AvivLevi



לקוח צריך לראות

28 תכנים שלך

לפני שהוא מוכן לסגור עסקה

לא כי 28 הוא מספר קסם.
כי אמון לא נבנה מפוסט אחד.

1 — 4 — 7 — 13 — 28

הבעיה:
כולם עדיין חושבים במונחים של פוסט אחד



אבל אולי זה היה רק טאצ'פוינט מספר 4.



AvivLevi

פעם אמרו:
לקוח צריך 7 חשיפות

זה היה "חוק ה-7".

~~7~~ → 28

- היום הלקוח יותר סקפטי.
- יש לו יותר ספקים.
- יש לו יותר תוכן.
- ויותר סיבות לא להאמין מהר.

היום 7 חשיפות הן לא סוף המסע.
הן רק ההתחלה.

ב-B2B:
13 פיסות תוכן לפני החלטה

לפי נתון שמיוחס למחקר FocusVision,
קונה B2B צורך בממוצע:

13
פיסות תוכן לפני רכישה

8
תכנים של הספק
פוסטים / קייסים / וידאו / ניוזלטר

5
תכנים חיצוניים
המלצות / ביקורות / שיחות / דוחות

אז אם יש לך רק פוסטים כלליים,
אין ללקוח מספיק חומר כדי לסמוך עליך.

FocusVision / MarketingProfs

הלקוח לא רוצה שימכרו לו מוקדם מדי

61%

מקוני B2B מעדיפים חוויית קנייה בלי נציג מכירות.



73%

מקוני B2B נמנעים מספקים ששולחים פנייה לא רלוונטית.



המסקנה

עוד הודעת מכירה לא פותרת חוסר אמון.
תוכן טוב כן.



Gartner Sales Survey, 2025

28 נשמע הרבה?

ב-B2B SaaS, מחקרי HockeyStack מצאו שב-2024
נדרשו בממוצע:

בעסקאות בכלל

2,879
impressions

266
touchpoints

בעסקאות מעל $100K

5,500
impressions

417
touchpoints



אז לא, 28 זה לא מוגזם.

זה רק אומר שהלקוח צריך לראות אותך מספיק פעמים
כדי להרגיש בטוח.

HockeyStack B2B Customer Journey Touchpoints