



**המזניקה**  
אור קריבוס ליאון

**כל התשובות לכל השאלות  
שיש לבעלות עסקים מתחום ההורות**





## תחילת הדרך:

### אני בתחילת הדרך וחסרת בטחון, איך להתחיל לשווק את עצמי?

הדבר הראשון והחשוב ביותר - תדברי על זה. תספרי לכל הסובבים אותך, למעגלים הקרובים והרחוקים שלך על העסק החדש שלך. פשוט - תדברי על זה. בדקי מי מבין חבריך הקרובים והרחוקים יכולים להיעזר בשירות שלך והציעי אותו במחיר מוזל בתור התחלה. כך תפיצי את הידע שלך ותיצרי עבורך שגרירים נאמנים.

### אני בתחילת דרכי המקצועית. ברור לי שכדי לבלוט עלי לבחור נישה, התמחות... איך אדע במה לבחור?

אם את בתחילת דרךך, אין זה הזמן עדיין לבחור התמחות, נישה. ראשית, הכירי את העולם החדש אליו נכנסת, גששי, התנסי, בדקי לאט לאט מה "עושה לך את זה". לאחר זמן מה "בתחום" את תגלי לבד מה הכי מעניין אותך לעסוק בו, מיהו הקהל שאיתו את רוצה לעבוד והיכן את יכולה הכי הרבה להועיל. או אז זה הזמן לבחור לך התמחות, נישה ולהתמקד בה.

### אני עובדת כשכירה וממש רוצה לצאת לעצמאות ולעסוק בתחום החדש אותו למדתי - הדרכת שינה. איך אני עושה זאת?

אם את עובדת כשכירה ויש לך משכורת שנכנסת כל חודש המאפשרת לך שקט נפשי, לא הייתי מוותרת עליה כל כך מהר. פתיחת עסק מצריך סבלנות ויכול להיות שלא יעוטו עלייך לקוחות כבר בהתחלה. לכן אני מציעה להמשיך לעבוד כשכירה לעת עתה, לפתח את העסק שלך נכון ומסודר במקביל ולצבור לעצמך לקוחות ושגרירים. כאשר תרגישי שהעסק שלך הוא הדבר שאת רוצה לעסוק בו ואת מרוויחה שכר המתאים לציפיותיך, אז יגיע הזמן לפרוש כנפיים. בינתיים, עדיף שיהיה לך שקט נפשי בכל הקשור לצד הכלכלי ותוכלי לעבוד על העסק שלך בניחותא.

### סיימתי לימודי הורות לא מזמן. איך לתמחר את השירות שלי?

אם את בתחילת הדרך, ככל הנראה לא תרגישי בטחון אדיר להציע את שירותיך במחיר גבוה. אבל! גם אל תציעי אותו במחיר נמוך. יש לך ידע (גם אם מעט נסיון) שהורים יכולים להיעזר בו משמעותית. תקבעי לך מחיר כממוצע בשוק ואל תגמגמי כשאת אומרת אותו. את שווה את זה ואפילו יותר!

### סיימתי לימודים בבית ספר להורות ואני רוצה להוציא לוגו וכרטיסי ביקור, האם מוקדם מידי?

מאוד מוקדם! רק יצאת לעולם עם העסק שלך, כבר לוגו וכרטיסי ביקור? חכי רגע. האם את יודעת מיהו קהל היעד שלך? האם את יודעת במה את רוצה להתמחות? האם את יודעת מבין כל האפשרויות העומדות בפניך מה הכי מעניין אותך ובמה את הכי טובה? יש כל כך הרבה צעדים ושילבים שיש לעבור לפני שמעצבים תפאורה. הלוגו וכרטיסי הביקור שלך לא מעניינים את הלקוחות שלך. מה שכן מעניין אותם הוא הידע שלך, זה ה"איך" את יכולה לעזור ליי. לפני שאת מוציאה כספים על לוגו וכרטיסי ביקור קודם תכירי את הקהל שלך, תתחילי לעבוד ולהתנסות. יכול מאוד להיות שהלוגו שבחרת, ככל שיהיה יפיפה כלל לא רלוונטי להתמחות שתבחרי או לקהל היעד אליו את פונה. סבלנות. תפאורה היא הדבר הפחות חשוב בתחילת דרךך.

