

מי שולט

השילוש הקדוש

האלגוריתם, הכאוס

והלקוח החכם

בהחלטת הקנייה

?

בשנת 2026



# מה משפיע על החלטת הקנייה?



**22.8%**

מהצרכנים חוזרים למידע על  
מוצר 5 פעמים או יותר לפני  
החלטת קנייה

# הקנייה כבר לא מזוקקת לרגע אחד « היא תהליך

**Klarna**

ב-Klarna הלקוח מגדיר צורך, ועוזר ה-AI משווה מחירים וביקורות, עוקב אחרי מחירים ושולח התראות לאורך זמן

# במקום מה הכי טוב למה נכון לי



Qwen של Alibaba מציע חלופה לדפדוף בקטלוג:  
הלקוח מגדיר כוונה כללית, והמערכת מצמצמת  
את ההיצע ומציגה מספר אפשרויות רלוונטיות

64%

מעדיפים לרכוש ממי שמציע להם  
חווייה מותאמת אישית, עם סינון  
מוקדם של המלצות ואפשרויות



# השאלה היא לא אם זה יקר, אלא « הוגנות המחיר

amazon

באמזון כפתור Price History מופיע בעמודי מוצר  
נבחרים, ומאפשר לראות היסטוריית מחירים ולהבין  
אם ההנחה אמיתית



42%

מהצרכנים מוכנים לשלם יותר  
עבור מוצר אם מובטחת להם  
עקביות ושקיפות במחיר

**39%**

מהצרכנים ינסו מותג חדש רק אם  
הוא מציע ערך גבוה יותר, ו-27%  
יעשו זאת רק לאחר הוכחת איכות



# מוצר חדש צריך להוכיח את עצמו « דרך התנסות

**SEPHORA**

מארזי Favorites ב-Sephora כוללים מיני-מוצרים  
ושובר למוצר בגודל מלא, כך שהערך מוכח דרך שימוש  
ורק לאחר מכן מתקבלת החלטת רכישה

89%

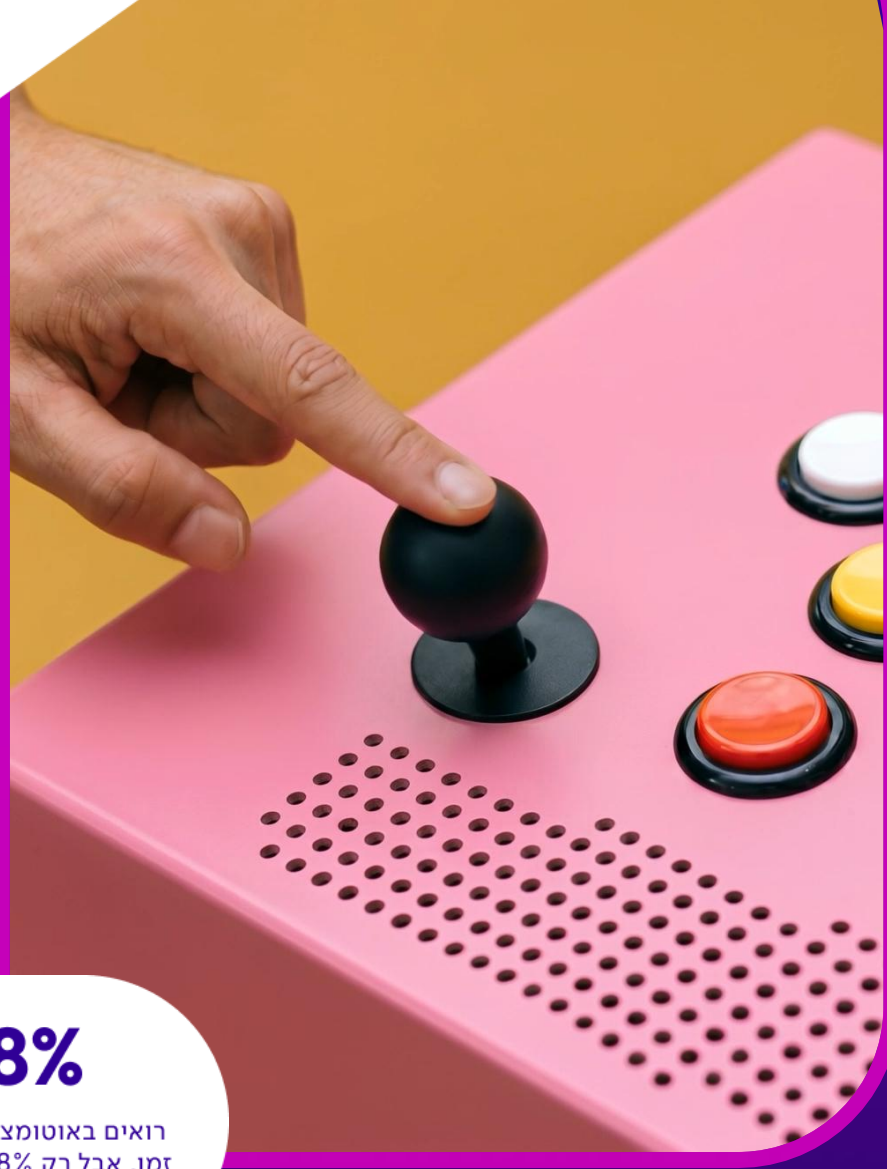
מהרוכשים אונליין מציינים  
תהליך תשלום פשוט כקריטריון  
מרכזי לרכישה



