות של עמיתים	.35
28	שיתופי פעולה מבוססי הפניות	.36
29	העבירו הרצאות במסעדות וברים	.37
29	הצטרפו ללשכת המסחר המקומית	.38
30	השתתפו בסדנאות וקורסים	.39
30	הקימו אתר אינטרנט למכירת שירותי האימון שלכם	.40
31	שילחו גלויות	.41
31	צרו קבוצות מאסטרמינד	.42

32	הכינו כלי שיווק מגוונים שתוכלו לתת	.43
32	שימרו על קשר עם מתאמנים מהעבר	.44
33	הצטרפו לאחד מארגוני המאמנים	.45
33	הצטרפו לארגון מאמנים בינלאומי	.46
33	הכינו תכנית שיווק	.47
34	תלמדו מהמצליחים	.48
34	תנו דוגמא אישית לחיים מאוזנים	.49
35	צרו מוצרים המורכבים משיתופי פעולה	.50
35	צרו פאנטון ומענה קולי	.51
36	בקשו מאנשים להיות לקוחות	.52
36	הציעו דברים בחינם	.53
36	גלו עניין באנשים ובצרכים שלהם	.54
37	תלמדו, תלמדו, תלמדו	.55
38	סיכום	

מבוא ועל מה נלמד



בדרך להצלחה עסקית כמאמן צפויות בעיות רבות והרבה אתגרים. הדרך לא תהיה לכם קלה.

כמובן חשוב מאד שתהיו מקצוענים כמאמנים ותדעו את המקצוע על בוריו, תלכו לקורסים והשתלמויות ותקראו ספרים והכי חשוב שתמשיכו ללמוד תמיד בלי הפסקה.

אבל כל זה אינו מספיק על מנת לבנות עסק של מאמן.

התנאי לבניית עסק מצליח הוא שיהיו לכם לקוחות,

ואפילו יותר חשוב מזה,

שיהיו הכנסות.

כדי שזה יקרה אתם צריכים לעשות מה שלא כל מאמן בישראל עושה ואפילו מודע לו במלואו- לשווק את עצמכם כמאמנים ואת עסק האימון שלכם.

במדריך הזה ריכזנו עשרות רעיונות ודרכי פעולה שיביאו את העסק שלכם להצלחה.

יש שיטות שונות בהן אפשר לעבוד עם המדריך הזה וחשוב לזכור גם שאנחנו לומדים ומתפתחים כל הזמן, ולכן ייתכן שמה שחשבנו שיהיה יעיל עבורנו בהתחלה, יתברר בהמשך כלא מתאים וההיפך.

אנחנו ממליצים לעבוד בדרך שמתמקדת במה שיעיל עבורכם כאן ועכשיו בשלבים ובדרך הבאה:

1. עיברו על הרשימה המלאה וסמנו את מה שאהבתם ומתאים לכם
2. מתוך הרשימה המלאה בחרו חמש שיטות
3. ישמו את השיטות שבחרתם באופן מייד
4. לאחר חודש עיברו שוב על כל הרשימה
5. בידקו האם מה שבחרתם היה יעיל עבורכם
6. מה שלא עבד עבורכם הפסיקו או שנו את דרך הפעולה
7. האם שכחתם לעשות משהו שבחרתם (כן, גם אנחנו בני אדם וגם אנחנו מחליטים ושוכחים)
8. בחרו לפחות 3 שיטות נוספות
9. חזרו על השלבים האלה מחדש כל חודשיים

תזכרו!

שיווק מוצלח

אומר

שאתם מצליחים

להעביר את

המסר שלכם



לאנשים שירצו להיות לקוחות שלכם

וכדי שזה יקרה

אתם צריכים לבלוט

ולמצוא דרכים שונות

מכל המתחרים על תשומת הלב

רוצים ללמוד איך לבנות עסק מצליח של אימון לחצו כאן



שיטות שיווק להצלחת עסק של אימון

1. גם מאמנים צריכים מאמן



למרות שזאת לא בדיוק מוגדרת כשיטת שיווק חשבנו שהנושא הזה יכול להיות קריטי בהצלחה שלכם.

חשוב שתבחרו לכם מאמן או מנטור שתוכלו לעבוד איתו, לפעול איתו, להתייעץ, לחלוק מחשבות, ללמוד תובנות וליישם תכנית

פעולה המתאימה לכם. עצם השיתוף עם מאמן פועל עלינו בדיוק כמו שהוא פועל על כל אחד מהמתאמנים שלנו. היכולת לשתף עם מישהו מוסיפה הרבה לאפשרות שלנו להגיע להישגים.

לקחת מאמן יכול לבוא לידי ביטוי בכמה דרכים. אתם יכולים לקחת מאמן אישי שצמוד אליכם, להצטרף לקבוצה מתאימה או להיצמד למישהו שאתם מאמינים בו, ללכת לקורסים שלו, להאזין למסרים שלו, ללמוד את הדרך שלו להצלחה ולהיעזר בו בבניית ההצלחה שלכם.

2. כיתבו מסר שיווקי ייחודי לכם

האם אתם יכולים להגדיר מה מיוחד באימון שלכם במסר קל, פשוט ברור וקליט? האם אתם יכולים להגדיר מסר כזה שיבהיר את הייחודיות שלכם ואת הערך המוסף שאתם מעניקים ללקוחות שלכם?

בדרך כלל כאשר אנחנו מסתכלים על עצמנו ברור לנו מאד מה הערך שאנחנו נותנים למתאמנים שלנו. כאשר אנחנו נשאלים או שצריכים להציג את עצמנו זה הופך להיות מאד לא קל. זה יכול להפוך לסיפור ארוך עם הרבה דוגמאות שבסופו של דבר בכלל לא ברור האם השומעים הבינו מה אנחנו עושים ומה מיוחד בזה.

לפעמים השומעים יגיבו וישאלו עוד על מנת להבין, אבל המצב היותר גרוע הוא שהם לא שואלים ומשאירים אותנו עם הניסיון להבין האם הצלחנו להעביר את המסר או לא.

כתיבת מסר שיווקי ייחודי וקצר היא דבר לגמרי לא פשוט. ככל שהמסר קצר יותר כך יותר קשה לדייק ולזקק אותו כך שיעביר את המסר והערכים שאנחנו רוצים. מסיבה זאת חשוב להבין שיצירת המסר השיווקי היא תהליך מתמשך שלפעמים אף לא מסתיים אלא נמצא כל הזמן במגמת שיפור.

אם המסר משתלב עם בניית המותג הייחודי שלכם ומעצים אותו הרי שיש כאן תוצאה כפולה.

הדרך לבנות את המסר השיווקי היא להכין רשימה של הערכים הייחודיים אותם אתם נותנים למתאמנים. מתוך הרשימה צרו תיאור קצר של עסק האימון שלכם והייחודיות שלו. זה יכול להיות תיאור שיכלול גם מאה מילים.

אחרי שיצרתם את המסר, תרגלו אותו על אנשים. הציגו בפניהם את עסק האימון שלכם, תענו לשאלות שלהם, תשאלו אותם מה הם הבינו.

מתוך האינטראקציה הזאת עם האנשים יצמח המסר השיווקי הייחודי שלכם. ותזכרו שזה יכול להיות תהליך ארוך ושלעולם לא יסתיים אלא יוביל אתכם תמיד במסלול את התפתחות וצמיחה.

3. הכינו ערכת שיווק

בעבר כאשר דיברו על ערכת שיווק היה מדובר על הכנת תיקיה המכילה עלונים (ברושורים) ומידע עליכם ועל עסק האימון שלכם. היום דרכי התקשורת הם רבות ומגוונות ואנחנו צריכים לתת מענה לכל לקוח שרוצה לקבל מידע בדרכי התקשורת המתאימות לו.

ערכת השיווק צריכה להכיל את החומר החשוב שיציג את הערך שאתם נותנים ללקוח ויבהיר לו שאתם המאמנים שיכולים להביא אותו למקום שהוא רוצה להגיע אליו.

ערכת השיווק יכולה להכיל את המידע הבא:

1. המסר השיווקי שלכם
2. תחומי ההתמחות שלכם באימון
3. מה הערכים שאתם מעניקים ללקוחות
4. מה אופן העבודה שלכם ואיך הם ייעזרו בכם להשגת המטרות
5. מה המוצרים והשירותים שאתם מציעים ומה הערך של כל אחד מהם
6. רקע אישי
7. קורות חיים
8. רקע אקדמי
9. מאמרים שכתבתם או מאמרים עליכם

- 10. כיסוי תקשורת שקיבלתם
- 11. תמונות שלכם
- 12. הקלטות שלכם בקול ובוידאו
- 13. החזון האישי שלכם
- 14. מה הייעוד שלכם?
- 15. מה מעניין אתכם?
- 16. רשימה של שאלות ותשובות (FAQ-Frequently Asked Questions)

אתם צריכים להחליט, על פי מאפייני עסק האימון שלכם האם אתם צריכים לכלול את כל המרכיבים האלה, לוותר על חלק או להוסיף אחרים שלא הוזכרו ברשימה.

