

## מדריך מפורט (ארוך): איך לחסוך בהוצאות תקשורת?

### איך לצמצם את ההוצאות תקשורת במשפחה?

(שירותי סלולר, טלוויזיה ואינטרנט)



#### תוכן עניינים

- מה זה מושג תקשורת בימינו(למה זה חשוב)?
- מה זה הוצאות תקשורת בימינו(מהן כוללות)?
- איך לחסוך בהוצאות תקשורת במשפחה?
- שלב 1. מה הם הצרכים שלכם בתחום התקשורת ואיך להתאים את ההוצאות לצרכים שלכם?(איך לבחור חבילה המתאימה לכם?)
- שלב 2. מהם הדרכים אפשריים להורדת מחירים וצמצום בהוצאות?
- שלב 3. מה מצב השוק, הזדמנויות וקשיים בצמצום הוצאות התקשורת?
- שלב 4. איך לנהל את הוצאות התקשורת(כדי לחסוך בהוצאות)?
- שלב 4.1. איך להתמקח עם ספקי תקשורת?
- שלב 5. מה הוא אמצעי התשלום המתאימים לכם להוצאות התקשורת?
- לסיכום

## מה זה מושג תקשורת בימינו (למה זה חשוב)?




\* בשנים האחרונות טכנולוגיה והתקשורת, הפכו לחלק הבלתי נפרד של החיינו ולאחד מהגורמים החשובים המשפיעים גם על איכות החיים וגם אורח החיים שלנו. בעידן האינטרנט, כמעט ואין משפחה ללא קו אינטרנט ביתי או סלולרי. (MOBILE) שירותי סמארט (TV טלוויזיה חכמה) דיגיטלית, קניות באינטרנט, בנקאות באינטרנט, סמארטפונים ועוד, דורשת מאתנו אמצעי טכנולוגיה ושירותי תקשורת הנלווים. התלות שלנו בטכנולוגיה רק הולכת וגודלת עם השנים והוצאות תקשורת כבר הפכו להוצאות חובה, כמעט קבועות בכל הבית.


\* בנוסף, יחד עם הגדלת רמת התלות שלנו בטכנולוגיה, גדלות גם הוצאות התקשורת, עבור השימוש בטכנולוגיות האלו. ללא ספק, הוצאות תקשורת אלה משפיעות באופן ישר גם על [תקציב המשפחה](#) ויכולות להגיע בממוצה להוצאות של כמה מאות שקלים בחודש, וזה רק עבור השירות ואפשרות שלכם להשתמש בהם. המצב כזה דורש מאמץ בהוזלת עלויות, על מנת לצמצם בהוצאות אלו.

---

## מה זה הוצאות תקשורת בימינו (מהן כוללות)?



 אז מה זה בכלל הוצאות תקשורת? למה הכוונה כאשר אומרים הוצאות תקשורת? התשובה שתקבלו לשאלה הזאת, היא תהיה שונה בהתאם לעידן שתשאלו עליו. כמו כל דבר אחר, גם מושג "הוצאות תקשורת" משתנה עם הזמן והתפתחות הטכנולוגיה. אם בעבר (בתקופות שונות) בהוצאות התקשורת היו נכללות הוצאות בנפרדות עבור כל תשתיות ושירותים של הרדיו, טלוויזיה בכבלים, YES, אינטרנט בקו בזק, טלפון סולולר נייד, אז בעידן החדש רוב ההוצאות הם מתבססות על קיום תשתית קו האינטרנט מהיר (ביתי או סולולרי), ושאר השירותים מתבססים על קו אינטרנט הזה (טלוויזיה דרך אינטרנט, טלפון ביתי דרך קו אינטרנט, טלפון נייד גם, אם יש אינטרנט סולולרי ביתי).

 בנוסף, קיום קו אינטרנט, מאפשר בעזרת ראוטר (נתב) להקים רשת **Wi-Fi** ביתי ולרשת הזאת ניתן לחבר עוד אמצעי תקשורת. כלומר, בעידן החדש ברוב המקרים (כמובן יש עדיין אוכלוסייה שמשתמשת בתשתיות ישנות), הוצאות התקשורת, הן הוצאות של: **שירותי קו סולולר** (טלפון נייד), **שירותי קו האינטרנט ביתי** ושאר שירותים הנלווים המתבססים על קו האינטרנט בבית. (למשל, טלוויזיה דרך אינטרנט, טלפון ביתי דרך קו אינטרנט וכו'). לפי כך, באופן תאורטי את כל הוצאות של התקשורת, ניתן לחלק ל 4 מרכיבים עיקריים:



**- הוצאות עבור קו האינטרנט מהיר בבית** (ספק תשתית + ספק האינטרנט). גם עבור אינטרנט קווי גם עבור אינטרנט סולולרי. (MOBILE)



**- הוצאות עבור קו לטלפון נייד-סולולרי** (ברוב המקרים סמארטפון).



**- הוצאות עבור שירות הטלוויזיה** (שירותי תוכן באינטרנט למשל STING, [CELCOM TV](#), PARTNER TV, בכבלים-HOT ובלוויין YES).









**- הוצאות עבור קו טלפון ביתי** (טלפון נייד גם קווי וגם אינטרנטי). כולל גם תקשורת לחו"ל.

## איך לחסוך בהוצאות תקשורת במשפחה?



\* כפי כבר שצינו קודם, הוצאות התקשורת הן אחת מהוצאות הקבועות יחסית וגם קשות יחסית להוזלה, שינוי או ויתור, עקב צורך האמתי שלנו בשירותי התקשורת בעידן האינטרנט. הקושי היחסי בצמצום הוצאות האלו, נובע מכך שרצון שלנו לצמצם ולהוזיל את ההוצאות, תלוי לא רק בהחלטות שלנו, אלא תלוי גם בגורמים החיצוניים נוספים, כמו ספקי תקשורת וגמישות שלהם בשינוי מחירים.

\* יחד עם זאת, קשה זה עדיין לא אומר שזה בלתי אפשרי. תמיד יש אפשרות להוזיל את ההוצאות האלה באופן יחסי. על מנת להצליח ולצמצם את ההוצאות התקשורת, חשוב לבנות לעצמכם לתהליך פשוט להוזלת ההוצאות, המורכב ממספר שלבים:


- **שלב 1. לברר, מהם הצרכים שלכם בתחום התקשורת ואיך להתאים את ההוצאות לצרכים שלכם?(איך לבחור חבילה המתאימה לכם?)** 
- **שלב 2. לברר, מהם הדרכים אפשריים להורדת מחירים וצמצום בהוצאות?** 
- **שלב 3. לברר, מה מצב השוק, הזדמנויות וקשיים בצמצום הוצאות התקשורת?** 
- **שלב 4. לבדוק, איך לנהל את הוצאות התקשורת(כדי לחסוך בהוצאות)?** 
- **שלב 4.1. ללמוד, איך להתמקח עם ספקי תקשורת?** 
- **שלב 5. לברר, מה הוא אמצעי התשלום המתאימים לכם להוצאות התקשורת?** 


## שלב 1. מהם הצרכים שלכם בתחום התקשורת?

**איך להתאים את ההוצאות לצרכים שלכם?**

**(איך לבחור חבילה המתאימה לכם ביותר?)**



 אחד מהבעיות בגובה של הוצאות התקשורת, שלצערנו ברוב המקרים, אתם לא משלמים בדיוק לפי השימוש שלכם בפועל, אלא לפי מחיר של חבילת התקשורת, שספק מציע לכם. כלומר, חבילת התקשורת שאתם משלמים עבורה, היא בדרך כלל לא בדיוק מה שאתם באמת צריכים. בדרך כלל, סוכני מכירות של חברות התקשורת, איכשהו מצליחים "לדחוף" לנו חבילה של שירות, שמשתלמת קודם כל לספק ולסוכני מכירות ופחות מתאימות לצרכים שלכם. אז איך ניתן להתמודד עם בעיה כזאת? הפתרון לבעיה כזאת, הוא לבדוק וללמוד: במה אתם משתמשים כרגע ומהם הצרכים אמתיים שלכם בתחום התקשורת, לפני סגירת העסקה כלשהי.

