

למפגש יצאנו, עסקים מצאנו

מי קנתה ממי... מי מכרה
למי... קבלות שאיתן כן
הולכים למכולת...

- ויקי מוצפי (ויקי צילום אומנותי) צילמה את מירב נדיר צילומי היריון מקסימים
- ריקי שאדי סילברה (עיצוב אקססורזי נעמים) הצטלמה צילומי תדמית אצל ויקי מוצפי
- עינת שרגא שוקר (עטוף בקסם) בונה אתר חדש עם נאוה טור (טורנט פתרונות אינטרנט מתקדמים)
- פטריסיה בורנסקי (לה פרופסורה) קנתה סליים ביתים טעימים אצל הבעל של מיה מזלזרים (אוכל ביתי מהמטבח של דני)
- עינת עופר (אימון אישי ועסקי, סדנאות הקשבה), ליאור גורדון (גורדון הנדסת חוויות ומיתוג) וקלייר מרון (מוזה לי) רכשו יצירות יפפיות של נומי מלול אוהד (ציירת וקולאז'ים)
- אלינה מלול זרד (מעצבת גרפית) ועו"ד שירה נחומוביץ התחדשו בעליוניות נעימות וצבעוניות של ריקי שאדי סילברה ■



בגיליון זה

עמ' 1 עסק אחד בחודש

למפגש יצאנו, עסקים מצאנו

עמ' 2 הצגתי את העסק שלי במפגש ו...

קצת טוב על הלב

ברוכות הבאות לביס

הכירו את "ביס", הניוזלטר החודשי של מועדון נשים בעסקים כפר סבא. מקום לסיכומי מפגשים, טיפים, תגובות ודיווחים על תוצאות.

מה פתאום ביס?

כי אנחנו כבר יודעות שהדרך היחידה לאכול פיל היא ביס אחרי ביס, בקצב ובסגנון שלנו. וככה גם במפגשים ובעסקים שלנו – ביס אחרי ביס, בהתמדה ומתוך מחויבות לעצמנו ולהצלחה שלנו. וכל ביס חשוב וכל ביס הוא הצלחה בפני עצמה. ובעניין הצלחה, הרשו לי להזכיר כי כאשר אנחנו פועלות בהתאם לרחשי הלב ומקשיבות לתחושת הבטן, כשאנחנו שלמות עם הדרך שבה אנחנו עובדות, ההצלחה תפתיע ותופיע.

וכדי שהדרך תהיה יעילה יותר, ליאור גורדון נותנת לנו כמה טיפים חשובים לגבי החוויה שנעניק ללקוחות שלנו במסגרת הפינה "עסק אחד בחודש". ריקי שאדי סילברה משתפת במה שעבר על העסק שלה מאז שהציגה אותו בפני המועדון שלנו. בפינת התגובות דברים ששלחה לנו אלינה זרד מלול. ואחרון חביב, מדור "למפגש יצאנו עסקים מצאנו" בו דיווח חודשי על העסקים שמתקדמים וקורים להם בין הנשים.

תגובות, שאלות והערות תתקבלנה בשמחה.
כתבו אלינו לכתובת einat@einatoffer.com
או mloya@michaldesign.co.il



עסק אחד בחודש

גורדון הנדסת חוויות ומיתוג הינו עסק משפחתי שהוקם ומנהל על ידי ליאור ורובי גורדון, ומספק ליווי אישי ומקצועי לעסקים וארגונים. אנו עוסקים בפרויקטים מגוונים, שהמשותף להם הוא החוויה האנושית. כל תהליך שאנו מעורבים בו - בין אם מדובר בתקשורת שיווקית, מיתוג או ייעוץ ארגוני - מתחיל ומסתיים באדם, בקשר בין בני אדם, ובפיתוח ועיצוב של חוויות. מחקרים מראים (ואנחנו יודעים זאת מחיינו) שפרסום מ"פה לאוזן" הוא הפרסום האפקטיבי ביותר. הסיפור שיספרו לנו מכרים שלנו על חווית הקנייה שלהם הוא הפרסום עליו נסמוך (יותר מפרסומות במדיה).

איך יוצרים חוויה?