החומר צריך להיות בנוי כך שתוכלו להתאים לכל אחד בדיוק את חומרי השיווק המתאימים להם. לדוגמא, אם אתם עוסקים באימון בין בני זוג, לא כדאי שתשלחו למישהו שמתעניין בעזרה במציאת בן זוג, חומר על התמודדות עם גירושין.

אתם צריכים להתאים את החומר לדרך שבה אתם מעבירים/שולחים/מציגים אותו:

- מייל
- אתר אינטרנט
- פייסבוק
- יוטיוב
- מסירת חומר מודפס בתוך תיקיה
- מסירת חומר דיגיטלי בדיסק-און-קי

ועוד.

הסוד הוא להתאים את החומר ללקוח ולשלוח לו בדרך המועדפת עליו. נתקלנו לא פעם בלקוחות שביקשו שנשלח להם חומר במייל. כאשר הסברנו להם שהכל נמצא באתר שלנו, זה לא סיפק אותם. כאשר לקחנו את החומר מהאתר, אספנו אותו לקובץ אחד ושלחנו במייל הם היו מאד מרוצים. יכול להיות שזה נשמע מגוחך, אבל זאת הייתה הדרך הכי נוחה להם לקרוא את המידע ששלחנו להם. אנחנו לא צריכים לבחור ללקוח ולהחליט בשבילו מה נוח לו. אנחנו צריכים להתאים את המידע שאנחנו רוצים להעביר לערוצים בהם נוח ללקוח ללמוד, לקרוא ולקבל את המסרים שלנו.

4. הציגו את התמונה שלכם בכל מקום

המוח שלנו מורכב ובכדי שאנשים יזכרו אתכם המח צריך לקלוט אתכם בדרכים שונות. אנשים בדרך כלל לא זוכרים טוב שמות, אבל זוכרים פרצופים בצורה טובה יותר. אם תשלבו את תמונתכם בחומר הפרסומי יחד עם כלי המיתוג החשובים

האחרים שלכם כמו המסר השיווקי, הסלוגן והלוגו זה יעזור לאנשים לזכור אתכם. יש לא מעט אנשים שמוסיפים את התמונה שלהם לכרטיסי הביקור, בדפי המכתבים שלהם, בחתימת המייל שלהם, וכמובן ברשתות החברתיות.

כאשר אנשים כבר ראו את התמונה שלכם קודם הם יקבלו את התחושה שכבר פגשו אתכם בעבר ויהיה להם יותר קל להתחבר אליכם.

כל זה נכון במיוחד בעסק של אימון בו יש חשיבות רבה למרכיב האישי שזה אנחנו והחיבור החד-חד-ערכי שלנו לעסק.

וחוץ מזה הסתכלו בתמונות האלו שמדגימות את העיקרון בשיטה הזאת:



יוסי דגן



יאיר גלאור



אפי גבע



יוספה דגן

ייתכן שפגשתם אותנו בעבר, אבל אם לא, אולי ראיתם אותנו כבר בדף ההנהלה של www.coachersuccess.co.il, אולי ראיתם אותנו בפתיחה של מדריך זה על הכותבים, ואם לא, אז כאן יש לכם הזדמנות נוספת.

בפעם הבאה שתראו אותנו זה יכול להיות, באתר האינטרנט, בפייסבוק, בספרים אחרים, בקורסים, במפגשי נטוורקינג ועוד. אתם כבר תכירו אותנו ותדעו מי אנחנו וכל מה שנותר הוא שתציגו את עצמכם כדי שגם אנחנו נכיר אתכם.

5. הצטרפו לקבוצת נטוורקינג



יש סוגים שונים של קבוצות נטוורקינג – יש כאלו שנפגשות על בסיס שבועי ולוקחות את עניין הנטוורקינג והעזרה ההדדית לרמה של אומנות ויש כאלו שנפגשות בצורה אקראית והנטוורקינג מתבסס בעיקר על שיחות (מינגלינג) והיכרות בין אישית.

היתרון בקבוצת נטוורקינג מסודרת הוא שחברי הקבוצה מחוייבים להביא לקוחות אחד לשני. בהרבה מקרים זה עובד, אבל יש קבוצות שזה פחות מצליח להן. זה גם לא מתאים לכל אחד. תשאלו את עצמכם, האם אתם מוכנים ורוצים להתחיל לשווק שירותים של מישהו אחר ולו גם בידיעה שזה יגרום לכך שלקוחות יגיעו אליכם.

מי שלוקח על עצמו מחוייבות מלאה לקבוצת הנטוורקינג המסודרת, עובד לפי הכללים ומנצל את כל האפשרויות, ברוב המקרים יוצא נשכר מכך. ומי שלא מרוצה הם כנראה אילו שלא ניצלו את כל האפשרויות או לא נקטו בדרך הנכונה וחבל.

בפגישות נטוורקינג אקראיות אין שום מחוייבות לאף אחד לשווק או להציג מישהו אחר. יחד עם זאת מכיוון שהמשתתפים שם בדרך כלל משתנים ממפגש למפגש אתם יכולים להכיר שם אנשים חדשים, ליצור שיתופי פעולה ואפילו למצוא חברים אמיתיים.

בכל דרך שתבחרו אתם חייבים להבין שנטוורקינג וקשירת קשרים חדשים הם קריטיים להצלחת העסק שלכם.

6. התנדבו לדבר במועדונים קהילתיים, עסקיים וחברתיים

יש הרבה קבוצות שמתארגנות למען מטרות חברתיות, קהילתיות ועסקיות. דוגמאות אתם יכולים למצוא במועדון רוטרי, מועדון ליונס, לשכת המסחר המאגדת עסקים, עמותת יוניסטרים העוסקת בחינוך של בני נוער, ועוד מועדונים רבים וטובים.

הצטרפות לקבוצות כאלו יכולה לתת לכם אפשרות להציג בפני קהל רב את הידע והיכולות שלכם, יחד עם מתן של תרומה לקהילה שזה כרוך בסיפוק רב בפני עצמו.

אתם צריכים להציג משהו שאתם מתחברים אליו, מתלהבים ממנו והוא קשור ישירות לעסק שלכם.

בכל הצגה כזאת וודאו שאתם נותנים כרטיסי ביקור ונותנים מספיק הזדמנויות לאנשים לקחת את פרטי הקשר שלכם.

כדאי לעשות את ההצגות הראשונות בפני קהל אוהד כדי שתוכלו להתנסות, אבל אם זה לא יוצא זה גם לא נורא. כל התנסות תיתן לכם הזדמנות להשתפר.

7. בנו רשימת לקוחות וממליצים

התחילו להכין אוסף של המלצות מאנשים שמעריכים אתכם ומוכנים להמליץ עליכם. הרשימה יכולה להיות מורכבת מחברים, משפחה, לקוחות, שותפים, קולגות ועוד. ההמלצות יכולות לבוא בדרכים הבאות:

1. המלצה בכתב
2. המלצה מוקלטת
3. המלצת וידיאו

כדאי לקבל את ההמלצות ביותר מדרך אחת על מנת שתוכלו לשתף אותן בערוצי השיווק השונים שלכם.

בקשו את רשותם של הממליצים להפנות אליהם לקוחות פוטנציאליים על מנת שיוכלו לדבר איתם ולהתרשם תוך כדי שיחה מהיכולות שלכם.

סווגו את הממליצים לפי תכונות, עיסוק, מצב משפחתי, מצב סוציאלי, גיל וכו' על מנת שתוכלו להפנות את השואלים לממליץ שהוא דומה להם ביותר ושהיה במצבם.

בסופו של דבר המטרה של ההמלצות הינה לתת אמינות למסרים שאתם רוצים להעביר ללקוחות הפוטנציאליים.

8. צרו רשימת מפנים של לקוחות

צרו לכם רשימה של אנשים שמוכנים, עשויים או רוצים להפנות אליכם לקוחות. אלה יכולים להיות בני משפחה, מכרים, שותפים עסקיים ואפילו לקוחות שלכם.