 חשוב להבין, בכול תחומי התקשורת ישנם מאפיינים ומרכיבים שונים שיכולים להשפיע גם על מחיר השירות, גם על איכות השירות ובסופו של דבר, גם על גובה ההוצאות שלכם בתחום התקשורת. מכיוון שהמטרה היא לבדוק מהם הצרכים שלכם בפועל בתחום התקשורת ולהתאים את ההוצאות לצרכים הנדרשים שלכם (במילים אחרות, לחסוך בהוצאות תקשורת המיותרות), ננסה להציג מספר מאפיינים החשובים בבחירת חבילה המתאימה לצרכים שלכם, לפי תחומי תקשורת שונים. הבנת הצרכים שלכם בתחום התקשורת, תעזור לכם לבדוק אפשרויות והזדמנויות הקיימות כרגע ב**שוק התקשורת** ולבחור את **הדרכים המתאימים** לכם ביותר להורדת מחירים והוצאות.

## 1. מהם הצרכים בתחום של קו האינטרנט ביתי?



### מרכיבי קו אינטרנט ביתי

באופן כללי, לרוב משפחות בארץ, בצרכים והוצאות של קו אינטרנט בבית, ישנם 2 מרכיבים עיקריים: \*

• **צרכים והוצאות של תשתית קו האינטרנט.** +

• **צרכים והוצאות של חבילת גלישה באינטרנט.** +

\* חשוב להבין, בדיקה והתאמת הצרכים שלכם ב 2 מרכיבים האלו, יכולה לעזור לכם, לקבל החלטה נכונה בבחירה ורכישה של קו אינטרנט ביתי וגם להשפיע על החלטות שלכם בתחומי תקשורת אחרים כמו [קו לטלפון](#) [נייד\(סלולרי\)](#) ו**שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן)**.

## 2. מהם הצרכים בתחום של קו לטלפון נייד(סלולרי)?



### מרכיבי קו לטלפון נייד(סלולרי)

\* כמו בתחום של [קו אינטרנט ביתי](#) ו**שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן)**, בצרכים והוצאות של קו לטלפון נייד(סלולרי) ישנם גם 2 מרכיבים עיקריים:

• **צרכים והוצאות(עלות רכישת המכשיר) של מכשיר טלפון נייד.** +

• **צרכים והוצאות(עלות החבילה ותוספות) עבור חבילת התקשורת סלולרי.** +

\* תזכרו, בדיקה והתאמת הצרכים שלכם ב 2 מרכיבים האלו, יכולה לעזור לכם, לקבל החלטה נכונה בבחירה ורכישה של קו לטלפון נייד(סלולרי) .

---

### 3. מהם הצרכים בתחום שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן)?



#### מרכיבי שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן)

\* בצרכים והוצאות של שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן) ישנם 2 מרכיבים עיקריים:

• **צרכים והוצאות של תשתית לשירותי טלוויזיה (כבלים, לוויין, קו אינטרנט וממרים וסטרימרים).** +

• **צרכים והוצאות של חבילת הטלוויזיה (שירותי תוכן).** +


\* חשוב לזכור, בדיקה והתאמת הצרכים שלכם ב 2 מרכיבים האלו, יכולה לעזור לכם, לקבל החלטה נכונה בבחירה ורכישה של חבילת שירותי הטלוויזיה. כמו כן, חשוב גם לשים לב שהרבה החלטות בתחום של מרכיבי שירותי הטלוויזיה (שירותי תוכן) תלויות גם בהחלטות של תחום [קו לטלפון נייד \(סלולרי\)](#) ובהחלטות של של תחום [קו אינטרנט ביתי](#).



## 4. מהם הצרכים בתחום קו טלפון ביתי(טלפון נייד)?





### מרכיבי קו טלפון ביתי(טלפון נייד)

 בדרך כלל, בצרכים והוצאות של קו טלפון ביתי(טלפון נייד) ישנם 2 מרכיבים עיקריים:

 • **צרכים והוצאות של תשתית לקו טלפון ביתי(טלפון נייד).** (קו בזק ישן, קו אינטרנט ביתי)

 • **צרכים והוצאות(עלות החבילה ותוספות) עבור חבילת קו טלפון ביתי.**

 שימו לב, בשנים האחרונות **אחזקת קו טלפון ביתי, כבר לא משתלם כלכלית** (יותר קל וזול להחזיק עוד קו טלפון סלולרי בבית, במקום קו טלפון נייד) וגם לא נוח לשימוש, עקב הגבלות רבות כמו: הוצאות התקנה ותשלום עבור אחזקת התשתיות לקו טלפון ביתי(ברוב המקרים טלפון נייד, פשוט לא יעבוד ללא תשתית הנדרשת). בנוסף, ישנם גם הגבלות נוספות בכמות השיחות במחיר מוזל או שעות השיחות). אפשר לציין מדי שנה תחום של קו טלפון ביתי, מאבד את האקטואליות שלו, ולכן השוק ההצעות של קו טלפון ביתי מצטמצם מדי שנה, **כרגע נשארו רק 3 ספקים**: בזק (בזק בינלאומי), הוט ופרטנר.

 כמו כן חשוב לציין, שבשנים האחרונות, הצטמצם גם מגוון של החבילות בשלושת חברות האלו: אצל חברת פרטנר יש כרגע רק חבילה אחת הבסיסית ביותר, אצל חברת הוט יש 2 חבילות(מיני-מקסי) ולבזק יש 5 חבילות. מכיוון ששימוש בטלפון הנייד **כבר לא כדאי כלכלי** ועדיף לעבור לשימוש במוצר אלטרנטיבי הזול ונוח יותר, אז אין גם טעם בבדיקת הצרכים שלכם בתחום הזה.

## שלב 2. מהם הדרכים אפשריים להורדת מחירים וצמצום בהוצאות?



\* להורדת עלויות וצמצום הוצאות בתחום שירותי התקשורת, ישנם מספר דרכים. כמובן, חלק מהדרכים הם יותר יעילים וחלק פחות. בכל מקרה, כדי להשתמש בכל אחד מהדרכים האלו, קודם כל אתם חייבים לדעת במה אתם משתמשים כרגע ועל מה וכמה אתם משלמים. לצורך כך, נדרש לעשות רשימה של כל ההוצאות בתחום התקשורת שאתם משלמים כרגע. חשוב, שבכל שורה של רשימה יש לציין מחיר ומאפיינים טכניים ומרכיבים שלה. למשל, אינטרנט ביתי של 40MB בתוספת נתב של Wi-Fi במחיר 29.9 ₪ עבור הספק אינטרנט 80 ₪ עבור תשתית האינטרנט.

\* לאחר הכנת רשימה כזאת ובהתאם ל**צרכים שלכם** שבדקתם בשלב הקודם, אתם יכולים לבחור את הדרך המתאים לכם ביותר להורדת המחירים. באופן תאורטי, את רוב דרכים להורדת המחירים, ניתן למיין ל3 קבוצות העיקריות לפי אופן הפעילות.

