

מקורות לשיווק בתורה





נוכחות כריזמטית ברשת

קהילה יקרה,
במהלך שנות עבודתי הרבות בתחום השיווק
התעוררו לי לא מעט קושיות בכל מה שקשור לשיווק, פרסום
יושרה, הגינות והשתדלות בפרנסה.

בעזרתכם ובעיקר בעזרתו האדיבה של האברך היקר ר' איתמר,
שהרים את הכפפה וליקט וערך בהשקעה לא מבוטלת של זמן,
את הקובץ המצורף,
זכינו לשתף אתכם במוצר המוגמר:

קובץ ערוך ובהיר עם עשרות מקורות מהתורה, הנ"ך ועוד.

1

ערב שבועות הקרב ובא
אני מאחלת לכולנו
להתחזק באמונה ובטחון שהכול מאת ה'
ובפרט בנושא הפרנסה
ולזכות לשנה של עשייה מבורכת
והשתדלות ראויה ונכונה ע"פ תורתנו הקדושה!
בנוסף, אני מרשה לעצמי לנצל את הבמה הזו ולבקש
לומר פרק תהלים אחד לחזרתו בתשובה שלמה של בני
נתנאל בן ימימה
בתפילה שלא יצא מכשול תחת ידינו
מותר להפיץ את הקובץ הלאה
ימימה

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



חסדי נתנאל

גמ"ח לקידום נשות עסקים
שומרות מצוות ברחובות

אנא אמרו כעת פרק תהלים אחד
להצלחתו וחזרתו בתשובה שלימה
של בני היקר נתנאל בן ימימה

א שיר, למעלות:

אשׂא עיני, אל-הַהָרִים-- מאין, יבא עֲזָרִי.
ב עֲזָרִי, מעם יְהוָה-- עֲשֵׂה, שָׁמַיִם וָאָרֶץ.
ג אל-יִתֵּן לְמוֹט רִגְלֶךָ; אל-יָנוּם, שְׁמֶרְךָ.
ד הִנֵּה לֹא-יָנוּם, וְלֹא יִישָׁן-- שׁוֹמֵר, יִשְׂרָאֵל.
ה יְהוָה שְׁמֶרְךָ; יְהוָה צִלְּךָ, עַל-יַד יְמִינֶךָ.
ו יוֹמָם, הִשְׁמֵשׁ לֹא-יִכָּפֶה; וַיָּרַח בְּלֵילָהּ.
ז יְהוָה, יִשְׁמְרֶךָ מִכָּל-רָע: יִשְׁמֹר, אֶת-נַפְשֶׁךָ.
ח יְהוָה, יִשְׁמֹר-צִאֲתֶךָ וּבֹאֲךָ-- מֵעַתָּה, וְעַד-עוֹלָם.

2



תבורכו!

הערות? מחמאות? ☺

איתמר

9740470@gmail.com

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

מקורות לשיווק ומסחר בתורה ובחז"ל

מבוא

בפתחו של חיבור כזה חובה להבהיר ולהדגיש, שאין כאן כל כוונה לקחת את התורה שהכל נברא עליה ולצמצם אותה ל"גישות שיווק", למצוא טריקים-שטיקים במסמך שכל-כולו צירופי שמות וסודות קבליים, זה לרוקן את הקודש מקדושתו, וסוג של תרגום התורה ליוונית.

אברהם יצחק ויעקב, משה רבינו ודוד המלך, הם ברואים שלא בהשגותינו, כשאנחנו לא יודעים את הסודות שגילה האר"י בכתיב של השמות האלו!! אז ודאי לא לגמד אותם ל"מכירות" וכל הקשקשת הזאת.

אז הכיוון הוא הפוך, היות והתורה היא התשתית והבסיס להכל, והיא יורדת לדעת האדם בגלל שהיא יצרה אותו ואת דעתו, אפשר ללמוד בה על טבע האדם, ובין היתר גם על עולם המסחר, אבל לא כי היא מתעסקת בדרמות וגימיקים, ולא כדי לשחק בדעה של מישהו, אלא כמו שנראה - רוב מוחץ של המקורות עוסק בחיי חברה בריאים, בחינוך ילדים ועזרה הדדית, זה מה שחשוב לתורה!

התורה מלאה אזהרות ברורות על יושר וניקיון כפים מוחלטים, על זהירות בממון ורכוש הזולת עד הקצה האחרון. שומרי המצוות רועדים מ-10 אגורות שלא להם, לא כי הם פראירים, ולא כי הם חנונים שמחזירים כסף, אלא כי אם אלוקים כתב בדברה השמינית "לא תגנוב" הם לא מתיימרים להבין יותר ממנו, כי הם גדלים ומתחנכים על האמירה של הלל הזקן: 'דבר ששנאו עליך אל תעשה לחברך' (שבת דף לא עמוד א).



נוכחות כריזמטית ברשת

התורה מייעלת ומשביחה אותנו עד שהיא מונעת אותנו אפילו מ"גניבת דעת" (ואפילו מגויים. חולין דף צד עמוד א), כלומר לא לגרום לאנשים להבין אותנו לא נכון. היא מרחיקה ומתעבת חנופה – שהיא גם כן השגת דברים שלא ביושר. אחת המשמעויות לפסוק "צדק תרדוף" – היא לתת עצה טובה לחבר, ואת התועלת שלו בלבד!!! בלי לערב את אינטרסים שלך. ורק הניסוח "צדק תרדוף" כבר דוחף ומעיף להיות טוב ומטיב, וכל-כך טוב עד שלא רק "לעשות צדק" אלא "לרדוף" אחריו. אז התורה ממש לא מתעסקת בלעבוד על אנשים, ולמכור להם מה שהם לא צריכים. היא כן עוסקת, ובגדול, וללא הרף, להיות ערכי ומוסרי, להיות טוב ולהשפיע טוב ועוד פעם טוב.

רק דוגמא קטנה, מהמושג של שליטה ודיקטטורה, זה מיד קופץ למוטיבים של דיכוי, כוחנות, רדייה ועריצות, כך זה בעולם הגדול, ומה בתורה? כשיבוא משיח והוא ישלוט בעולם (לא יעזור לאף אחד...), הוא ידכה ויכסח? הוא יתעסק עם פסלונים שלו ברחבי המעצמה? 'וכיתתו חרבותם' 'לא עוד מלחמה' (ישעיה ב ד), ואפילו בבעלי-החיים זאב יגור עם כבש (שם יא ו, סוף-סוף הם ילמדו מאתנו ולא אנחנו מהם...), איזו אידיליה, איזה עולם יפה ומאיר.

כן, זו ההכונה והאימון שחוזרים על עצמם בתורה ובחז"ל על השימוש בשררה וסמכות, ביכולות וכישורים, כי זו המטרה - עולם יפה ומאיר! עולם שכל המגמות מופנות להטבה, ועוד הטבה, ושוב פעם הטבה. ומכאן העיסוק המתמשך בחז"ל בחיי חברה נכונים, בתקשורת בריאה, לא בשביל למכור טישו ופולים, אלא כדי להיות טובים, כדי שכל הסביבה תהיה טובה. והלוואי שזה מה שייצא מהקריאה בחומר שלפנינו.



נוכחות כריזמטית ברשת

ו-רגע לפני שאנחנו מתחילים... זה מובן מאליו אבל אכתוב זאת מפורש – ברור שלא הוקף ותומצת כאן כל החומר שקיים בנושא, אבל מנה ראשונה היא גם משהו... ועוד פרט יותר חשוב! (שגם ברור מאליו), לא הגעתי לכל החומר לבד, אז תודה לכל השולחים והמְיילים, 'אי אפשר לפורטם כי רבים הם', גם אלה שהמקורות שלהם לא נכנסו, יוכלו לראות שנעזרתי בכיוון שאליו הם חתרו, או בניסוחים ובמטבעות לשון שלהם. אז תודה לכולם! היה מרתק מאד, מקווה שעכשיו גם לכם, איתמר



נוכחות כריזמטית ברשת

מפתח נושאים

שיווק

קהל יעד

שכנוע

הופעה

סבר פנים יפות

הומור

חלון ראווה

דינר

פרסום

פרסום-חוצות

פרסום בתקשורת

נטילת חסות

דוגמאות (שעת סיפור...)

המחשות

סמלים/תיוג/מיתוג

גימיקים וסנסציות

אווירה חברתית

טפטוף

מסחר

מבצעים - שימור לקוחות

עקביות והתמדה

עיצוב



נוכחות כריזמטית ברשת

שיווק

קהל יעד

להכיר את קהל היעד ולשווק מה שמתאים לו, זה אל"ף בי"ת בשיווק ופרסום, לא צריך להיות איש מכירות בשביל זה, ומי שמגלה את המידע הזה רק בקורסים וסדנאות, שיחפש במקצוע אחר...