## קהל היעד שלך:



### איך אני מגיעה להורים?

ראשית חשוב להבין מיהו ההורה שאליו את פונה. הרי השירות שלך לא פונה לכולם, נכון? חשוב שתמקדי את קהל היעד שלך ותדברי רק אליו, בשפה שלו. ככל שתתמקדי יותר בקהל יעד אחד (לכל היותר שניים) יהיה קל יותר למצוא אותך.

### הלקוחה שלי היא אמא בחופשת לידה, איך אגיע אליה?

אמהות בחופשת לידה נמצאות בהרבה מקומות. ניתן למצוא אותן בפעילויות ופסטיבלים חינוכיים בקניונים, במרכזי הורות בערים השונות, בפארקים ציבוריים וברשתות החברתיות. הציעי למנהלת מרכז ההורות או למארגן הפסטיבל או הפעילות הרצאה שלך בפני המשתתפים. אל תשכחי להעביר דף קשר בסיום ההרצאה או הפעילות. הגיעי כמה דקות קודם והישארי כמה דקות לאחר מכן. היי נדיבה ושוחחי עם המתעניינות.

### אני מתחילה להרצות במרכז הורות גדול. מה לבקש ממנהלת במרכז?

אם את מרצה במרכז הורות, פסטיבל אמהות או פעילות, בקשי מהמארגן שיפרסם את פרטייך באמצעי הפרסום טרם הפעילות שלך. כמו כן, אם נעשו צילומים בזמן פעילותך, בקשי אותם ופרסמי אותם בעמוד הפייסבוק שלך. כמו כן בקשי אפשרות לשים לינק עם קישור לאתר או עמוד הפייסבוק שלך כך שניתן יהיה ליצור עימך קשר בהמשך.

### הלקוחות שלי הם הורים לגיל ההתבגרות, האם כדאי להשקיע את השיווק שלי בפייסבוק?

הורים לילדים בגיל ההתבגרות הם לרוב הורים עובדים. ולכן- אין הם נמצאים הרבה בפייסבוק (לעומת אמהות בחופשת לידה, למשל) ולכן, על מנת להגיע אליהם, כדאי להקים אתר ולפרסם מאמרים ברשת על מנת שימצאו אותך בגוגל. הם מאוד ממוקדים בבעיה שלהם יודעים לרוב מה הם מחפשים. והם מחפשים בגוגל.

### קיבלתי המלצות להרצות בגנים. איך אני עושה זאת?

מגיעה לגן עם פלאייר שלך. אל תטרחי להתקשר. לגנות אין זמן לדבר איתך. פשוט תגיעי, תציגי את עצמך בקצרה והשאירי לגנת חומר שלך. אני ממליצה להגיע עם איזושהי תשורה קטנה- לב קטן משוקולד למשל, כדי להראות לה שחשבת עליה ביום העסוק והקשה שלה. כשהיא תניח את הלב משוקולד על הפלאייר שלך בצד, בסוף היום או בהפסקה שלה הוא יתפוס את עינה ויעשה לה נעים וטעים בלב. היא תזכור אותך לטובה. תתחילי לטייל בין הגנים...

### הבנתי שכדאי לי להרצות בגנים כדי להגיע לקהל היעד שלי. לאחר ההרצאה, איך אני מביאה אותם אלי?

אם קהל היעד שלך הוא הורים לילדי הגן, הרצאה בגנים היא פלטפורמה מצויינת עבורך כדי להשמיע את קולך. הצטיידי בפלאייר המציע סדנא או ליווי אישי איתך וחלקי אותו בסוף ההרצאה. כמו כן, העבירי בין ההורים "דף קשר" ובקשי מהם למלא את פרטיהם על מנת שתוכלי ליידע אותם בשירותים העתידיים שלך ובידע שלך.