⚡ שימו לב, ההחלטה שלכם על בחירת אופן הפעילות והדרכים להורדת המחירים, במקרים רבים תלויה ב**מצבי השוק** בתחום ספקי התקשורת (רמת הגמישות של ספקים, רמת איכות המוצרים ושירותים של ספקים, רמת המחירים, רמת התחרות בין הספקים וכו'). שינויים במצב השוק, יכלים לגרום להזדמנויות מיוחדות או לקשיים, לכן בבחירת הדרך להורדת המחירים, חשוב לקחת בחשבון את השינויים שמתרחשים בשוק.

\* להלן 3 קבוצות העיקריות (לפי אופן הפעילות) של דרכים להורדת הוצאות ומחירים:

## 1. קבלת הנחה או הורדת מחיר מספק תקשורת הנוכחי(הקיים) שלכם




\* אחת מהאפשרויות להוזיל הוצאות שלכם בתחום התקשורת זה לקבל הנחה/הורדת מחיר אצל **ספק/ספקי תקשורת הנוכחיים/הקיימים שלכם על כל מה שאתם משלמים כרגע**. כלומר, להוזיל את ההוצאה הנוכחית שלכם, על כל שירותי תקשורת שיש לכם כרגע, בעזרת משא ומתן ומיקוח עם ספק/ספקים של שירותי תקשורת הנוכחיים ולקבל מהם הנחה/הורדת במחיר. צריך לציין, שזאת הדרך לא תמיד פשוטה ודורשת הרבה מאמץ וסבלנות.


\* בנוסף, לצערנו, ברוב המקרים, ההנחות והוזלות שמקבלים לקוחות הקיימים, (כאשר הם דורשים הנחה וחברה מנסה לשמור אותם) הן פחות אטרקטיביים, מאשר הנחות ומחירי מבצע שמקבלים לקוחות חדשים. זה קורה מכיוון שלקוח הנשמר אצל ספק הוא כבר בחברה ולא צריך לפתות אותו לעבור חברה, לכן הוא תמיד מקבל פחות הנחות מחיר, מאשר לקוח החדש שצריך ממש לפתות אותו לעבור חברה.


\* חיסרון נוסף של הדרך הזו שצריך לפנות לספק להסביר לו את הכול, לדרוש הנחה ואפילו לאיים על עזיבה. זה דורש זמן, סבלנות ומאמץ. מצד השני יש גם יתרונות של דרך הזאת, מכיוון שלפעמים יש יתרונות לספק ספציפי שאין אצל ספקים אחרים, (גודל חבילות, שירותי לקוח, מהירות, איכות השירות וכו'), לכן יתכן שדרך הזו יכול להיות גם מקובל.

## 2. קבלת הצעת מחיר זולה יותר מספק תקשורת אחר(חדש/חלופי)



 אפשרות שניה להוזיל את ההוצאות ולהוריד את המחירים, זה לקבל הצעת מחיר זולה יותר **מספק/ספקים תקשורת חדש/חדשים על כל מה שאתם משלמים כרגע אצל ספק הקיים שלכם**. כלומר, להוזיל את כל הוצאות הנוכחיות שלכם בתחום התקשורת, בעזרת החלפת ספקי תקשורת הקיימים, אבל ללא שינוי מהותי של מרכיבי השירות. לצורך כך, יש לעשות השוואת המחירים בין הספקים חלופיים, לעשות משא ומתן ולהתמקח על מחיר עם ספקים חדש/חדשים, לקבל הצעת מחיר אטרקטיבית, לעזוב את הספק/ספקים הישן/ים ולעבור לספק/ספקים החדש/ים.

 למרות שהשיטה הזאת דורשת שינוי הרגלים וכל האי נוחיות בזמן מעבר לספק/ספקים החדש/ים, אבל ברוב המקרים, זה אכן יותר שווה וכדאי לעשות וגם יותר קל לקבל מחיר אטרקטיבי מספקים החדשים, מאשר להוריד מחיר אצל ספקים נוכחיים. תזכרו, כלקוח חדש אתם תמיד מקבלים מחירי "מבצע" לתקופה מסוימת, כדי למשוך אותכם. רק חשוב לא לשכוח, להחליט מה לעשות, כאשר נגמרת תקופת ה"מבצע"(ניתן לשים גם תזכורת בלוח שנה במכשיר טלפון הנייד או בגוגל מייל על תאריך סיום המבצע).

 לפעמים, אפילו כדאי לעבור בין הספקים כל פעם ברגע שנגמרים מחירי המבצע, כדי תמיד לקבל וליהנות ממחיר של "לקוח החדש". היתרון הבולט של דרך הזה, שאתם מקבלים מחירים אטרקטיביים בפחות מאמץ והוא לא דורש מכם הרבה זמן, מאמץ וסבלנות. החיסרון שלו, שבכל מעבר בין הספקים אתם צריכים להתאים/להרגיל את עצמכם לספק החדש כל פעם מחדש וללמוד להתמודד עם חסרונות של ספק החדש.

### 3. בדיקת הצרכים שלכם בתחום שירותי התקשורת והתאמה את ההוצאות שלכם לצרכים שבדקתם





\* אפרשות נוספת ויעילה ביותר, משלושת הדרכים, היא **לבדוק את הצרכים אמתיים שלכם בתחום שירותי התקשורת ולהתאים את ההוצאות שלכם לצרכים שבדקתם**. זאת אומרת, במקום לבקש הנחה מספק הנוכחי שלכם על כל מרכיבי שירותי תקשורת שאתם משלמים כרגע, או במקום לבקש מספק אחר (חדש) הצעת מחיר אלטרנטיבית (זולה יותר) לאותם מרכיבי שירותי תקשורת הקיימים, בדרך השלישי, בודקים איזה מרכיבי שירותי התקשורת באמת נדרשים לכם ותשלמו רק עבורם.


\* כלומר, מורידים את המרכיבים שכבר לא אקטואליים ומוסיפים את המרכיבים החדשים שאכן נדרשים ועושים רשימה רק של כל המרכיבים שנדרשים לכם כרגע. על סמך הרשימה הזאת, פונים לכל הספקים (כולל גם ספקים ישנים וגם חדשים) על מנת לקבל הצעות, עושים השוואת מחירים ובוחרים את ההצעה שמתאימה ביותר עבורכם.

\* במילים אחרות, אתם מתאימים את ההוצאות שלכם לצרכים אמתיים שלכם. בצורה יותר מפורטת הדרך הזה מורכב ממספר שלבים:

- לעשות רשימה של כל מרכיבי שירותי תקשורת שיש לכם כרגע, לבדוק ולשקול מחדש מה ממרכיבים הקיימים ([הנדרשים/הרצויים](#)), (בכל תחומים שירותי התקשורת עדיין אקטואליים ואכן נדרשים).
- אחר כך, יש לבדוק מה ממרכיבים שעדיין נדרשים ואקטואליים, ניתן (וכדאי) להחליף בעזרת מציאת אלטרנטיבה המקובלת עבורכם. למשל, שימוש ב WhatsApp לשיחות בטלפון נייד המחובר לקו אינטרנט ביתי ב Wi-Fi במקום להחזיק ולשלם עבור קו ביתי של טלפון ניח. דוגמא נוספת, שירותי טלוויזיה דרך קו אינטרנט ביתי, במקום תשלום לשירותים וכבלים של HOT או YES.
- לאחר מאכן, יש לעשות רשימה חדשה של כל הצרכים שלכם בתחום שירותי תקשורת, הכוללת רק מרכיבי תקשורת הנוכחיים **שעדיין אקטואליים (ואין להם אלטרנטיבה הקיימת) ומרכיבי תקשורת החדשים הנדרשים לכם כרגע**.

•  לבסוף, על פי הצרכים שלכם, לכל אחד ממרכיבי תקשורת ברשימה החדשה שעשיתם, יש לעשות גם **השוואת מחירים והצעות בין הספקים** וגם [מיקוח על הצעות הטובות](#). מטרה המרכזית, היא לקבל בסוף את הצעת המחיר המקובלת, רק עם מרכיבי שירותי תקשורת האקטואליים ואכן נדרשים, ורק מספקים שאכן המתאימים למתן שירות שאתם צריכים.