חז"ל מתייחסים לכך מכמה היבטים.

המשפט הידוע מההגדה של פסח:

כנגד 4 בנים דיברה תורה.

חז"ל שמו לב שארבעה פעמים התורה שמה שאלה בפה של ה"בן" ('אם ישאלך בנך...'), ו-זו אותה שאלה?! אז מה קורה כאן? לאן התורה חותרת? בודקים בתשובות, ואז באו חז"ל למסקנה הנ"ל: כל פעם ה"בן" הוא משהו אחר; חכם, רשע, תם, ושלא יודע לשאול. ולכל אחד תענה בשפה שלו, אחרת – לא ענית לו!!

וכך גם הפסוק המפורסם של שלמה המלך:

חנוך לנער לפי דרכו. (עפ"י משלי כו)

כל אחד והמסלול שלו, בלי השוואות לאחרים, כי אחרת אתה לא מחנך את הנער שלפניך אלא את מי שנמצא לך בראש.

במסכת אבות (פרק ג משנה יב) מלמדים חז"ל התייחסות מתאימה לפי קהל היעד:

להיות קל לראש ונוח לתשחורת, ולקבל כל האדם בשמחה.

עם "ראש" – הבוס שלך תתנהל בקלות, תהיה ממושמע, תתפשר, עם "תשחורת" – חבר'ה צעירים שהשיער שלהם עדיין שחור, אל תרד לרמה שלהם אל תהיה "קל" ונכנע, אבל גם אל תהיה קפדן, אז מה כן? נוח!!

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

ואת כוונותם, מהבוס הקשוח ועד הילדון, תקבל בשמחה! זה חוצה מגזרים ומדבר לכולם. סבר פנים יפות.

עוד על הכרת הקהל:

ילד שנכנס ללמוד תורה, עדיין לא מבין את הטובה שבזה, אז מזרזים אותו עם מה שהוא כן מבין - הממתקים למיניהם. כשהוא גודל, משדלים אותו בפרסים שיותר מדברים אליו, נעלים או בגד. עוד קצת גודל עוברים לכסף. וכשגדל יותר אומרים לו שיהיה רב או דיין. הילד/בחור לא לומד לשם לימוד אלא בשביל הממתק, פרס, כסף, כבוד, כך שכל מטרת הלימוד היא השגת דברים רדודים ושוליים, אלא שצריך את זה בגלל קלות דעת האדם. (עפ"י פירוש המשנה לרמב"ם, סנהדרין, הקדמה לפרק י)

גם הגאון מוילנא באיגרת הידועה שלו לאשתו, כשהוא התכונן לעלות לארץ ישראל, ראה לנכון להוסיף לה: לפזר לילדים פרוטות על התנהגות טובה. כך גם החגיגה בהכנסת ילד ללימוד האותיות עם הדבש וכל האוירה (מחזור ויטרי סימן תק"ח, ספר כלבו סימן ע"ד), יש בזה עניינים גבוהים, אבל בבסיס - זו הכרת קהל-היעד, העברה מתוקה לדבר המתוק בעולם, יצירת אסוציאציה חיובית ללימוד התורה.

8

ולא רק לגבי חינוך ילדים נמצא הבדל בגישה, אלא גם לגבי חינוך גדולים...

כה תאמר - לבית יעקב, ותגיד - לבני ישראל (שמות יט ג)

רש"י מביא את הדרשה הידועה: "לבית יעקב - אלו הנשים, להם תאמר בלשון רכה.

לבני ישראל - לזכרים, דברים קשים כגידים (עונשים)".

אז לא צריך להגיע למאדים ונוגה כדי לגלות את ההבדלים... לא בשמים היא אלא בפיוך... וקרוב אילך מאד - בתורה הקדושה, ובקיצור: לכל קהל יעד

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

הוראות ההפעלה הם שונות! צורת הפנייה והעברת המסרים, ואפילו טון הדיבור!

וסוף סוף התייחסות בקשר לצרכן...

מצאנו בגמרא:

אורח בא לעיר על עסקי אכילה ושתיה מדברים עמו. (בבא קמא צב עמוד א, מכות ט עמוד ב)
להסתער עליו עם דברים אחרים; מכירות ומוצרים ושאר ירקות, זה לא הזמן, אוכל רבתי, אכילה ושתיה זה מה הוא צריך עכשיו, לנחות ולהירגע, ואז...

מאיך, בהכרת קהל היעד יש גם שימוש אפל, והאופל הזה מוזכר בתורה:

כי יודע אלוקים שביום אכלכם ממנו יפקחו עיניכם ותהיו כאלוקים היודע טוב ורע (עפ"י בראשית ג ה)

כך הנחש אומר לחוה, הוא יודע שהוא משקר, הוא יודע שאין דבר כזה להיות כאלוקים, אבל הוא גם יודע שזה מה שחוה רוצה לשמוע, היא רוצה דעת וחכמה, אז נספר לה שזה מה שיקרא אם היא תאכל מהעץ. מוכר, הא? אז נשים לב איך השיטה הזו עוברת בתורה, דרך ה"נחש"! הוא מתנהג בדרך כזו. בחז"ל מבואר שהשטן רכב והוביל אותו באותו זמן. אז מי שמתנהג כך שיידע לאיזו קטגוריה הוא חובר...

כך גם ידוע במדרש (בראשית רבה פרשה סה):

החזיר כשהוא רובץ, פושט את טלפיו כלומר שאני טהור.

שוב השימוש בלמכור את מה שרוצים, רוצים כשרות? הנה בבקשה! אבל גם פה זה בא יחד עם... החזיר!! אז בחר לך אחת מן האפשרויות, זו או הקודמת...

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

כמובן שלחזיר אין דעה, הוא לא יודע מה זה כשרות ולמה זה קשור לטלפיים, אבל כך אלוקים ברא אותו – כדי לגלם את התופעה הזו, ולהעביר מסר ברור - כך מתנהג חזיר.

ומקור אחרון לכוחות האופל:

אחשוורוש מלך פרס רוצה שכוווווולם יגיעו למשתה שהוא עורך, אז הוא מורה לשפים ולטבחים לעשות רצון איש ואיש (אסתר א ח), לא להצמד לתפריט מסויים, אלא להגיש לכל אחד את מה שהוא אוהב (געפילט'ע פיש למרוקאים....).

אז להכיר את קהל היעד – זה צורך ברור ובסיסי, אבל להיות ישר ואמיתי, להתאים לכל לקוח את מה שבאמת מתאים לו, ומה שבאמת הוא צריך. והאמת?

אמינות ויושר גם הם כלים שיווקיים!!!

שכנוע

בהרבה מקומות מוזכרת בתורה 'לקיחה' במובן של לקיחה בדיבור! (לדוגמה: בראשית ב טו ובמדרש רבה שם טז ה, במדבר טז ג, כ כה, כז יח, ובמדרש רבה שם יח ב, יט יט), אם התורה משתמשת במילה הזו, היא מלמדת אותנו את העוצמה של דיבור, שממש אפשר 'לקחת' בני אדם בדיבורים. בכל פעם הטכניקה היא שונה, אבל זו העוצמה של דיבור. כשמשמשים בכח ה'לקיחה' הזה לטוב – זו מעלה עצומה, ולרע – הסיכון הוא עצום. תראו מה קרה ברוסיה או גרמניה לפני 100/80 שנה...

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

הקטע הבא לא שייך כל-כך למסחר, יותר לחינוך ושלום בית, אבל כמו שהוקדם אומנות הדיבור לא נוצרה רק לביזנס, גם יחסי אנוש תקינים הם 'חלק' מהצורך בה... ועוד תזכורת קטנה, כיון שהקטע עוסק ביעקב אבינו והאימהות אז ברור שאין לנו השגה בעומק 'מעשי האבות', וכל מה שאנחנו נוטלים משם הוא רק את ה'סימן לבנים':

אלוקים מתגלה אל יעקב אבינו ואומר לו: 'שוב לארץ אבותיך ומולדתך' (פרק לא פסוק ג). נו, מה היינו עושים אם היינו מקבלים גילוי שכזה? אוספים את המשפוח'ע, אומרים 'לשם יחוד' בהתרגשות, מקפלים ציוד, ועפים מהמקום כי אלוקים אמר...

אבל איך יעקב אבינו עשה את זה?!

מפיל על רחל ולאה 'גזירת הכתוב'? אלוקים אמר ואין מה לעשות?

