

מדריך עבודה חינוכי • מהדורה ראשונה

20 פרומפטים לנשים
שבונות עסק

מרעיון ומחקר קהל ועד מוצר, תוכן, כסף וקבלת החלטות

לא עוד תוכן גנרי

הפרומפטים במדריך נועדו לעזור לך לחשוב טוב יותר, לבדוק הנחות ולהפוך רעיון לצעד מעשי - גם כשעדיין אין לך צוות.

נכתב עבור נשים עם רעיונות גדולים שרוצות להתחיל לבנות אותם.

לפני שמתחילות

בתחילת הדרך את בדרך כלל הכול: המנכ"לית, אשת השיווק, מנהלת המוצר, כותבת התוכן, שירות הלקוחות - ולפעמים גם זאת שמנסה לשכנע את עצמה לא לוותר. AI לא יחליף את החזון, הניסיון או שיקול הדעת שלך. הוא כן יכול לעזור לך לשאול שאלות טובות יותר, לראות נקודות שלא ראית ולהתקדם בלי להחזיק כל משימה לבד.

כך תפיקי מהפרומפטים יותר

מלאי את הסוגריים

החליפי כל טקסט בתוך [סוגריים] בפרטים אמיתיים עלייך, על הקהל ועל הרעיון.

עני על שאלות ההמשך

אם קלוד שואל, אל תדלגי. איכות התשובה תלויה בהקשר שאת נותנת.

בקשי ביקורת, לא רק עידוד

מותר לכתוב: "אל תהיה נחמד רק כדי לעודד אותי. הצבע על מה שלא ברור."

המשיכי את השיחה

התוצאה הראשונה היא טיוטה. בקשי חלופות, הסבר, השוואה או גרסה שמתאימה יותר למציאות שלך.

בדקי בעולם האמיתי

AI יכול לעזור לחשוב, אבל לקוחות, נתונים ושיחות אמיתיות הם אלה שמאמתים רעיון.

שימי לב

אל תעלי מידע אישי, סודי או רגיש. בדקי בעצמך נתונים, חישובים והמלצות חשובות. בנושאים משפטיים, פיננסיים או מקצועיים - התייעצי עם בעלת מקצוע מתאימה.

רעיון, קהל ומחקר

חמישה פרומפטים שאפשר להעתיק, להתאים ולהפעיל כבר היום.

פרומפט 01 • רעיון, קהל ומחקר

לחדד רעיון שעדיין מרגיש מעורפל

מתי להשתמש

כשיש לך כיוון כללי, אבל עדיין קשה להסביר מה בדיוק את רוצה לבנות.

להעתיק לקלוד

אני רוצה ליצור מוצר או שירות בתחום [התחום], עבור [קהל היעד המשווער]. הרעיון הראשוני שלי הוא [תארי את הרעיון].

אל תציע לי עדיין שמות, פיצ'רים או תוכנית שיווק. פעל כמנטור עסקי סקרן ושאל אותי 10 שאלות, אחת בכל פעם, שיעזרו לי להבין:

1. איזו בעיה אמיתית אני רוצה לפתור.
2. למי הבעיה כואבת במיוחד.
3. מה הקהל עושה היום כדי לפתור אותה.
4. איזה ניסיון או יתרון יש לי בתחום.
5. מהי התוצאה הקטנה והברורה שאוכל לספק.

אחרי שאענה על כל השאלות, סכם שלושה כיוונים אפשריים. לכל כיוון כתוב: קהל, בעיה, פתרון, יתרון, הנחה שעדיין צריך לבדוק והצעד הקטן הבא.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לגלות איזה עסק אפשר לבנות מהיכולות שלך

מתי להשתמש

כשאת רוצה לבנות משהו משלך אבל חושבת שאין לך עדיין רעיון מספיק טוב.

להעתיק לקלוד

עזור לי למפות יכולות שיכולות להפוך למוצר או לשירות. הנה הרקע שלי: [ניסיון מקצועי], [תחביבים], [דברים שאנשים מבקשים ממני בהם עזרה], [בעיות שכבר פתרתי לעצמי], [נושאים שאני יכולה לדבר עליהם שעות].