חשוב שהאנשים האלה יהיו מחוברים בדרכים שונות לאנשים אחרים דרך פעילויות אחרות שלהם, דרך מועדונים שונים וכו' כדי לוודא שאכן הם מכירים הרבה אנשים.

צרו איתם מערכת יחסים של נתינה הדדית. אם אתם רוצים לקבל הפניות אתם צריכים קודם כל להראות שאתם דואגים להם ואכפת להם מכם.

צרו איתם קשר והציעו להם מידע שרלבנטי להם, הפנו אליהם לקוחות, צרו איתם שיתופי פעולה. לאחר שהם יראו שאתם קודם כל דואגים להם הם יסכימו גם לדאוג לכם ולהפנות אליכם לקוחות.

כדי שזה יקרה אתם צריכים לפנות אליהם ולבקש. אתם יכולים לפנות אליהם פעם בחודש אבל תזכרו שלא יכול להיות שמטרת השיחה תהיה רק כדי לבקש מהם לקוחות. אתם צריכים באמת להתעניין בהם, במה שעובר עליהם ואיך אתם יכולים לעזור להם. ככל שתיתנו יותר לפני שאתם מבקשים משהו כך בסופו של דבר תקבלו יותר.

תזכרו הסוד כאן הוא ליצור מערכת יחסית הדדית.

9. פרסמו מאמרים

כיתבו מאמרים בנושאים בהם אתם מתמחים. הציעו את המאמרים שלכם לפרסום בעיתונים, בניוזלטרים ובאתרי אינטרנט אחרים.

מאמרים ייצרו את התדמית הנכונה שאתם רוצים להציג ללקוחות שלכם. המאמרים ייתנו לכם מוניטין כמקצוענים בתחום ויוסיפו לכם אמינות.

תיזכרו להוסיף בגוף המאמר את פרטי הקשר שלכם כדי שגם לקוחות וגם שותפים פוטנציאליים יוכלו ליצור איתכם קשר.

אם יש לכם בעיה לכתוב מאמרים גם לזה יש פתרונות.

קודם כל אתם צריכים להבין שככל שתכתבו יותר כך יכולת הכתיבה שלכם תשתפר. תהפכו את הכתיבה להרגל שבועי או אפילו יומי ותראו תוצאות מדהימות. אם זה עדיין לא מספק תמיד אפשר להיעזר בפריילנסרים המתמחים בכתיבה שיעזרו לכם להביע את הרעיונות שלכם בצורה הטובה ביותר, יערכו ויעשו הגהה למאמרים שלכם. אם

תהיו קשובים לשינויים שעושים אותם פרילנסרים במאמרים שלכם זה יוסיף ליכולת שלכם להשתפר בתהליך הכתיבה.

10. חלקו מתנות



יש מגוון רחב של מתנות קטנות שמשמשות לצורך קידום עסקים כגון עטים, פנקסים, מעמדים לכרטיסי ביקור, סלי קניות ועוד. המתנות מאפשרות לכם לתת ללקוח מתנה בעלות נמוכה יחסית שתשאיר את הלקוח מחויב אליכם קצת יותר וגם יאפשר לו לזכור אתכם.

חשוב שהמתנות יתאימו לתדמית שאתם רוצים להעביר. לדוגמה, השתתפנו באירוע וקיבלנו מתנה מבנק. המתנה הייתה בתוך קופסה מעוצבת באופן מרשים ועטופה בניילון איכותי. כאשר פתחנו את הקופסה הייתה בתוכה עט מאד זולה. המשמעות היא שהבנק הקפיד על התדמית שמשדרת האריזה של המתנה אבל חסך כסף במתנה עצמה, והתוצאה הסופית השאירה רושם לא טוב.

אם אין לכם מספיק כסף על מנת לתת את המתנה בערך המתאים, תמצאו מתנה בעלות נמוכה יותר, אבל שיכולה להעביר מסר חשוב.

חשוב שעל המתנה תרשמו את שם העסק שלכם, לוגו, מספר טלפון וכתובת אתר האינטרנט כדי שיוכלו להגיע אליכם.

תנסו להיות יצירתיים ולעשות משהו שונה ובעל ערך מוסף מעבר למתנות שכולם מחלקים, וזה יאפשר לכם לבלוט.

11. התנדבו להנהלות של ארגונים וקהילות

אם תהיו פעילים בקהילות ובארגונים חברתיים ומקצועיים הרלוונטיים לתחום ההתמחות שלכם, תקבלו אפשרות להיחשף לאנשי מפתח מובילים שיכולים להשפיע על הקריירה ועל התפתחות העסק שלכם.

דרך ההתנדבות הזאת תוכלו לקבל הכרה במומחיות שלכם, ותוכלו להיחשף ללקוחות פוטנציאליים.

אתם תופתעו כמה אנשים אוהבים ומעריכים אתכם כאשר אתם מקדישים מזמנכם ומרצכם למען אחרים ללא תמורה. בסופו של יום יתברר לכם שזה היה כדאי מאד גם דרך השגת לקוחות חדשים, שיתופי פעולה ולא פחות חשוב לעצמכם כבני אדם.

12. ארגנו סדנאות והרצאות חינמיות

ארגנו סדנאות, והרצאות חינמיות בארגונים, בקהילות ובמקומות שונים. תוכלו דרך זה לאפשר לאנשים לחוות ולהתנסות בכישורים ובמומחיות שלכם וללמוד עליכם.

אתם יכולים לבחור בתחום בו אתם מתמחים או להרצות בתחומים משיקים. אנחנו יכולים לספר לכם על סוכן ביטוח שמרצה בנושא פיננסים ושוק ההון. בסוף כל הרצאה מגיעים אליו מהקהל אנשים ומבקשים שיהיה סוכן הביטוח שלהם. בכל ההרצאות הוא אינו מזכיר שום דבר הקשור לביטוח מלבד בפתיחה כאשר הוא מציג את עצמו ומציין שזאת ההתמחות שלו.

אתם יכולים לבחור בתחומים הנוגעים למקצוע האימון כגון ניהול זמן, הגדרת חזון, הקמת עסק, הצבת יעדים, גישור, זוגיות ועוד.

החשיפה הזאת תמצב אתכם כמומחים בתחום (כן, גם אם לא בדיוק דיברתם ישירות על התחום שלכם), תאפשר לכם לפגוש לקוחות פוטנציאליים חדשים ולהפוך את חלקם ללקוחות בפועל.

כמו בכל מקום גם כאן אתם צריכים לתת למאזינים אמצעים שיוכלו ליצור איתכם קשר שוב. חלקו כרטיסי ביקור, כיתבו את פרטי הקשר שלכם על השקף הראשון והאחרון במצגת,

חלוקה של טפסי משוב זו דרך נהדרת גם לקבל חוות דעת על ההרצאה שהעברתם וגם לקבל רעיונות להרצאות בהמשך. אם תוסיפו שאלה בטופס המשוב, האם הם רוצים שתיצרו איתם קשר למטרת אימון אישי, זה גם יסמן להם שהם צריכים להתכוון להפוך למתאמנים שלכם וגם ייתן לכם אינדיקציה שהם רוצים אתכם כמתאמנים ועכשיו. תזכרו שבסופו של דבר המטרה כאן היא להשיג לקוחות חדשים.

13. הפיקו ערבי אימון

ערב מפגש של לקוחות ולקוחות פוטנציאליים זה דבר מאד מקובל בעסקים רבים. בואו ניקח את זה גם לתחום האימון.

ארגנו ערב ללקוחות שלכם וללקוחות פוטנציאליים הכולל כיבוד קל אבל אפשר גם לקיים ארוחה במסעדה. שלבו במסגרת הערב חוויה של האימון שלכם שתיתן ערך גם ללקוחות קיימים וגם ללקוחות הפוטנציאליים. השאירו זמן למינגלינג כדי שהאנשים יוכלו לדבר ולהכיר אחד את השני, והם בוודאי גם ידברו על הערך שלכם כמאמנים, מה אתם נתתם להם ומה הם מצפים לקבל מכם בהמשך.

אם זה נשמע לכם כמפחיד והוצאה כספית גדולה, התחילו את זה בסלון הביתי שלכם עם כיבוד קל. תבחנו כמה לקוחות חדשים וכמה תוספת של שעות אימון קיבלתם כתוצאה מהערב (וכמובן שצריך לקחת בחשבון גם שזה משמר לקוחות קיימים) ומתוך זה תוכלו להעריך מה ההוצאה הכספית שאתם יכולים להרשות לעצמכם לממן ערב כזה.

