

סילבוס קורס בניית אסטרטגיית שיווק ו-Go to Market בעזרת כלי AI מאת פארה פלדמן

מפגש 1: מה זה שיווק

נושאים:

- הגדרת שיווק: יצירת ערך נתפס אצל האדם הנכון, בזמן הנכון.
- הבחנה בין שיווק, מכירות, מיתוג וצמיחה, והקשר שלהם ל . GTM-
- כשלים נפוצים של מייסדים טכניים: ההנחה שמוצר טוב מוכר את עצמו, טקטיקות ללא אסטרטגיה.
- תפקיד ה בעבודת שיווק: מה הוא מאיץ ומה הוא אינו מחליף . AI-

תרגול:

- מיפוי מצב השיווק הנוכחי של כל משתתף/ת וזיהוי פערי ליבה.

תוצר:

מיפוי מצב קיים ופערים.

מפגש 2 : חשיבה על לקוח הקצה ו ICP-

נושאים:

- מעבר מנקודת מבט של מוצר לנקודת מבט של לקוח: מה הלקוח מנסה להשיג ומה כואב לו היום.
- מסע הלקוח ותהליך קבלת החלטות הקנייה, לפני ההיכרות עם המוצר ואחריה.
- הגדרה, רכיבים וקריטריונים לחידוד .) (פרופיל לקוח אידיאלי : ICP
- דפוסי פרומפטים לחקר לקוחות ולתחקור הנחות באמצעות AI.

תרגול:

- כולל ניסוח כאבים בשפת הלקוח. AI, של כל משתתף/ת באמצעות תחקור • חידוד ה ICP-

תוצר:

מנוסח ומפת כאבים בשפת הלקוח. ICP

מפגש 3 : מיצוב ומסרים

נושאים:

- רכיבי הצהרת מיצוב ותהליך הניסוח שלה.
- בתפקיד מתחרה, מתנגד ולקוח סקפטי .) (AI : של המיצוב Stress-Testing • בדיקת לחץ
- בניית מסרים מבוססי שפת קונים.
- בשוק שבו רוב המוצרים מוצגים כ"מבוססי • AI" מיצוב מוצרי AI

תרגול:

- ניסוח ובדיקת הצהרת המיצוב והמסרים של כל משתתף/ת.

תוצר:

הצהרת מיצוב ומערכת מסרים ראשונית.

מפגש 4: תנועת ערוץ ותהליכי עבודה עם ai.

נושאים:

() Post-Series B ועד Pre-Seed - לשלב החברה, מ Channel Motion • התאמת תנועת ערוץ

• עקרון המיקוד: תנועה אחת ממוקדת לעומת פיזור בין ערוצים.

מתכנון ועד פרסום • תכנון תהליך תוכן שבועי חוזר מבוסס AI.

• חלוקת עבודה בין אוטומציה לשיקול דעת אנושי.

תרגול:

• בחירת תנועת ערוץ ובניית שלד תהליך התוכן של כל משתתף/ת.

תוצר:

אסטרטגיית ערוץ ותהליך תוכן שבועי מוכן להפעלה.