

דוגמה לאבחון כתוב

פנורמה עסקית, מסע לקוח מלא ואבחון בעיות שמוביל להחלטה

להבין את התמונה. לזהות את הבעיה. לדעת מה לעשות קודם.

מסמך הדגמה של Zahavi Digital Clarity עבור עסק שירות מקומי בדוי בישראל. הוא מציג את שני רבדי המוצר: הבנת העסק והלקוח, לצד ממצאים קונקרטיים, ראיות, תעדוף ותוכנית פעולה.

אין במסמך בדיקה של עסק אמיתי. העסק, המספרים, היומנים ותוצאות הבדיקות נוצרו להמחשה בלבד. גם FACT פירושו עובדה בתוך התרחיש הבדוי בלבד.

איך לקרוא את המסמך

פרקים 1-6 מסבירים את העסק, הלקוח, המסע, גבולות הבדיקה ומה שכדאי לשמר. פרקים 7-11 מציגים את כל הממצאים, סדר העדיפויות ומה לעשות או לא לעשות. פרקים 12-16 מחברים כל משימה לבדיקה, להחלטה, לאחריות ולראיות.

ההיגיון שמחבר את הדוח

פנורמה עסקית ← חשיבת הלקוח ← מסע מלא ← ראיות ← ממצאים ← תעדוף ← שלוש עדיפויות ← לעשות / לא לעשות ← תוכנית פעולה

המסמך מדגים מבנה של 16 פרקים. היקף הבדיקה ומספר הממצאים בדוח אמיתי נקבעים לפי העסק והמידע הזמין; לא ממלאים סעיפים באמצעות המצאת בעיות.

90

ימים לתוכנית פעולה

12

ממצאים מחוברים לראיות

16

פרקים לתמונה שלמה

01 | פנורמה עסקית

הקשר לפני מסקנות | מקור מדומה: E00

העסק וההצעה

"מיזוג מקומי - עסק הדגמה" מספק תיקון מזגנים ביתיים, ניקוי ותחזוקה והתקנות מתוכננות באזור לוד, רמלה והסביבה. זהו שם בדוי, ללא זיקה לעסק מסוים. הבעלים מרכז את הפניות ומשבץ טכנאים; אין רכישה מלאה באתר.

מי קונה ובאיזה מצב

משק בית עם מזגן שאינו עובד מחפש זמינות ואמינות עכשיו. לקוח תחזוקה מחפש טיפול מתוכנן ומחיר מובן. לקוח התקנה משווה התאמה, היקף עבודה, אחריות ומועד. אלה מצבי קנייה שונים, ולכן הודעה אחת אינה בהכרח מספיקה לכולם.

כיוונים ונכסים קיימים

בתרחיש קיימים אתר בעברית עם שלושה דפי שירות, פרופיל עסק ב-Google, מודעות חיפוש לתיקון דחוף, טופס, WhatsApp וטלפון. פניות נרשמות בטבלה ידנית; הצעות וסיכומי שירות נשלחים בכתב. התקנות נסגרות לאחר בירור והתאמה, ותשלום מתבצע מחוץ לאתר.

מטרת האבחון

להבין אם המערכת מאפשרת לפנייה רלוונטית להגיע לעסק, לקבל טיפול ולעבור לביצוע ברור; ורק לאחר מכן להחליט היכן כדאי להשקיע. אין הנחה מוקדמת שהפתרון הוא יותר פרסום, SEO או אתר חדש.

נקודת המוצא המספרית - נתוני הדגמה בלבד

בחלון מדומה של 30 יום: 1,240 ביקורים; 31 אירועי ליד ב-GA4; 18 פניות חדשות מתועדות; ל-9 מהן מקור ידוע. אלה יחידות מדידה שונות. אין בסיס לחישוב שיעור המרה אמיתי או אובדן כספי באמצעות חלוקה פשוטה ביניהן.

גבול חשוב: אין נתוני רווחיות, קיבולת עבודה מלאה או היסטוריית לקוח. לכן אי אפשר לבחור כיוון צמיחה לפי נפח תנועה בלבד.

02 | איך חושב הלקוח

מפת השערות לבדיקה; לא תחליף למחקר לקוחות

מצב א' | תקלה דחופה

צורך: להחזיר קירור. טריגר: המזגן הפסיק לעבוד. שאלות אפשריות: האם מגיעים לאזור שלי היום? כמה עולה ביקור? האם אקבל מחיר לפני התיקון? חשש: מחיר מפתיע או טכנאי שלא מגיע. חלופה: טכנאי מוכר, המלצת שכן או המתנה. השערת פתרון של הלקוח: "אני צריך רק מילוי גז", אף שהגורם טרם אובחן.

מצב ב' | תחזוקה מתוכננת

צורך: טיפול נוח ומובן. טריגר: ריח, לכלוך או הכנה לעונה. ציפייה: לדעת מה כלול ומה משך העבודה. חשש: שירות חלקי או מכירת תוספות. חלופות: ניקוי עצמי או דחייה. קריטריונים אפשריים: מחיר, היקף, זמינות ואמון.

מצב ג' | התקנה

צורך: פתרון מתאים לבית ולתקציב. טריגר: מעבר דירה או החלפת מערכת. חשש: התאמה שגויה ועלויות נוספות. חלופות: חנות עם התקנה, מתקין עצמאי או תיקון המזגן הקיים. הלקוח עשוי לחשוב שמחיר המזגן הוא המחיר הכולל, בעוד תנאי ההתקנה משנים את העלות.

מה ידוע ומה משוער

מצבי השירות נשענים על brief ההדגמה E00. הצרכים, החששות וקריטריוני הבחירה הם HYPOTHESIS. אין ראיונות או סקר אמיתי. אין לייחס לכל הלקוחות את אותו סדר עדיפויות.