קודם הוא מתאר את הקשיים לחיות במקום שהוא נמצא, כמה סבל ורמאות הוא נוחל כאן, והוא מוסיף שכעת זה כבר לא רק סבל אלא גם נהיה מסוכן! אבא שלכם רוצה להרוג אותי ואולי את כולנו!! ופתאום בסוף השיחה, אחרי כל ההסברים הטכניים, הוא מוסיף שבעצם גם אלוקים אמר לו משהו בנידון - לשוב לארץ מולדתו. רק בסוף אחרי כל השכנוע, משפט על איזו מצוה שצריך לקיים!!

גם האימהות הקדושות לא הדליקו מיד 'אורות גבוהים'... הן ממש לא עונות: מה??? אלוקים דיבר איתך??? אז מה השאלה בכלל???

נקשיב לתשובה שלהן: 'העוד יש לנו חלק ונחלה אצל אבינו, נוכריות נחשבנו אצלו, מכרנו ואכל את כספנו... ועתה אשר אמר אלוקים אליך - עשה! אותה התנהלות כמו יעקב, קודם כל הצדדים הטכניים, אנחנו גם סובלות פה, גם אנחנו מרגישות שהבית נהפך למקום סכנה, ואם אתה אומר שאלוקים הורה לך לצאת, אז ברור 'אשר אמר לך אלוקים עשה'!

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

אז לא להתנפל עם כללים וקביעות, לא לגעוש ולרעוש עם ה'אסור', אלא לתאר את הצורך, את המניעים והסיבות, ואז כשהבנה פתחה את הלב, אפשר להכניס אליו את ה'שולחן ערוך'!
ואם הרווחנו מכל זה משהו ליציבות הבית או חינוך הילדים, הרווחנו הרבה מאד גם אם זה לא קשור לעסקים...

מכיוון אחר אפשר ללמוד על כניסה לדין ודברים בתמרון ובחכמה, מהפניה והדיבור של אביגיל עם דוד המלך. דוד המלך בא להרוג את נבל הכרמלי כי הוא מרד בו, מה עושה אביגיל אשתו של נבל? איך היא מצילה את בעלה מגזר דין מות?
מהגמרא (מגילה יד עמוד ב) והמפרשים (שמואל א כה נו) עולים 2 דרכי פעולה.

היא באה לפניו לדין תורה בלילה, דוד המלך אומר לה שאי אפשר בלילה, אבל מבחינתה זה מספיק היא כבר בפגישה עם דוד המלך ובעיצומו של דו-שיח. ואז בדיבור בכבוד, היא אומרת 'יעשה השם בית נאמן לאדוני', זאת אומרת מצד אחד אתה באמת "אדון" וראוי למלכות, אבל מצד שני "יעשה השם" לשון עתיד, עדיין לא התפרסמת כמלך אז בעלי אינו מורד במלכות. ודוד המלך הודה לה על כך.

הופעה

כמה שזה קטנוני ואווילי שחתיכת בד גוברת על מה שאנחנו באמת - זו המציאות. והאישיות שלנו לא מעוררת סקרנות מצד עצמה, על אף הכישורים והיכולות (הנדירים...) שנמצאים בה ולא בבגד.

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

חז"ל התייחסו לכך מכמה זוויות, ממש לא פרסום, היו להם כמה דברים לפני כן...

מלך צריך להסתפר בכל יום, כהן גדול ביום שישי, כי המשמרות מתחדשות. (סנהדרין כב עמוד ב)

הרושם שנוצר מהופעה חיצונית כל כך חשוב, עד שמהמלך נדרש להסתפר בכל יום ומכהן גדול פעם בשבוע! לגבי כהן גדול נוסף כאן עוד משהו, הוא מסתפר דווקא בערב שבת, כי אז באה המשמרת החדשה שתעבוד בבית המקדש בשבוע הקרוב. לומדים מכאן את החשיבות של "רושם ראשוני", הרי המשמרת הולכת להיות עם הכהן גדול שבוע שלם, היא תזכור איך הוא היה נראה ברגע הראשון? כנראה שכן! אם לא במודע אז בתת-מודע, ויש לזה השלכה על היחס כלפיו, אז בשביל הרגע הראשון הוא צריך להסתפר כל יום שישי!

13

במסכת שבועות (דף לא עמוד א) ישנה התייחסות נוספת לעוצמה של ביגוד: שניים שבאים לדין, אחד לבוש סמרטוטים ואחד איצטלית של 100 מנה, אומרים לו תלבש כמוהו או תלביש אותו כמוך. אסור לדיינים לשבת עם בעלי דין, כשאחד לבוש מיליון דולר והשני שמאטע'ס, זה מושך באופן לא מודע לטובת המיליון דולר... סוג של שוחד. אז או שהעשיר מלביש את העני כמוהו, או להיפך, אבל לפני הדיינים הם צריכים להראות שווים, אחרת לא פותחים את הדין. זה מה שחז"ל למדו מהשפעה של מראה, אלו הם המסקנות שהם הסיקו מזה ליומיום. מפעים עד איפה הם חשדו את עצמם, איזו נקיות וטוהר הם תובעים מעצמם, לא ילמדו אתכם את זה באף בית ספר.

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

סבר פנים יפות

מאושיות השכנוע הוא יחס מכבד וסבר פנים יפות, זה עושה טוב ללקוח ולכל אדם, סימפטיה ואוירה נעימה עוזרים לשמוע מה יש לך להציע. חז"ל העלו מאד על נס את המידה הזו של סבר פנים יפות, וכמובן ממש לא בשביל האגוצנטריות של רכישת לקוח, אלא בשביל להיות בנ'אדם!
קבל כל אדם בסבר פנים יפות (מסכת אבות א טו)
להתייחס יפה לכל אחד, שיהיה נעים במחיצתך, הוא בנ'אדם כמוך – תן לן הרגשה טובה, זה הכל.

עד כדי כך שחז"ל העצימו את החיוך יותר ממזון!!!

אמר רבי יוחנן: טוב להלבין שיניים לחברו יותר מלהשקות אותו חלב (כתובות קיא עמוד א)

עד כדי כך! כי חלב זה לקישקעס, אבל חיוך זה לנפש!

כשיש בהוראה הזו מסר נוסף, גדול ועצום: ת ח ש ו ב !!!

הרי כל מי שמגדיר את עצמו 'אדם', הרגיש פעם ופעמיים מה עושה חיוך, כמה הוא מחיה, מרווה, מטעין, וכו' וכו'. וכך להיפך, כולנו נצרבנו מה'חומצה' של 'פרצוף חמוץ', או אפילו רק קריר ואדיש.

אז בא רבי יוחנן ואומר לך: תחשוב! תסיק מסקנות! אם זה כל-כך מועיל, כל-כך נותן, תשתמש בזה! תתנהג לפי זה! אל תהיה אטום סתום חתום, שנפגע סובל וכואב מהתעלמויות, ו... נוהג כך בדייקנות כלפי אחרים, לא מרוע ואכזריות אלא מחוסר שימוש בשכל. אל תהנה מחיוך, תתרגש תשתחרר, ו-לעצמך בלבד!

כשגם להיפך חז"ל מחדדים לנו תובנות איומות:

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

אם נותן כל מתנות טובות שבעולם, ופניו זעופות כבושים בארץ, כאילו לא נתן כלום (עפ"י אבות דרבי נתן יג ד), וזה נפסק ברמב"ם (מתנות עניים פרק י הלכה ד) ושולחן ערוך (יורה דעה רמט סעיף ג).
 מה קרה? מה הרעש? נתתי, ונתתי המוווון.
 לא! נתינה בלי לב היא כלום אחד גדול!!!
 ואין מה להתוכח, נחשוב איך אנחנו מרגישים כשמישהו מאשר לנו משהו בפרצוף חמוץ? נותן בהתנשאות? זה בווער בידיים, מבייש עד העצם, ולא נרצה להיזכר בנתינה הזו לעולם.
 אז זהו, זה הכוח של חיוך או להיפך, וחז"ל ראו לנכון להעלות ולחדד את הרגישויות האלו שחור על גבי לבן, לומר דברים מפורשים כדי שיהיה לנו עולם יותר יפה. לכבד ולהוקיר, ולהתרחק מההיפך, להבין מה אנחנו עושים בחוסר סימפטיה.