 מצד אחד, זאת הדרך שדורשת הרבה מאמץ בבדיקת הצרכים שלכם בתחום התקשורת, אבל מצד השני היא גם מאפשרת לכם לשלם רק על מה שאתם באמת צריכים ויכולים להשתמש, ולא לשלם סתם על מה שספק מציע לכם כברירת מחדל.

 שימו לב, הדרך הזאת מאפשרת גם שילוב של כל אופציות להוזלת מחיר. כלומר, אפשר גם לפנות לספקים חדשים וגם לעשות משא ומתן עם ספקים הישנים שלכם, על תכולה החדשה לפי צרכים שלכם. בנוסף, כתוצאה של מציאת אלטרנטיבות, לחלק מהדברים, תוכלו [להוריד את ההוצאות הכלליות של תחום התקשורת](#) בצורה משמעותית.

---

## דוגמאות למציאת אלטרנטיבה המקובלת בתחום שירותי תקשורת



\* לאנשים שבאמת רוצים לחסוך ולצמצם בהוצאות, ישנם לא מעט אפשרויות למציאת אלטרנטיבות בתחום שירותי התקשורת. צריך רק טיפת מידע ויצירתיות. להלן מספר דוגמאות לאלטרנטיבות האפשריות:

- + • ויתור על אינטרנט ביתי ושימוש רק באינטרנט סלולרי בטלפון.
- + • ויתור על טלוויזיה של כבלים או לוויין ושימוש בטלוויזיה דרך אינטרנט.
- + • ויתור על קו טלפון נייח בבית בקו של בזק או בכבלים (לדעתי זה כבר דבר מיותר בבית) לטובת תקשורת סלולרית או קו טלפון ביתי דרך האינטרנט.
- + • ויתור על טלוויזיה ואינטרנט ביתי לטובת שימוש בסמארטפון הסלולרי כטלוויזיה (אפילו ניתן לחבר סמארטפון למסך טלוויזיה) וכו'.

\* דוגמא נוספת למציאת אלטרנטיבות זה, שימוש בתוצאות של התפתחות הטכנולוגי, בעזרת אפליקציות רבות שיכולים להחליף את אמצעי תקשורת רגילים. למשל: שיחות בארץ ולחו"ל בטלפון סלולרי ללא קו תקשורת בכלל, רק דרך **Wi-Fi** טוב. למשל, אפליקציות של [WhatsApp](#), [Skype](#), [Viber](#) ואחרות מאפשרות לשלוח הודעות, להתקשר למשהו כולל שיחות לחו"ל רק אם יש לכם **Wi-Fi**.

## שלב 3. מה מצב השוק, הזדמנויות וקשיים בצמצום הוצאות התקשורת?



\* כפי שצינו בשלב הקודם, התלות של [בחירת הדרכים](#) להורדת המחירים במצבי השוק בתחום התקשורת, דורשת מכם בדיקה והבנה של מצבי השוק, שחקנים עיקריים בשוק, רמת התחרותיות בין ספקים, מוצרים שקיימים בשוק ואיך מוצרים (שירותים) שקיימים בשוק יכולים [להתאים לצרכים](#) שלכם וכמובן איך המוצרים העונים לצרכים שלכם אפשר להשיג במחיר הזול ביותר. שימו לב, שינויים במצב השוק, יכלים לגרום להזדמנויות מיוחדות להורדת מחירים או להפך לקשיים בהוזלת הוצאות.



\* חשוב לציין, למרות שבשנים האחרונות גדל משמעותי מגוון של הזדמנויות ואלטרנטיבות, אך עדיין גורמים המרכזיים בהוזלת וצמצום הוצאות נשארים: בדיקת מצב השוק, **השוואת מחירים** בין הספקים ויכולת **מיקוח** על מחיר עם ספקי שירותי תקשורת.

\* בנוסף, בעקבות הרפורמה בשוק התקשורת, גדלה התחרות בין ספקי שירותי תקשורת בארץ, וכתוצאה מכך התחרות גרמה להורדות מחירים מהותיות ופעילויות שיווקיות רבות (מבצעים) של ספקי התקשורת, כדי למשוך את לקוחות החדשים ולכן כדאי לנצל את המצב הזה בעת השוואת המחירים ו**מיקוח עם הספקים**. כמו כן, ביטול תקופת התחייבות לספקי תקשורת, גרמה לגמישות רבה בניוד בין חברות וספקי תקשורת, שזה בהחלט מגדיל את כוח המיקוח שלכם (איום של עזיבה שלכם לחברה מתחרה) עם ספקים.



## מה הם הקשיים בהורדת הוצאות תקשורת?





\* חשוב לציין, למרות כל היתרונות השיווקיות שיש ללקוחות כיום בשוק, יחד עם זאת, בקרב האוכלוסייה רבה, עדיין קיים גם קושי מסוים בהורדת הוצאות בתחום שירותי תקשורת. הסיבות לכך, הן דווקא יותר קשורות ללקוחות וצורת התנהגותם, מאשר בקשיחות של ספקים. הסיבות לכך יכולים די שונות כגון:


- התרגלות לספקים מסוימים.
- הזנחת תחום [הוצאות תקשורת](#), עקב גודל ההוצאות יחסית קטנות.
- עצלנות להתקשר להתגבר על בירוקרטיה של ספקי תקשורת.
- חוסר זמן ורצון [להתמקח](#) ולהתווכח על מחירים ותנאים.
- חוסר מידע וחוסר התעניינות של לקוחות על מבצעים והוזלות מחירים שקיימים בשוק.
- חוסר מידע על אלטרנטיבות הקיימות בשוק וחוסר מידע על שימוש בטכנולוגיות שיכולים לשמש התחליף לשרות מסוים וכו'.

## איך להתגבר על קשיים בהורדת הוצאות תקשורת?





 אז, נשאלת שאלה: איך להתגבר על קשיים בהורדת הוצאות תקשורת? כמובן, ללא רצון של לקוח להוזיל את ההוצאות, אי אפשר להצליח. יחד עם זאת, בעזרת [טכניקות](#), [טקטיקות](#) ופעולות מסוימות ניתן להתגבר על חלק מהסיבות האלו ולגרומם (לעזור) ללקוחות להוריד את הוצאות. למשל:


 ללמוד את [הצרכים](#) שלכם בתקשורת ולבטל שירותים המיותרים כמו למשל אנטי ווירוס ברשת(לרוב אוכלוסייה כבר יש אנטי ווירוס על המחשב) או דואר של ספק אינטרנט ביתי(לעשות גוגל מייל יותר כדאי, מאשר להיות תלוי במייל של ספק שיכול להשתנות), או ערוצים מיותרים בטלוויזיה (שלא מסתכלים אף פעם), או שירותים נוספים בטלפון סלולרי בתשלום (רינגטונים וכו').

 לבדוק במקום תעסוקתך (או במקום עבודה של קרובי המשפחה), האם קיימים איזשהו דילים מיוחדים לחברה שלכם בתחום התקשורת ואם זה באמת משתלם, לנסות להצטרף לדיל כזה.

 לבדוק את האפשרות לעשות כמה שירותי תקשורת תחת "כובע" אחד של אותו ספק( כגון: טריפל, תשתית וספק ביחד) וכו'.


 לשים תזכורת אוטומטית במייל במחשב או בטלפון הנייד, על סיום תקופת מחיר במבצע, חודש לפני סיום, על מנת להשוות ולמצוא מחיר יותר זול, מאשר מחיר ללא מבצע שהיה לכם.