14. הפיקו סרטון היכרות אתכם

סרטון היכרות צריך להיות באיכות גבוהה, ערוך היטב, מצולם ומוקלט באולפן מקצועי. כאשר אנחנו מדברים על סרטון היכרות, אין הכוונה לסרטון תדמית. הכוונה היא על סרטון שיביא אתכם כמו שאתם בצורה של ראיון שמישהו עושה לכם. בסרטון תדמית אפשר לשלב מסרים, קטעי וידיאו שונים שלכם מדברים על נושאים שונים ומעבירים מסרים, המלצות של לקוחות, אנימציות ועוד. הפקת סרטון תדמית היא הרבה יותר יקרה מסרטון היכרות.

בקשו מחבר שיראיין אתכם. החבר צריך להיראות מכובד, להישמע מקצועי ובעל יכולת להעביר את המסר שאתם רוצים שהוא יעביר לקהל היעד שלכם. הכינו לו רשימה של שאלות לפני הראיון ובקשו שייבחן אותם. היו מוכנים עם תשובות מתאימות אבל אל תקריאו את התשובות. הקראה של התשובות תהפוך את הראיון למשהו לא טבעי ולא אמין. התשובות צריכות להינתן במילים שלכם ובקצב של שיחה ולא של הקראה. זה בסדר אם במהלך הראיון תתרגשו, תשתהו על מנת לחפש את המילה הנכונה. מה שחשוב הוא שתצאו אותנטיים ותשדרו מקצוענות. כשאנחנו מדברים על לשדר מקצוענות זה לא אומר



אתנטיים ותשדרו מקצוענות. כשאנחנו מדברים על לשדר מקצוענות זה לא אומר

שאתם צריכים להיות קרייני טלוויזיה. מקצוענות אומר שמי שיאזין לכם יבין שאתם מומחים בתחום האימון וההתמחות שלכם ושאפשר לסמוך עליכם.

תבקשו מעורך וידיאו שיערוך לכם את הסרטון, יוסיף מוזיקה, כתוביות פתיחה וסיום הכוללות את שם עסק האימון שלכם, את שמכם ואת פרטי הקשר.

אתם יכולים להשתמש בסרטון לאתר האינטרנט שלכם, ברשתות המדיה החברתית וגם לשלוח במייל ללקוחות פוטנציאליים.

15. הכינו כרטיסים עם ציטוטים

הכינו כרטיסים בגודל של גלויה או כרטיס ביקור עם ציטוטים נבחרים שאתם אוהבים. ציטוטים זה משהו שאנשים אוהבים, הם ישמחו לקבל וכנראה שישמרו אותם לאורך זמן. על הכרטיסים הוסיפו גם את שמכם ואת פרטי הקשר שלכם.

אפשר לחשוב שזה בעצם כרטיס ביקור, אבל לא. בכרטיס הביקור הדגש הוא אתם כאשר אפשר להשתמש בגב הכרטיס למסרים וציטטות. כאן הכוונה היא שהדגש יהיה על הציטטה ואתם תוזכרו רק כדי לקבל עוד חשיפה ומודעות.

16. יחסי ציבור

האם אתם עושים לעצמכם יחסי ציבור? צרו קשר עם כתבים ועורכים ובקשו מהם שיכתבו עליכם ועל מה שאתם עושים.

החשיפה הזאת יכולה להיות בעיתון מקומי, בעיתון ארצי ואפילו כתבות בטלוויזיה.

יכול להיות שהעורכים יעדיפו מאמר כתוב ואז אתם יכולים להיעזר בכותב מומחה שיכתוב עליכם מאמר תמורת תשלום.

עצם זה שכותבים עליכם בעיתון יבנה את התדמית המקצועית שלכם ומעבר לחשיפה תוכלו לקבל גם יותר הערכה מהקולגות למקצוע.

17. תהפכו למארחי תכניות רדיו

יש בישראל לא מעט ערוצי רדיו אזוריים. כנראה שאם תציעו להם תוכן בעל ערך מבלי שיצטרכו לשלם עליו הם מאד יסמכו. אם תוכלו למצוא בעלי עסקים שגם יהפכו להיות ספונסרים של התכנית מייד תהפכו להיות יותר אטרקטיביים.

חשיפה דרך הרדיו יכולה להיות מאד משמעותית עבורכם ועבור עסק האימון שלכם.

18. התארחו בתכניות אירוח ברדיו ובטלוויזיה

אם תוכלו להגיע להתארח בתכנית אירוח ולדבר על המומחיות שלכם, תקבלו חשיפה נרחבת ומהירה.

כאשר אנחנו התארחנו בתכנית טלוויזיה קיבלנו חשיפה גדולה. שנים לאחר מכן היו ניגשים אלינו אנשים ואומרים לנו שהם ראו אותנו בטלוויזיה. גם היום יחד עם כל האינטרנט והרשתות החברתיות, לטלוויזיה יש עצמה גדולה מאד שכדאי להיעזר בה.

יכול להיות שהדרך להגיע לטלוויזיה תהיה דרך יוזמה של הפקת תכנית בתחום ההתמחות שלכם.

19. הצטרפו לקהילות וקבוצות הנפגשות על בסיס קבוע

הצטרפות לקבוצות שנפגשות באופן קבוע יכולה לתת לכם הזדמנות להציג בפני כל הקבוצה. כך תוכלו לדבר, להתנסות, לתרגל ולפרסם את עצמכם באופן בלתי אמצעי.

דוגמא לקבוצות כאלו תוכלו למצוא בקבוצות התנדבות כדוגמת רוטרי ו-לינס. תוכלו למצוא גם מאגר שלם של קבוצות ואירועים באתר www.meetup.com הכולל קבוצות בתחומים שונים ובאזורי הארץ השונים.

תוכלו להופיע גם בפני קבוצות חברים שלכם במסגרת הפעילות החברתית הרגילה שלכם.

20. תגרמו לכך שיצטטו אתכם בעיתון

כתבים ועורכים שמכינים כתבות מחפשים גם להביא ציטוטים של מומחים הרלוונטיים לכתבה. ציטוט של מומחה נותן לכתבה חותמת של מקצועיות ונותן את הרושם שהכתב עשה עבודת תחקיר רצינית.

מה שאתם צריכים לעשות זה ליצור קשר עם כתבים ולאמר להם שכאשר הם יכתבו מאמר בתחום שלכם, אתם תשמחו לעזור להם ולתת את חוות דעתכם.

תראו להם שאכפת לכם מהם ותמצאו דרכים לשמור על הקשר איתם. שימרו איתם גם על קשר ברשתות החברתיות והגיבו על כתבות ופוסטים שלהם. תראו להם שבתגובות שלכם אתם מוסיפים ערך לקוראים.

כאשר יצטטו אתכם תוכלו להיעזר בזה על מנת להוסיף לסמכות ולאמינות שלכם בקיט השיווק שלכם. יש בכך כדי להעניק לכם ערך מוסף של ממש.

23. בקשו להציג את כרטיסי הביקור שלכם

ישנם עסקים כגון מסעדות ועסקים מקומיים שמאפשרים לשים כרטיסי ביקור וברושורים של עסקים שונים. בקשו מהם להציג גם את כרטיסי הביקור שלכם ורבים יסכימו לכך ובחינם, במיוחד אם אתם לקוחות שלהם.

זאת יכולה להיות דרך נהדרת להיחשף לקהל היעד של העסק הזה.

ראינו גם לא פעם אנשים משאירים ערימות של כרטיסי ביקור לאחר פגישות מרובות משתתפים. באופן מאד מעניין לרוב לא זורקים את כרטיסי הביקור האלה ואתם זוכים לחשיפה נוספת באותו המקום. אנחנו לא ניסינו את זה אף פעם, אבל שווה לנסות.

24. פרסמו בעיתונות המקומית

פרסום בעיתונות המקומית יכול לאפשר לכם דרך להיחשף לקהל יעד גדול ובמחיר יחסית נמוך.



הבעיה היא שבפרסום כזה אין לכם דרך ישירה למדוד את הצלחת הפרסום. בדרך כלל בעיתונות המקומית ההפצה היא להרבה מאד אנשים שבפועל לא קוראים את העיתון, ואפילו גם כשהם כן קוראים, לרוב הם מדפדפים במהירות וייתכן מאד שידלגו על המודעה שלכם.

חובה ליצור דרכים עקיפות על מנת לנתח את הפרסום ולראות שהוא עובד. ניתן לפרסם מספר טלפון מיוחד שיהיה רק בעיתונות הכתובה. ניתן לתת הטבה מיוחדת או אימון חינם למי שמי את המודעה ויש עוד שיטות. אבל גם כאן כמו בכל שיטת פרסום אחרת חובה לוודא שזה עובד וכדאי לכם.