- חוויה מתחילה מהדברים הקטנים: ריח, סידור המקום, שיחת הטלפון הראשונית ועד לדברים גדולים יותר, כמו למשל רחיצת מכוניות בזמן שהלקוח עושה קניות
- הדבר הראשון שכל אחת צריכה לעשות הוא לחשוב מה הייחוד של העסק שלה, ובמקביל מה חסר אצל המתחרים (לא ברמת המוצר אלא ברמת החוויה). ניתן ללכת למתחרים ולאחר מכן לשבת ולחשוב מה הפריע לי בחוויה שעברתי שם
- אפשר ליצור קבוצת מיקוד קטנה של מכרים ולבדוק איתם מה חסר להם בתחום אותו משרת העסק
- לאחר שהתמקדנו ברעיון או שניים לא צריך רק לשווק אותו ללקוח (זהו השלב האחרון). יש להטמיע את החוויה בתוך העסק ברמת העובדים והנהלה (אם הלכנו למשל על המקום הכי נקי, גם משרדי החברה צריכים להיות נקיים) ■



הצגתי את העסק שלי במפגש ו...

ריקי שאדי סילברה, עיצוב אקססוריז נעמים

קצת טוב על הלב

"היה לי מדהים אתמול
במפגש!... הרגשתי מעודדת
וש'השמיים הם הגבול",
כמה שזה נשמע קלישאה...
הכל אפשרי... אני מודה
לכולן על העידוד, על
החיזוקים שקיבלתי וכמובן
על הרעיונות הטובים.
ותודה מיוחדת לעינת ומיכל
שעשו עבודה מדהימה."

אלינה מלול זרד
מעצבת גרפית



קיבלתי המון עצות בקבוצה – להכין פלייר, להעלות סרטון וידאו קצר, השתתפות בתוכניות בוקר בטלוויזיה, לכתוב ולפרסם באתרי אופנה וסטיילינג, ועוד... מתוכן בחרתי ליישם באופן מיידי את הדבר הבסיסי שרציתי לעשות כבר מזמן, אבל לא עשיתי.

הבנתי בעצמי, והדיון בקבוצה אכן אישר לי שיש קושי להבין את אחד העיצובים המיוחדים והמובילים שלי – "עליונית פטנט". החלטתי לייצר "סימניית דרך" שבה אציג את אופציות הליבישה השונות של עליונית/חולצה/צעיף/שכמיה. עד למפגש בקבוצה התמהמהתי וחשבתי כי הפקת "סימנייה" כזו היא עניין מסובך. למצוא דוגמנית, אולפן צילומים, מאפרת וכו'...

הבנות בקבוצה שכנעו אותי שאני צריכה להופיע על הסימנייה ולא דוגמנית, מה שפישט את עניין הצילומים. דיברתי עם ויקי, צלמת הבית שלנו, שהייתה כל כך מקצועית... היא כיוונה אותי ויעצה לי להגיע מוכנה לצילומים, שזה אומר להתאפר, ורצוי אצל מאפרת, לעצב שיער, להביא האביזרים החשובים לי, ותוך יומיים התייצבתי בסטודיו לצילומים, שהם כשלעצמם היו כייפיים מאוד. ונשארה לי מזכרת יפה מעבר לצורך השיווקי. כשהיו לי הצילומים, הכנתי סימנייה צבעונית ומסבירה פנים ללקוחות החוששים שלא יזכרו את כל אופציות העיטוף השונות, ולא לה שרצו לקנות מתנה וחששו שמי שתקבל לא תדע להשתמש.

הסימנייה עזרה לי מאוד בשיווק, אני מסבירה פחות כשאני מוכרת בדוכנים, והסימנייה מדברת במקומי.

עכשיו, באמצעות הצילומים, הכנתי כבר גם שלטי שיווק. הדוכן והמוצרים שלי ברורים יותר, ומושכים יותר תשומת לב. כמובן שגם עדכנתי את דף הפייסבוק שלי בתמונות של הדגמים השונים כך שהוא הפך שיווקי יותר.

השורה התחתונה: הסתובבתי הרבה זמן עם חלקי רעיונות ומחשבות לגבי "מה אני צריכה לעשות". המפגש בקבוצה (והצורך לדווח במפגש הבא מה עשיתי וכיצד התקדמתי) דחפו אותי לעבור משלב המחשבות לשלב הביצוע. ■