

שיזוק בזמן קורונה עידן הנורמלי החדש

על מה נדבר היום?

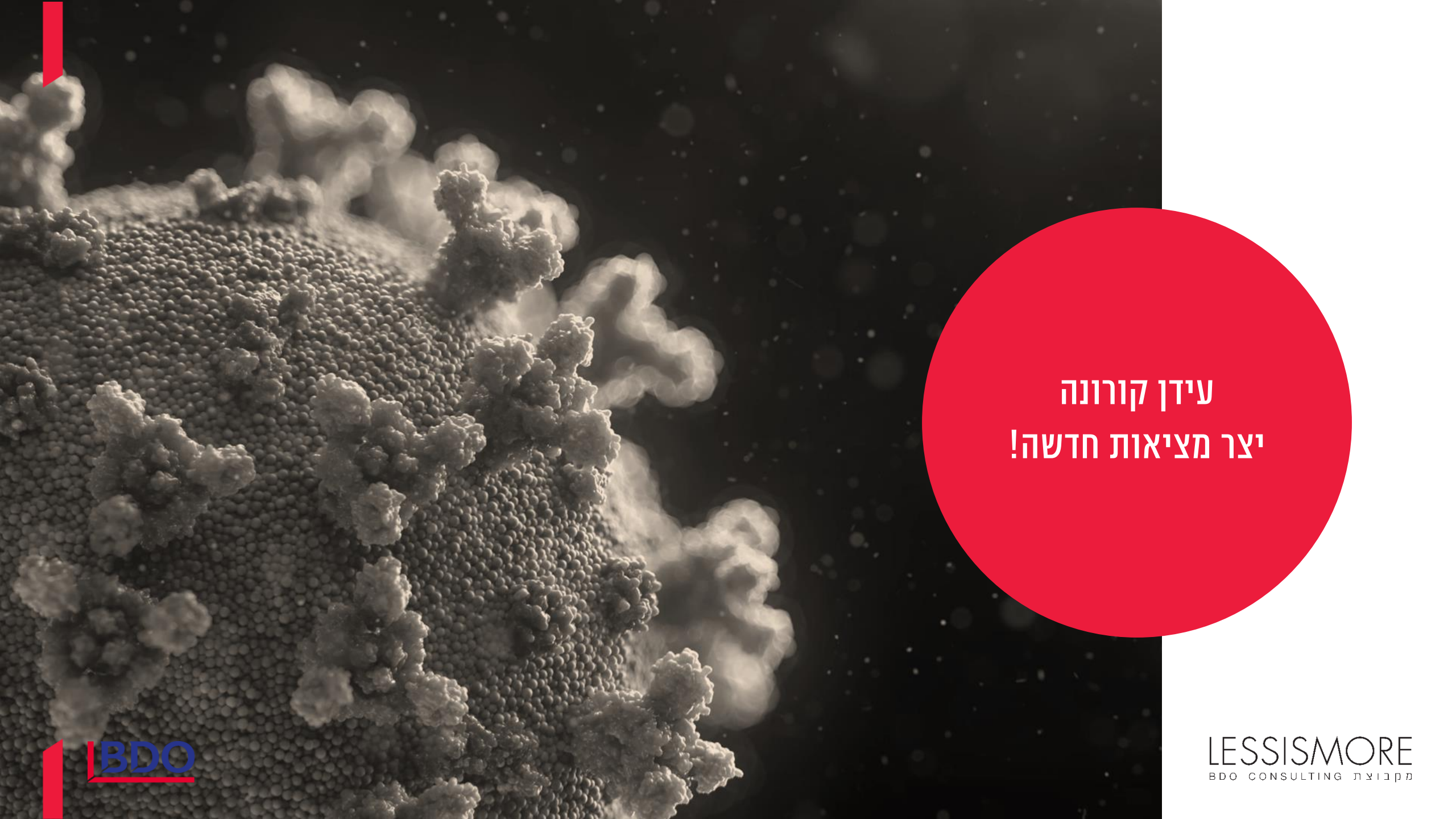
כלים
לדרך

התמודדות
בתקופת 'קורונה'

מה קרה פה
בחודשים
האחרונים

“WHEN NOTHING
IS SURE, EVERYTHING
IS POSSIBLE”.

