



marketing to go consulting & representation ltd.

## שיטת ע.ש.ב. – עשה שיווק בעצמך תבנית לבניית סיפורי הצלחה

### סיפור הצלחה – לקוח X

כותרת משנה שמושכת תשומת-לב  
(ושיטת קטלוג, לאחר שיש מספר סיפורי הצלחה בחברה)

- 1. נקודת הפתיחה בחברת X - מה הסיפור?**  
תיאור קצר של הבעיה שהוצגה לכם או אפילו טוב יותר; בעיה שהחברה שלכם עלתה עליה.
- 2. מה עשינו בחברת X**  
תיאור הפעולות בשילוב שכל, כגון "טכנאי הגיע תוך שעה", ורגש "הבנו באמצעות קולו של המנכ"ל בטלפון, שהנושא קריטי עבור הלקוח".
- 3. תוצאות ותוצרים ומדוע זו הצלחה**  
- השלכות של התוצאות בהיבט כלכלי, טכנולוגי, משפטי (לאחר הפעולה, לעומת מה שהיה לפנייה).  
- מומלץ לצטט את המעורבים, דגש על הלקוח המרוצה וכן מדבריהם של עובדים המעורבים בהצלחה (לעדכן את הלקוח מראש לגבי הכנת סיפור הצלחה תוך אישור ספציפי לציטוטים בסעיף זה).
- 4. מה למדנו מהמקרה של חברת X**  
תיאור בנקודות, bullet points, קצר ולעניין, עפ"י סדר חשיבות מבחינה שיווקית.
- 5. מידע נוסף להשלמת התמונה של חברת X, לפני הפעולה לעומת מה שהיה לפנייה**  
לדוגמא, תודות ללקוחות המעורבים והקשר של סיפור הצלחה זה לסיפורי הצלחה אחרים.
- 6. מה לנו ולהצלחה?**  
פיסקה קבועה המזכירה את חזון החברה, היתרון היחסי של החברה והקשר שלה למילה "הצלחה".