 לשים תזכורת אוטומטית במייל במחשב או בטלפון הנייד, לעשות סקר שוק פעמיים בשנה.

 להירשם לאתרים של השוואות מחירים) למשל כמו, ([Kamaze](#), [Haboreret](#), [SmartCut](#)), כדי לקבל התרעות על שינויי מחירים בשוק התקשורת.

 לשים לעצמך מטרה לחסוך בתחום תקשורת X כסף בשנה ולנסות להשיג את זה.

 ללמוד צורת [הניהול של הוצאות התקשורת](#).

 ללמוד את צורת הניהול משא ומתן עם ספקי תקשורת.

 **שימו לב**, כל דברים שציינו למלה, יחד עם תחרות [ואלטרנטיבות](#) בשוק יכולים לעזור לכם לצמצם ולחסוך מאות ואלפים שקלים בשנה.

## שלב 4. איך לנהל את הוצאות התקשורת(כדי לחסוך בהוצאות)?



\* חשוב להבין, תהליך של הורדת הוצאות בתחום התקשורת, זה לא פעילות חד פעמית, אלא דורשת מעקב בשינויים ופעילות מתמדת מדי תקופות מסוימות (למשל חצי שנה או שנה), לכן לצורך מענה לשינויים בצרכים שלכם, שינויים במצבי השוק וניצול הזדמנויות, נדרש לדעת את צורה הנכונה של הניהול הוצאות התקשורת. למשל: איך לעשות מעקב על הוצאות בתחום התקשורת, מתי לעשות בדיקת הצרכים, איך לבדוק מצב השוק, איך לבחור דבר המתאים להורדת מחירים, איך להשוואות מחירים בין הספקים ואיך לבצע משא ומתן מול ספק, כולל הבנה איך להתמקח עם ספקי תקשורת? התשובות לשאלות אלה, יעזרו לכם להבין איך לבנות שיטת הניהול של הוצאות התקשורת בצורה נכונה ויעילה.

\* למרות שהוצאות תקשורת הן הם לרוב די קבועים בתקציב המשפחתי, עדיין לצורך התייעלות בהוצאות האלו, נדרש לדעת את צורת הניהול שלהן. כלומר על מנת לנהל ולייעל את ההוצאות בתחום התקשורת, צריך מדי תקופה לבצע מספר פעולות, באופן שיטתי וכך לשמור על רמת ההוצאות ברמה מקובלת. להלן פעולות הנדרשות על מנת לבצע ניהול הוצאות התקשורת בצורה נכונה:

## 1. לבצע בדיקה ורישום לכל שירותי התקשורת הנוכחיים שלכם(על מה שמשלמים כרגע).



\* באופן כללי, על מנת לנהל לחסוך, לצמצם, להחליף או לבטל כל דבר בכל תחום העיסוק, קודם כל אתם חייבים לדעת מה יש לכם? במה אתם משתמשים כרגע ועל מה וכמה אתם משלמים? לצורך כך, נדרש לעשות רשימה של כל ההוצאות שלכם בתחום התקשורת, שאתם משתמשים כרגע וכמה אתם משלמים על כל אחד מהם. חשוב, שבכל שורה של רשימה יש לציין מחיר ומאפיינים טכניים ומרכיבים שלה. למשל, אינטרנט ביתי של 40 MB בתוספת נתב של Wi-Fi במחיר 29.9 ש"ח עבור הספק אינטרנט 80 ש"ח עבור תשתית האינטרנט. לצורך נוחותכם, את רשימה כזאת ניתן לעשות גם בצורה טבלאית, למשל בקובץ אקסל .

## 2. לעשות בדיקה ורישום מחדש(מעודכן) לכל השירותים(כולל שירותים חדשים), שאכן נדרשים לכם.



\* לאחר מאן, יש לבדוק ולשקול מחדש: מהם הצרכים שלכם בתחום שירותי תקשורת(שירותי סלולר, טלוויזיה ואינטרנט), שאכן נדרשים לכם כרגע? כלומר, צריך לבדוק מה אתם באמת צריכים בתחום שירותי תקשורת כרגע ואיזה שירותים כבר אינם אקטואליים, עקב התחדשות מוצרים(חבילות) או שינויים טכנולוגיים, שינויי מחירים בשוק התקשורת וכו'.

\* בנוסף, עם הזמן כידוע, הצרכים שלכם בתחום התקשורת יכולים להשתנות(ייתכן שתצטרכו יותר שירותים, או להפך פחות שירותים, ישתנו גם צרכים שלכם במהירות של קו אינטרנט הנדרש או בנפחים של חבילות וכו'). על בסיס הבדיקה כזאת, תוכלו להבין איזה צרכים יותר אקטואליים לכם כרגע, כדי **לעשות רשימה חדשה, מעודכנת** של כל השירותים הנדרשים לכם.(כולל הוספת שירותים חדשים).

\* כמו כן, הרשימה המעודכנת נדרשת, **כדי לבטל את השירותים המיותרים שכבר לא אקטואליים עבורכם ולרכוש במקומם שירותים חדשים שמתאימים לצרכים החדשים שלכם**. למשל, כדאי לבטל שירותים כמו אנטי ווירוס ברשת(לרוב אוכלוסייה כבר יש אנטי ווירוס על המחשב אין צורך לשלם פעמיים) או דואר אלקטרוני בשירות אינטרנט ביתי שצמוד לספק האינטרנט(כדאי לעשות מייל בגוגל, זה בחינם וזה לא צמוד לאף ספק וזה יותר חכם, במקום להיות צמוד/תלוי במייל של ספק) או ערוצים מיותרים בטלוויזיה(שאתם לא מסתכלים אף פעם) או שירותים נוספים בטלפון סלולרי בתשלום( למשל רינגטונים וכו'). לצורך התייעלות מומלץ לעשות בדיקת הצרכים שלכם בתחום התקשורת כל חצי שנה או שנה.

### 3. לעשות בדיקת השוק והשוואות המחירים לכל שירותי התקשורת, לפי רשימה המעודכנת שלכם.




לאחר יצירת רשימת שירותי תקשורת המעודכנת, לפי הצרכים הנדרשים שלכם בתחום שירותי התקשורת, יש לבדוק את מצב השוק ורמת המחירים של כל שירותי תקשורת, בכל תחומים שאתם צריכים. כלומר, צריך לבדוק ולהשוואות את המחירים והצעות של חברות ספקי תקשורת שונות באתרים של השוואת מחירים למשל כמו ([Kamaze](#), [Haboreret](#), [SmartCut](#)): לבחור את הצעות המתאימות ביותר לצרכים שלכם, כמובן במחיר המקובל. \*

---

## 4. לפנות לספקי תקשורת, שהצעותיהם בחרתם בבדיקת השוק והשוואות המחירים.



 בשלב הבא, יש לפנות לספקי התקשורת שהצעות שלהם בחרתם בבדיקת השוק והשוואות המחירים. תזכרו, כמעט תמיד ניתן להחליף ולבטל (במידת הצורך) את כל שירותי התקשורת הנוכחיים שלכם, לשירותי תקשורת המתאימים ונדרשים לצרכים העדכניים שלכם. בסגירת העסקאות מומלץ לבחור דילים שמתאימים לכם בצורה מקסימלית גם מבחינת הצרכים ודרישות שלכם וגם מבחינת המחיר. (במידת הצורך מומלץ גם להתמקח עם ספקי תקשורת על מנת לקבל מחיר המקובל עבורכם). כמובן, שלא קיימים דילים, הצעות והבילות מושלמים, שמתאימים ב 100% לכל אחד, מצד השני גם הדרישות והצרכים שלכם משתנים עם הזמן. לכן, לאחר סגירת כל עסקה, חשוב ליצור לעצמכם שיטות/מנגנון למעקב על ההוצאות שלכם, על הצרכים שלכם ועל המחירים בשוק.