## נישה / התמחות:

### כולם אומרים לי להתמקד אבל קשה לי לוותר... איך אצליח לבחור מבין כל האפשרויות?



כולם צודקים. בחירת נישה/התמחות היא אחד מהתנאים ההכרחיים על מנת לבלוט שוק. כשאת בוחרת לך התמחות, נישה, את מייחדת אותך על פני האחרות, את בולטת וקל להגיע אלייך במהרה. הלקוח שלך מחפש מישהי שיענה לו על צורך מאוד מסוים. לרוב הוא יודע בדיוק מה הוא מחפש. את צריכה לענות לו על הצורך המאוד ספציפי שלו. הבחירה היא לרוב לא קלה ומצריכה הרבה אומץ. האומץ לוותר.

### אני יועצת שינה והשוק מוצף, איך ישימו לב אלי?



השוק מוצף בהכל, לא רק ביועצות שינה. כדי לבלוט, עלייך לחשוב על ייחוד השמור רק לך. חישבי מה אין, מה חסר ועני עליו בדרכך הייחודית לך. חישבי אילו חוסרים קיימים בקרב קהל הלקוחות הפוטנציאלי שלך ואיך את יכולה לתת מענה על חוסר זה. עשרות יועצות שינה יוצאות בכל חודש לשוק מבתי הספר השונים לשינה. את לא כמו כולן, נכון? מה שונה בך שאין אצל האחרות. שימי לב - שירות מצויין ומחיר הוגן עבור מה שאת מספקת לא יבליטו אותך על פני האחרות.

### אני עובדת סוציאלית שנים רבות וכעת גם מדריכת הורים. כיצד אוכל לשלב בין השניים?



ידע קודם הוא נכס. חשוב להשתמש בכל ידע שצברת במהלך השנים, לא משנה באיזה תחום עסקת. לרוב, הנכסים שלך, שצברת ולמדת במהלך השנים יסייעו לך בבחירת ההתמחות שלך ויאפשרו לך להעפיל על האחרות. תמיד תמיד תשתמשי בידע הקודם שלך בעסק החדש שלך.

### איך בוחרים נישה?



אם את עוסקת בתחום זמן רב, ככל הנראה את כבר יודעת מיהו הקהל המועדף עלייך ובאילו נושאים את הכי אוהבת לטפל. התמקדי בהם. בחרי לך את התחום בו את הכי אוהבת לעסוק, התחום שהכי קל לך בו, התחום שהכי מעניין אותך או הקהל שהכי מדליק אותך לעבוד איתו. אין זה אומר אגב שלקוחות שאינם קולעים בול לנישה שבחרת לא יפנו אלייך. פשוט יהיה לך קל יותר לשווק ולפרסם את עצמך לפי הבחירה שלך לקהל היעד המועדף עלייך. אם שמך הולך לפניך, גם לקוחות שאינם "מתאימים" לנישה שבחרת ירצו בך.

## פרסום ושיווק:



### אני רוצה להרצות ולהעביר את הידע שלי, היכן אני יכולה לעשות זאת?

זה מאוד תלוי בקהל היעד הממוקד שלך. אם הקהל שלך הוא הורים לפעוטות, כדאי להציע הרצאות בגנים, במתנס"ם. אם הקהל שלך הוא אמהות בחופשת לידה- כדאי להשתלב בפסטיבלים ופעילויות בקניונים. אם הקהל שלך הוא קהל עובד, כדאי לפנות לארגונים ולהציע את ההרצאות שלך אצלם.

### למה חשוב לכתוב תכנים?

כי השיווק של היום מבוסס ידע. אנשים קונים ממי שהם סומכים עליו ולכן, ככל שתרבי בתכנים ותפיצי כמה שיותר ידע, כך אנשים יראו בך ברת סמכא. תתחילי לכתוב!