25. בנו את תכנית האירוח הטלוויזיונית שלכם

אנחנו בטוחים שמי שיקרא את ההמלצה הזאת יגיב מייד שזה הזוי לחלוטין שתוכלו להשיג תכנית טלוויזיה משלכם. התשובה היא שהשאלה היא כמה אתם רוצים שזה יקרה, ואם אתם עדיין לא מאמינים אז יש שתי אפשרויות:

1. אתם לא באמת רוצים את זה
2. קחו לכם מאמן שיעזור לכם להגשים את החלומות שלכם.

ואם אתם רוצים ועדיין לא מאמינים שזה אפשרי, כדאי שתחזרו לספסל הלימודים של האימון האישי ותלמדו על כוחם של רצון ושל אמונה.

ועכשיו לתכליתם של דברים. אנחנו מכירים לא מעט מאמנים ויועצים שבחרו בדרך הזאת והשיגו את מטרתם. אתם רואים אותם בערוצי הטלוויזיה השונים ובתחומים שונים.

זאת הדרך למטרה הזאת:

1. נסו להתארח בתכניות אירוח שונות כדי שתוכלו לקבל חשיפה.
2. בנו לכם קונספט לתכנית אירוח והציגו אותה לרשתות השונות. יש לא מעט פונים וכדי להתבלט אתם צריכים לעשות משהו שונה. תמצאו את הייחוד שלכם. הציגו את הקונספט גם במסמך כתוב וגם בסרט וידיאו.
3. צרו את ערוץ הוידאו שלכם באמצעות יוטיוב ובאמצעות פייסבוק לייב ושדרו שם את תכנית האירוח שלכם. הצלחה בערוצי האינטרנט תגדיל את החשיפה והאטרקטיביות שלכם.

26. הפניות מלקוחות

יודעים מה הדרך הטובה ביותר לקבל הפניות מלקוחות? פשוט לבקש. גם אם יש לכם לקוחות מאד מרוצים אתם צריכים להניע אותם לפעולה ולעודד אותם להמליץ עליכם בפני משפחה וחברים ולתת לכם הפניות.

ספרו להם שאתם מרחיבים את שירותי האימון שלכם ותשאלו האם יש מישהו שיוכל להיעזר בכם.

תשאלו אותם: האם אתם מכירים מישהו שיכול ליהנות מאימון כמו שאני נותן/ת?"

תוכלו גם לשאול אותם האם מכירים מישהו שיכול להיעזר באימון חינם לניסיון.

הדרך הזאת היא פשוטה אבל מאד יעילה.

27. פרסמו ניוזלטר בדואר אלקטרוני

רשימת דיוור היא אחד הנכסים היקרים והחשובים ביותר שיש לכם. זה מאפשר לכם להגיע ללקוחות מבלי לשלם עלויות פרסום.

כדי שרשימת הדיוור תהיה טובה אתם צריכים לשלוח למכותבים שלכם ניוזלטר במועדים קבועים (שבועי, דו-שבועי, חודשי). כל ניוזלטר חייב להיות בעל ערך רב לקורא אחרת הקוראים ינטשו אתכם.

דרך הניוזלטר תוכלו לבטא את המקצועיות שלכם, את הייחודיות שלכם ותוכלו לתת ערך רב לקוראים.

כדי שמשלוח ניוזלטר יצליח אתם חייבים לעקוב אחרי אחוזי הפתיחה והקריאה של הניוזלטרים שאתם שולחים ולבחון מה עובד ומה לא.

28. ארוח אירועי התרמה

אירוח של אירועי התרמה זאת דרך נהדרת לתרום למטרות חשובות לכם. כאשר תארוח כאלה אירועים תוכלו לקבל בולטות וחשיפה ואנשים יעריכו אתכם על התרומה שלכם לקהילה. אתם יכולים לארגן תחרויות, מירוצים, הגרלות, סדנאות ועוד.

תוכלו ליזום אירוע בו לעשיה שלכם יש משמעות חשובה. עשיה שיש בה פרסום וגם גיוס משאבים לטובת מטרה חשובה. כך לא רק תעשו טוב אלא תעלו את המודעות לעשייה שלכם.

29. תרמו לאירועי התרמה

יש אירועי התרמה בהם מגרילים פרסים או מבצעים מכירות פומביות.

אתם יכולים להציע את השירותים שלכם ללא תשלום כתרומה, או להציע תרומה כספית. בחלק מהמקרים מפרסמים את שמות התורמים כנותני חסות יחד עם שם העסק והלוגו. כך תוכלו לקבל חשיפה בהקשר חיובי של תרומה לקהילה.

כך גם תתרמו לקהילה וגם תיהנו מחשיפה.

הלקוח שתרום וקיבל את השירות שלכם יוכל להפוך בסופו של דבר גם ללקוח משלם.

30. יחסי ציבור

שילחו הודעות לעיתונות למדיה הכתובה והמשודרת. הודעה לעיתונות היא דרך נהדרת להשיג ראיון בעיתונות, ברדיו ובטלוויזיה.

להודעה לעיתונות יש מבנה מאד מוגדר וכדאי מאד לכתוב על פיו כדי שלמקבלי ההודעה יהיה קל לקרוא אותה ולהשיג את המידע שהם צריכים.

לאחר ששלחתם את ההודעה לעיתונות, התקשרו למכותב וודאו שהוא קיבל את ההודעה והאם יש שאלות שירצו שתענו להם. תאמרו לכתבים ולעורכים שאתם תשמחו לענות להם על שאלות ולהוות עבורם מקור ידע.

זכרו כי הסוד ליחסי ציבור מוצלחים זה לשמור על האיזון בין הנתינה וקבלה. חפשו איך אתם יכולים לעזור לכתבים ולעורכים וזה כבר יחזור אליכם.

31. שילחו עלונים חודשיים מודפסים

כבר כתבנו שאתם צריכים לעשות משהו שונה כדי להתבלט. אנחנו היום בעידן שכולם שולחים הודעות דרך האינטרנט ובמייל.

תשקלו האם לקהל היעד שלכם יהיה עניין לקבל משהו כתוב ומודפס באופן קבוע. גם כאן חשוב מאד שתוכלו לתת ערך גבוה לקוראים.

כך תוכלו להבליט את ניסיונכם ולקדם את התוצאות של עסק האימון.

הבעיה היחידה עם השיטה הזאת היא שיש עלויות עיצוב, הדפסה ומשלוח שהם יחסית גבוהות לשיטות אחרות. יכול להיות שכדאי לכם לעשות זאת פעם או פעמיים בשנה לקראת החגים ולהזכיר ללקוחות שלכם שאתם קיימים.

ראינו גם שמישהו בחר לשלוח לכל הלקוחות שלו ספר מתנה הביתה. לאחר מכן יצר איתם קשר ומכר להם קורס שעליו הרוויח הרבה יותר מעלות הספר. הוא בחר לעשות משהו שונה מכל האחרים בשוק וזה הצליח לו מאד.

אם בכל זאת בחרתם בשיטה זאת אתם צריכים לעקוב האם היא מביאה לכם תוצאות, כלומר לקוחות משלמים, שמצדיקים את ההשקעה הגבוהה.

32. כתבו ספר

כתיבת ספר היא אחת הדרכים הטובות להפגין את הכישורים שלכם ואת המקצועיות. כדי לכתוב ספר לא חייבים לכתוב מאות עמודים. גם עשרות עמודים בעלי ערך הם חשובים ונותנים את האפקט הראוי.

תכתבו על משהו שאתם אוהבים ועל מה שמעניין אתכם.

אתם יכולים לפנות להוצאות ספרים על מנת להפיק את הספר אבל מדובר על הוצאת כסף רבה שבהרבה מקרים תיפול עליכם, יחד עם זה שהתחרות כדי להתקבל בהוצאות הספרים היא רבה.

דרך יותר פשוטה היא לכתוב ספר בפורמט אלקטרוני כדוגמת PDF ולהפיץ אותו דרך האינטרנט. עלויות ההפקה הן נמוכות יותר וגם הפרסום וההפצה הם בעלות נמוכה ביותר ובשליטה שלכם.

אתם יכולים לקחת תשלום עבור הספר ואתם גם יכולים לתת אותו בחינם. השאלה היא מה המטרה. אם המטרה היא להכניס כסף ממכירת הכסף גבו תשלום בעבורו. אם המטרה היא שלקוחות פוטנציאליים ישמעו עליכם תנו אותו בחינם ואת ההכנסה תקבלו דרך הלקוחות שיגיעו אליכם.