Margaret Drabble



עידן קורונה
יצר מציאות חדשה!

BDO

LESSISMORE
מקבוצת BDO CONSULTING



**מציאות של חוסר וודאות
לצרכנים שלנו יש פחות כסף
ופחות ביטחון תעסוקתי**

*Thank
You for
Shopping
With us!*

(online)

עולם של הרגלים חדשים
החנות החדשה עברה
מהרחוב למרחב הדיגיטלי

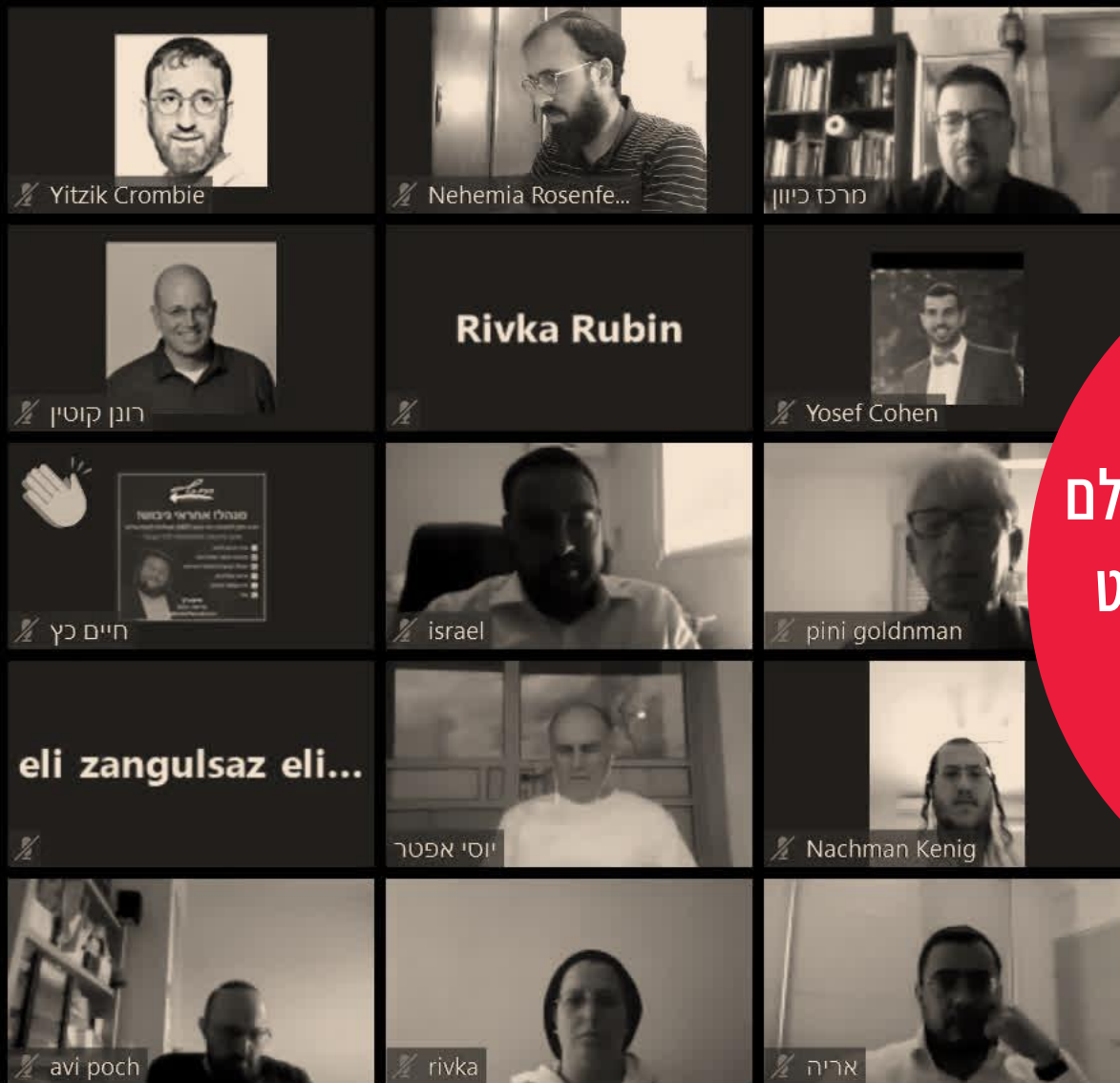
כל מה שצריך קרוב לבית



ושארים בסביבה
מחבקים את הקהילה
ואם כבר בפיזיקל
עדיף שיהיה בשכונה



שירותים חינוכיים
חינם זה השווה החדש
עליה בשימוש בתכנים
חינוכיים ברשת כולל:
ידע, ספורט,
קורסים מקוונים



כולם שם
המרחב הדיגיטלי נפתח לכולם
החרדים גילו את האינטרנט
נכלי לחזרה לשגרה



קבוצות בסיכון
הגיל השלישי נערכים לחזרה
מאחרת לשגרה

SORRY
WE ARE
CLOSED

COVID-19

זנב ארוך של פגיעה
צניחה דרסטית במכירות
של מרבית העסקים תשפיע
גם על המשך השנה

**עתיד הספורט לוט בערפל
אירועי הספורט הגדולים
והליגות – נעצרו!**



גם התרבות תחכה...
עד אז תתאים את עצמה
לאונליין



ושארים בארץ!
תיירות פנים היא
החוו"ל החדש

השלבים ליציאה מהמשבר

שלב החזרה
לשגרה
" הנורמלי החדש "

שלב ניסוי
ותהייה
-
שנה וחצי

שלב הריסון
כאן ועכשיו
-
היום

מאפיינים

- אי וודאות – רפואית, עסקית, כלכלית עולמית, צרכנית, תרבותית ...