### אני חוששת שאם אפרסם את כל הידע שלי, לא יזדקקו לי

טעות! ככל שתרבי להפיץ ולפרסם את הידע שלך, הלקוחות שלך ידעו מה את מספקת. רוב האנשים קוראים אך לא מיישמים. אלו שכן מיישמים ממשיכים לעקוב אחריך וליישם את "משנתך" והופכים לאחד מהשניים- שגרירים טובים שלך או לקוחות שלך בסופו של דבר. או גם שניהם.

### אני לא יודעת לכתוב "שיווקית"

את לא צריכה לכתוב "שיווקית" את צריכה לספר סיפור. את לא צריכה להשתמש ב"נוסחאות" או ב"שיטות". פשוט תכתבי. תכתבי על סיפורים מהקליניקה שלך, סיפורים מהסדנאות אותן את מעבירה, סיפורים אישיים שלך הרלוונטיים לתחום בו את עוסקת. כך תיצרי הזדהות עם הקהל שלך והוא ירצה לשמוע ממך עוד ועוד. אנשים לא קונים ממי שמנסה למכור להם. את לא מוכרת סלולארי או התחברות לכבלים.

### אני ממש רוצה לפרסם מאמרים שלי באתרי הורות כמו מאקו, YNET ודומיהם. איך עושים את זה?

האתרים הגדולים צמאים תדיר לתוכן איכותי ומעניין. יחד עם זאת, העורכים מקבלים המון מאמרים מכל עבר. כדי ששימו לב אלייך ויבחרו במאמר שלך שיתנוסס בעמוד הראשי עלייך לחשוב על מאמר עם "שפיץ". משהו שונה, שלא כולם כותבים עליו או נושא קונצנזואלי אבל עם זווית ראייה שונה, אחרת. נוסף לכך, שימי לב למועדים מובחנים כמו חגים, חופשות וכד' כדי להציע לעורך תוכן אקטואלי (נושאים לתכנים אקטואליים את יכולה לראות בלוח התכנים שאני מפרסמת בכל חודש). המיילים של העורכים והכותבים באותם אתרים מפורסמים באתריהם. פשוט פני אליהם.



## שיתופי פעולה וארגונים

### אני מדריכת הורים ויש לי ילדים קטנים בבית. אני מעדיפה לעבוד בשעות הבוקר. אילו אפשרויות קיימות עבורי לעבודה בשעות הבוקר?

אם את לא מעוניינת לעבוד בערבים אך עדיין לעסוק בתחום אותו בחרת- הדרכת הורים, ניתן להציע הרצאות וסדנאות הורות בארגונים. היום יותר מתמיד, ארגונים ומקומות עבודה משקיעים רבות בפאן ה"משפחתי" של העובד שכן הם הבינו שיש קשר ישיר בין הצלחת העובד כהורה ובין תפוקתו בעבודה. לכן, פני לארגונים ומקומות עבודה והציעי להם את מרכולתך.

### אל מי עלי לפנות בארגון ומה להציע להם?

זה תלוי בגודל הארגון. ארגונים גדולים מאוד- איש הקשר שלך היא מנהלת הרווחה או מנהלת משאבי אנוש. בארגונים קטנים יותר- גם המנכ"לים יכולים להיות איש הקשר שלך. כאשר את פונה לארגון, תמיד תמיד בפנייתך תדגישי בראש ובראשונה את התועלת של הארגון מלקיחתך להרצאות וסדנאות בארגון. הארגון צריך להבין מייד "מה יצא לי מזה". התחילי בחברים שסביבך ובדקי מי מהם עובד בארגונים גדולים. בידקי אצל מי מהם יש דגש על רווחת העובד כהורה וכאיש משפחה ובקשי פרטי יצירת קשר אל אנשי הקשר הרלוונטיים עבורך באותו ארגון.