הספר חייב לכלול את פרטי הקשר שלכם ואת אתר האינטרנט כדי שלקוחות יוכלו להגיע אליכם בהמשך.

ברגע שהספר שלכם יצליח והרבה ישמעו עליו, גם הוצאות הספרים ירצו לקחת בזה חלק והם כבר תגענה אליכם.

33. השתתפו בכנסים

השתתפות בכנסים היא דרך נהדרת להכיר ולהיחשף להרבה אנשים. בכנסים תוכלו לפגוש חברים למקצוע איתם תוכלו לבנות שיתופי פעולה ותוכלו גם לפגוש לקוחות פוטנציאליים מתחומים שונים. חפשו כנסים בעלי זיקה ישירה או אפילו עקיפה לתחום האימון שלכם.

זמן הכנס הוא קצר ואתם חייבים להיות ממוקדים במטרה שלכם. הרעיון בכנסים הוא ליצור היכרות וקשר ראשוני, להחליף כרטיסי ביקור ולאחר מכן לתאם פגישה או שיחת טלפון שבה תוכלו להרחיב על אפשרויות שיתוף הפעולה או להציע את השירותים שלכם.

34. הופיעו בכנסים

כבר דנו בסעיף קודם על חשיבות ההשתתפות בכנסים.

אם אתם יכולים גם להגיע להזדמנות שתדברו במסגרת הכנס, תרצו או תשתתפו בפאנל דוברים, זה יעצים את האפקט של הכנס לאין שיעור.

הופעה בכנסים תיתן לכם הזדמנות לשתף את הידע והניסיון שלכם במגוון תחומים. יש כנסים שיסכימו לשלם לכם עבור ההרצאה ואחרים יבקשו שתופיעו בחינם.

אם המקצוע שלכם הוא לא "מרצה בכנסים" מה שחשוב לכם זה לקבל חשיפה לקהל לקוחות פוטנציאלי, ולכן נצלו כל הזדמנות להופיע גם אם זה בחינם.

הופעה בכנס תיתן לכם את הגושפנקא למקצועיות שלכם והרבה מהקהל יעריכו את זה מאד.

תופתעו כמה מהאנשים מהקהל יבואו לדבר איתכם אחרי ההרצאה, ללמוד עוד מהניסיון והידע שלכם, להציע לכם שיתופי פעולה וגם ירצו להפוך ללקוחות שלכם. תביאו איתכם כמות מספקת של כרטיסי ביקור ועלונים לחלק למתעניינים.

35. התנדבו כמסייעים לסדנאות של עמיתים

גם אם ההצעה הזאת נראית לכם מוזרה, מאד מומלץ לבחון אותה ברצינות. כאשר אתם מתנדבים כמסייעים אתם בעצם נחשפים למה שקורה מאחורי הקלעים. אתם רואים גם את העשייה של העמית שלכם וגם את התגובות והתהליכים שעוברים המשתתפים. אתם תלמדו מכך שתחשפו שוב לידע ולסדנא של עמית מבלי לשלם על ההשתתפות. אבל יותר חשוב מכך אתם תחשפו ללקוחות פוטנציאליים שרוצים ליישם את הידע שלמדו באופן מעשי. אתם תוכלו להיות אלו שמביאים אותם לשלב הבא. באופן מפתיע (או שלא מפתיע) כאשר העמית מציג אתכם כסייעים שלו זה ממצב אתכם כמומחים ומביא את קהל הלקוחות להכיר בכם כמקצוענים. אנחנו מכירים לא מעט מאמנים שבחרו בדרך הזאת. הם גם צברו ידע וניסיון וגם הרוויחו לא מעט לקוחות חדשים שהכירו במהלך הסדנאות בהן התנדבו. נשאלת גם השאלה למה בכלל עמיתים ירצו להביא לתוך הסדנא מישהו שייקח להם לקוחות. התשובה היא Win-Win. הם מקבלים סיוע מקצועי ללא תשלום ובכך נותנים ערך רב יותר למשתתפים בסדנא. אתם מקבלים גם ידע וגם לקוחות ולכן אתם חייבים להם ותמליצו על הסדנא שלהם. כולם מרוויחים מכך.

36. שיתופי פעולה מבוססי הפניות

אתרו שיתופי פעולה שיכולים להיות הדדיים – אתם תפנו אליהם לקוחות והם יפנו לקוחות אליכם. זה יכול להיות הפניות מתחומים משלימים, כגון הפניות מיועצי מס, רואי חשבון ועורכי דין.

זה יכול להיות גם הפניות ממאמנים מתחרים. יכול להיות לקוח פוטנציאלי שאתם חושבים שמאמן אחר יכול לתת לו אימון יותר טוב ויותר ממוקד בבעיה הספציפית שלו.

אתם תפנו אליו את הלקוח והוא יפנה אליכם לקוחות אחרים. ומה קורה אם זה הופך לחד כיווני ואתם לא מקבלים הפניות ללקוחות? הולכים לחפש שיתוף פעולה אחר במקום.

אבל אם זה מצליח זה יכול להיות מקור לבנית עסק לטווח ארוך.

37. העבירו הרצאות במסעדות וברים

זהו טרנד חדש שהולך ומתפתח בישראל. מסעדות וברים נותנים מקום למרצים שרוצים להרצות בתחום מומחיותם. הם נותנים מקום ומפרסמים. גם אתם עוזרים להם לפרסם ולהביא את החברים, המכרים והלקוחות שלכם. המסעדות והברים ירוויחו מתוך השתייה והאוכל שהם ימכרו יחד עם חשיפה נוספת לקהל יעד איכותי.

אתם יכולים לדבר על דברים הקרובים לנושא של הבר והמסעדה וזה יכול לחבר את הנושא יותר טוב למקום האירוע.

יש מסעדות שמחוברות לחנויות ספרים. חיבור כזה יכול להביא אתכם לדבר על ספרים הנמכרים בחנות ולהביא למכירות נוספות.

אתם תקבלו גם חשיפה וגם הכרה.

38. הצטרפו ללשכת המסחר המקומית

הצטרפות ללשכת המסחר המקומית יכולה לסייע לכם לקבל חשיפה ולהשיג לקוחות חדשים. אבל אל תצפו שזה יקרה רק מעצם הרישום ללשכה. שום דבר לא יקרה מעצמו.

אתם צריכים ליזום ולהיות פעילים על מנת להשיג תועלת מהחברות בלשכה. תהיו מעורבים בפעילות ותפגינו נוכחות. תגיעו למפגשים ואירועים ותציעו שגם אתם תעבירו שם הרצאות.

דרך הלשכה תכירו גם שותפים עסקיים שישמחו להעביר לכם הפניות ולהמליץ עליכם.

לכל לשכת מסחר יש ניוזלטר שלה ואתר אינטרנט. תציעו לכתוב מאמרים שיועילו לחברי הלשכה וכך תקבלו חשיפה נוספת.

והכי חשוב שתדעו שאם לא תעשו כלום לא יקרה כלום.

39. השתתפו בסדנאות וקורסים

השתתפו בקורסים המפתחים את היכולות האישיות שלכם ותורמים להתפתחות האישית שלכם.

בקורסים האלה משתתפים אנשים כמוכם המחפשים התפתחות והעצמה אישית. האנשים האלה הם קהל יעד נהדר לאימון אישי שאתם תתנו להם.

מניסיוננו זה עובד. הלכנו לקורסים שעלו מחיר רב והחזרנו את ההשקעה שלנו דרך משתתפים בקורס שהפכו ללקוחות שלנו וזאת עוד לפני שהסתיים הקורס.

40. הקימו אתר אינטרנט למכירת שירותי האימון שלכם

אתר אינטרנט הוא חיוני ליצירת התדמית המקצועית שלכם. אתם חייבים לקחת בחשבון שאתר האינטרנט כשלעצמו הוא רק כלי אחד מתוך מגוון הכלים והאסטרטגיה השיווקית שלכם. לקוחות שיחפשו ללמוד עליכם יחפשו אתר אינטרנט ואם אין לכם אתר הם יחשבו שאתם לא מספיק רציניים.

באתר האינטרנט הלקוחות יוכלו ללמוד עליכם, על ההתמחות שלכם, הניסיון, לקרוא המלצות ולקרוא חומר רלבנטי למתאמנים אצלכם.

דרך האתר תוכלו לקבל גם פניות לקבלת שירותי אימון.