15

הומור

האמורא רבה לפני שהיה פותח את השיעור היה אומר "מילתא דבדיחותא", ואז מתיישב באימה וממשיך לשיעור עצמו. (עפ"י שבת ל עמוד ב)
 הומור זה דבר משחרר, מפשיר ומרגיע את האווירה (אם צריך...), ועוד כהנה וכהנה מעלות תקשורתיות שיש בו, כמובן כשלא עוברים את הטעם הטוב, וההומוריסט התורן לא נתפס כ'מנסה להצחיק', או אידיוט ורדוד.
 בצד השלילי חז"ל הזהירו מאד מהליצנות ('שערי תשובה' שער ג אות קעד, ו'מסילת ישרים' פרק ה), ושאי אפשר לעורר את הליצנים וקלי-הדעת

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

להפסדים שהם גורמים לעצמם, כי מה שתגיד להם, הם מחזירים בבדיחה, מתגלגלים מצחוק ו-ממשיכים הלאה.

חלון ראווה

במשנה ובגמרא מוצאים לכך ביטוי בכמה אופנים, לא חלונות ראווה במובן של מוצרים מאחורי זכוכית, אבל בהחלט את העיקרון של שיווק הסחורה מחוץ לחנות. (משנה במסכת ביצה (א ה) ובמסכת מכשירין (ג ט), גמרא במסכת שבת (לה עמוד ב) וברש"י שם). זה מזמין ו'קורא' לעוברים ושבים. ואם תמונה שווה אלף מילים, אז המוחש יכול להיות הרבה יותר.

דינר

גדולה לגימה... מרחקת את הקרובים, ומקרבת את הרחוקים.
(סנהדרין קג סוף עמוד ב)

חז"ל מייחסים עוצמה רבה להשפעה התת-מודעת של אוכל, זה ניכר מהציטוט שפתחנו בו, ומעוד מקומות כמו בסנהדרין נב (עמוד א) - סוד ההצלחה של קורח לסחוף אחריו תומכים נגד משה רבינו, לא היו טענות ומענות, ולא המצע של המפלגה, אלא ה'לגימה' שנתן להם. זה הכל. ובמדרש (במדבר יח ז): 'אמר משה - אולי מתוך מאכל ושתייה אמרו זה! מדההים וגם מפחחחחחיד!!!!!! אתה יכול להיות משוכנע במשהו, ולא שם לב שהכל בגלל בורקס...

עוד מקור:

אסתר המלכה לא תקפה את המן ישירות מול המלך אחשוורוש, ולא העלתה מיד את ה'פתרון הסופי' שלו, אפילו כשהמלך מברר יותר לעומק:

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

מה את רוצה? "עד חצי המלכות!!! היא לא מתפתה ופותחת את הקלפים. היא מזמינה את המלך והמן למשתה, לקנות אותם בארוחות גורמה וכמה בקבוקי יין משובחים. כשגם במשתה עצמו היא עדיין לא מעלה את הנושא הבוער, אלא מזמינה את המלך למשתה נוסף... למחרת היא שוב לא פותחת את הפה עד שהמלך בעצמו שואל אותה! כך, כשהבנלאדם מתוח ומסוקרן עד העצם הוא פתוח לקבל ולהבין. מי שמתוח גם חושש לגרוע יותר, כך שכל בקשה לא תראה בעיניו גדולה מדי... אז יכלה אסתר לבקש על נפשה ועל עמה!!

פרסום

פרסום, פרסומת, פרהסיה, פומביות, ושלל תופעות הרהב והראווה של שנות האלפיים, ציד מודרני נקי ללא דם וגופות, זה מיד מתקשר לבלוף 'לוקשים' ושטיפת מח, וכל המסתעף.

בגדול?

יש בזה!

אם את/ה לא מוכר את הדבר הנכון לאיש הנכון? אתה צייד! מסיונר! ושלל התוארים הנרדפים, זה מה יש!

כך גם אם את/ה 'רק' פרסומאי או משווק, שעושה עבודה בשביל אחרים, ויודע שהכל חרטט, אתה נותן את הרובה לידיים של הצייד!

אבל מה? יש גם את הצד החיובי! כשמוכרים לאנשים את מה שהם באמת צריכים.

ומה לעשות ששום גמד קטן לא לוחש להם שה'מציאה' שוכנת אצלך? אז צריך לעדכן.

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

בגמרא זה בא מכיוון אחר:

הנותן מתנה לחבר צריך להודיע לו. (שבת דף י עמוד ב)
 רש"י שם מסביר שזה כדי להרבות אהבה ואחוזה, אם לא תספר לחבר
 שאתה שלחת לו את המתנה, מה הועלת במתנה הזו? באת להוסיף לידידות
 אז תספר ותדווח, אל תשמור אצלך.
 אז נכון, זה לא פרסומת למוצר, אבל יש מקור לפרסום חיובי, וזה לא יהירות
 ולא יחצנות מיותרת, אם תשמור אותו אצלך מי יידע ממנו?

פרסום-חוצות

פרסום חוצות זה לא דבר חדש, לא משהו שהאמריקאים היו ראשונים
 לפרסם על כלי תחבורה/תעבורה, והפטנט לא רשום על שמם. הפעם
 היוונים הקדימו.

18

גזירת היוונים: כתבו על קרני השוורים שאין לכם חלק באלקי
 ישראל. (בראשית רבה פ"ב ס"ד; ירושלמי חגיגה פ"ב ה"ב)
 המפרשים מבארים שהשור שימש לנשיאת משאות וחרישה בשדה, מה
 שאומר שנפגשו בו הרבה, לכן היוונים גזרו לכתוב דווקא עליו, כי מסר כזה
 היה כל הזמן מול העיניים.
 יש מסבירים ש'קרן השור' היה ה'בקבוק' של הקטנים, גם לפי ביאור זה
 המטרה ברורה, להחדיר מגיל אפס את מה שהם רצו שיגדלו עליו.

פרסום בתקשורת

טכניקת פרסום שקצת איבדה היום מהרלוונטיות שלה, היא רמקולים
 ברחובות שמעדכנים על מכירה כזו או אחרת, בגמרא (בבא מציעא צט,
 עמוד ב) קוראים לזה 'ברזנייתא' (לא כדאי לאמץ שוב?), כרוז המודיע על

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

פלוני שמוכר יין. אולי היום המירו את זה בפרסומות בתקשורת, הקריינים הם הכרוז של פעם...

נטילת חסות

לעבד של מלך מתייחסים כמו מלך, הידבק לשר וישתחוו גם לך. (ספרי פרשת דברים פסקא ו). הובא ברש"י על התורה (בראשית טו יח, דברים א ז) ובמסכת ברכות (נו. ד"ה משחרי) רואים את התופעה הזו גם היום בכל מיני עוזרים ומזכירים של... מתחנפים אליהם כאילו הם הבוס בעצמו. אפשר גם לראות את זה באפיקים אחרים, כמו כאלה שאין להם תואר אקדמאי, והם חוברים לרופא/משפטן/וכו' וביחד כותבים ספר, מובן שזה נותן הרבה יותר סמכות למחבר הספר למרות שהוא ללא שום תארים.

בביזנע'ס זה מוכר מהכיוון של נטילת חסות וחכירת שם של חברה מובילה, אז גם זה סוג של התקשרות עם שר.

דוגמאות (שעת סיפור...)

בהרבה דיונים בגמרא או בפוסקים לא מסתפקים רק בקביעת הדין וההלכה, אלא מצרפים סיפור - "מעשה רב", כלומר רבנים שראו אצלם בפועל איך הם נהגו בנושא הנידון. במהלך הדורות התפרסמו כמה ספרים, שהם הנהגות שהתלמידים ראו אצל הרב. זה מעצים את ההכרעה. כזה ראה וקדש!

על רבי מאיר מסופר בגמרא, שהיה מחלק את הדרשה שלו; שלישי בהלכה, שלישי באגדה, ושלישי במשלים (סנהדרין לח עמוד ב).

גם את הצד השלילי של סיפורי מעשיות מצאנו בחז"ל:

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

קחו את המן, הוא קיבל בחז"ל ציון 10 על לשון הרע! 'אין מי שידע לספר לשון הרע כמו המן' (מגילה יג עמוד ב). הוא רוצה לשכנע את אחשוורוש שהיהודים 'לא פרודוקטיביים', הוא לא מסתפק בנתונים יבשים וקביעת עובדות, הם לא שווים וזהו, זה לא יעבוד. הוא מנפח, מגזים, ומספר סיפורים: אתה בא ליהודי ומבקש עבודה/תפוקה/יצרנות, והוא אומר לך שה"י פה"י... שבת היום... פסח היום...

המחשות

בפרט הזה של פרסום, ישנה תופעה שמופיעה הרבה בחז"ל לאו דווקא בהקשר של פרסום אלא כנתון בנפש האדם:

– ראייה גדולה משמיעה

זה נכון לגבי שיעורים והרצאות, לגבי חינוך, וגם לגבי פרסום.

בחז"ל זה מופיע בכמה מקומות על כמה נושאים:

בגמרא (ראש השנה כה עמוד ב, ובדומה בבא קמא צ עמוד ב) לגבי עדות –

אי אפשר להעיד על מה ששמענו ממי שראה...

