



PCS #1 שת"פ נאני

מאת: pcs digital - החלקים הטובים בתעשייה.

כתיבה: חני מרנשטיין

עיצוב: פסי שלסר

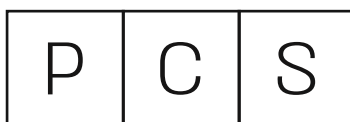
איפיון ובניה: שרי גורט

רוצה ליצור שת"פ עם מקום גדול?

**לא ברור לך מאיפה מתחילים
ומה בכלל צריך לעשות?**

**תקציר עבודה על החלקים הקריטיים לפני
שניגשים להצעת שת"פ עם כל מוסד, ארגון,
עסק, עמותה שיש לכם מטרה משותפת
באידיאל או בפעילות הספציפית המוצעת.**

בהצלחה!



החלקים הטובים בתעשייה

החלקים הנדרשים:

1. **תפילה** לסיעתא דשמיא ואמונה שמה שיהיה כבר נקבע מזמן.

2. **ביטחון עצמי** שיושב על שתי נקודות עיקריות:

- למה דווקא אנחנו מתאימים לשת"פ המוצע.

- איך דווקא אנחנו עושים את זה נכון.

3. **פרופיל יזם** כתוב ומשכנע, מעין קורות חיים בלי התבנית המרובעת של קורות חיים. בסגנון אודות

באתר, עם פירוט של כל היכולות, הכישורים, סיפורי ההצלחה שיכולים להשפיע. מומלץ עם הקדמה

מסקרנת וסיכום מניע לפעולה ומסקרן מאד להכיר את היזם התורן.

4. **מחקר מקדים ופילוח** חפיפת מטרות. מהן המטרות המשותפות לכם ולנמעני הפניה שלכם. למה הם

ירצו לעשות איתך שיתוף פעולה. מה שווה להם בהצעה שלך. מה הם מקבלים בתמורה. ידע זה כת,

ובמקרה הזה הוא קריטי להצלחת השת"פ וקידום ההצעה.

5. **תזמון ועיתוי** זמן הפניה משמעותי מאד להצלחת השת"פ. לדוג' אם הפניה תהיה בחודשי אוגוסט -

ספטמבר לאחד מאגפי השיווק (שברובם פחות מסודרים בקטע התקציבי ותמיד הכסף נגמר לפני מועד

חיידוש המלאי...) לא בטוח שתוכלו לקדם שת"פ, אבל אם פונים אליהם בחודשים של תחילת השנה, או

טוב יותר בסביבות נובמבר-דצמבר, אז הם מתכננים את תוכניות העבודה השנתיות ותצליחו להתשחל

לתוכנית הזו, התקציב מובטח כמו שיתוף הפעולה. כנ"ל בעיתות מצוקה כמו שחווינו עם תחילת

המלחמה, בזמן הקורונה וכד' כשכולם עסוקים בהשרדות. אלא אם כן המתווה שלכם בא לסייע דווקא

בתקופה הזו ואז הסיכוי גדול יותר.

6. **מצגת מקדימה ומסקרנת** כהטרמה לפגישה ראשונית, בה נכניס קצת יח"צ על עצמנו. למה אנחנו

מתאימים, מספרים ומידע סטטיסטי לקראת הפעילות, מה אנחנו רוצים לעשות ואיך חשבנו לבצע זאת

בעזרת הגוף אליו פנינו.

7. **מצגת מפורטת לפגישה** מצגת מובילה, בסדר פסיכולוגי נכון, כדי ליצור אינטרקציה בינך לבין הנמענים

ולהוביל אותם מהחזון, הרצון והמטרות המשותפות לתוצאות ומשם לתכל"ס. מומלץ להיות כנים, להסביר

מה המטרה האמיתית שלך (כלכלית, שיווקית, מיצוב, אחר) אנשים מתחברים לאנשים וכנות תמיד היתה

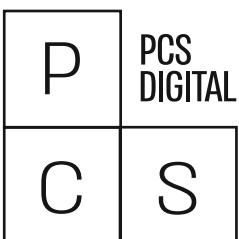
כלי לפתוח לבבות.

8. **ס-ב-ל-נ-ו-ת**, מוטיבציה, פרואקטיביות, אנרגיות, כח רצון וראש פתוח לקבלת תשובה שלילית ובדיקת

פרטנרים נוספים עד שההצלחה תבוא בס"ד.

ואם יש לכם את כל זה,

9. אין ספק ש-'יגעת ומצאת - תאמין!'



החלקים הטובים בתעשייה

חוות דעת
שלישית

סדנאות
והרצאות

ניהול קמפיילים
בדיגיטל

אתר
il

מוצרים
דיגיטליים

אסטרטגיה
ואיפיון ux ui

חלקי החיבור:

- 1. איש הקשר** החכמה לפני הכל היא להגיע דרך הבן אדם הנכון. זה שיהיה לו חשוב אפילו יותר מכם לקדם את השת"פ, לצורך קידום אישי, הוכחת פעילות או רצון כנה לקדם את המטרה לשמה יצרתם את היוזמה והרעיון. איש כזה יעבוד עבורכם גם אם אתם כבר תתייאשו ויפנה אתכם לחלונות המתאימים, לא לפני שידאג לפתוח לכם אותם. לכן, בירור שטח על האיש הנכון במקום הנכון יחסוך לכם הרבה אנרגיות והתרוצצויות מיותרות.
- 2. חתירה לפגישה פיזית** כשמגיעים לפגישה זו כבר הצלחה ראשונית. הכנסתם רגל. מכאן יהיה לכם קל יותר, מצגת מסודרת כמו שהכנתם מראש תסייע לכם לקבל ביטחון ולהציג את הדברים בצורה ברורה ומשכנעת.
- 3. הכנה מלאה לפגישה** אין שני לרושם ראשוני. ופה זה נכון ב-100%. חובה לבוא מוכנים ברמת הדקלום, ההבעות ממש כמו נאום ראש הממשלה למדינות אירופה.
- 4. סיכום פגישה והנעה לפעולה** הנאה בפגישה לא מספיקה. המקומות הגדולים ידועים בבירוקרטיות ותפוסו-טופסולוגיה כרונית. כדי שדברים אכן יזוזו ויבואו לידי מעשה, סיכום הפגישה וקידום נמרץ מוטל עליכם, כל עוד יש לכם מוטיבציה, אתם בדרך הנכונה ולא לשכוח את סעיף 8.
- 5. קביעת תאריכי יצירת קשר בהמשך** המשכיות היא סוד ההצלחה. תקבעו פגישות נוספות, אל תתביישו לנדנד, ותוכיחו רצינות מקצועית עד לחתימה המיוחלת. (בהצלחה:)

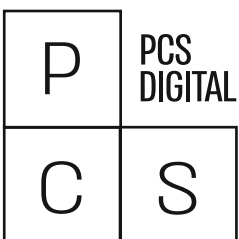
תוצאה חלקה:

טיפים מניסיון:

1. חווית שירות גם לפרטנרים.
2. סיכומי פגישה
3. סטטוס מצב
4. עדכון בתוצרים ובתוצאות.

מעדיפים להחליק את העבודה ישירות לחלקים הטובים בתעשייה וליצור שת"פ בראש שקט? אנחנו המשתפיות שלכם.

תאמו איתנו פגישה ונשמח לעמוד לצידכם בתכנון / אסטרטגיה / מכלול העבודה.
office@pcsdigital.co.il



החלקים הטובים בתעשייה