איך לקבל תשובה

בעל העסק יאסוף בכתב חמישה עד עשרה מקרים מכל מצב קנייה: מה קרה לפני החיפוש, מה נשאל, מול מה השוו ומדוע בחרו או ויתרו. אפשר לבקש תשובות קצרות מלקוחות בהסכמה. להפריד ציטוט מלקוח מפרשנות של האנליסט.

השלכה לדוח: לבדוק קודם בהירות של זמינות והיקף שירות; לא לכתוב מסרים רגשיים או להבטיח "היום" על סמך ההשערות בלבד.

03 | מחזור החיים המלא של הלקוח

כל שלב מופיע; רמת הראיות אינה זהה בכל השלבים

צורך → חיפוש → שוק

תקלה או צורך מתוכנן; חיפוש בגוגל או בקשת המלצה; מפגש עם טכנאים, חנויות ופתרון עצמי. צורכי החיפוש משוערים; כיסוי השוק לא נבדק.

היכרות → הבנה → אמן

מודעה או פרופיל מובילים לעמוד. הלקוח צריך לזהות שירות, אזור, זמינות והיקף. E01 מציג פער זמינות לצד מידע עסקי עקבי.

השוואה → פנייה

הלקוח משווה תנאים וחוכחות ובוחר טופס, WhatsApp או טלפון. E02 מדגים תקלה בשליחה וחיכוך בוולידציה; איכות ההשוואה טרם נבדקה עם לקוחות.

מכירה → רכישה

העסק מברר צורך, נותן הצעה והלקוח מאשר ומשלם לפי התנאים. E04 חסר זמני מענה ותוצאות סגירה; תהליך התשלום עצמו אינו חלק מהבדיקה.

קבלת שירות → תוצאה

הטכנאי מקבל פרטים ומבצע עבודה. E08 מדגים חוסר בהעברה; איכות העבודה ותוצאת התיקון לא נבדקו.

משוב → חזרה

סיכום שירות, פנייה כשיש בעיה וחזרה לצורך חדש. E09 מדגים תבנית לא מלאה; אין נתונים מספקים על שביעות רצון או שיעור חזרה.

נאמנות → המלצה

הלקוח בוחר שוב או ממליץ. לא ידוע אם יש נאמנות, מה מניע אותה וכמה לקוחות הגיעו מהמלצה. אין הצדקה להכריז על בעיית שימור.

מסע מלא אינו טענה שהכול נבדק. החלקים שלא נבדקו נשארים גלויים כדי שלא לבלבל בין היעדר ראיה לבין תקלה.

04 | העסק בעיני הלקוח

התרשמות אנליטית מתרחיש; לא תוצאות של מחקר משתמשים

מה מובן מיד

העמוד מציג שירותי מיזוג לבית ואזור פעילות; שם העסק ופרטי הקשר עקביים בפרופיל ובעמוד. לקוח מקומי יכול לזהות התאמה בסיסית. מקור: E01. זו תכונה נצפית בדוגמה, לא הוכחה שהלקוח יבחר בעסק.

מה עשוי לבנות אמן

הסבר על עלות ביקור והצעת מחיר לפני עבודה מצמצם עמימות בתוכן. בתרחיש אין אימות עצמאי של ביצוע ההבטחה או אותנטיות ביקורות; לכן אין דירוג כולל של "רמת אמן גבוהה".

איפה מתעוררת שאלה

מי שהגיע מהבטחת "היום" אינו מקבל בעמוד תשובה לתנאי זמינות. מי שקיבל הודעת הצלחה בטופס מניח באופן סביר שהעסק קיבל פנייה, אך ביומן ההדגמה זה לא קרה בכל המקרים. הראשון הוא השערת חיכוך; השני הוא אי-התאמה תפעולית נצפית.

לאחר ההזמנה

אם הטכנאי אינו מקבל את תיאור התקלה, הלקוח עלול להידרש להסביר שוב. אם בסיום אין כתובת ברורה לפנייה חוזרת, הוא עשוי להישאר עם שאלה. ההשלכות אפשריות בלבד; לא נמדדו תלונות או שביעות רצון.

מה נבדוק כדי לא להפוך התרשמות לעובדה

לבקש מקוראים רלוונטיים לתאר במילים שלהם מה השירות, מתי אפשר לקבלו ומה קורה אחרי השליחה. לתעד תשובות מילוליות, לא רק "אהבתי". לבדוק בנפרד תרחיש דחוף ומתוכנן ולהצליב עם מסלול קבלת הפנייה.

המסקנה: קודם לחבר בין מה שמובטח, מה שהלקוח מבין ומה שבאמת מתקבל בעסק. שינוי עיצוב כולל אינו נובע מהתצפיות האלה.

05 | מה נבדק ומה לא

כל הבדיקות כאן מדומות; לא הופעלו שירותים או מערכות של עסק אמיתי

תוכן, הצעה ו-E01 Journey checks

בדוגמה: מודעה אחת, עמוד נחיתה, מידע עסקי ופתיחת WhatsApp. נמצאו נקודות לשימור ושאלת התאמת מסר. אין מיפוי מתחרים מלא.

אתר, טופס ונייד | E02

בדוגמה: 5 שליחות תקינות ומקרה קלט שגוי. נמצאו חולשות. אין QA מלא לכל מכשיר, דפדפן או שפה.

Analytics ותיעוד פניות | E03-E04

בדוגמה: רצף אירועים ותמצית חודשית. נמצאו כפילות ופערי תיעוד. אין גישה אמיתית ל-GTM, GA4 או CRM.