רש"י (שמות כ יט) מביא מהמכילתא שלכן מתן תורה היה בראייה.

במדרש לקח טוב (פרשת ויצא פרק לא) זה נאמר על הדברים שיעקב אבינו

דיבר עם האימהות (לעיל).

וכך גם מסבירים את מרדכי, ש'נתן להראות לאסתר את פתשגן הכתב שניתן

בשושן להשמידם' (אסתר ד ח), שהוא עשה כך מהסיבה הזו שראיה גדולה

משמיעה, ומסמך או הדגמה מעשית נחרטים עמוק יותר מאשר בשמיעה.

עוד בענין:

בפרשת אחרי מות (ויקרא טז א) רש"י מביא את דברי חז"ל (ספרא שם,

פרשה א אות ג):

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

רופא א' אומר לחולה: אל תשתה צונן ואל תישן בטחב.
 רופא ב' אומר לחולה: אל תשתה צונן ואל תישן בטחב - שלא תמות
 כמו פלוני!!!
 מי הועיל יותר? החולים של מי יעמדו בכללים?
 זה הכוח של המחשות, המסר נופל בבום, נקלט ברגע, ויושב טוב. כמו
 קריקטורה טובה, שבכמה קוים מועבר מסר של כתבה שלימה.

ומקור נוסף:

לתרח אבי אברהם היתה חנות פסלים, פעם הוא הושיב שם את
 אברהם למכור, נכנס מישהו לקנות פסלון, שאל אותו אברהם בן כמה
 אתה? אמר לו בן 50/60, אמר לו אברהם - אוי לבנ'אדם שהוא בן 60
 ומשתחוה לפסל בן יום, הקונה התבייש ויצא בלי כלום. נכנסה אשה
 עם כלי מלא סולת, וביקשה שיקריב את זה לפני הפסלים, לקח
 אברהם פטיש שבר את כל הפסילים, והניח את הפטיש בידי הפסל
 הגדול שבחנות. כשתרח חזר הוא רואה חנות הפוכה, כל הפסלים
 שבורים, היתה חנות... הוא שואל את אברהם, מה קורה כאן? מי
 עשה את זה? ואברהם מספר שלו, שבאה אשה עם סולת להקריב
 לפני הפסלים, הקרבתי, והם התחילו לריב, כל אחד אמר שהוא אוכל
 הראשון, עד שקם זה הגדול שבכולם תפס פטיש ושבר את כולם!
 אומר לו אבא שלו, מה אתה עושה ממני צחוק, מספר פה דרמות,
 פסלים מסוגלים לכזה דבר? החזיר לו אברהם ברמיזה: 'ישמעו אזניך
 מה שפיך מדבר'. (עפ"י בראשית רבה פרשה לח, ותנא דבי אליהו)
 אברהם אבינו השתמש כאן פעמיים בהמחשות כדי להעביר את המסר שלו,
 הוא לא נכנס לוויכוח עם הלקוח שרצה לקנות פסל, ולא שלף ציטוטים



נוכחות כריזמטית ברשת

ואימרות מכאן ומשם, אלא בהמחשה קצרה הוא גילם ברגע את הגיחוך שבדבר. כך גם בדין ודברים עם אבא שלו, בהצגה שהוא ביים הוא הביא אותו לומר בעצמו שפסלים לא מסוגלים לכולם, ולא נשאר לו רק לקצור את הפירות.

מספרים על הרב יוסף דב סולובייצ'יק מחבר הספר 'בית הלוי', שבאחד החורפים המושלגים נוצר מחסור בעצים להסקה, כשהסובלים מכך הם כמובן העניים שלא עומדים ביוקר המחייה, אז איך משכנעים את עשירי הקהילה לתרום עצים?

הדרך האחת היא לכנס ועידה, לפטם אותם בארוחה טובה ושירי הלל, וביני ביני להשחיל מאמרי חז"ל על חשיבות הצדקה והאכפתיות מאחים סובלים וכו' וכו'.

22

ה'בית הלוי' נקט בדרך אחרת... הוא נקש על דלתות גביר העיירה, וקרה לו החוצה, אל הכפור... מתחיל לשוחח על דא ועל הא, מובן שהוא לא הבין מה הרב רוצה, ולמה הוא מתעקש לא להיכנס אליו לטרקלין, אבל הרב עומד על כך לדבר אתו בחוץ, כנראה במהלך השיחה הוא יבין... אבל הרב משוחח ומשוחח, והוא יוצא מדעתו, משפשף ידיים רוקע ברגליים נוקש בשיניים, פסיעה מאחור יש סלון מוסק ותה חם. ולרב יש את כל הזמן שבעולם...

אבל אז סוף סוף הרב מתעניין במזג האויר, נו, אז מה אתה אומר על הטמפרטורות שלנו?

מה אני אומר??? אני כבר לא אומר - אני סובל!!!

לזה הרב חיכה!

אוהו, כמה שאתה צודק, כל מילה פנינה, אז כמה אתה נותן בשביל אחים שלך, שאלו הם החיים שלהם ולא רק חמש דקות מחוץ לבית!?

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

ברור ומובן שהסכום שנתרם היה הרבה יותר מאסיפה כזו או אחרת שהיו מרביצים בה מאמרים לרוב על חשיבות הצדקה. הרב לא הסביר לו, הוא המחיש לו, וזה כל ההבדל.

ועוד על רב שנאלץ להסתובב בחצר המלכות, ובאחד הפעמים הטיחו בו בפני המלך: אתה מתמרמר ומתלונן על כל מיני מיקרים של אנטישמיות, נואם בחסד נגד גזענות ואפליה, והנה – לפי ההלכה שלכם אם זבוב נופל לכוס יין מוציאים את הזבוב ושותים את היין, אבל אם גוי יגע ביין שלך, אפילו המלך בכבודו ובעצמו - תשפוך את היין! אז מה אתם מתבכיינים ומתמסכנים כאילו כולם נגדכם, גוי יותר דוחה אותכם מזבוב!?

וואוו, איזו האשמה, המלך מסתכל על הרב, הרב על המלך, וכולם מתסכלים על שניהם, בקיצור – דרמה!

הרב מברר בעדינות אם המלך יהיה מוכן להשתתף בהצגה קטנה, המלך מסכים.

הרב מזמין קצת מים וקערה, ומבקש מהמלך לשטוף ידיים, שטף. ואז...

הרב לוקח את מי השטיפה, מברך ושותה!!!!

נו, יענה כבודו, אתה דוחה/מאוס/מלוכלך בעיני או לא? התשובה היתה ברורה.

ואיתה גם התובנה שהקטע עם היין הוא רק ענין דתי, שום פן אישי של דחייה וגזענות, אלוקים אמר ואנחנו מבצעים.

כמה שהרב היה מנסה להסביר את זה במלל ודיבור, לא היה לזה את האפקט של ההמחשה, מול הדרמה שהתחוללה בהטחת ההאשמה היה מומלץ ועדיף

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

דרמה נגדית, 'תשובת המשקל'. אז בבקשה - אין על המים שמלכינו ירום הודו שטף בהם ידיים.

וכמו האגדה שהייתה או לא, על קבצן שניסה להיכנס לאירוע ולא נתנו לו, החליף את הבגדים למהודרים, ו... הושיבו אותו בראש השולחן. כשהגישו לו אוכל הוא שפך אותו על הבגדים!!! כולם הרימו גבות, מה עובר על הבנאדם? אבל הוא לא השאיר אותם עם השאלות.

פשוט מאוד, קודם לא נתנו לי להיכנס, והשינוי היחיד שהכניס אותי לכאן לא חל בי אלא בבגדים, אז הארוחה שייכת להם... זה מה יש, אנחנו שופטים לפי מראה עיניים.

כשחוץ מהמסר על ביגוד יש במעשיה הזו גם 'המחשה', הקבצן לא מסר הרצאה כמה בגדים משחקים תפקיד אלא ביצע משהו בפועל, זה 'מדבר' יותר מדיבורים.

24

גם רוח הפיוט והמליצה שכבר יצאה מהאופנה באה מהמקום הזה של המחשות, אפשר לפגוש את זה בהרבה פסוקים ותפילות, כמו למשל תפילת 'נשמת' בשבת בבוקר:

"עינינו מאירות כמו שמש וירח, ידינו כנשרי שמים, רגלינו קלות כמו איילות".

