

מול

תכונה | תועלת

ע"פ רוזיק רוזנבלום



חברה שלי רוצה להראות לי אלבומי תמונות
מ-ד-ה-י-מ-י-ם שצילמה בטיול האחרון שלה.
זה לא ממש מעניין אותי.

עד שהיא אומרת "הנה תמונה שאתה מופיע בה..".

פתאום זה מעניין אותי!

מדוע?

כי תמונות שמעניינות אותי הן אלה שבהן

אני מופיע.

כי ככה מתנהג הלקוח שלנו כשהוא פוגש את המסר
השיווקי שלנו:
זה מעניין אותו רק אם נראה לו **איפה הוא בתמונה.**

עלינו להבחין בין תכונה ותועלת:

כשאנו מדברים על תועלת של המוצר או השרות,

הלקוח נמצא בתמונה.

כשאנו מדברים על תכונה, הלקוח **אינו בתמונה**.

פשוט.

מטפלת עם עשר שנות נסיון = תכונה

"תהיי בטוחה שהילד שלך בידיים טובות" = תועלת

מאגר פנויים פנויות הכי גדול בארץ = תכונה

"בטוח תמצאי מישהו שימצא חן בעינייך" = תועלת

מערכת הגברה עם רמקולים איכותיים = תכונה

"אתה עומד ליהנות מחוייה מדהימה" = תועלת

תפוחים הכי גדולים = תכונה

"משביע כמו ארוחה שלמה" = תועלת

1. התכונה שייכת **למוצר**, התועלת שייכת **ללקוח**.
2. **התועלת** הצפויה היא תוצאה של **התכונה**.

כי ככה מתנהג הלקוח שלנו כשהוא פוגש את המסר
השיווקי שלנו:

זה יעניין אותו רק אם נראה לו **איפה הוא בתמונה.**
והוא נכנס לתמונה רק כאשר הוא מזהה **תועלת.**