---

## 5. להעביר ולרכז את כל הוצאות תקשורת שלכם באמצעי תשלום אחד, האחיד לכולם.







לצורך ניהול, שליטה ומעקב על ההוצאות, את כל הוצאות עבור שירותי התקשורת, כדאי לרכז באמצעי תשלום אחיד לכולם. (מומלץ והכי כדאי לבחור תשלום באמצעות [הוראת קבע](#) בכרטיס האשראי, עקב יתרונות שדיברנו עלכם קודם).

---

## 6. ליצור לעצמכם שיטת המעקב על ההוצאות שלכם, על הצרכים שלכם ועל המחירים בשוק.



 לאחר עדכון או החלפת שירותי תקשורת בהתאם לצרכים שלכם ועל מנת לשמור על יעילות ההוצאות, מומלץ לבצע גם פעולות הבאות:

-  מומלץ, מדי פעם (כל חצי שנה -שנה), לבדוק במקום תעסוקתכם או במקום עבודה של קרובי משפחה, האם קיימים דילים מיוחדים לחברה שלכם/הם בתחום התקשורת ואם זה באמת משתלם, לנסות להצטרף לדיל כזה.
-  מומלץ, מדי פעם (כל חצי שנה -שנה), לבדוק אפשרות לאחד מספר שירותים תקשורת תחת "כובע" של אותו ספק (טריפל, תשתית וספק ביחד) וכו'.
-  מומלץ מאוד, לשים לעצמכם תזכורת אוטומטית במייל או בטלפון נייד, על סיום מחיר המבצע (במידה ומחיר שירות מסוים היה במבצע לפרק זמן מסוים) חודש לפני סיום, על מנת להשוות ולמצוא מחיר יותר זול ממחיר ללא מבצע (רגיל).
-  מומלץ מאוד (כל חצי שנה -שנה), לשים לעצמכם תזכורת אוטומטית במייל או בטלפון נייד כדי לעשות בדיקת הצרכים שלכם בתחום התקשורת וסקר שוק של ספקי תקשורת על מנת לבדוק את רמת היעילות של הוצאות שלכם.
-  בנוסף גם מומלץ, להירשם לאתרים של השוואות מחירים עבור שירותי תקשורת (למשל כמו: [Kamaze](#), [Haboreret](#), [SmartCut](#)), כדי להיות מעודכנים על מצב השוק וכדי לקבל התרעות על שינויי מחירים בשוק התקשורת.




## שלב 4.1 . איך להתמקח עם ספקי תקשורת?




 **לפעמים, מיקוח עם הספקים עבור שירות או מוצר שאתם רוצים לקבל יכול לחסוך לכם הרבה מאוד כסף.** כמו כן, לעיתים, זה יכול להיות גם **דרך היחידה** להורדת המחירים (תלוי **במצב השוק**). (כיום, במצב שוק הנוכחי, ניתן להתמקח עם רוב הספקי שירות, כמעט על הכל. החל ממחירים של מגוון השירותים, מוצרים ומרכיביהם ועד לתנאים והטבות מיוחדות. במצב הנוכחי של השוק, רוב הספקים מאוד מעוניינים במשיכת הלקוחות חדשים ובשמירת לקוחות הקיימים, לכן הם מוכנים להתמקח ולא לוותר בקלות על שום לקוח. יתרה מזאת, בתחום של **ספקי שירותי תקשורת**) שירותי סלולר, טלוויזיה ואינטרנט), הסיכויים להתמקח ולקבל תנאים טובים יותר לפי **הצרכים** שלכם, גבוה בהשוואה לתחומים אחרים. זאת עקב רמת נדידה הגבוהה בין החברות בשוק הזה.





 כמו כן, יש כדאיות מסוימת גם להתמקח מול גופים מסחריים אחרים. למשל, גופים פיננסיים כמו **הבנק**, חברת של **כרטיס האשראי**, חברות הביטוח וקרן הפנסיה וכו'. שיפורים שתצליחו להשיג מספקים: במחירים, בתנאים ובהטבות מיוחדות, עשוי לחסוך לכם לא מעט הכסף. לכן, חשוב לדעת איך להתמקח נכון מול ספקים בתחומים מסחריים שונים.

## האם תמיד כדאי להתמקח עם ספקי תקשורת?



 התשובה לשאלה הזאת, תלויה בשיקולים אינדיבידואליים של כל אחד, בהיבט עלות מול תועלת עבורו. ברור, מצד אחד, אם לא תבקשו מספק, אז אף פעם לא תדעו, מה אתם הייתם יכולים לקבל ממנו בעזרת המיקוח. בטוח, אין לכם מה להפסיד! אם תנסו להתמקח, אז אולי תצליחו לקבל משהו(הורדת מחיר, הנחה, הטבה וכו') וגם אם לא, אז מקסימום, לא הפסדתם שום דבר. יתרה מזאת, גם אם לא תצליחו להוריד את המחיר, ייתכן מצב ותצליחו לזכות בהטבות נוספות אחרת, שיגדילו את התמורה למחיר, שאתם ממילא כבר משלמים.

 יחד עם זאת, מצד השני, לעיתים תהליך ההתמקחות עצמו יכול להיות לא קל ואפילו די מורכב, ותצריך מכם זמן רב וסבלנות. לכן, לפני שתתחילו כל התהליך חשוב להבין, האם ההמתנה, המאמץ וסבלנות שלכם, באמת שווים את התמורה שתקבלו בסוף התהליך? האם בסופו של דבר כל המאמץ שלכם, הוא באמת כדאי ומשתלם או לא? כלומר, לפני תחילת המיקוח, חשוב לדעת על מה אתם "מתמקחים" ומה אתם צפויים לקבל תמורת המיקוח הזה והאם זה שווה לכם.(עלות מול תועלת).

 **שימו לב**, לפעמים ישנם מצבים, כאשר במקום המיקוח, יותר פשוט וכדאי לפנות לספק המתחרה, כדי לקבל הצעה, אפילו יותר משתלמת ממה שספק הנוכחי מציע.

## איך נכון להתמקח עם ספקי תקשורת?





\* כפי שכבר ציינו קודם, על מנת להתמקח עם ספק בצורה יעילה, קודם כל צריך לדעת על מה מתמקחים, כלומר **מה יש לכם כרגע ומה אתם רוצים לקבל במקום או בנוסף בעזרת המיקוח**, ורק אחר כך לחשוב איך לעשות את זה בצורה נכונה וחכמה? לצורך ביצוע תהליך המיקוח בצורה יעילה, נדרש לבצע מספר פעולות/שלבים בתהליך. להלן הפעולות הנדרשות:


- 1. **בודקים מה יש לכם ומה אתם צריכים.** 
- 2. **עושים סקר שוק והשוואת המחירים.** 
- 3. **משתמשים בטכניקה נכונה.** 
- 4. **משתמשים בגישה אמפטית.** 
- 5. **משתמשים בטקטיקה נכונה.** 

## 1. בודקים מה יש לכם ומה אתם צריכים




 דבר ראשון, חייבים לבדוק, ללמוד ולדעת היטב את [הצרכים אמתיים שלכם](#) בתחום שירותי התקשורת(שירותי סלולר, טלוויזיה ואינטרנט), על מנת לבטל את השירותים המיותרים שכבר לא אקטואליים עבורכם. למשל, כדאי לבטל שירותים כמו אנטי ווירוס ברשת(לרוב אוכלוסייה כבר יש אנטי ווירוס על המחשב ואין צורך לשלם פעמיים), דואר אלקטרוני בקו אינטרנט הביתי, שצמוד ותלוי בספק האינטרנט שלכם (יותר כדאי וחכם לעשות מייל בגוגל, זה בחינם, זה לא צמוד או תלוי באף ספק וזה יותר נוח, במקום להיות צמוד/תלוי במייל של ספק), ערוצים מיותרים בטלוויזיה(שאתם לא מסתכלים אף פעם), שרותים נוספים בטלפון סלולרי בתשלום(למשל רינגטונים) וכו'. לצורך התייעלות, מומלץ לעשות בדיקת הצרכים שלכם בתחום התקשורת כל חצי שנה או שנה.