### למה צריך שיתופי פעולה?

שיתופי פעולה הם אחד הדברים שיכולים להאדיר את עצמך על פני האחרים. את מספקת להורה (הלקוח) שלך שירות שלם, מלא ועגול במקום אחד כך שהוא לא צריך לחפש במקומות אחרים. נוסף לכך, שיתופי פעולה מאפשרים לך להעשיר את סל השירותים שלך ולהכניס לך יותר כסף.

### איך מתחילים לבצע שיתופי פעולה?

לאחר שבחרת את המיקוד שלך- הנישה, ההתמחות, בדקי אילו אנשי ונשות מקצוע מספקים שירות לקהל הלקוחות שבחרת. חישבי "חישבי מה את יכולה להציע להם ולמה כדאי להם לשתף איתך פעולה", ופשוט הציעי להם לשוחח או להפגש עימך. רובם ישמחו לשמוע מה יש לך להציע. זיכרי- שיתוף פעולה משמעו WIN WIN לשני הצדדים. חפשי בגוגל, ברשתות החברתיות ושאלי את המעגלים שלך על אותם משתפי פעולה רלוונטיים עבורך וצרו יחד שיתוף פעולה מנצח.

### מה חשוב לדעת בתחילת השיתוף הפעולה?

ראשית חשוב מאוד להבין ששיתוף פעולה צריך להיות רווחי לשני הצדדים. שנית, חשוב להסכים יחד על חלוקת העבודה ועל מה כל צד מביא עימו. כדאי גם להעלות על כתב את עיקרי הדברים ולבדוק מידי פעם האם שני הצדדים אכן ממלאים את הצד שלהם כפי שכתוב. זיכרו- לא מדובר על שותפות בעסק אלא על שיתוף פעולה. שלישית, אם הוחלט על הפסקת שיתוף הפעולה, כל אחד ממשתפי הפעולה יוצא עם מה שאיתו הגיע ועם הצלחות משותפות לשני הצדדים. אין להשתמש בידע/נכסים של הצד השני אם לא הגדרתם זאת כבר מלכתחילה. למשל - אם אחד הצדדים הביא איתו רשימת לקוחות ענפה, אין על הצד השני להשתמש בה ללא הסכמת הראשון.



## קולגות



### איך מתמודדים עם קולגות שמעתיקות תכנים שכתבתי?



שאלת השאלות! הרבה נשות מקצוע מתמודדות עם השאלה הזו, ואני תמיד אומרת את אותו הדבר: מעתיקים ממך? תעופי על עצמך! כנראה את עושה משהו ממש טוב. אין אפשרות למנוע העתקה. תכל'ס - כל התכנים שאת כותבת, למדת אותם קודם בהכשרה שלך או קראת איפשהו והם שימשו לך השראה. אז אפשר להגיד שכולנו מעתיקים, לא? זיכרי - אפשר להעתיק את הכתובים שלך, את הרעיונות שלך, אבל אי אפשר להעתיק אותך. כשלקוח בוחר בך כמלווה או כיועצת הוא בחר בך לאחר ששוחח איתך, הכיר אותך ו"נדלק" עלייך. התכנים שקרא עלייך קודם "חימומו" אותו, אבל את העבודה הסופית - המכירה, את עשית בעצמך ולא אף אחת אחרת. וגם - מהר מאוד הלקוחות שלנו מבינים אם יש קוהרנטיות בין הכתיבה שלנו לבין מי שנמצא מהצד השני של הטלפון. אם לא תהיה קורלציה בין מה שאת כותבת לאיך שאת מדברת, הלקוח לא יהיה שלך. תמשיכי לכתוב, תני לכולם להעתיק, תהיי גאה בעצמך שאת עושה עבודה מצויינת!