לשם מה נכנסו הידיים והרגליים לפעולת ההודיה? ומה ההדמיה הזו עם 'עינים מאירות כמו שמש', זה הרי לא מציאותי? אבל בינינו, לומר 'אפילו אם היו לי עינים מאירות כמו השמש וכו' אני לא יכול להודות כמו שצריך' הרבה יותר חזק ובומבסטי, הרבה יותר מודה ומכיר טובה, מאשר 'אני לא יכול להודות כמו שצריך', ולכן הציור והצבע נכנסים לתמונה.

סמלים/תיוג/מיתוג

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

אחת המצוות שהצטוונו בהם בתורה היא ללבוש ציצית, אין לנו השגות ברבדים העמוקים של המצווה הזו, ולא בכוחות הסגוליים והרוחניים שלה, אבל ההסבר השווה-לכל-נפש שנתנה לה התורה הוא: 'למען תזכרו!' לבוש שונה וחריג מהווה תזכורת. כך גם כל החגים; סוכות, פסח, שבועות, חנוכה, ופורים, ברובד הפשוט וההתחלתי שלהם הם ציון ואזכור למה שקרה באותה תקופה.

על עיקר מצות ציצית נוספה מצוה, לצבוע את אחד החוטים בתכלת, על המשמעות של זה לפי הפשט, אומרת הגמרא:

התכלת מזכירה ים, ים מזכיר רקיע, רקיע את כסא הכבוד (מנחות מג עמוד ב, תיקוני זהר דף קכו עמוד ב)

משהו קצר וקליט, אפילו רק צבע! אבל זה מזכיר עניין שלם שחשוב לזכור.

דוגמה קצת שונה, אבל היא חלק מהרעיון של סמל:

לעולם ילמד לתלמידיו בדרך קצרה. (פסחים ג עמוד ב, חולין סג עמוד ב)

גם זה בשביל שהחומר ייקלט טוב, וגם קל לחזור עליו כשהוא קצר ותמציתי.

תמרוצים וסמלים מספרים סיפור שלם בכמה קווים, היכן קופת חולים, אם הכביש ללא מוצא, וכהנה וכהנה. ולכן גם בשיווק משקיעים בו, כי אז בסמל אחד הזכרת את כל הסיפור שלך.

בחז"ל מוצאים לכך דוגמה מאד לא צפויה, למה הם הועידו את השימוש בסמלים:

אילן שנושרים פירותיו - צובעו בסיקרא [=צבע אדום], כדי שאנשים יראו ויבקשו עליו רחמים! (חולין עח עמוד א).

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

קצת מושגים על חברה בריאה ואכפתית, לפני כסף הון וממון, חברה גבוהה מבחינה מוסרית, שמסוגלת להתפלל על... עץ, כן 'עץ חולה' של מישהו לא מוכר, שהפירות שלו נושרים לפני הזמן, אז נושאים תפילה לשלומו (מה לא ברור?...?). בחברה כזאת יש מקום לסמן את העץ בפס אדום, שהעוברים-ושבים יידעו שצריך את התפילות שלהם.

גימיקים וסנסציות

חלק מהרעיון של פרסום הוא ליצור עניין ושיח ציבורי, להיות בכותרות, 'להיכנס לפה של כולם'. רק מה? שאם אין לך מה למכור איבדת מהר את העירנות וההתעניינות, כותרת בומבה שאין מאחוריה כלום מושכת רק את העין אבל לא את הארנק...

את דרך הפעולה הזו פוגשים הרבה בחז"ל, למרות שהם לא בזבזו מחשבה ורגש בהצטעעויות, אבל כשבאים לזכות, ובטח כשבאים להציל, זה לא משחק ולא הצטעעעות, אלא חובת השעה להשתמש בטכניקות כאלה ואחרות.

אז לפי הסדר:

מלך-מלכי-המלכים מודיע לנח שעוד 120 שנה הוא מביא מבול ושוטף את הגלובוס, אז שיעדכן את כל הפלגים והסיעות - שלא יגידו לא ידענו... היה אפשר להסתפק בכך, אבל לא, המלך הגדול הגיבור והנורא מצווה את נח לבנות תיבה שבה הוא ישהה בזמן המבול.

למה? בשביל מה כל הטירחה הזו? חסר לאלוקים דרכים להציל את נח?

רש"י (פרשת נח) מביא את חז"ל (אגדת בראשית א ב) ששואלים כך, והם עונים:

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

שדור המבול יראו שעוסק בה 120 שנה, הם ישאלו אותו מה זה? והוא עונה להם הקדוש ברוך הוא מביא מבול, אולי ישובו. זאת אומרת שאלוקים ברוב רחמיו וחסדיו ביקש להעביר את הידיעה שעומד לבוא מבול, דווקא בצורה שתעורר סקרנות, שתביא את האנשים לשאול מאליהם את השאלות, ולא שנח יצטרך להאכיל אותם בכפית בתוכניות העתידיות.

נתקדם במנהרת הזמן – עבודות הפרך במצרים:
איך הם התחילו?

תלו לפרעה מלבן בצוואר, וכל מי שאמר אני איסטניסט, אמרו לו: אתה איסטניסט יותר מפרעה? (סוטה יא עמוד א)
פרעה היה יכול להתחיל את השיעבוד מיד עם כל העוצמות, העם והצבא איתו, אז מתנפלים על הגיטו היהודי, אוספים אותם לכיכר, ומשם למחנות הריכוז... אבל הוא העדיף להתחיל אחרת, בפה – רך, שהיהודים יתחילו בעבודה מעצמם ללא התקוממות וניסיונות הפיכה. מה עושים? שוכרים תועמלנים ותדמיתנים, מה פתאום? חבל על הכסף וחבל על הזמן. יש משהו שיתקתק תוך בוקר ושניים. מה? איך? המלך בעצמו ירד לשטח, עם כלי עבודה על הצוואר, ווואאאוו – הברקה שלא תבייש אף פרסומאי גם היום, מי יראה כך את המלך ולא יעשה אחריו?! וחסל סדר שכנועים.

הלאה בשיעור היסטוריה:

אלקנה אבי שמואל הנביא עולה לרגל עם הקבוצה שלו, תנאי התחבורה היו קצת שונים מהיום... כך שלא באותו יום שנכנסים לרכב יוצאים ממנו בבית המקדש [אז עדיין היה המשכן בשילה]. אלא שגם אז היו דרכים 'כבישים



נוכחות כריזמטית ברשת

בין-עירוניים' המיועדים לנסיעות כאלו, אבל לאלקנה היו תכניות אחרות, נכנסים לתוך הערים:

...ושואלים להם היכן תלכו? ואומרים להם לבית האלוקים בשילה, שמשם יוצאים תורה ומעשים טובים, ולמה לא תבואו אתנו ונלך ביחד? מיד עיניהם זולגות דמעות ואומרים נעלה אתכם!
...לשנה הבאה עלו אתו 5 בתים, ולשנה האחרת עשרה, ...ששים בתים!

ובדרך שעלה בשנה זו לא עלה בשנה אחרת, עד שכל ישראל עולים!! ואלקנה הכריע את ישראל לכף זכות וחינך אותם במצוות, והרבה זכו על ידו. (תנא דבי אליהו פרק ח)

אז אפשר לעלות ואפשר לעלות, ואלקנה הגה רעיון שיגרום לו לא לעלות לבד, אלא לטלטל את כל המדינה, שכולם ידעו וכולם ידברו ויתעניינו, והנה התוצאה הסופית – כל ישראל עולים לרגל!!!

ומשם למפגש הפסגה בין אליהו הנביא לאחאב מלך ישראל, סלע המחלוקת הוא מי 'עוכר ישראל!' מי אשם בבצורת הנוראה שפקדה את ארץ ישראל, אליהו בקללה שלו, או אחאב ובית אביו ב'זיכוי הרבים' שלהם להכשיל את העם בעבודה זרה.

ואז אליהו הנביא מציע הצעה:

קבוץ את ישראל להר הכרמל, את 450 נביאי הבעל ו-400 נביאי האשרה (מלכים א יח יט ואילך)

אחאב מקבל את ההצעה, ומאסף להר הכרמל את כל עם ישראל ואת נביאי השקר.



נוכחות כריזמטית ברשת

אליהו ניגש לפני העם, ושאל אותם את השאלה שתכנס להיסטוריה: "עד מתי תפסחו על שתי הסעיפים, אם השם הוא האלוקים לכו אחריו, ואם הבעל [=סוג של עבודה זרה] לכו אחריו!!!"

ויש לו מוצא, מבחן כוחות, "אני נותרתי לבדי נביא להשם ונביאי הבעל 450!!!" הביאו שני פרים, הם יבחרו אחד ישחטו ויניחו על המזבח, ואני אשחט פר אחד ואניח על המזבח. הם יקראו לבעל שיוריד אש לקבל את הקרבן, ואני אקרא לקדוש-ברוך-הוא. "והיה האלוקים שיענה באש - הוא האלוקים!!!"