SEO ו-E05-E06 performance

בדוגמה: הוראת אינדוקס בעמוד אחד ושלוש ריצות מעבדה. נמצאה הוראה לבירור; ביצועי משתמשים אמיתיים אינם ידועים.

Accessibility | E07

בדוגמה: מסלול מקלדת אחד ברכיב ניווט. נמצא כשל. אין ביקורת נגישות מלאה או קביעה משפטית.

post-purchase | E08-E09 Sales handoff

בדוגמה: 3 העברות לטכנאי ותבנית סיום אחת. נמצאו פערי תוכן. איכות שירות, מכירה וסגירות לא נבדקה.

Security, תשלום ומערכות פנימיות

לא נבדקו. אין סריקת אבטחה, אימות הרשאות, גיבויים או תהליך תשלום. חנות ותשלום באתר אינם רלוונטיים למודל הדוגמה; תשלום מחוץ לאתר נותר מחוץ להיקף.

06 | מה כבר עובד טוב

לשמר את הקיים כשאינן סיבה מבוססת להתערב

זהות מקומית עקבית | E01

שם העסק, אזור השירות ופרטי הקשר זהים בנכסים המדומים שנבדקו. לשמר את העקביות בעת שינוי עמוד; אין צורך להחליף שם, מיתוג או מבנה רק כדי לחדש.

ערוץ WhatsApp נפתח כצפוי | E01

קישור ההדגמה פותח את הנמען המיועד עם טקסט רלוונטי. זה מוכיח פתיחת יעד בלבד; אין מכאן הוכחה שנשלחה הודעה או שהתקבל מענה. לשמר את הקישור ולבדוק שוב אחרי כל שינוי.

יש הסבר על הצעת מחיר לפני עבודה | E01

זהו רכיב מועיל של בהירות. לשמר את ההסבר ואת התנאים המאושרים, ולבדוק אם מדיניות הזמנות יכולה להשתלב בו. לא להחליף טקסט מועיל בסיסמה כללית.

עמוד התיקונים כבר מופיע בחיפוש רלוונטי | E05

בתמצית Search Console מדומה: 420 חשיפות ו-24 קליקים לשאלות תיקון מקומיות ב-30 יום. זה אינו מוכיח איכות או מכירות, אך מראה נכס קיים. לא לשנות URL או לשכתב את כל העמוד בלי לבחון אילו שאלות וקטעים עובדים.

קיים בסיס לתיעוד פניות | E04

הטבלה כוללת 18 פניות ולא מתחילים מאפס. להוסיף שדות מינימליים לטבלה הקיימת לפני רכישת מערכת. לשמר רשומות והיסטוריה; לא לשייך מקור משוער כעובדה.

החלטת שימור: עמוד התיקונים, הקישור התקין ומידע השירות נשארים בסיס העבודה. מותר לשנות רכיב מסוים כשיש ראייה, עם גיבוי ובדיקה שאין פגיעה במסלול הקיים.

07 | כל הממצאים המשמעותיים

חלק 1 מתוך 4 | מזהי F מקשרים בין האבחון למשימות ולנספח

F01 | הודעת הצלחה אינה מוכיחה שהפנייה התקבלה

שלב: בקשה ליצירת קשר | FACT | ראיה: E02 | עדיפות: קריטי

תצפית: ביומן ההדגמה חמש שליחות הציגו הצלחה; רק שלוש הופיעו בתיבת היעד בתוך חלון הבדיקה של 30 דקות. השפעה אפשרית: סיכון לפנייה שלא תטופל. אין מכאן אומדן של מספר לקוחות או הכנסות שאבדו. ביטחון: גבוהה לתצפית; הסיבה אינה ידועה. סיכון התערבות: בינוני; שינוי שליחה עלול לשבש ערוצים שעובדים.

F02 | טעינה חוזרת יוצרת אירוע ליד נוסף

שלב: מדידת פנייה | FACT | ראיה: E03 | עדיפות: חשוב

תצפית: ברצף ההדגמה אירוע generate_lead נשלח שוב ברענון עמוד התודה, ללא שליחה חדשה. השפעה אפשרית: דיווח הפניות עלול להיות מנופח; אי אפשר להסיק על ביצועי הקמפיין מהספירה לבדה. ביטחון: גבוהה. סיכון התערבות: בינוני; תיקון טריגר עלול להפסיק גם אירועים תקינים.

F03 | מקור הפנייה חסר במחצית הרשומות

שלב: פנייה עד מכירה | FACT | ראיה: E04 | עדיפות: חשוב

תצפית: בתמצית ההדגמה 18 פניות חדשות; רק ל-9 מקור ידוע. קליק WhatsApp אינו משויך אוטומטית לרשומה. השפעה אפשרית: קשה להשוות מקורות לפי איכות פניות. הפער מול 31 אירועים אינו בהכרח 13 לידים אבודים. ביטחון: גבוהה לגבי התיעוד. סיכון התערבות: נמוך; תיעוד כבד מדי עלול לא להתבצע.

מקרא: FACT = תצפית בתרחיש; HYPOTHESIS = הסבר אפשרי; UNKNOWN = חסר מידע; LIMITATION = גבול הבדיקה. אף אחד מהם אינו ממצא על עסק אמיתי.

07 | כל הממצאים המשמעותיים

חלק 2 מתוך 4 | מזהי F מקשרים בין האבחון למשימות ולנספח

F04 | הבטחת הדחיפות אינה מקבלת תשובה ברורה בעמוד

שלב: היכרות, הבנה והשוואה | HYPOTHESIS | ראייה: E01 | עדיפות: חשוב - לבדוק

תצפית: במודעת ההדגמה כתוב "טכנאי מזגנים היום"; בעמוד כתוב "פתרונות מיזוג לבית" ללא תנאי זמינות. השפעה אפשרית: ייתכן שהלקוח אינו יודע אם אפשר לקבל מענה היום. אין הוכחה שהפער גרם לנטישה. ביטחון: בינוני. סיכון התערבות: בינוני; התחייבות לזמן לא מאומת עלולה לפגוע באמון.