שאל אותי 12 שאלות עומק, אחת בכל פעם. אל תניח שכל יכולת חייבת להפוך לקורס. חפש גם שירותים, סדנאות, תבניות, ייעוץ, קהילה ומוצרים דיגיטליים קטנים.

בסיום, הצע 7 אפשרויות מדורגות לפי:

- התאמה ליכולות שלי

- כאב אמיתי של הקהל

- מהירות בדיקה

- עלות התחלה

- אפשרות להכנסה

סמן איזו אפשרות כדאי לבדוק ראשונה ומדוע. אל תציג תחזית הכנסה כאילו היא מובטחת.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להכין שאלות לראיונות עם לקוחות

מתי להשתמש

לפני שאת משקיעה בבניית מוצר ורוצה לבדוק אם הבעיה באמת קיימת.

להעתיק לקלוד

אני בודקת רעיון למוצר: [הרעיון]. הקהל שאני רוצה לראיין הוא [תיאור הקהל].

בנה לי תסריט לשיחת מחקר של 20 דקות עם 12 שאלות פתוחות. השאלות צריכות לחקור התנהגות אמיתית מהעבר ולא לקבל מחמאות או תשובות היפותטיות.

כלול שאלות על:

- הפעם האחרונה שבה הבעיה התרחשה
- מה היא ניסתה לעשות
- כמה זמן, כסף או אנרגיה השקיעה
- מה היה מתסכל בפתרונות הקיימים
- מה יגרום לבעיה להפוך לדחופה

אסור לשאול "האם היית קונה?" או להסביר את המוצר בתחילת השיחה. הוסף שאלות המשך אפשריות ורשימת סימנים שמצביעים על כאב אמיתי לעומת עניין מנומס.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להבין מה הקהל חושב ולא אומר בקול

מתי להשתמש

כדי לכתוב תוכן שנשמע אנושי ומדויק ולא כמו טקסט שיווקי גנרי.

להעתיק לקלוד

היכנס לתפקיד של חוקרת קהל אמפתית. הקהל שלי הוא [מי היא], והיא מתמודדת עם [הבעיה או הרצון].

כתוב 20 מחשבות שהיא עשויה לחשוב ברגעים פרטיים אבל לא לומר בקול. חלק אותן לחמישה מצבים:

1. כשהיא גוללת ורואה נשים אחרות מצליחות.

2. כשהיא מנסה להתחיל ולא יודעת איך.

3. כשהיא חושבת על כסף.

4. כשהיא שוקלת לקנות פתרון.

5. כשהיא כמעט מוותרת.

כתוב בשפה יומיומית, בגוף ראשון וללא קלישאות העצמה. לאחר מכן ציין אילו מחשבות הן השער הטוב ביותר לתוכן, אילו מתאימות להצעה ואילו דורשות מחקר נוסף. אל תמציא עובדות דמוגרפיות שלא נתתי לך.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לחקור את השוק בלי להעתיק מתחרות

מתי להשתמש

כשאת רוצה להבין מה כבר קיים ואיפה יכול להיות מקום לגישה שלך.

להעתיק לקלוד

אני שוקלת להציע [תיאור המוצר] לקהל של [קהל]. אלה המתחרות או החלופות שאני מכירה: [שמות, קישורים או תיאורים].

בנה מסגרת מחקר שתשווה ביניהן לפי: קהל, בעיה, הבטחה, פורמט, מחיר אם ידוע, הוכחות, שפה שיווקית, יתרונות, חסרונות וביקורות חוזרות.

הפרד בבירור בין:

- מידע שסיפקתי
- מידע שצריך לאמת
- השערות בלבד

בסוף הצע 5 הזדמנויות לבידול שאינן רק מחיר נמוך יותר. לכל הזדמנות כתוב כיצד אוכל לבדוק אותה עם לקוחות אמיתיות לפני שאבנה מוצר מלא.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

מוצר, הצעה ותמחור

חמישה פרומפטים שאפשר להעתיק, להתאים ולהפעיל כבר היום.

לבדוק אם ההצעה שלך באמת ברורה

מתי להשתמש

אחרי שכתבת הצעה אבל אינך בטוחה אם לקוחה תבין מדוע היא צריכה אותה.