כולם הסכימו, והתכנית תקתקה לפי הספר, שחטו את אחד הפרים הניחו על המזבח, וקראו לבעל בקול גדול מהבוקר עד סמוך לערב, וכמובן אין קול ואין מענה ואין קשב.

כעת מגיע תורו של אליהו, הוא קורא לכל העם לבוא ולשתף אתו פעולה בבניית המזבח, בונה אותו מ-12 אבנים כמספר שבטי ישראל, מניח עליו את הפר השחוט, ומורה לעם לשפוך 12 כדי מים על הפר והעצים והתעלה שסביב המזבח, ופותח בתפילה נרגשת לפני אלוקים: "ענני השם ענני, וידעו העם כי אתה האלוקים".

'ותיפול אש ה' ותאכל העולה והעצים והאבנים והעפר, ואת המים שבתעלה ליחכה'

'וירא העם ונפלו על פניהם ויאמרו ה' הוא האלוקים ה' הוא האלוקים!!! (מלכים שם)

וכל מילה נוספת...

ממשיכים:



נוכחות כריזמטית ברשת

נבוכדנצר, הדיקטטור הגדול, מושל בכל העולם ביד ברזל, הפחד ממנו היסטרי, אבל לו זה לא מספיק, הוא צריך איזה משהו פומבי שיוסיף לבעתה, אז הנה ההמצאה הנבוכדנצרית הבאה:

רוכב על אריה כשהמושכות הם... נחש. (עפ"י שבת דף קנ עמוד א, ורש"י שם)

אחרי הופעה כזו לא צריך דיבורים, ולא בזבוז מיותר על מאבטחים ושומרי ראש, גם אחרון המתנגדים מעדיף לשמור על עצמו...

ולתקופת התנאים:

הכריז רבי אלכסנדר: מי רוצה חיים? מי רוצה חיים? באו והתגודדו סביבו (מי לא רוצה חיים?), אמרו לו: תן חיים, הקריא להם את הפסוק: "מי האיש חפץ חיים וגו' צור לשונך מרע" וגו'. (עפ"י עבודה זרה דף יט עמוד ב, ובניסוח שונה ב'ויקרא רבה' פרשת מצורע פרשה טז)

רבי אלכסנדר לא נכנס לבית הכנסת והטיף מוסר, הוא לא בלע מיקרופון ונאם לאומה, אלא פתח לכולם את התיאבון, הפעיל את בלוטות הסקרנות, ומידע שנקלט דרך אותם הבלוטות הוא בעוצמה אחרת.

דוגמה שונה:

ר' עקיבא דרש והתלמידים נמנמו, הוא רצה לעורר אותם, אמר: למה זכתה אסתר למלוך על 127 מדינות? תבוא בת של שרה שחיייתה 127 שנה ותמלוך על 127 מדינה?! (אסתר רבה א ח)

הסיפור חוזר על עצמו עם רבי יהודה הנשיא:

הוא דרש והציבור התנמנם, אמר: ילדה אחת במצרים ששים ריבוא (60.000) בפעם אחת! שאל אותו רבי ישמעאל ברבי יוסי: מי היתה

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

כך? אמר לו: זו יוכבד שילדה את משה השקול כנגד ששים ריבוא.
(מדרש שיר השירים רבה ד')

המסר שמשה רבינו שקול כששים ריבוא היה יכול להיאמר בצורה פשוטה, אבל אז הרבה היו מפספסים אותו, במשפט תמוה גרם רבי יהודה שעכשיו כבר כולם ידעו. דבר תמוה מעורר אפילו חברה רדומים!!

זה לא חייב לבוא קבוע, ולא כל-הזמן רק עם הברקות וגימיקים, אבל לצד המסר קבוע להפתיע מידי פעם. זה מחמם את הגיזרה, מדליק אורות, ומעלה את רף ההתעניינות.
אווירה חברתית

לפעמים המטרה של פרסומת היא ליצור סחף חברתי לכיוון מסוים, בעד או נגד משהו, ולסחוף כמה שיותר, שידעו וידברו ויעשו. העוצמה של סחף כזה היא אדירה ויתכן שאין לה מתחרים בתחומים אחרים. רק לראות כמה אזהרות התורה מזהירה מהשפעת הסביבה הנכרית ובאיזו חומרה (ויקרא יח ג, כ כג, דברים ז ב-ג), למרות שאתה יודע שהוא גוי, ושהוא לא חייב במצוות כמוך, כדי להבין מה עושה אווירה חברתית.
אז חז"ל לא דילגו על העוצמה הזאת, התריעו עליה, והורו איך להשתמש בה נכון ובריא.

מי שפתח את הסוגיה הוא שלמה המלך, אב החכמים שבכל הדורות:
הולך עם חכמים יחכם ורועה עם כסילים ירנע (עפ"י משלי יג כ)
עם מי שאתה מסתובב אתה מושפע, חד וחלק, לא מוכרח להיות לגמרי ועד השורש, אבל ודאי שסופגים ומשתנים! אז עם זה עם חכמים, מה לעשות תהיה בסוף חכם... ועם זה עם כסילים? גם חכם וגאון ומוכשר, יעשה כמה שטויות.

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

הרמב"ם (הלכות דעות תחילת פרק ו) הרחיב את הפסוק הזה:
 אדם מדרך ברייתו נמשך אחרי רעיו וחבריו, לפיכך צריך להתחבר
 עם צדיקים והחכמים תמיד - שילמד ממעשיהם, ויתרחק מהרשעים
 - שלא ילמד ממעשיהם, זה מה ששלמה אומר וכו'.
 ואם כל המדינות מתנהגים לא טוב, או שלא יכול ללכת למדינה
 שמתנהג טוב - ישב לבד! יחידי! ואם לא מניחים אותו לשבת
 במדינה אלא אם ינהג במנהגם הרע - יצא למערות ולחוחים
 ולמדברות!!!

נשים לב עד איפה הרמב"ם לקח את העצה של שלמה המלך - לברוח
 למדבריות בגלל החברה!! כן, אין ברירה. ההיסטוריונים והפסיכולוגים מנסים
 קרוב ל-80 שנה להבין איך גזען מטורף הצליח לשגע את אחד העמים
 המתורבתים ביותר, לדרדר ולרסק אותו לשפל האנושיות, אז לא חשוב כל
 התהליך - לשחד חזור ושחד בהרבה כבוד שהם הגזע העליון, אבל אחרי
 שהפלטפורמה נוצרה, ויש כבר אוירה חברתית, זהו זה, יש נהייה וסחף לכיוון
 מסוים, לא משנה אם יש בו הגיון או לא, כמה הוא מפלצתי ומזוויע, החברתיות
 ניצחה!!!! זה מפחיד זה נורא, אבל זה מה קרה.

במסכת הוריות (יב עמוד א) מיעץ רב משרשיא לבן שלו, שיתגורר באשפה
 בחברה טובה ולא בארמון בחברה רעה! שיאכל אוכל דלוח בין אנשים מנומסים
 ולא מעדנים בחברה לא מעודנת! כי השפעת החברה היא עצומה, וגם כשטוב
 לך ואתה בתנאים נוחים, לא תחזיק מעמד מול החברה.

במדרש קהלת (פרק ז אות ג) נאמר שהאדם כשלעצמו היה נשאר טוב וישר,
 ורק כשהוא בשניים מתחילים ה'חשבונות הרבים', התכנוניות וה'פויילע
 שטיקע'ס' מאחורי הגב ומתחת השולחן. זה מפעים ומדהים לדעת את זה על
 עצמינו, שכל אחד כשלעצמו הוא עם בסיס 'ישר', והחברה היא שמשנה אותו,

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

מפרקת ומרכיבה מחדש כאילו אנחנו קובייה הונגרית, כי מול החברה אנחנו באמת קובייה הונגרית ותו לא!!!

אחד המלכים המוקעים ביותר בתנ"ך הוא אחאב מלך ישראל, ממרחק הזמן אין לנו כלים להבין בדיוק מה הוא כן ומה הוא לא, אבל הוא מוזכר לרעה בכל הזמנות.

כי הוא היה רע? כי היה לו אופי מושחת?

בבקשה:

לא היה כמו אחאב שהתמכר לעשות רע בעיני השם (!) כמו

שהסיתה אותו איזבל אשתו (מלכים א כא כה)

הוא התחתן עם גויה, ומכאן התחילו כל הצרות! עד התוצאה המפחידה: "התמכר לעשות רע"!!!