### חשוב לי שאהיה מוערכת בעיני הלקוחות שלי ולא יראו בי מתחרה. כיצד לעשות זאת?



תמיד תמיד תפרגנו לקולגות שלכן גם אם אתן חשות שהן מתחרות שלכן. זיכרו - ברגע שאתן קוראות לקולגה שלכן מתחרה - היא אטומטית הופכת להיות טובה יותר מכן. האם בהכרח היא טובה מכן? לא בטוח. לכן אני מעדיפה להשתמש במושג "קולגה" במקום "מתחרה". אם פונה אליכן לקוח ומספר לכן על שיחה שביצע עם קולגה שלכן, לעולם אל תאמרו עליה מילה רעה. תודעת השפע ויש מקום לכולם חשובה מאוד פה. אל תראו ללקוחות שלכן שאתן "מתחרות" עליו. להיפך - החמיאו והעצימו את האחרות. זהו פלוס עצום עבור הלקוחות שלכן.

### כעצמאית, אני מרגישה צורך חזק לשוחח עם עוד מתחומי ולהעשיר את הידע שלי מקצועית ושיווקית. איך אני יכולה לעשות זאת?



כל הכבוד על החשיבה. ישנה תפיסה מוטעית שנשות מקצוע באותו תחום "נלחמות" על אותם לקוחות וזה פשוט לא נכון. יש מקום לכולם, והלקוחות שלנו בוחרים בנו בגלל מי שאנחנו ובגלל החיבור והכימיה בינינו. לכן, אני מאוד ממליצה על מנת להתעשר מקצועית ואף כלכלית, לבנות קבוצות כוח של נשות מקצוע מאותו תחום ולהפגש אחת לכמה זמן ולסעור יחד. כעצמאיות, קשה לנו עם הלבד וחסר לנו השיתוף. שיח משותף עם קולגות בתחומך יכול להעשיר את כל חברות הקבוצה ואף לפתח יחד מוצרים ושירותים נוספים.

### איך לבחור קבוצת נטוורקינג והאם כדאי להצטרף לאחת כזו?



ישנן קבוצות נטוורקינג רבות. על מנת לבחור אחת כזו, יש להתארח בכמה מהן ולראות לאיזו את הכי מתחברת. יש לזכור שבקבוצות נטוורקינג אין אפשרות שתהיינה שתיים מאותו תחום, על מנת למנוע תחרות. זו טעות לדעתי שכן, תודעת השפע חשובה כאן מאוד. יש כאלה שמאוד אוהבות קבוצות נטוורקינג ויש כאלה שפחות מתחברות. צריך להתנסות ולבדוק אם זה מתאים לך שכן זה מצריך עבודה - להמליץ על המשתתפים להכיר את כולם, יש שיטות ניקוד וכו'... אני פתחתי שתי קבוצות נטוורקינג (ועוד אחת בדרך) לנשות מקצוע בתחום ההורות. בקבוצות הללו יש כמה נשות מקצוע מאותו תחום והמטרה היא לשתף אחת את השנייה בדילמות המשותפות לכולן, להיעזר בהן ואף להעשיר את הידע באמצעות הרצאה שיווקית/עסקית בכל מפגש. הקבוצות הקיימות כיום הינן - הרצל'יה, שהם ועוד אחת שתפתח בקרוב באיזור הצפון.



## אין לי רעיונות מה להעלות בעמוד העסקי שלי



אני ממליצה להעלות שלושה פוסטים בשבוע לפחות לעמוד העסקי.  
**הנה דוגמאות לנושאים:**

1. סיפור מהשטח (מהקליניקה, מסדנא שהעברת, הרצאה..)
2. טיפ, המלצה, פתרון לבעיה רווחת אצל הלקוחות שלך- פתרון מעשי וישים מיידי
3. סיפור אישי שלך הרלוונטי לתחום בו את עוסקת
4. שיתוף מאמר שקראת והבעת דעתך עליו
5. הזמנה לסדנא או הרצאה שלך
6. אירוח קולגה בדף שלך
7. מאמר שכתבת
8. המלצות שקיבלת (תמיד עדיף במתכונתן המקורית - צילום מהנייד, צילום הודעה במייל או בפייסבוק)
9. תמונות מהרצאה או סדנא שלך (תראי פעילה)
10. משפט השראה לעידוד העוקבים שלך