אתם יכולים להוסיף לאתר כלים אימוניים שתתנו לקוראים. חלק מהכלים יכולים להיות בחינם כדרך לקבל הכרה וחשיפה וחלק יכולים להיות בתשלום. אתם יכולים ליצור גם כלים למתאמנים שלכם שישלימו את האימון שאתם נותנים להם בכלים נוספים שמיועדים רק ללקוחות משלמים.

כאשר אתם נותנים כלים חינמיים למבקרים באתר צרו דרכים על מנת שיחזרו לבקר באתר שוב ושוב על מנת לקבל מידע וכלים נוספים.

חשוב שתזכרו שזה שיש אתר אינטרנט אין משמעו שהלקוחות מתחילים לזרום דרכו. כדי שיגיעו ללקוחות אתם צריכים להביא אותם לאתר האינטרנט דרך הפצת פוסטים בפייסבוק, בטוויטר ובמקומות נוספים וגם על ידי פרסום בתשלום. בנוסף צרו לכם הרגל להוסיף את כתובת אתר האינטרנט שלכם לכל חומר שיווקי שלכם כגון עלונים, כרטיסי ביקור, גלויות בחתימה של הדואר האלקטרוני שלכם, אפילו במענה הקולי שלכם, בסטטוס של הוואטסאפ שלכם ועוד.

41. שילחו גלויות

באחד הרעיונות הקודמים דיברנו על משלוח של עלונים בדואר ללקוחות. עיצוב, הפקה והפצה של עלון זה דבר יחסית יקר.

לעומת זאת משלוח גלויה הינו דבר יחסית זול.

גלויה תאפשר לכם להיות בקשר עם לקוחות ולעשות זאת בדרך שונה מכל האחרים ששולחים מסרים במיילים. אתם יכולים לשלוח גלויות עם ציטטות ועם ערך שהלקוחות שלכם יאהבו. חלק מהם גם ישמחו לתלות את הגלויות עם המסרים המעצימים על המקרר או על לוח המודעות וכך גם תקבלו חשיפה לאורך זמן.

תוכלו להשתמש בגלויה גם כדי לתת אותה לאנשים ככלי פרסומי.

אנחנו יכולים להגיד לכם שמניסיוננו בכל פעם שרצינו להביא לקוחות חדשים, שלחנו מכתב לכל הלקוחות עם טיפים והצעות. כל משלוח כזה של מכתבים הביא אחריו גל של לקוחות והפניות.

42. צרו קבוצות מאסטרמינד

צרו קבוצה קטנה בין חמישה לעשרה חברים או עמיתים למקצוע והיפגשו על בסיס קבוע. קבוצה פתוחה שתיבנה היטב עם אמון הדדי תאפשר לכל אחד לשף במטרות, תכניות, חלומות, כיווני חשיבה וכלים מקצועיים מהם תפיקו תועלת רבה. קבוצה טובה תיתן ערך לכל אחד מחברי הקבוצה ויכול להיות שאפילו תיצרו ביחד כלים והזדמנויות חדשות לכל חברי הקבוצה.

תוכלו לדבר על דרכים לשווק את עסק האימון שלכם.

כמו בכל אימון גם קבוצת המאסטרמינד יכולה להיות הגורם שאתם מחויבים כלפיו.

קבוצת מאסטרמינד יכולה להניף את העסק שלך אבל באותה מידה יכולה להרוס אותו. אם אתם מרגישים שהקבוצה הפכה להיות מקום שבו מתלוננים על כל העולם וכמה קשה להתפרנס, תודו לאנשים ותעזבו את הקבוצה. אתם צריכים את האנשים שיעזרו לכם להגשים את המטרות שלכם ולא את אלה שיסבירו לכם כמה הכל קשה.

43. הכינו כלי שיווק מגוונים שתוכלו לתת



הכינו כלי שיווק שונים שתוכלו לתת ללקוחות פוטנציאליים על מנת שיזכרו אתכם ועל מנת שתקבלו חשיפה.

הכלים יכולים לכלול המלצות של מתאמנים ומכתבי תודה אבל גם יכולים לכלול מתנות קטנות וסמליות הכוללות לדוגמא תרגילים שמייצגים את האימון שלכם. אתם יכולים לתת פאזלים, משחקי הרכבה ועוד שיתנו ערך ללקוח.

אתם יכולים לתת ללקוחות גם כלים מעולים, מידע ורעיונות שיוכלו לשתף עם החברים שלהם. אם עזרתם להם מאד יכול להיות שהם ישמחו לשתף עם חברים שלהם שגם הם יוכלו להיעזר בכם.

44. שימרו על קשר עם מתאמנים מהעבר

מתאמנים אותם אימנתם בעבר הם אנשים שמכירים אתכם ומעריכים אתכם. שימרו איתם על קשר מתוכנן ועקבי ותוכלו לזכות בהערכה מתמשכת.

המתאמנים האלה הם אנשים שחיים את החיים וחווים עליות, מורדות ואתגרים כמו כל אחד אחר. אם תשמרו איתם על קשר ייתכן מאד שהם ירצו לקבל מכם אימון נוסף על מנת לקבל תובנות, חזקות והעצמה בדרך שלהם, במיוחד עם הם הגיעו לשלב חדש בחיים שלהם.

הקשר עם המתאמנים מהעבר יכול גם ליצור עבורכם הפניות ללקוחות חדשים.

מה שאתם צריכים לעשות זה להחליט ליצור בכל שבוע קשר ל – 3-5 מתאמנים מהעבר. תראו בהם עניין אמיתי ומה הם עושים עכשיו. שתפו אותם בהתפתחויות בעסק האימון שלכם ובקשו מהם עצה.

הקפידו ליצור קשר עם מתאמנים מהעבר כל חודשיים עד שלושה חודשים והיפכו את זה להרגל שלכם.

45. הצטרפו לאחד מארגוני המאמנים

בישראל אין חובה למאמנים להירשם לארגון מאמנים. קיימים שני ארגוני מאמנים: לשכת המאמנים בישראל ו- איק"א. אם אתם יועצים עסקיים יש עבורכם את לשכת היועצים העסקיים בישראל.

הארגונים האלו הם ארגונים מקצועיים שהוקמו על ידי מומחים בתחום אשר התנסו באימון ובהכשרה של מאמנים. בארגונים האלה תוכלו למצוא הרבה מידע גם על תחום האימון והייעוץ וגם על בניית העסק שלכם. תוכלו ללמוד דרכם מיומנויות וטכניקות מקצועיות מתקדמות יחד עם ניסיון של הארגונים האלה ליצור תו תקן למאמנים על מנת לקדם את מקצוע המאמן.

הארגונים האלה אינם ארגונים יציגים כמשמעותם המשפטית, אבל הם יכולים לתת לכם ערך רב על ידי מתן הכרה ומעמד מקצועיים.

לארגונים האלה יש גם רשימות של חברים שיכולים לתת לכם חשיפה נוספת ללקוחות פוטנציאליים.

כמו בכל הארגונים האחרים שהזכרנו במדריך זה גם כאן אתם חייבים להיות אקטיביים על מנת להפיק את התועלת המירבית מהחברות בארגון.

46. הצטרפו לארגון מאמנים בינלאומי

הצטרפות לארגון מאמנים בינלאומי יכולה לתת לכם חשיפה והכרה כמומחים בינלאומיים בתחומכם.

דרך הארגון הבינלאומי תוכלו ללמוד ולהכיר שיטות עבודה חדשניות של מאמנים מומחים ברחבי העולם, ותוכלו להכיר כלים מתקדמים.

גם לארגונים בינלאומיים יש רשימה של חברים שם תוכלו לקבל חשיפה נוספת וגם ליהנות מההכרה כחברים בארגון בינלאומי.

47. הכינו תכנית שיווק

תכנית שיווק תהיה עבורכם כלי שיעשה סדר בפעילות השיווק שלכם ויאפשר לכם לתכנן את הפעילות השיווקית.

בתוך תכנית השיווק תכללו את קהל היעד שלכם ואיך אתם מתכננים להגיע לקהל היעד. הגדירו את המשאבים שאתם צריכים על מנת להגיע לקהל היעד ותכללו גם

עלויות כספיות, גם את הזמן הנדרש מכם, גם כלים ומשאבים שאתם צריכים ואפילו את האנרגיה הנדרשת מכם על מנת להפעיל את התכנית.

הציבו יעדים ולוחות זמנים כך שתוכלו לעקוב אחרי הביצוע והתוצאות וזה יאפשר לכם בהמשך להשתפר ולראות מה עובד עבורכם ומה לא.

קבלו מחויבות מלאה להצלחת התכנית הזאת ואם צריך קחו גם מאמן שתהיו מחויבים כלפיו.