 אחר כך, יש לבדוק מה מהצרכים האלו, ניתן וכדאי להחליף בעזרת [מציאת אלטרנטיבה](#) המקובלת לשירות תקשורת מסוים. למשל, שימוש ב WhatsApp לשוחות בטלפון נייד המחובר לקו אינטרנט ביתי ב, Wi-Fi במקום להחזיק ולשלם עבור קו ביתי של טלפון נייד.


 **שימו לב**, כמובן שאין צורך להתמקח עם ספק, על מחיר לשירותים נוכחיים שלכם, אם הם ממילא כבר לא אקטואליים עבורכם. למשל, אין צורך להתמקח על מחיר אינטרנט של 40 MB שיש לך כרגע, אם עבור כל הצרכים שלכם בבית כבר נדרש לכם בבית 600 MB, זה חוסר תועלת.

## 2. עושים סקר שוק והשוואת המחירים.




 דבר שני, חייבים גם לעשות סקר שוק, כדי לדעת מה הן רמות המחירים ועלויות עבור שירותי תקשורת הנוכחיים שלכם ועבור שירותי תקשורת חדשים, הנדרשים לכם במקום הנוכחיים. כלומר, צריך לבדוק את השוק של שירותי תקשורת (בכל תחומי של שירותי תקשורת), להשוות את המחירים והצעות של חברות ספקי תקשורת שונות, באתרי השוואת המחירים של ספקי שירות שונים. למשל אתרים כגון ([Kamaze](#), [Haboreret](#), [SmartCut](#)):




 בנוסף, ניתן גם לבדוק הצעות ודילים של ספקי תקשורת במקומות עבודה שלכם, או במקום עבודה של קרובי המשפחה, האם קיימים איזשהו דילים מיוחדים לחברה שלכם בתחום התקשורת ואם זה באמת כדאי לכם, אז לנסות להצטרף לדיל כזה.

### 3. משתמשים בטכניקה נכונה.



 דבר שלישי, כדי להתחיל להתמקח עם ספק בצורה יעילה וחכמה, חשוב מאוד שיהיו לכם כבר "ביד" מספר הצעות עם מספר שילובים של מרכיבים שונים ומספקי תקשורת שונים שבדקתם בשלב הקודם של סקר שוק והשוואת המחירים. צריך להיות לכם ברור שאם תפנו לספק ותבקשו ממנו להוריד לכם מחיר, רק בגלל שאתם חושבים שזה יקר, אז לא יקרה כלום ואתם לא תקבלו שום דבר.

 תזכרו **הטכניקה נכונה** למיקוח, היא **לתת לספק "להילחם" עבורך**. כלומר, יש לפנות לספק להציג לו הצעה יותר טובה שכבר קיבלת מתחרה שלו, על מנת שעכשיו הוא יתחרה וינסה לשפר את ההצעה של המתחרה שלו או שיציע לכם הצעה אפילו יותר טובה, מזאת שקבלתם מספק החלופי. יתרה מזאת, נוכחות בידיכם את הצעה אלטרנטיבית מספק מתחרה, חשובה לכם גם כדי שיהיה לכם אופציות נוספות לבחירה במידה ומשא ומתן עם ספק הישן לא יצליח ותרצו לעבור לספק המתחרה.

#### 4. משתמשים בגישה אמפטית.



\* חשוב להבין ולציין, על מנת ש**טכניקה** שציינו קודם תצליח והספקי תקשורת ירצו "להילחם" עבורכם, יש להשתמש ב**גישה אמפטית**. מה זה אומר? גישה האמפטית מתכוונת שמשא ומתן או מיקוח שאתם מבצעים לא מול הרובוט, אלא מול הנציג, שהוא גם בן אדם חי כמוכם, עם כל היתרונות וחסרונות של האופי שלו. לכן, ברוב המקרים, המוכנות של הנציג לבוא לקרתכם ולעזור, תלויה בצורת הפנייה שלכם אליו.

\* כלומר, לפי מצב הרוח של הנציג באותו רגע, הוא יכול לתת לכם תנאים מעולים או להפך לתת תנאים בסיסיים ביותר, לתת הנחה הכי גדולה שהוא יכול לתת או הכי נמוכה או בכלל לא לתת כלום. לכן, צורת הפנייה שלכם לנציגי השירות, היא סופר חשובה וקריטית, אם אתם באמת רוצים להשיג את המטרה שלכם. למשל, אם תתקשרו ותגידו לנציג שירות במוקד: "תקשיבו אתם לוקחים ממני הרבה כסף, אז תביאו לי הנחה טובה", רוב הסיכויים שלא תקבלו כלום.

\* כמובן, אין צורך לשאול את הנציג מה מצב בריאותו או מה שלום בני משפחתו, זה די מביך, אבל נחמדות וחיוך מצדכם בזמן השיחה עם נציג, יכולים לחסוך לכם הרבה כסף.

## 5. משתמשים בטקטיקה נכונה.



\* בנוסף לגישה האמפטיית, בשיחה עם נציג השירות במוקד, חשוב להשתמש גם בטקטיקה הנכונה, בהתאם לסטטוס שלך מול הספק שאתה לרוצה להתמקח אתו (האם אתה לקוח פוטנציאלי החדש או שאתה לקוח הקיים).

\* תזכרו, כלקוח פוטנציאלי החדש, אתם תמיד יכולים לקבל מספק, מחירי "מבצע" לתקופה מסוימת, כדי לפתות ולמשוך אתכם להיות לקוחות, ולהפך כאשר אתם לקוחות הקיימים אצל ספק, אתם תמיד תקבלו פחות הנחות מחיר, מאשר לקוחות החדשים, אפילו אם ספק רוצה לשמור אותכם כלקוחות.

\* לכן, על פי הגישה של הספק אליכם, גם טקטיקות המיקוח שלכם מול הספק, בשתי מקרים האלה חייבות להיות שונות. להלן שתי טקטיקות שונות בהתאם לסטטוס הלקוח שלך (לקוח חדש/ לקוח הקיים):



## מיקוח עם ספק כלקוח פוטנציאלי החדש



**שימו לב** במקרה של מיקוח עם ספק כלקוח פוטנציאלי החדש, אתם חייבים לפנות רק למחלקת מכירות שלו. למה חשוב לפנות דווקא למחלקה הזאת? בגלל שסוכנים ונציגים במוקד המכירות נמדדים בכמות הלקוחות החדשים שם צירפו, ולכן יש להם מספר רב של "פיתויים" (הנחות, מבצעים, הטבות וכו'), כדי "לדוג" ולמשוך אותכם להצטרף. יחד עם זאת, תמיד חשוב גם לזכור על גישה האמפטית, בזמן השיחה עם סוכן מכירות או נציג המכירות.

לדוגמא צורת השיחה עם נציג המכירות בגישה אמפטית: "שלום, פניתי אליכם בעקבות המלצות/הוות דעת חיוביות ברשת על שירותכם, אני מחפש חברה שיכולה לספק לי שירות X, כבר קיבלתי הצעות מחברות ABC וכרגע מתלבט במה לבחור. רציתי לבדוק האם הצעות אלו, הן באמת טובות או שאתם יכולים להציע לי הצעה יותר מטרקטיבית כדי להחליט סופי מה לבחור, כפי שראיתי בהמלצות והוות דעת חיוביות עליכם.