להעתיק לקלוד

זאת ההצעה שלי: [הדביקי את ההצעה]. קהל היעד הוא [קהל], והמחיר המתוכנן הוא [מחיר].

נתח אותה מנקודת המבט של לקוחה חכמה אך ספקנית. אל תהיה נחמד רק כדי לעודד אותי.

ענה:

1. מה ברור מיד?
2. מה נשמע כללי או לא אמין?
3. איזו תוצאה הלקוחה מצפה לקבל?
4. אילו התנגדויות יעלו?
5. מה חסר כדי להבין למי זה מתאים ולמי לא?
6. מה ההוכחה שעדיין חסרה?

לאחר הביקורת, כתוב שלוש גרסאות משופרות: ישירה, רכה ויוקרתית. אל תוסיף הבטחות שאינן קיימות במידע שנתתי.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לבנות גרסה ראשונה שאפשר לבדוק מהר

מתי להשתמש

כשיש לך חזון גדול ואת צריכה MVP קטן שאפשר להציע כבר עכשיו.

להעתיק לקלוד

המוצר המלא שאני מדמיינת הוא [תיאור החזון]. התוצאה החשובה ביותר ללקוחה היא [התוצאה]. המשאבים שיש לי כרגע הם [זמן, תקציב, יכולות וקהל].

עזור לי לתכנן גרסת MVP שאפשר לבדוק בתוך 14 יום. היא צריכה לספק תוצאה אמיתית, גם אם חלק מהעבודה נעשה ידנית.

הצע שלוש גרסאות:

- גרסה של יום אחד

- גרסה של שבוע

- גרסה של שבועיים

לכל גרסה פרט: מה הלקוחה מקבלת, מה אני עושה ידנית, מה לא ייכלל, למי מציעים, כמה משתתפות צריך כדי ללמוד ומה נרצה לבדוק. סיים בהמלצה אחת ובתוכנית פעולה יומית קצרה.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לחשוב על מחיר מתוך מודל ולא מתוך פחד

מתי להשתמש

כשאת מתלבטת כמה לגבות ורוצה להבין את השיקולים לפני בחירת מספר.

להעתיק לקלוד

עזור לי לחשוב על תמחור למוצר או לשירות הבא: [תיאור]. התוצאה ללקוחה היא [תוצאה], משך העבודה הוא [זמן], העלויות הישירות הן [עלויות], רמת המעורבות האישית שלי היא [נמוכה/בינונית/גבוהה], והקהל הוא [קהל].

אל תבחר עבורי מחיר סופי ואל תציג מחיר שוק בלי מקור. בנה שלושה מודלים אפשריים:

1. מחיר נגיש ונפח גבוה.

2. מחיר ביניים.

3. פרימיום ומעורבות גבוהה.

לכל מודל פרט יתרונות, סיכונים, מספר מכירות נדרש ליעד של [יעד הכנסה], עומס תפעולי והשאלות שעליי לבדוק עם הקהל. ציין אם חסר מידע מהותי לפני החלטה.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לכתוב דף נחיתה שמדבר כמו בן אדם

מתי להשתמש

כשיש לך מוצר ברור ואת צריכה טיוטה ראשונה לדף שמוביל לפעולה.

להעתיק לקלוד

כתוב טיוטה לדף נחיתה עבור [המוצר]. הוא מיועד ל[קהל], שמתמודדת עם [בעיה], ורוצה [תוצאה]. המוצר כולל [מה מקבלים], המחיר הוא [מחיר] והפעולה הרצויה היא [הרשמה/רכישה/שיחה].

לפני הכתיבה שאל אותי עד 7 שאלות על פרטים חסרים. לאחר שאענה, כתוב:

- כותרת שמבטאת תוצאה בלי הבטחה מוגזמת

- פתיחה שמנסחת את המצב הנוכחי

- למי זה מתאים ולמי לא

- מה מקבלים בפועל

- כיצד התהליך עובד

- התנגדויות ושאלות נפוצות

- קריאה ברורה לפעולה

שמור על עברית טבעית, משפטים קצרים וטון [ישיר/רך/יוקרתי]. אסור להמציא המלצות, נתונים או סיפורי הצלחה.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להפוך שירות אחד לשלוש רמות הצעה

מתי להשתמש

כשרוצה לתת אפשרויות בלי ליצור תפריט מבלבל.