## אני חברה בהמון קבוצות בפייסבוק ומפרסמת בהן פוסטים שלי... ברובן אין תגובות כלל. מה לעשות?



1. להמנע מקבוצות שמשמשות לוח מודעות. בחרי בקבוצות בהן מתקיים שיח אמיתי
2. לא לפרסם! לבחור 3-4 קבוצות איכותיות ולהיות מעורבות בקבוצה באופן פעיל אבל לא לפרסם בכוח. לענות על שאלות, לשאול שאלות, להיות מוכרת בקבוצה
3. לא לחכות לימי פרסום בקבוצות. לרוב מדובר בשרשור ארוך שאף אחד לא באמת מסתכל בו.

## בעמוד הפייסבוק שלי מעל 1000 חברים אך אין כמעט תגובות או לייקים על הפוסטים אותם אני מעלה. איך להעלות את המעורבות?



העמוד העסקי שלך כמעט ולא נחשף לאף אחד כי פייסבוק רוצה שתשלמי לו על מנת שייחשף. אם יש לך פוסט ממש ממש מוצלח ואת רוצה שכמה שיותר אנשים יחשפו אליו את יכול להקדם אותו באמצעות קידום ממומן. יחד עם זאת, רוב האנשים לא מלייקקים. למה? לא יודעת, ככה. אבל היי בטוחה שמי שאת מעניינת אותו עוקב אחרייך גם אם לא סימן לך "אהבת" והמשיכי לכתוב ולכתוב תכנים בעמוד שלך. אנשים הם קוראים פאסיביים. אבל הם קוראים.

## האם להשתמש בפרופיל האישי שלי לפרסום?



כן, אבל במידה. בפרופיל האישי שלך לרוב יהיו יותר חברים מבעסקי. ולכן - השתמשי בו חכם כך שימשוך את החברים הוירטואליים שלך לעסקי. את יכולה לשתף פוסטים שכתבת בעסקי לעמוד הפרטי שלך, שוב, במידה. אל תהפכי את הפרטי שלך ללוח המודעות שלך אחרת יעזבו אותך חברייך. באמצעות העמוד הפרטי שלך הלקוחות הפוטנציאליים שלך לומדים עלייך. התייחסי לעמוד הפרטי שלך ככרטיס הביקור שלך.





מי  
אני:

## אור קריבוס ליאון

### מומחית לעסקים בתחום ההורות.

מתמחה במיקוד, בידול ויצירת נישות מנצחות, מלווה עסקים בעולם ההורות מזה 5 שנים, שותפה להקמת שני מיזמים חברתיים בעולם ההורות ומפיקת האירועים של פורטל מאמי בעבר.

עולם ההורות מצריך שיווק ייחודי לו, עם דגשים מיוחדים ואחרים מהשיווק הרגיל. כדי למכור לאמהות צריך לדעת את השפה שלהן, איפה הן מסתובבות, מה מעניין אותן ומיהם המעגלים המשפיעים עליהן.

### האם יש לך את כל הידע הזה? לי כן!

בטלפון שלי נמצאים כל אנשי המפתח בתחום, ושיתופי פעולה מוצלחים הם אחד השירותים המנצחים שלי!

**רוצה לדעת לשווק ולמכור להורים? הגעת למקום הנכון!**

### אז מה בדיוק אני עושה?

- \* מזניקה עסקים ממקצועות ההורות
- \* ייעוץ עסקי ושיווקי לעסקים בתחום ההורות
- \* מרצה לשיווק בבתי ספר להורות
- \* מייעצת לחברות הפונות להורים
- \* ליווי ממוקד ומהיר

הצטרפי, מזניקים פה!

קראי עוד על [קבוצת ההזנקה שלי](#)

ועל [קורס השיווק היחידי לעצמאיות בתחום ההורות!](#)