F05 | אין בסיס לקביעה שזמן התגובה איטי

שלב: פנייה ומענה | UNKNOWN | ראייה: E04 | עדיפות: למדוד תחילה

תצפית: ברשומות ההדגמה אין שעת מענה ראשונה. זמן יצירת הפנייה לבדו אינו מספיק. השפעה אפשרית: ייתכן עיכוב, אך אין ראיה להיקפו או להשפעתו על סגירה. ביטחון: גבוהה לגבי החוסר; לא לגבי הביצוע. סיכון התערבות: נמוך; למדוד ללא יעד שרירותי שמעמיס על הצוות.

F06 | שגיאת מספר טלפון אינה מוסברת

שלב: מילוי טופס בנייד | FACT | ראייה: E02 | עדיפות: חשוב

תצפית: במקרה בדיקה מדומה של מספר קצר מדי השליחה נחסמת ללא הודעה ליד השדה. השפעה אפשרית: המשתמש עשוי לא להבין איך להמשיך. תדירות הבעיה בקרב לקוחות אינה ידועה. ביטחון: גבוהה בתרחיש שנבדק. סיכון התערבות: נמוך עד בינוני; ולידציה מחמירה עלולה לדחות מספרים תקינים.

07 | כל הממצאים המשמעותיים

חלק 3 מתוך 4 | מזהי F מקשרים בין האבחון למשימות ולנספח

F07 | עמוד שירות מסומן noindex

שלב: חיפוש וגילוי | FACT | ראייה: E05 | עדיפות: חשוב - לבדוק כוונה

תצפית: בדף שירות מדומה / maintenance מופיעה הוראת noindex. לא ידוע אם זו החלטה מכוונת. השפעה אפשרית: ההוראה מונעת הכללת העמוד באינדקס כאשר היא מעובדת; גודל הביקוש והערך העסקי אינם ידועים. ביטחון: גבוהה להוראה; נמוכה לערך התנועה. סיכון התערבות: בינוני; הסרה ללא בדיקה עלולה לחשוף עמוד כפול או לא מוכן.

F08 | מדידת מעבדה אינה מייצגת את כל הלקוחות

שלב: טעינת עמוד בנייד | LIMITATION | ראייה: E06 | עדיפות: למדוד תחילה

תצפית: בשלוש ריצות הדגמה התקבל LCP של 3.8, 4.1 ו-4.0 שניות. אין נתוני שדה או קשר לתוצאה עסקית. השפעה אפשרית: ייתכן חיכוך בטעינה, אך אי אפשר לייחס לו נטישה או להמליץ על שכתוב אתר. ביטחון: גבוהה למגבלת הנתונים. סיכון התערבות: גבוה בשינוי גורף; פגיעה בפריסה, בטפסים ובמידה.

F09 | רכיב ניווט אינו נגיש במקלדת בתרחיש הבדיקה

שלב: ניווט והגעה לשירות | FACT | ראייה: E07 | עדיפות: חשוב

תצפית: בבדיקת ההדגמה תפריט השירותים אינו נפתח באמצעות Enter לאחר הגעה אליו עם Tab. השפעה אפשרית: משתמשי מקלדת עלולים להתקשות להגיע לתוכן. זו אינה חוות דעת על עמידה בדין או בתקן. ביטחון: גבוהה בתרחיש שנבדק. סיכון התערבות: בינוני; שינוי רכיב ניווט עלול לפגוע בנייד.

07 | כל הממצאים המשמעותיים

חלק 4 מתוך 4 | מזהי F מקשרים בין האבחון למשימות ולנספח

F10 | מידע מהפנייה אינו מועבר לטכנאי

שלב: מכירה והעברה לביצוע | FACT | ראייה: E08 | עדיפות: חשוב

תצפית: בשלוש רשומות העברה מדומות חסר תיאור התקלה שנרשם בשלב הפנייה; בשתיים חסר דגם. השפעה אפשרית: סיכון לשאלות חוזרות או הכנה חסרה לביקור. לא נמדדה עלות או תדירות בכלל העבודה. ביטחון: גבוהה למדגם הקטן. סיכון התערבות: נמוך; טופס ארוך עלול להכביד; להעביר רק מידע נדרש.

F11 | סיכום השירות אינו מבהיר מה לעשות אם הבעיה חוזרת

שלב: קבלת שירות, תוצאה ומשוב | FACT | ראייה: E09 | עדיפות: משני

תצפית: בתבנית סיום מדומה אין הנחיית פנייה במקרה של תקלה חוזרת או הפניה לתנאי האחריות המאושרים. השפעה אפשרית: הלקוח עשוי לא לדעת למי לפנות לאחר השירות. שביעות הרצון בפועל אינה ידועה. ביטחון: גבוהה לגבי התבנית בלבד. סיכון התערבות: בינוני; ניסוח חדש עלול להבטיח אחריות שלא הוסכמה.

F12 | חזרה והמלצות אינן ניתנות להפרדה מרכישה ראשונה

שלב: חזרה, נאמנות והמלצה | UNKNOWN | ראייה: E04, E09 | עדיפות: למדוד תחילה

תצפית: אין בתמצית מזהה לקוח חוזר, מקור המלצה או נתוני מרווח והיסטוריה מספקת. השפעה אפשרית: לא ניתן לחשב LTV או להחליט אם תוכנית נאמנות כדאית. ביטחון: גבוהה לגבי החוסר. סיכון התערבות: נמוך בתיעוד; גבוה יותר בקמפיין אוטומטי מוקדם.