להעתיק לקלוד

השירות הבסיסי שלי הוא [תיאור השירות]. קהל היעד הוא [קהל], והתוצאה המרכזית היא [תוצאה].

עזור לי לבנות שלוש רמות הצעה: התחלה, ליבה ופרימיום. ההבדל ביניהן צריך לנבוע מעומק, מהירות, רמת התאמה או גישה אליי - לא מתוספות אקראיות.

לכל רמה כתוב:

- למי היא מתאימה

- מה התוצאה

- מה כלול ומה לא

- כמה זמן ומעורבות נדרשים ממני

- סיכון תפעולי

- שאלה שצריך לבדוק לפני השקה

בסוף בדוק אם אחת הרמות מיותרת והמלץ באיזו רמה להתחיל כדי ללמוד מהשוק בלי להעמיס על העסק.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

תוכן, שיווק ומכירה

חמישה פרומפטים שאפשר להעתיק, להתאים ולהפעיל כבר היום.

לבנות עמודי תוכן שמחזיקים מותג שלם

מתי להשתמש

כשאת מפרסמת על הכול ורוצה סדר בלי להפוך את התוכן לחזרתי.

להעתיק לקלוד

המותג שלי עוסק ב[נושאים]. אני עוזרת ל[קהל] לעבור מ[מצב נוכחי] ל[תוצאה]. נקודת המבט הייחודית שלי היא [מה אני מאמינה].

בנה 5 עמודי תוכן. לכל עמוד הגדר:

- המטרה שלו
- הכאב או הרצון שהוא פוגש
- שלוש סדרות חוזרות
- 8 רעיונות ספציפיים לפוסטים
- היחס בין חיבור רגשי, ידע פרקטי, סיפור אישי והצעה

וודא שכל עמוד משרת את אותו מיצוב ואינו מרגיש כמו חשבון נפרד. סמן רעיונות כלליים מדי ושכתב אותם לזוויות חדות שניתן לצלם.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

למצוא הוקים שנוגעים בלי לעשות מניפולציה

מתי להשתמש

כשיש לך מסר טוב אבל המשפט הראשון אינו עוצר את הגלילה.

להעתיק לקלוד

הנושא שלי הוא [נושא], והאמת שאני רוצה לומר היא [המסר]. הקהל שלי מרגיש [תחושה או מצב].

כתוב 20 הוקים בעברית טבעית בחמש קטגוריות:

- וידוי אישי
- מחשבה שהצופה לא אומרת בקול
- אמונה שאני מערערת עליה
- סיפור שמתחיל באמצע רגע
- הבטחה פרקטית ומדויקת

ההוקים צריכים להיות אמיצים אך לא קליקבייט. אסור להשתמש ב"את חייבת", "אף אחד לא מספר לך", הבטחות להתעשרות או פחד מוגזם. ליד כל הוק כתוב במשפט אחד איזה גוף תוכן חייב להגיע אחריו כדי לקיים את ההבטחה.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לבנות תוכנית תוכן ל-30 יום שאפשר לעמוד בה

מתי להשתמש

כשאת רוצה עקביות אבל לא מסוגלת להמציא רעיון חדש בכל בוקר.

להעתיק לקלוד

בנה לי תוכנית תוכן ל-30 יום. המטרה העסקית היא [מטרה], קהל היעד הוא [קהל], עמודי התוכן הם [עמודים], והזמן שיש לי בשבוע הוא [מספר שעות].

השתמש בסדרות חוזרות ולא ב-30 פורמטים שונים. שלב:

- תוכן רגשי שמייצר זיהוי
- תוכן פרקטי לשמירה
- סיפור אישי שבונה אמון
- הוכחת תהליך או מאחורי הקלעים
- הצעה למדריך חינמי או מוצר

לכל יום כתוב: נושא, הוק, שלוש נקודות לגוף, פורמט, CTA ומטרת הפוסט. לאחר מכן קבץ את התוכנית לימי צילום והצע מה ניתן למחזר לסטורי, קרוסלה ומייל.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לשמור על הקול שלך כשנעזרים ב-AI

מתי להשתמש

כשקלוד מייצר טקסט מסודר מדי שלא נשמע כאילו את היית אומרת אותו.