33

הגילויים האלו על נפש האדם הם עצומים, כי הרי 'על טעם וריח אין להתווכח', ודברים שמקורם באופי ובתכונות, הם טבועים ומקובעים עד שהאדם עצמו לא שולט בהם. ואיזה פלא... כשבגד או חפץ נכנסים לאופנה, גם אם הוא זר ומוזר בלי טעם, תוך שבוע שבועיים החבר'ה נמשכים ונהנים, זה כבר יפה ומוצא חן. זאת אומרת - שכח החברה כל כך גדול, גדול מאוד, עד שהוא משפיע נגד התכונות שלך בעצמך!!! נגד המזג והאופי שלך!!! אתה שונא צבע חום, שונא, הוא דוחה/מייבש/מרדים, ו-אופס שבוע אחרי שכוווווווולם לובשים גם אתה מתמוגג ממנו מול המראה....

אז במשפט ממצה: כח החברה כן יכול "להתווכח" על טעם וריח!!

אלא שאפשר להשתמש בכוח האדיר הזה לתועלת, להתרומם ולהתנשא על-ידי חברה טובה למעלות ומידות טובות, יותר ממה שהיינו מסוגלים

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

בבסיס שלנו. וכך מבארים בעלי התוספות (בבא בתרא כא, עמוד א, ד"ה כי) למה השהייה בירושלים בזמן בית המקדש הוסיפה יראת-שמים: כשהוא רואה קדושה גדולה, וכהנים שעוסקים בעבודה, הוא מכוון לבו יותר ליראת שמים וללמוד תורה. "רואה", זה הכל, לא ויכוחים והרצאות, לא מופתים ורוח הקודש, "רואה שכולם עוסקים", אז גם הוא עוסק... ובגלל שהעיסוק היה רוחני אז נמשכת לרוחניות. כמה פשוט. טוב, נסחפתי, אבל לא נורא, באמת שהחכמנו. (אולי אי-פעם נרחיב בנפרד על "מדעי החברה" בחז"ל....)

טיפטוף

טכניקת ה'טיפטוף', לא להתיימש, ולא להסתפק בפעם ופעמיים, הזיכרון של אנשים קצרצר, בפרט היום שמופצצים במידע מכל הכיוונים. אז אין מה לעשות - עוד פעם ושוב פעם. כשמדי פעם לשנות ולגוון. בחז"ל מוצאים את זה בהקשרים שונים לגמרי, אבל העיקרון הוא אותו עיקרון:

הקורע בגדיו בחמתו, והשובר כליו בחמתו, והמפזר מעות בחמתו - יהא אצלך כעובד עבודה זרה; שכך האומנות של יצר הרע, היום אומר עשה כך, ולמחר אומר עשה כך, עד שאומר לך תעבוד עבודה זרה. (שבת קה עמוד ב)

אז השאלה מה אתה מוכר? יצר-הרע רוצה להגיע לעבודה זרה, אבל אפשר לכוון ולהתכוון לדברים חיוביים. ביהדות מוצאים הרבה את החזרה על מסר עוד ועוד: ושיננתם לבניך... בלכתך בדרך, בשכבך ובקומך. מגיל קטן אומרים עם הילד 'תורה - ציווה לנו...'. חוזרים שוב ושוב על מסרים עד שהם נטמעים

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

ונהיים חלק מאתנו. יש שלמדו את זה מהפסוק בתהילים: 'האמנתי - כי אדבר', הדיבור החוזר ונשנה על אמונה, מביא אמונה. רבי ישראל סלנטר לימד את תלמידיו ללמוד מוסר 'בניגון ובשפתיים דולקות', זאת אומרת ברגש ולהט כדי שהמסר ייספג. כך גם הלשונות של ספרי המוסר, מלאים געש וסער מתחולל, כדי שבניסיון הבא הרגש ואפילו האינסטינקטים כבר יעמדו לצידך.

מפני הכבוד לא הרחבנו על הופעת נשים בפרסומות, אבל שלא נחשוב שחז"ל הקדושים 'פספסו' את זה, כי הם לא מבינים בזה... הם הבינו כמו כל אחד, כי להיות קדוש לא בא ברגל ולא מחולק חינוך! אז יש תיעוד בחז"ל על פרסום כזה, אבל שימו לב דרך מי?!

במסכת סנהדרין (קו עמוד א) בלעם יעץ להושיב נשים בפתח החנות לצורך פרסומת, אז לנצל את כח המשיכה הזה לפרסומת לא חדש בכלל... אבל הוא אסור. נקודה. ורק דביל יחשוב שהוא יביא לעצמו הצלחה ממשהו שהוא יעשה נגד אלוקים!?!?

(ואם כבר הזכרנו. אז לחשוב שהחרדים מתבדלים מנשים בגלל שהן 'ארנבות'? ממש לא! ממש להיפך!!! הם היחידים שמכירים בכוח ובעוצמה האדירה שלהן. כח המשיכה החזק שבטבע! המגנט שהוא יותר מהמשולש ברמודה! שום דבר לא יכול עליו, לא חכמה, לא גבורה, ולא הון, כולם כבר נפלו שם. איבדו משפחה, חברים, קריירות מצליחות. העצה היחידה שהתורה נותנת מולו היא - לא לעמוד מולו! 'ולא תתורו אחר לבבכם ואחר עינכם', אל תהיו תיירים, זהו זה).

מסחר

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

בחז"ל נמצא כמה וכמה טיפים למסחר נכון:

מי ששוכר פועלים ולא יושב איתם היא 'סגולה' לאבד את הכסף.
(בבא מציעא כט עמוד ב)

תמיד יהיו לך מזומנים בהישג יד, שלא תפסיד עסקאות. (בבא
מציעא מב עמוד א)

לא להשקיע את כל מה שיש באפיק אחד, אלא 'לשלש מעותיו',
היינו השקעות במגוון תחומים, כשחלק גם לא להשקיע כלל, אלא
שיישאר בצד כסף מזומן! (בבא מציעא שם)

לסייר בנכסים כל יום. (חולין קה עמוד א)
כשחולות הדרכים עדיין על הנעלים - מכור את הסחורה שקנית.
(פסחים דף קיג עמוד א)

לא להתעסק עם מכירה בהקפה רק במזומנים (שם)
עדיף עסק קטן בקרבת מקום מעסקים מסועפים ברחוק (שם)
לפירוש הרשב"ם)

תעשה עסקים והשקעות עם מי שנראה שהמזל מצליח לו. (שם)
לא להוציא עיניים ולהיזהר מעין-הרע! (פסחים נ עמוד ב)

מבצעים - שימור לקוחות

בגמרא (בבא בתרא כא עמוד ב) מתואר שחילקו ממתקים לילדים שנכנסו
לחנות, לגרום להם להמשיך לבוא.

ומאידך: אסור לייפות את הסחורה שנמצאת למעלה, להטעות את הקונים
כאילו הכל באיכות המעולה. (חושן משפט רכח סעיף י, מלבד מצבים
מסוימים - שם סעיף טז)

ולכן אבא גוריא הזהיר לא ללמד את הבן שלו את מקצוע החנוונות, כי קשה
להישאר בו ישר! (קידושין פב)

ימימה ביסמוט | נוכחות כריזמטית ברשת

יוצרת מהעסק שלך מותג כובש, באמצעות תוכן כריזמטי, מפתיע ומעורר אהדה

כתיבה שיווקית | אסטרטגיית תוכן

הודעות ווטסאפ | 053-4691607 | yemimabismut@gmail.com | www.hamila.biz



נוכחות כריזמטית ברשת

עקביות והתמדה

הרבה פסוקים ומאמרי חז"ל דוחפים וממריצים לחריצות ועמל כדי להגיע לתוצאות, לא לנוח על זירי דפנה ולחכות לדברים שייקרו מעצמם. המחמאות על תוצאה והצלחה הם לאלה שהשיגו אותם במאמץ ועבודה, לא על זוכים בפיס ונוחלי ירושות. מי שמרבה לשבח את העמל והזריזות הוא שלמה המלך החכם מכל אדם, שבספרים משלי וקהלת משבח את זה מהרבה כיוונים וזוויות. רק כדוגמה - אפשר לראות בפרק הידוע בספר משלי "אשת חיל" (פרק לא), כמה כתרים הוא קושר למידה הזו של זריזות.

עיצוב

במסכת בבא מציעא (סט עמוד ב) פוגשים את החנווני שמשקיע "קצת יותר", ועושה את החנות נעימה לעין, כדי שכולם "ירוצו" לקנות אצלו כלשון רש"י.

במסכת שבת (כא עמוד א) לומדים על אלה שהניחו עצים בפתח החנות לצל וריח טוב

הערות? מחמאות? ☺

איתמר

9740470@gmail.com