08 | תעודף של כל הממצאים

דחיפות, ביטחון, היקף השפעה, מאמץ וסיכון שינוי

קריטי | לטפל תחילה

F01: פנייה עשויה לא להגיע למרות אישור ללקוח. זו חוליה ישירה בקבלת עבודה, ולכן יש להתחיל בבירור ובתיקון ממוקד לפני הרחבת הביקוש.

חשוב | אחרי חסם הקבלה או לצד הבירור

F02-F03: אמינות אירועים וקישור לפניות. F06: הודעת שגיאה בטופס. F09: ניווט מקלדת. F10: העברה לביצוע. אלה אינם חמישה פרויקטים חדשים: לחלקם ניתן לתת טיפול מוגבל בתוך תהליך התיקון או העבודה הקיימת.

חשוב, אך החלטה מותנית בבדיקה

F04: לאמת זמינות והבנת המסר. F07: לברר אם noindex מכוון ואם העמוד ראוי לאינדוקס. אין להסיר הוראה או לשנות הבטחה לפני שיש תשובה.

משני

F11: להשלים תבנית סיום בהתאם למדיניות מאושרת. זו פעולה קטנה שיכולה להתבצע לאחר שהפנייה וההעברה יציבות; אין ראייה שהיא הגורם המרכזי לאובדן.

למדוד תחילה / לעקוב

F05: זמני מענה; F08: ביצועי טעינה בתנאים רלוונטיים; F12: חזרה והמלצות. אין מספיק ראיות להפוך אותם לתיקון מערכתי. אם מופיע כשל מוחשי במסלול, יש לעדכן את העדיפות.

לא לגעת עכשיו

שכתוב כולל של העמוד האורגני, החלפת CRM, מיתוג מחדש או שכתוב אתר אינם נדרשים מהראיות. אלה החלטות שימור, לא ממצאים שליליים נוספים.

התעודף אינו ציון אוטומטי: סיכון ישיר ומאומת מקבל קדימות; השערה מקבלת בדיקה; מידע חסר מקבל מדידה. שינוי יקר ופחות הפיך דורש ראיות חזקות יותר.

09 | שלוש העדיפויות לבעל העסק

אם ניתן לקדם רק שלושה דברים בתקופה הקרובה

1 | לתקן: לוודא שפנייה מגיעה לעסק

F01 + F06. להתחיל מאיתור הפער בין אישור ללקוח לקבלת הפנייה, ולתקן גם את הסבר השגיאה בנייד. אחראי: מפתח ואחראי דוא"ל. התוצאה המבוקשת היא מסלול בדיקה אמין, לא הבטחה לתוספת מכירות.

שער מעבר: 10 פניות בדיקה מתקבלות ומתועדות, קלט שגוי מוסבר וקלט תקין עובר. אם לא, חוזרים לאבחון הסיבה לפני שמקדמים יותר תנועה.

2 | למדוד: לחבר אירוע לפנייה ולטיפול

F02 + F03 + F05. להפריד קליק מפנייה שהתקבלה, להסיר כפילות שאומתה ולתעד מקור, סטטוס וזמני מענה. אחראים: Analytics ומכירות. טבלה קיימת מספיקה להתחלה.

שער מעבר: בדיקת אירוע יחיד עוברת ונצברו שבועיים של תיעוד. רק אז בוחנים איכות מקור וזמן תגובה; נתונים מועטים עשויים לחייב המשך מדידה.

3 | לבדוק: האם ההבטחה תואמת את השירות

F04. לאמת מה העסק יכול לספק ומה לקוח מבין ממודעת הדחיפות ומהעמוד. אחראים: הבעלים, Ads ו-UX. רק אם הפער מאומת משנים מסר מוגדר, תוך שמירה על תוכן וכתובות שעובדים.

שער מעבר: זמינות ותנאים מאושרים, ובדיקת הבנה תומכת במסר. אם אין פער, משמרים את העמוד ולא מייצרים משימת כתיבה מיותרת.

להגדיל פעילות היא אפשרות בהמשך, לא חובה ב-Top 3. כרגע אין מספיק מידע על קיבולת, מרווח וסגירות כדי לתת לה קדימות.

10 | מה לעשות

משימות שממשיכות ישירות מן הממצאים; פירוט אחריות והשלמה בפרקים 13-14

F01 | קריטי

לבדוק יומן שרת, ספק דיוור וספאם; לתקן את הגורם שאומת ולבצע בדיקה חוזרת.

F02 | חשוב

לקשור את האירוע לשליחה מאושרת; להפריד קליקים מפניות שהתקבלו.

F03 | חשוב

לתעד מזהה, מקור אם ידוע, ערוץ, שירות וסטטוס; להשאיר "לא ידוע" במקום לנחש.

F04 | חשוב - לבדוק

לאמת זמינות עם הבעלים; לבדוק הבנת המסר עם חמישה קוראים רלוונטיים לפני שינוי ממוקד.

F05 | למדוד תחילה

לתעד זמן כניסה ומענה אנושי במשך שבועיים, בנפרד בשעות פעילות ומחוץ להן.

F06 | חשוב

להציג הסבר סמוך לשדה ולבדוק מספרים תקינים ושגויים; לשמר את מסלול השליחה.

F07 | חשוב - לבדוק כוונה

לאמת מטרת עמוד, כפילויות ונתוני חיפוש לפני החלטה אם להסיר את ההוראה.

F08 | למדוד תחילה

למדוד במסלול ובמכשיר רלוונטיים; לזהות רכיב מעכב לפני שינוי הפיך וממוקד.