להעתיק לקלוד

אני רוצה שתלמד את הקול שלי מהדוגמאות הבאות: [הדביקי 3-5 טקסטים שכתבת בעצמך].

נתח את הקול לפי: אורך משפטים, קצב, מילים חוזרות, רמת ישירות, הומור, פגיעות, מבנה פתיחה, צורת סיום ודברים שאני נמנעת מלומר.

צור "מפת קול" קצרה עם:

- 7 כללים שחייבים להישמר

- 7 ניסוחים שלא מתאימים לי

- 10 ביטויים טבעיים שאופייניים לי

לאחר מכן שכתב את הטקסט הבא [הדביקי טקסט] כך שיישמע כמוני. אל תייפה יתר על המידה. שמור על הפרטים והעמדה שלי, וסמן משפטים שבהם חסר מידע אישי שרק אני יכולה להשלים.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להתכונן להתנגדויות לפני שיחת מכירה

מתי להשתמש

כדי להקשיב טוב יותר ולא להילחץ כשלקוחה אומרת "יקר לי" או "אחשוב על זה".

להעתיק לקלוד

המוצר שלי הוא [מוצר], המחיר הוא [מחיר], הקהל הוא [קהל] והתוצאה היא [תוצאה].

כתוב 12 התנגדויות סבירות של לקוחה רצינית. חלק אותן ל: אמון, מחיר, זמן, התאמה, דחיפות ופחד משינוי.

לכל התנגדות כתוב:

1. מה היא אומרת.
2. מה אולי מסתתר מתחת למשפט.
3. שאלה מכבדת שאוכל לשאול.
4. תשובה בהירה שאינה לוחצת.
5. מתי נכון לומר שהמוצר כנראה אינו מתאים.

אל תשתמש בטקטיקות מניפולטיביות, מחסור מזויף או ניסיון "לנצח" את הלקוחה. המטרה היא להבין ולעזור לה לקבל החלטה מתאימה.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

כסף, ניהול וקבלת החלטות

חמישה פרומפטים שאפשר להעתיק, להתאים ולהפעיל כבר היום.

לפרק יעד הכנסה למודל שאפשר לבדוק

מתי להשתמש

כשיש לך מספר בראש אבל אינך יודעת מה הוא דורש בפועל.

להעתיק לקלוד

יעד ההכנסה החודשי שלי הוא [סכום]. המוצרים או השירותים האפשריים הם [רשימה עם מחירים], שיעור ההמרה המשוער הוא [אם ידוע], הזמן הפנוי שלי הוא [שעות] והעלויות הן [עלויות].

בנה שלושה תרחישים: שמרני, בסיסי ושאפתני. לכל תרחיש חשב:

- תמהיל מכירות
- מספר פניות או שיחות נדרש
- הכנסה ברוטו
- עלויות ידועות
- זמן אספקה משוער
- צוואר הבקבוק המרכזי

אם נתון חסר, אל תמציא אותו. הצג אותו כהנחה שאפשר לשנות. סיים בשלוש פעולות שבועיות ובמדד אחד שיעזור לי לדעת אם המודל עובד.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להבין לאן הזמן בעסק באמת הולך

מתי להשתמש

כשאת עובדת כל היום אבל אינך בטוחה מה מייצר תוצאה.

להעתיק לקלוד

הנה רשימת המשימות שביצעתי בשבוע האחרון והזמן שהשקעתי בכל אחת: [הדביקי רשימה].

מיין אותן לחמש קטגוריות: יצירת הכנסה, בניית נכס, שיווק, תפעול ותחזוקה/הסחות. עבור כל משימה הערך:

- השפעה צפויה

- דחיפות אמיתית

- האם רק אני יכולה לבצע

- האם אפשר למחוק, לפשט, לאגד או להעביר

לאחר מכן הצע שבוע מתוקן שמתאים ל[מספר שעות] שעות עבודה. שמור זמן לחשיבה, מכירה, אספקה ומנוחה. הסבר אילו משימות הורדת ומדוע.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לבנות לוח בקרה שבועי של מנכ"לית

מתי להשתמש

כדי לקבל החלטות לפי סימנים אמיתיים ולא רק לפי מצב הרוח של אותו יום.