- "פעם ראשונה" – מיעוט נתונים ובנצ'מארקים לקבלת החלטות

מה יידרש מהארגון?

- לימוד מתמיד של המגמות והשינויים
 - קביעת מדדים חדשים ועדכונים
 - ביצוע מוניטורינג רציף
 - בניית תרחישים צפויים, וניסיון לקבלת החלטות בהתאם
- כולל החלטות שכדאי לעשות או לא לעשות בכל מקרה!

שלב ניסוי ותהייה

מאפיינים

- האצה משמעותית של המסחר האלקטרוני ועבודה מרחוק
- טרנספורמציה דיגיטלית בארגונים
- שיחה על היגינה וחיפוש אחר פתרונות ישימים
- פגיעה במותגי הכלכלה המשותפת (Airbnb / we work)
- הפניית משאבים לעולם הבריאות
- "ירוק" - עליית מדרגה נוספת בעולם הקיימות והאקולוגיה
- האוכלוסייה המבוגרת צריכה פוקוס
- מעמד הביניים נפגע משמעותית - תידרש התיחסות מיוחדת
- סביבת העבודה הביתית תקבל שדרוג
- האבטלה תעודד הכשרות וקורסים מקצועיים

שלב
"הנורמלי החדש"



מה עושים?

תבחנו מחדש את המותג
זה בדיוק הזמן לקחת רגע, להעריך מחדש את הערכים שלכם
את המשימה והצעת הערך ולבחון האם מדויקת דיה למציאות החדשה

תפגינו אנושיות ושמרו על שקיפות
במיוחד היום הלקוחות שלכם צריכים ומצפים מכם ליותר

קשרו המותג לערכים חיוניים
חפשו הזדמנויות, פתרו בעיות, מצאו מקומות שצריכים אתכם ופעלו

תפעלו בערוצים שבהם "חסת" הלקוחות נמצאת

השקיעו בכלי שיווק "בולטים" – וידאו, באנרים, מאמרים וכו'

