



אבי סנטו

# העתיד כבר כאן: המהפכה המטורפת של חווית הקניה משפיעה על כולנו

אתרי המכירות הישירות, הפכו אותנו לצרכנים כפייתיים, ואם אתם חושבים שזה קורה במקרה, כדאי שתחשבו שוב: הבאנרים המותאמים היטב לחיפושים שביצעתם ברשת, ואשר מופיעים אצלכם מכל פינה, הם תוצאה של "חיזור דיגיטלי" מכוון, ומניפולציה של מי שרוצה להפוך משתמשים ברשת ללקוחות זהב. ואם אדם ממוצע מביט בסמארטפון שלו כ 350 פעמים ביום, אז פלא שזה גם מצליח להם?

בעשרות אחוזים פחות ממה שהם נחשפו בתחילה. בהגהה המקצועית זה נקרא "משפך שיווק". בסלנג ישראלי אפשר לקרוא לזה - קומבינה. הענפים ותחומי העניין בהם המשפך הזה עובד לא נגמרים. ענף מוצרי החשמל, מוצרי התינוקות, הספרים, כולם ככללותם עובדים בצורה די זהה והכל במטרה שנרכוש וכמה



ערב החג כבר כאן, כולנו עמוסים בקניות שערכנו בשבועיים האחרונים: מתנות, המון אוכל, ים של מוצרים ושירותים אותם דאגו לשווק לנו טוב טוב רגע לפני החג. ואנחנו? בלב רחב רכשנו ורכשנו הרגשנו הרגשת היי כללית ואווירת חג כללית שפתחה אצלנו הישראלים את הלב ובעיקר את הכיס. והמינוס? "הכל יהיה בסדר" מושג ישראלי שבזכותו

הבנקים הישראלים מרוויחים מיליארדי שקלים בשנה. ביבשת מקבילה, אסיה לדוגמה, טירוף הקניות לקראת החגים נראה אותו דבר-הוצאת הכספים המטורפת, תחושת ההיי הכללית ובעיקר הרצון לבזבז לא שונה מעם ישראל היושב בגולה אך עדיין ישנו שינוי אחד קטן- זוהי הדרך בה מתבצעת חווית הרכישה. בסין, יפן ובמדינות נוספות- הכל נעשה באינטרנט או בסמארטפון- החל מהחלטת הרכישה ועד לתשלום עצמו המתבצע באמצעות ארנק דיגיטלי, היושב במסגרת של פייסבוק, גרסת יפן. ענף הקמעונאות והקניות בכללותו עבר מהפכה מטורפת בשנים האחרונות- פייסבוק, גוגל, אמאזון אלי אקספרס ויתר אתרי המכירות הישירות, הפכו אותנו לצרכנים כפייתיים, אשר לא משנה באיזו דרך נבחר, נחשפים מדי יום למאות מוצרים ושירותים שמתגלים לנו בסמארטפון (שגם איתו יש לנו סיפור אהבה בלתי נגמר- אדם ממוצע מביט בסמארטפון שלו כ 350 פעמים ביום!). זה נראה תמים מאוד, אך ככל מערכת

שיותר. האם זה טוב לנו כצרכנים? תלוי את מי אתם שואלים. קניונים שלמים בארה"ב קרסו ונסגרו בעקבות מהפכת המדיה החברתית והקנייה הישירה מהרשת. סופרים ורשתות מזון מצמצות סניפים ומעבירות את הפעילות שלהן לאונליין ורשתות להלבשה יוצאות פיסית מהקניונים כי הן לא עומדות בשכירות הגבוהה. בעקבות כך גם אופציות מקומות העבודה מצטמצמות אבל הקניות והרכישות? ממשיכות לעלות במאות אחוזים. העתיד מחכה לנו ממש מעבר לפינה עם ים של אופציות מדהימות עבורנו המשווקים באינטרנט. הוא יעניק לנו כלים נוספים להמשיך להמיר לקוחות ללקוחות משלמים. הזמינות והנוחות יעשו את שלהם ויגרמו גם למי שהיה אנטי עד היום להתחיל לבצע רכישות און ליין. ערב החג כבר כאן. רגע לפני הארוחה, אני מזמין אתכם לחשוב איך השנה הדיגיטלית שלכם הולכת להיראות? חג שמח, אבי סנטו.

יחסים, שלב החיזור הדיגיטלי מתחיל בים של מתנות והטבות חנימיות וממשיך לכדי מכירה אגרסיבית מאין כמוה והכל תחת מסווה של גלישה תמימה באתר האהוב עלינו. זה יכול להיות אתר חדשותי, אתר בידורי, או פורטל לנשים בהריון. בסופו של דבר כולם רוצים דבר אחד בלבד: להפוך אותנו הגולשים למשתמשים ומשם ללקוחות משלמים ויתרה מכך: ללקוחות משדרגים! (בדיוק כמו המסטיקים אותם אנחנו תמיד לוקחים בסוף הקנייה מהמדף הקטן "שיהיה ליתר ביטחון"). רוצים כמה דוגמאות? בבקשה: החלטתם לטוס לרומא לחופשה מפנקת? נכנסתם לאתר תמים למראה בחנתם את עניין המחירים יצאתם והמשכתם את יומכם העמוס. מכאן מתחילה מסכת שיווק נסתר עליה רוב האנשים לא מודעים וגם אם כן עדיין חוק המספרים הקטנים מפיל בפח מדי יום אלפי לקוחות אשר יקבלו מייד לאחר צאתם מהאתר עשרות באנרים, אשר מקנים להם את אותה טיסה והפלא ופלא באותם תאריכים

שקלים בשנה. ביבשת מקבילה, אסיה לדוגמה, טירוף הקניות לקראת החגים נראה אותו דבר-הוצאת הכספים המטורפת, תחושת ההיי הכללית ובעיקר הרצון לבזבז לא שונה מעם ישראל היושב בגולה אך עדיין ישנו שינוי אחד קטן- זוהי הדרך בה מתבצעת חווית הרכישה. בסין, יפן ובמדינות נוספות- הכל נעשה באינטרנט או בסמארטפון- החל מהחלטת הרכישה ועד לתשלום עצמו המתבצע באמצעות ארנק דיגיטלי, היושב במסגרת של פייסבוק, גרסת יפן. ענף הקמעונאות והקניות בכללותו עבר מהפכה מטורפת בשנים האחרונות- פייסבוק, גוגל, אמאזון אלי אקספרס ויתר אתרי המכירות הישירות, הפכו אותנו לצרכנים כפייתיים, אשר לא משנה באיזו דרך נבחר, נחשפים מדי יום למאות מוצרים ושירותים שמתגלים לנו בסמארטפון (שגם איתו יש לנו סיפור אהבה בלתי נגמר- אדם ממוצע מביט בסמארטפון שלו כ 350 פעמים ביום!). זה נראה תמים מאוד, אך ככל מערכת

אבי סנטו, אסטרטג תוכן ושיווק דיגיטלי ממומן ומרצה מוביל בתחום בישראל. בעל חברת הייעוץ והפרסום "אבי סנטו ניו מדיה לעסקים"