F09 | חשוב

לתקן הפעלה ופוקוס; לבדוק מקלדת, מגע ונתיב הגעה לטופס.

F10 | חשוב

להגדיר שדות העברה מינימליים ואישור קבלה של הטכנאי.

F11 | משני

להוסיף סיכום קצר ודרך פנייה בהתאם למדיניות שאישר הבעלים.

F12 | למדוד תחילה

לתעד לקוח חדש או חוזר ומקור המלצה אם נמסר; לא להסיק LTV מחלון קצר.

11 | מה לא לעשות עכשיו

הימנעות מפעולה היא גם החלטה אבחונית

לא להחליף את כל האתר

הראיות מתייחסות לרכיבים מסוימים. אין ראיה שמערכת האתר כולה מונעת עבודה. שינוי גורף מעלה סיכון לטפסים, מדידה וחשיפה אורגנית.

לא להגדיל תקציב לפני בדיקת קבלה ומדידה

F01-F03 מונעים הערכה אמיתית. אין מכאן הוראה אוטומטית לכבות קמפיין קיים: אם פניות פעילות אינן מגיעות, הבעלים יחליט על הפניה זמנית לערוץ שנבדק, בהתאם לקיבולת ולנתונים.

לא להחליף CRM בגלל שדות חסרים

להתחיל בטבלה הקיימת. רק אם תהליך פשוט אינו נשמר או אינו מספיק לנפח העבודה, להגדיר דרישות ולבחון חלופות.

לא לשכתב את כל התוכן או לשנות כתובות

קיימת חשיפה רלוונטית בדוגמה. לטפל בפער מסר נקודתי אם יאומת, עם גיבוי והשוואת ביצועים. לא להסיר noindex בלי להבין את הכוונה.

לא לרדוף אחרי PageSpeed 100

F08 אינו מוכיח אובדן לקוחות. לחפש חסם ממשי בתנאים רלוונטיים; כל אופטימיזציה נבחנת מול סיכון והשפעה ולא מול ציון לבדו.

לא להשיק אוטומציית שימור או הבטחת זמינות חדשה

אין עדיין מידע מספק על חזרה, הסכמות, קיבולת או כלכליות. תיעוד ותבנית שירות מאושרת קודמים לקמפיין אוטומטי.

אלה החלטות לתרחיש הזה. הן אינן איסורים קבועים: ראייה חדשה, כשל מתרחב או שינוי עסקי עשויים לשנות את ההמלצה.

12 | תוכנית פעולה ל-90 יום

FIRST → VERIFY → DECIDE → NEXT | חלונות עבודה, לא תאריכי הבטחה

ימים 1-30 | לייצב קבלה ולהקים בסיס מדידה

FIRST: לאבחן F01 ולתקן רק גורם שאומת; לטפל ב-F06. להגדיר F02-F03 ותיעוד זמני מענה F05. לבצע בדיקת היתכנות זמינות F04.

VERIFY: 10 שליחות מבוקרות מגיעות; רענון אינו יוצר אירוע חדש; שבועיים של פניות כוללים סטטוס וזמני טיפול. בדיקות הן באישור ובסימון כדי לא להעמיס על העסק.

DECIDE: אם הקבלה עדיין נכשלת, לחזור ליומנים ולבחון ערוץ זמני שנבדק. אם היא יציבה אך הנתונים מועטים, להמשיך למדוד. לא להסיק שיפור עסקי מבדיקות תקינות בלבד.

NEXT: להתקדם להבהרת מסר ולהעברה לביצוע; להקצות תיקון מקלדת F09 מוקדם ככל שהקיבולת מאפשרת.

ימים 31-60 | לתקן פערים מאומתים ולבדוק תוצאה

FIRST: בדיקת הבנה F04; בירור כוונת אינדוקס F07; תיקון F09-F10; השלמת F11. איסוף תנאי ביצועים רלוונטיים F08.

VERIFY: בדיקת הבנה חוזרת, ניווט מלא, 5 העברות לטכנאי ו-5 סיכומי שירות. לפני שינוי אינדוקס יש החלטה מתועדת; אחרי שינוי יש בדיקה טכנית ומעקב.

DECIDE: אם שינוי יוצר נסיגה במסלול, להחזיר גרסה ולברר. אם השערת המסר לא נתמכת, לא להרחיב שינוי. אם אין חסם ביצועים, להשאיר למעקב.

NEXT: להשוות איכות פניות, קיבולת ותוצאות; להתחיל סיווג חזרה והמלצה F12 ללא קמפיין חדש.

ימים 61-90 | להחליט על ההשקעה הבאה

FIRST: לסכם נתוני מקור, טיפול, תוצאות ויכולת ביצוע. VERIFY: לבדוק שלמות ומספיקות מדגם עם הבעלים. DECIDE: אם נתונים וכלכליות תומכים, לבחון הגדלה מוגבלת של מקור אחד; אחרת להמשיך למדוד או לטפל בחסם מאומת. NEXT: להגדיר ניסוי מוגבל, תקציב ותנאי עצירה לפני ביצוע.

יישום המשימות באחריות העסק והספקים שלו. ZDC מספקת אבחון והמלצות בכתב; התוכנית אינה התחייבות לתוצאה או שירות יישום.

13 | למי להעביר כל משימה

הבעלים מאשר החלטות עסקיות; המומחה מבצע בתחום אחריותו

F01 | מפתח / אחראי דוא"ל

להעביר: E02 והמלצת F01. מאמץ משוער: בינוני; תלוי בגישה ליומנים.

F02 | מומחה / GTM Analytics

להעביר: E03 והמלצת F02. מאמץ משוער: קטן עד בינוני; אחרי F01.