בפנייה כזאת, יש מספר מסרים ברורים לספק:

- יש לי ביד הצעות ואני יכול לבחור כל אחד.
- אתה לא ספק היחידי שיש בשוק.
- אני עוד לא סגור סופי, לכן אתם עדיין יכולים "לדוג" אותי.
- יש לי אמפטיה כלפי חברה שלכם וכדאי לכם להתאמץ, לשכנע ו"להילחם" עבורי כלקוח חדש.
- אני לא מסוג הלקוחות שמחליט מייד ולכן אי אפשר "לעבוד" עליי בעזרת פיתויים מינוריים.

חשוב לזכור, על מנת להשיג תוצאות מקסימליות, חשוב לא למהר לסגור עסקה במקום, אלא לפנות לספק/ספקים אחרים עם הצעה שקיבלת, כדי שכל אחד מהם ינסו גם לשפר את ההצעה של מתחרה שלו. ניתן לעשות מספר "סיבובים" כאלו, כלומר לחזור על פרוצדורה הזאת מספר הפעמים עד שהבדלים בהצעות יהיו מינוריות ולבחור את ההצעה הכי מתאימה עבורכם.

## מיקוח עם ספק כלקוח הקיים (לקוח הנשמר)




**שימו לב**, במקרה של מיקוח מול ספק כלקוח הקיים, על מנת להילחם בתופעה של הפליית לקוח הקיים מול לקוח חדש, אתם חייבים לפנות למחלקת **שירות הלקוחות** עם סיבה/בקשה של "ניתוק/ביטול" השירות. למה חשוב לפנות דווקא למחלקה הזאת עם סיבה כזאת? בגלל שמחלקה הזאת במקרה של בקשת ניתוק או ביטול לפי פרטוקול חייבת להעביר אותכם למחלקת **שימור לקוחות** של הספק.


**במחלקת שימור לקוחות** יכולים לתת לכם הצעות מאוד אטרקטיביות על מנת לשנות דעתכם לעזוב את החברה (לפעמים הצעות יכולות להיות אפילו יותר טובות מהצעות עבור לקוחות חדשים), אבל זה תלוי במספר הגורמים שונים: למשל, בטיב לקוח הקיים, גם במצב הרוח של אותו נציג במחלקת שימור הלקוחות באותו רגע, גם בכמות הלקוחות שעזבו את חברה בסוף חודש הקודם, שאגב נציג המחלקה הזאת נמדדת כל חודש. מכיוון שבמקרה של מיקוח עם ספק כלקוח הקיים, ההחלטה לתת הצעה אטרקטיבית תלויה בנציג של מחלקת שימור לקוחות, לכן יש חשיבות רבה לתת דגש על גישה האמפטית בשיחה איתו.

לדוגמה, צורת השיחה עם נציג מחלקת שימור לקוחות בגישה אמפטית: "שלום, אשמח לעזרתכם בהתנתקות מחברה שלכם. לאחרונה קיבלתי הצעות מאוד אטרקטיביות מחברות ABC ולצערי הצעות אלו יותר טובות ממה שיש לי כרגע בחברה שלכם. כרגע, למרות הניסיון הטוב שהיה אתכם, אמי מעוניין להתנתק ולנסות באחד מחברות החדשות לפי הצעה המשתלמת ביותר."

בפנייה כזאת, יש מספר מסרים ברורים לספק:

- יש לי לאן ללכת, יש לי אלטרנטיבה לכם ביד.
- אני עוד לא סגרתי סופי לאן אני אלך, אבל אני מוכן לעזיבה בכל רגע.
- אני הייתי לקוח טוב והייתי מרוצה משירות של חברה שלכם.
- אין לי תיק של הוויה שלילית נגד חברה שלכם שבגללו אני בכל זאת יעזוב.
- הטריגר שגורם לי לעזוב את החברה, הם פיתויים (הטובות ומחירים, הנחות וכו') שיש אצל מתחרים.

• לפיכך, כדאי לחברה של ספק הקיים, להתגמש ולהילחם עבורי לטווח הארוך ולכן הצעה הנגדית שלו, מול המתחרים חייבת להיות מאוד משמעותית, כדי שאני לא ירצה לעזוב את החברה. 

חשוב לזכור, על מנת לקבל הצעה הטובה ביותר מספק הקיים שלכם, אתם חייבים לבוא אליו כבר עם הצעות הטובות ביותר של מתחרים, שהשגתם לאחר מספר "סיבובים" של שיפורי הצעות, מכיוון שלא ניתן להשתמש באיום של "עזיבה" במספר פעמים, אחרת אף אחד כבר לא יאמין באיום שלכם. 

---

## שלב 5. מה הוא אמצעי התשלום המתאימים לכם להוצאות התקשורת?



\* חשוב לזכור, למרות שבזמן האחרון רוב חברות התקשורת דורשות כרטיס האשראי כאמצעי התשלום לגביית חיובים, עדיין ברוב חברות התקשורת, קיימות אופציות נוספות לגביית תשלום עבור השירות וכל אחד יכול לבחור את הדרך ואת האמצעי התשלום בהתאם לנוחות ולמצב הכלכלי שלו. יחד עם זאת, כפי שכבר הסברנו באחד מהפוסטים באתר, גם [אמצעי התשלום](#) עצמם, יכולים להיות כלים לצמצום ההוצאות. לכן, גם בבחירת אמצעי התשלום לחיובים עבור שירותי התקשורת, חשוב לזכור שמבחינה כדאיות הכלכלית ונוחות השימוש, יותר עדיף ומשתלם לבחור אפשרות של התשלום באמצעות [הוראת קבע בכרטיס האשראי](#), עקב מספר הסיבות ויתרונות לכך:



- לא צריך לדאוג כל פעם על תשלום זה יורד אוטומטי מכרטיס האשראי.
- אין צורך לרוץ לבנק כדי לאשר הוראת קבע מחשבון בנק, בכל שינוי או החלפת ספק.
- הרבה מאוד קל לבטל/להקפיא/לדחות את התשלום מסוים או הוראת קבע כולה, בכרטיס האשראי מאשר בבנק.
- בכרטיס אשראי אין [עמלת שורה](#) על תשלום לספק, ואם יש לכם מספר ספקים בכל תחום התקשורת זה יכול לחסוך לכם הרבה עמלות מיותרות.
- כל ההוצאות יורדות בתאריך אחיד שבחרתם לכרטיס האשראי.
- את גובה ההוצאה עבור כל ספק אפשר לראות ב[אפליקציית כרטיס האשראי](#) או באתר של חברת האשראי.
- יותר כל לנהל הוצאות ו[תקציב משפחתי](#) כאשר כל ההוצאות במקום אחד.

## לסיכום:



על מנת לחסוך בתחום שירותי התקשורת (שירותי סלולר, טלוויזיה ואינטרנט) חייבים לדעת:



- במה אתם משתמשים כרגע ועל מה וכמה אתם משלמים?
- מה אתם באמת צריכים (מה הם הצרכים שלכם בתחום התקשורת?), וכמה זה יעלה לכם?
- מה הם הדרכים אפשריים להורדת מחירים וצמצום הוצאות?
- מה מצב השוק, הזדמנויות וקשיים בצמצום ההוצאות התקשורת?
- איך לנהל את ההוצאות התקשורת?
- איך להתמקח עם ספקי תקשורת?
- מה הם אמצעי התשלום המתאימים להוצאות תקשורת?

תשובות שתמצאו לשאלות האלו, יכולים לעזור לכם לחסוך ולצמצם את ההוצאות תקשורת במשפחה שלכם.