התאימו את תכנית העבודה השיווקית שלכם לתקופה החדשה

מותג ותקשורת שיווקית

שיווק ומכירות

אל תירדמו בשמירה

היו אקטיביים, אין טעם להיכנס להיסטריה או לקיפאון

אל תפסיקו לחפש ליצור ערך

חשוב להתמקד בשאלה איך אתם יכולים ליצור ערך ותזכרו, הלקוחות לא רוצים לשמוע מה דעתכם על קורונה הם מעדיפים לשמוע איך אתם עוזרים להם

מכירות קודם

מיקוד כל הפלטפורמות (כולל צוותי המכירה) במכירות מידיות מיקוד במגזרים ובצרכנות רלוונטית לתקופה

עם היד על הדופק

אפיון וניתוח מהיר של אוכלוסיית הלקוחות הקיימים (שינויים בדפוסי התנהגות, שינויים בצרכים, הלך הרוח שלהם..)

לדוג' בחינת פתרונות מיוחדים לגילאי +65

כלים אונליין

פיתוח יכולות מכירה, פתרונות תמיכה ושירות באונליין ומרחוק (סרטוני מכירה, מצגות וכו')

התאימו את ההצעות שלכם וסל המוצרים למציאות המשתנה כל הזמן



דינמיות מוצרית

התאימו את ההצעות שלכם וסל המוצרים למציאות המשתנה כל הזמן

נצלו הזדמנויות... הגיבו בזריזות

זה הזמן לשיתופי פעולה עסקיים

צרו חיבורים עם גופים בעלי יעדים דומים ומשלימים וקהלים משותפים להעמקת האימפקט והערך לצרכן

תמחור גמיש

חבילות והנחות משמעותיות בטווח המיידית
מתן אפשרויות ביטול גמישות
הצעות מימון ודחיית תשלומים

שיווק מכירות

המשך

דיגיטל

נוכחות משופרת במרחב הדיגיטלי

שפרו נוכחות במרחב הדיגיטלי – שדרגו את הנכסים הדיגיטליים של העסק

תהיו קרובים, שמרו על קשר (במרחב הדיגיטלי נחובן)

אל תעצרו. הלקוחות שלכם מצפים לשמוע מכם. תמשיכו להיות מחוברים ולתקשר עם הלקוחות שלכם על בסיס קבוע במגוון הכלים העומדים לרשותכם

עבדו על הדאטה בייס

חזקו את הדאטא בייס השיווקי ואת ה"קהילה" שלכם

תבלטו במרחב הדיגיטלי

תהיו שם...בכל חיפוש (SEO , GOOGLE ADS..)

הצוות שלנו



זהר רזניק | אסטרטגיה

בוגר תואר ראשון במשפטים.
מעל 12 שנות ניסיון בתחומי
המיתוג, אסטרטגיה שיווקית
ופרסום.
הוביל מחלקות פלנינג בחברות
פרסום ומיתוג מובילות.



יהודי ליפמן | שיווק וסחר

בוגר תואר שני במנהל עסקים -
שיווק באוניברסיטת גולדן גייט
(סן פרנסיסקו).
33 שנות ניסיון בניהול שיווק ומכירות
בחברות מוצרי צריכה בישראל ובחו"ל
שימש כמנכ"ל גלידות נסטלה
וסמנכ"ל שיווק יוניליוור ישראל.



אייל לוין | שיווק ופרסום

בוגר תואר במנהל עסקים, המכללה למנהל.
20 שנות ניסיון בתקשורת שיווקית.
הוביל תהליכי מיתוג ופרסום במגוון
חברות.
שימש כמנהל שיווק ותקשורת שיווקית
בניופאן ו-013 ברק, ותפקידי ניהול
במשרדי הפרסום המובילים בישראל.



צילי בלקינד | שיווק ופרסום

בוגרת תואר שני, אוניברסיטת בר אילן.
20 שנות ניסיון בעולמות השיווק.
הובילה תהליכי אסטרטגיה, מחקר,
שיווק ופרסום במגוון חברות עסקיות.
שימשה כסמנכ"ל השיווק ב-013
נטוויז'ן.

תודה