F03 | בעל העסק / מכירות Analytics

להעביר: E04 והמלצת F03. מאמץ משוער: קטן; ללא רכישת CRM.

F04 | בעל העסק / UX Ads

להעביר: E01 והמלצת F04. מאמץ משוער: קטן עד בינוני.

F05 | מכירות / בעל העסק

להעביר: E04 והמלצת F05. מאמץ משוער: קטן; תלוי ב-F03.

F06 | מפתח / UX

להעביר: E02 והמלצת F06. מאמץ משוער: קטן.

F07 | SEO / בעל העסק / מפתח

להעביר: E05 והמלצת F07. מאמץ משוער: קטן עד בינוני.

F08 | Analytics / מפתח

להעביר: E06 והמלצת F08. מאמץ משוער: בינוני; אחרי חסמי פנייה.

F09 | מפתח / מומחה נגישות

להעביר: E07 והמלצת F09. מאמץ משוער: בינוני.

F10 | מכירות / תפעול

להעביר: E08 והמלצת F10. מאמץ משוער: קטן.

F11 | בעל העסק / שירות לקוחות

להעביר: E09 והמלצת F11. מאמץ משוער: קטן.

F12 | בעל העסק / CRM

להעביר: E04, E09 והמלצת F12. מאמץ משוער: קטן ומתמשך.

כללי העברה

לצרף תצפית, ראיה, שינוי מבוקש וקריטריון סיום מפרק 14. הבעלים מאשר זמינות, אחריות והוצאות; הספק אינו נדרש להמציא את האבחנה מחדש. הערכת המאמץ יחסית בלבד ותאומת לאחר עיון במערכת.

14 | מתי המשימה נחשבת גמורה

השלמה נבדקת מול התנהגות או מידע, לא מול הודעת "בוצע"

F01

10 מתוך 10 פניות בדיקה מתועדות מגיעות ליעד ונענות באישור תקין.

F02

שליחה אחת יוצרת אירוע אחד; רענון וניווט אחורה אינם יוצרים ליד נוסף.

F03

לכל פנייה חדשה מזהה וסטטוס; מקור ידוע או "לא ידוע", וסיבת החוסר נבדקת שבועית.

F04

מדיניות זמינות מאושרת בכתב; הקוראים מבינים אזור, שעות ותנאים, או שהמסר מתקן ונבדק שוב.

F05

לכל פנייה בתקופה זמני כניסה ומענה או ציון שלא נענתה; מסכמים חציון וחריגים.

F06

שגיאה מוצגת ומאפשרת תיקון; קלט תקין עובר; אין נסיגה בבדיקות F01.

F07

החלטה מנומקת מתועדת; אם הוחלט לפתוח, ההוראה וה-canonical נבדקים ומוגדר מעקב.

F08

תועדו תנאים ורכיב מעקב או שהממצא נשאר למעקב; כל שינוי עובר בדיקת מסלול.

F09

התפריט נפתח ונסגר במקלדת; הפוקוס נראה; אין מלכודת; ניווט בנייד נשמר.

F10

ב-5 העברות רצופות תיאור תקלה, כתובת, זמינות ודגם אם ידוע נמסרים ומאושרים.

F11

תבנית מאושרת נמסרת ב-5 עבודות לדוגמה וכוללת שבוע, דרך פנייה ותנאים רלוונטיים.

F12

הסיווג קיים ברשומות חדשות; לאחר 90 יום נבחנת איכות הנתונים והצורך בחלון ארוך יותר.

לכל בדיקה לתעד מי ביצע, מתי, באיזו סביבה ותוצאה. בדיקה שעברה אינה מבטיחה שהכשל לא יחזור; להגדיר בדיקה חוזרת אחרי שינוי רלוונטי.

15 | מה עדיין לא ידוע

המידע החסר והדרך המעשית לקבל תשובה

למה שתי שליחות לא הופיעו? | F01

לקבל יומני שרת ודיור וספאם עם מזהי הבדיקה; להשוות זמן ואירוע לכל שליחה. אחראי: מפתח ודוא"ל, בשלב הראשון. עד אז הגורם נשאר UNKNOWN.

איך הלקוחות באמת בוחרים? | F04

לאסוף שאלות והסברי בחירה בכתב לפי שלושת מצבי הקנייה ולבצע בדיקת הבנה. אחראי: הבעלים ו-UX, בתוך 30-60 יום. מדגם קטן נותן כיוון, לא שיעור באוכלוסייה.

מה זמן המענה ואיכות כל מקור? | F03-F05

לתעד שבועיים זמני מענה, מקור, סטטוס ותוצאת המשך; להפריד שעות פעילות. אחראי: מכירות. אם הנפח נמוך, להאריך את החלון ולא להכריז על מנצח.

האם noindex מכוון והאם מהירות פוגעת? | F07-F08

SEO יבדוק היסטוריית החלטה, כפילות ונתוני חיפוש. המפתח יאסוף תנאי טעינה ומשתמשים רלוונטיים. אין הסקת סיבתיות מציון או מתצפית יחידה.

מה קורה לאחר השירות? | F10-F12

לבדוק העברות וסיכומי שירות; לאסוף משוב בהסכמה ולסווג לקוח חוזר והמלצה. אחראי: תפעול. נתוני 90 יום אינם בהכרח מספיקים לנאמנות או LTV.

האם יש הצדקה לצמיחה?

הבעלים ישלים מרווח לפי שירות, קיבולת, עלות רכישה ותוצאות סגירה. רק לאחר מכן ניתן לשקול הרחבת תקציב. אין לחשב תשואה בלי נתונים אלה.

האם המערכות מאובטחות ונגישות באופן מלא?