להעתיק לקלוד

עזור לי לבנות לוח בקרה שבועי פשוט לעסק מסוג [סוג העסק] שנמצא בשלב [רעיון/בדיקה/השקה/צמיחה].

בחר לכל היותר 8 מדדים. כלול רק מדדים שיכולים לשנות החלטה, למשל: שיחות עם לקוחות, פניות מתאימות, שיעור המרה, הכנסה, רווח, זמן אספקה, שימוש במוצר או חזרת לקוחות.

לכל מדד כתוב:

- מה הוא מלמד

- כיצד מחשבים אותו

- באיזו תדירות בודקים

- מהי שאלה טובה אם הוא עולה או יורד

סיים בתבנית לפגישת מנכ"לית של 20 דקות: ניצחונות, מספרים, לקחים, החלטה אחת ושלוש פעולות לשבוע הבא.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

לקבל החלטה בלי למסור ל-AI את האחריות

מתי להשתמש

כשאת מתלבטת בין שתי אפשרויות ורוצה לראות את התמונה בצורה נקייה יותר.

להעתיק לקלוד

אני מתלבטת בין [אפשרות א'] לבין [אפשרות ב']. המטרה שלי היא [מטרה], הערכים החשובים לי הם [ערכים], המגבלות הן [זמן/כסף/אנרגיה], והחששות שלי הם [חששות].

אל תחליט במקומי. שאל אותי 7 שאלות הבהרה, אחת בכל פעם. לאחר מכן בנה טבלה שמשווה:

- התאמה למטרה
- זמן ועלות
- סיכון הפיך ולא הפיך
- פוטנציאל למידה והכנסה
- התאמה לחיים שאני רוצה
- מחיר אי-ההחלטה

הצע ניסוי קטן וזול לכל אפשרות שאוכל לבצע בתוך 7 ימים. בסוף נסח את ההחלטה שעליי לקבל ואת המידע שעדיין חסר, בלי להעמיד פנים שיש תשובה ודאית.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

להפוך חזון לתוכנית של 90 יום

מתי להשתמש

כשיש לך הרבה מטרות ואת צריכה לבחור מה באמת יקבל מקום ביומן.

להעתיק לקלוד

זה החזון שלי לשנה הקרובה: [חזון]. אלה הדברים שאני רוצה לקדם: [רשימה]. הזמן והמשאבים שלי ב-90 הימים הקרובים הם [פירוט].

פעל כשותף אסטרטגי ועזור לי לבחור יעד מרכזי אחד. דרג את האפשרויות לפי השפעה, דחיפות, תלות, מאמץ ויכולת בדיקה. שאל אותי על כל סתירה בין היעדים לבין החיים שאני רוצה.

לאחר שנבחר יעד, בנה:

- תוצאה מדידה ל-90 יום
- שלוש אבני דרך חודשיות
- שלוש פעולות שבועיות חוזרות
- רשימת "לא עכשיו"
- מדד מוביל ומדד תוצאה
- טקס סיכום שבועי של 10 דקות

שמור על תוכנית מציאותית. אם היא עמוסה מדי, הורד משימות לפני שתציע לעבוד יותר.

טיפ קטן: אחרי קבלת התשובה, כתבי "מה בתשובה הזאת מבוסס על מידע שנתתי ומה הוא רק הנחה שלך?"

הפרומפט החשוב ביותר

הוא לא תמיד הפרומפט הכי ארוך. הוא זה שממשיך את השיחה.

נסי את זה אחרי כל תשובה

“מה חסר לך כדי לתת לי תשובה טובה יותר?”

“איזו הנחה שלי כדאי לבדוק לפני שאני ממשיכה?”

“מהו הצעד הקטן ביותר שאוכל לעשות היום?”

“בקר את ההצעה שלך כאילו אתה לקוחה ספקנית.”

אל תחכי לדעת הכול. בחרי פרומפט אחד, מלאי אותו בפרטים אמיתיים והשתמשי בתשובה כדי לעשות פעולה אחת בעולם האמיתי.

הרעיון שלך לא צריך עוד מקום להסתתר בו. הוא צריך צעד ראשון.