48. תלמדו מהמצליחים

בחרו כמה מאמנים מצליחים שאתם רוצים להיות כמוהם. עיקבו אחרי הפעילות שלכם ואחרי פעולות השיווק שהם מבצעים. תראו מה מצליח להם ומה הם עושים בדיוק.

תבחנו מה בדרך העובד שלהם יכול להתאים לכם ותעשו אותו דבר.

כמובן כאשר אתם עושים משהו בדומה למישהו אחר, אתם חייבים למצוא את הייחודיות וההתמחות שלכם.

49. תנו דוגמה אישית לחיים מאוזנים



חיו חיים מלאים, שלמים ובעלי ערך רב. כך תעבירו מסר ותהוו דוגמה אישית לכל מי שמתבונן בכם ומחפש לשפר את חייו.

הקיפו את עצמכם באנשים שמחים, טובים ומלהיבים שיעשו את החיים שלכם טובים ומעניינים. הרחיקו מעצמכם כל גורם שלילי שיעביר ביקורת שלילית על העשייה שלכם ועל החיים שלכם.

הדוגמה שיכולה להמחיש לכם את זה במדויק היא האם תיקחו אימון להורדת משקל אצל מישהו שסובל מעודף משקל? גם אתם וגם אנחנו יודעים יפה מאד שגם מאמן שסובל מעודף משקל יכול להיות מאמן מאד מוצלח להורדת משקל. השאלה היא איך הלקוחות שלנו יראו את זה. האם הם יבינו שאין קשר בין היכולת לעזור למישהו לעבור

תהליכים לבין היכולת לעשות על עצמך את אותם תהליכים? אנחנו עוסקים כאן בשיווק והמסקנה היא שהם לא יבינו שאין קשר.

לקוחות פוטנציאליים שרוצים לעבור אצלכם אימון יסתכלו גם עליכם ואיך אתם חיים את החיים שלכם.

תבחנו איך אתם יכולים לשפר את החיים שלכם בתחומי הזוגיות, המשפחה, הכספים, הכושר הגופני, היושרה, ההתנהלות העסקית שלכם ועוד.

50. צרו מוצרים המורכבים משיתופי פעולה

אחד העקרונות להצלחה בשיווק היא יצירה של מוצרים ייחודיים לכם. דרך מאד מיוחדת ליצירה של מוצרים היא על ידי שיתופי פעולה עם מאמנים וגורמים מתחומים שונים, ליצירה של משהו שאף אחד אחר לא יכול להביא לשוק.

לדוגמא אתם יכולים להציע:

- אימון לחיים משולב עם אימון להורדת משקל ואימון כושר גופני
- אימון לחיים משולב עם הפסקת עישון
- אימון לחיים משולב עם ייעוץ עסקי
- אימון לזוגיות משולב עם אימון להתנהלות עם כספים

אלה מספר דוגמאות איך אתם יכולים ליצור משהו ייחודי וגם הלקוח מקבל ערך מוסף גבוה מאד.

בשיתוף פעולה כזה אתם חולקים את הוצאות השיווק ובהתאם גם נהנים מהצלחת המוצר המשותף.

51. צרו פאנטון ומענה קולי

כאשר מישהו מתקשר אליכם הוא שומע בדרך כלל את צלצול הטלפון. אפשר להחליף את הצלצול הזה במסר משולב במוזיקה. בדומה כאשר מישהו מגיע למענה הקולי שלכם הוא יכול לשמוע מסר שיווקי במקום את ההודעה הסטנדרטית להשאר הודעה.

אתם יכולים לנצל את השניות האלו על מנת להעביר מסרים על האימון שלכם, מה מיוחד במה שאתם עושים ולמה כדאי להתאמן אצלכם.

תופתעו מהיכולת של המסרים האלה להביא לכם לקוחות לא צפויים כמו ספקים שונים, הורים לחברים של הילדים שלכם ועוד.

52. בקשו מאנשים להיות לקוחות

הדרך הפשוטה והישירה היא לבקש מהם שהם יהיו לקוחות שלכם. כדי שהשיטה הזאת תעבוד אתם חייבים להיות ישרים ואמיתיים בכל מילה שאתם אומרים, אחרת המסר לא יעבור ואפילו תקבלו תגובות לא נעימות.

אם הכרתם אותם, אתם מבינים מה המטרות שלהם ואתם באמת חושבים שאתם יכולים לעזור להם, בקשו מהם להפוך ללקוח. אימרו להם כמה אתם חושבים שהם מעניינים/מדהימים/מסקרנים ושאתם מאד מתלהבים/נרגשים/מצפים להיות המאמנים האישיים שלהם. תאמרו להם שלא תסכימו לקבל "לא" כתשובה ואתם מוכנים לעשות הכל על מנת להפוך למאמנים שלהם.

השתמשו בשיטה זאת רק אם באמת אתם מרגישים כך ותיעזרו במילים האוטנטיות שלכם.

53. הציעו דברים בחינם

אנשים אוהבים לקבל דברים בחינם במיוחד כאשר הם מקבלים מזה ערך.

כאשר תציעו דברים בחינם לאנשים המבקרים באתר האינטרנט שלכם תוכלו לקבל מהם את כתובת המייל שלהם ולהציע להם להצטרף לרשימת התפוצה שלכם. כך תוכלו לשמור איתם על קשר שוטף ולפתח מערכת יחסים שבסופו של דבר יכולה להביא לזה שהם יהפכו להיות לקוחות שלכם.

אתם יכולים להציע בחינם דברים בעלי ערך כגון:

- ספרים
- מדריכים
- דוחות מיוחדים
- קורס שיישלח במייל
- קורס בווידיאו

הקפידו לתת ערך כי רק ידעו באמת מה יש לכם להציע.

54. גלו עניין באנשים ובצרכים שלהם

העיקרון הזה הוא עיקרון חשוב לחיים בכלל ולא רק כשיטה לשיווק עסק האימון שלכם.

יש דבר אחד שהוא חשוב מאד לאנשים ואצל הרבה מאד אנשים הוא הדבר הכי חשוב בעולם – הם עצמם. אנשים אוהבים לדבר, לספר, לשתף על עצמם וכמובן לקבל מחמאות.

היכולת שלכם לגלות איכפתיות, אמפטיה, הקשבה והכלה של אחרים תיתן ערך רב לאנשים ותהפוך אתכם לאנשים אטרקטיביים. היכולת הזאת היא כלי עיקרי באינטראקציה בין אישית ואתם צריכים לתרגל את היכולת להיות שם עבור אנשים אחרים.

תרגלו את היכולת שלכם ליצור דיאלוג גם עם אנשים שאתם לא מכירים. עשו זאת בטבעיות וברצינות וגלו עניין אמיתי באדם איתו אתם מדברים. הדיאלוגים האלו יכולים להביא לכם לקוחות והפניות. תהפכו אותם לכלי שיווקי חזק ותרגלו אותם בכל הזדמנות, במפגשים, כנסים, שמחות, בסופרמרקט ואפילו במעלית.

55. תלמדו, תלמדו, תלמדו

כמאמנים זה די ברור שאנחנו צריכים ללמוד ולהתחדש בשיטות אימון ובכלים חדשניים. אבל בעסק של אימון, המקצועיות באימון היא רק קצה הקרחון של הידע שאנחנו צריכים לדעת.

על מנת להצליח בעסק של אימון צריך גם לדעת איך לעשות עסק ובשביל זה צריך גם לצבור ידע בין היתר בתחומים הבאים:

- מיתוג העסק
- שיווק
- מכירות
- כספים
- התמודדות עם קשיים
- ניהול לקוחות

סיכום

זכרו- ככל ש"תהיו שם" בכל מקום, עם תוכן שיווקי מקצועי שידבר לאנשים, ללא קבלת תמורה, ככל שתופיעו בתחום התמחות ייחודי, שונה ומבודל בכל דרך, כך תגבר המודעות ליכולותיכם וכך יגברו המכירות.

להיות מאמן ומאמן לחיים היא אחת הקריירות המספקות ביותר שיכולות להיות לאדם.

לעיתים נדירות תראו תוצאות מיידיות כאשר אתם עוזרים למישהו בחיים שלו ועוד יותר נדירה היא היכולת להרוויח כסף בזמן שאתם עוזרים להרבה אנשים.

יש לכם את ההזדמנות של החיים שלכם

שיהיה בהצלחה

מכל צוות קואצ'ר סאקסס

[רוצים ללמוד איך לבנות עסק מצליח של אימון לחצו כאן](#)