לא ניתן לקבוע בדוח הזה. אם נדרשת בדיקה מלאה, להגדיר היקף עם איש מקצוע מתאים; אין להסיק תקינות מהיעדר ממצא.

16 | נספח ראיות

חלק 1 מתוך 2 | רשומות סינתטיות לצורך הדגמה בלבד

מזהי E הם קישורים פנימיים לחומרי ההדגמה שלהלן. אין כאן צילומי מסך אמיתיים, דוחות שהופקו משירותים או טענה שבדיקות אלה בוצעו. בדוח לקוח יופיעו במקומם מקורות ניתנים לבדיקה, עם תאריך, סביבה ומיקום מדויק.

brief | E00 עסקי מדומה

שירותים: תיקון, תחזוקה והתקנה. אזור: לוד ורמלה. קבלה: בעל העסק; ביצוע: טכנאים. אתר בעברית, Google Business Profile, מודעות חיפוש וטבלה ידנית. הצעת מחיר לפני עבודה. נתוני מרווח וקיבולת לא סופקו בתרחיש. משמש לפרקים 1-3.

E01 | קטעי תוכן ובדיקת יעד מדומים

מודעה: "טכנאי מזגנים היום". כותרת עמוד: "פתרונות מיזוג לבית". באזור התוכן שנבדק אין תנאי זמינות להיום. שם ואזור זהים בפרופיל ובעמוד. הסבר: מחיר ביקור והצעה לפני עבודה. קישור WhatsApp נפתח לנמען הבדוי המיועד; לא נשלחה הודעה. משמש ל-F04 ולנקודות השימור.

E02 | יומן QA סינתטי

סביבה מדומה: Chrome בנייד, רוחב 390 פיקסלים. חלון תצפית: 30 דקות לכל שליחה. T01, T02, T04: הודעת הצלחה וקבלה בתיבת יעד. T03, T05: הודעת הצלחה ללא קבלה בחלון. כל חמשת המקרים השתמשו בקלט תקין. V01 נפרד: טלפון קצר מדי; השליחה נחסמה ללא הסבר ליד השדה. אין יומן שרת או ספק דיור. משמש ל-F01 ול-F06.

E03 | רצף אירועים סינתטי

10:00: שליחה אחת ואישור; generate_lead מספר 1. 10:01: רענון עמוד תודה ללא שליחה; generate_lead מספר 2. זו הדגמת כפילות ברצף אחד, לא מדידה של שיעור בכלל התנועה. משמש ל-F02.

E04 | תמצית נתונים סינתטית ל-30 יום

31,240 sessions; אירועי ליד; 18 רשומות פנייה חדשה; 9 עם מקור ידוע ו-9 ללא מקור. אין זמני מענה ראשונה, תוצאות סגירה מלאות או מזהי לקוח חוזר. אין אפשרות להתאים את כל האירועים לרשומות. משמש ל-F03, F05, F12; אינו מוכיח מספר לידים אבודים.

16 | נספח ראיות

חלק 2 מתוך 2 | גבולות, שיוך ושימוש בדוח אמיתי

E05 | תמצית SEO סינתטית

נתיב בדוי /maintenance: תג robots עם הערך noindex. כוונת בעל העסק לא ידועה. עמוד תיקונים נפרד: 420 חשיפות ו-24 קליקים לשאלות מקומיות רלוונטיות בחלון מדומה של 30 יום. אין נתוני מכירה. משמש ל-F07 ולשימור העמוד הקיים.

E06 | תוצאות performance סינתטיות

עמוד נחיתה בנייד; אותו תרחיש מעבדה מדומה בשלוש ריצות: LCP של 3.8, 4.1, 4.0 שניות. אין trace, הגדרות האטה מלאות או נתוני שדה. לכן זו הדגמה של מגבלת ראיה, לא דוח ביצועים שניתן לשחזור. בדוח אמיתי יצורפו דוח מקורי, תנאי ריצה ונתוני שדה אם זמינים. משמש ל-F08.

E07 | יומן מקלדת סינתטי

Tab מגיע לתפריט שירותים; Enter אינו פותח; בעכבר נפתח. תועד תרחיש אחד בלבד. משמש ל-F09. אין כאן סריקת תקן מלאה או הסקת עמידה בדרישות משפטיות.

E08 | מדגם העברות סינתטי

H01-H03: תיאור תקלה נמצא ברשומת הפנייה אך חסר בהעברה לטכנאי. H01-H02: דגם חסר; H03: דגם מופיע. לא תועד אם הדבר גרם לביקור נוסף. משמש ל-F10.

E09 | תבנית סיום סינתטית

התבנית כוללת תאריך וסכום, אך אינה כוללת דרך פנייה לתקלה חוזרת או הפניה לתנאי אחריות. אין משוברים או היסטוריית חזרה. משמש ל-F11-F12. היעדר סעיף אינו הוכחה ששירות לאחר רכישה אינו קיים.

איך נראה נספח לקוח אמיתי

לכל E: מקור או URL מדויק, תאריך ושעה, תקופת הנתונים, סביבת בדיקה, צילום מסך או יצוא מצונזר, צעדים ותוצאה, מגבלה ומזהי F הקשורים. צילום אחד אינו מחליף בדיקה. פרטים אישיים וסודות אינם נכללים. רשימת הממצאים המורחבת בפרק 7 יחד עם פרקים 10, 13 ו-14 מאפשרת לעקוב מראיה ועד השלמה.

ZDC: אבחון אישי בכתב של האתר ומסע הלקוח. תמונה רחבה וגם ממצאים קונקרטיים; המלצות ותוכנית פעולה. ללא יישום טכני וללא הבטחת גידול במכירות.