# המדד לחוויית קנייה טובה << אפס מאמץ



ב-Apple תהליך הרכישה אונליין מקטין עומס החלטות:  
מעט דגמים עם הבדלים ברורים, בחירות ברירת מחדל  
והתקדמות מודרכת במקום השוואת מפרטים

**48%**

רואים באוטומציה כלי שחוסך  
זמן, אבל רק 18% מוכנים לתת  
ל- AI להחליט במקומם

# אוטומציה? אבל לא על חשבון השליטה <<

🚀 instacart

ב-Instacart הליקוט מתבצע אוטומטית,  
אך אם אחד המוצרים חסר – המערכת עוצרת  
ושואלת את הלקוח בצ'אט באיזו חלופה לבחור.  
רק לאחר אישור מפורש ההזמנה ממשיכה

# עם כל הכבוד להצעת הערך << יש גם ערכים



Zalando מציגה בדפי מוצר מידע קיימות מבוסס קריטריונים כמו חומרים ותקני ייצור, כך ששיקולים סביבתיים וחברתיים משולבים בהחלטת הקנייה עצמה

A vertical rectangular area on the right side of the slide featuring a marbled paper texture with veins of brown, tan, and light blue/grey.

**69%**

ערכים אישיים משפיעים על  
החלטות קנייה של כ-69%  
מהצרכנים הבוגרים בארה"ב

**57%**

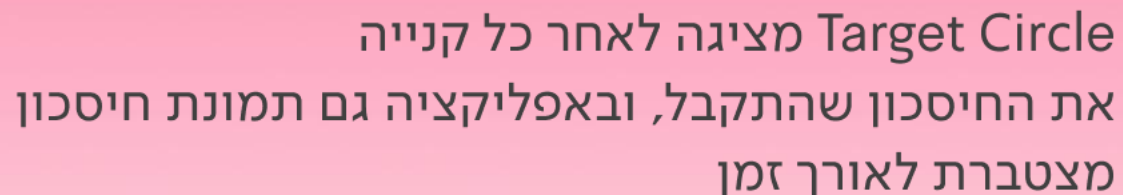
עבור 57%, ביקורת אותנטית  
הכוללת יתרונות וחסרונות מהווה  
גורם מרכזי בהחלטת רכישה

# לדעת איפה לשים את האנושיות <<



Airbnb מסמנת נכסים מובילים כחלק מ-Guest Favorites, על בסיס חוות דעת, דירוגים ואמינות מארחים, וכך מצמצמת אי-ודאות בהחלטת הבחירה

# נאמנות לא מבוססת על הרגל, אלא על



51%

רואים במינוי גמיש, שניתן לשינוי  
או ביטול, גורם חשוב בבחירת  
השירות



# מינוי עובד כשיש בו << גמישות

**STITCH FIX**

Stitch Fix מציעה סטיילינג גמיש לפי צורך,  
עם אפשרות לדילוג או השהיה ותשלום  
רק על פריטים שנשמרו

# אז איך עוזרים ללקוח לקבל החלטת קנייה מושכלת?



אוטומציה כתמיכה  
ולא כתחליף



פישוט הבחירה  
והפחתת מאמץ



ליווי החלטה במקום  
האצה לפעולה



נאמנות והצדקה  
לאורך זמן



אמון בקבלת  
ההחלטה



הוגנות ושקיפות  
בערך ובמחיר

## פישוט הבחירה והפחתת מאמץ



החליפו המלצות מסוג "הכי הרבה קנו את המוצר" בשאלוני העדפות

במקום לייצר קטלוגים חכמים יותר, תכננו רגעים שבהם המערכת מחליטה בשביל הלקוח מה לא רלוונטי עבורו

עדיף פתרונות פרואקטיביים לחוסרים במלאי כבר בעמוד המוצר כדי למנוע נטישה

## ליווי החלטה במקום האצה לפעולה



אל תנסו לקצר את ההתלבטות של הלקוח - תכננו נקודות שעוזרות לו להתקדם בהחלטה

בנו תוכן וטריגרים ייעודיים ללקוח שעדיין לא "בשל", ולא רק ללקוח בקצה הפאנל

אל תכריחו את הלקוח להשוות - צרו עבורו דרך בחירה מובנית



## הוגנות ושקיפות בערך ובמחיר



הסבירו כל שינוי במחיר או בחיוב בזמן אמת,  
כך שהלקוח יבין מה השתנה ולמה זה הוגן

בדפי מוצרים יקרים הסבירו את המחיר: מה  
כולל הערך, ואיך התועלת נפרסת לאורך זמן

## אוטומציה כתמיכה ולא כתחליף



אל תעברו לאוטומציה מלאה מיד.  
התחילו בהצעה או הדגמה, ואפשרו ללקוח  
לבחור אם לאמץ אותה קבוע

שלב התנסות בתוך שימוש מוכר, בלי  
לדרוש שינוי הרגל או למידה חדשה



## נאמנות והצדקה לאורך זמן

שלחו סיכום תקופתי שמראה ללקוח כמה חסך בפועל בזכות החברות, כדי לעגן את הנאמנות בהחלטה כלכלית מודעת

הבהירו ללקוח מה מחכה לו בהמשך כחבר, לא רק מה כבר קיבל

עצבו מנוי שלא מניח שימוש קבוע מראש, אלא כזה שנותן ללקוח סיבה להישאר בקשר גם כשדפוסים הצריכה משתנים

## אמון בקבלת ההחלטה

החליפו עומס של דירוגים בכמה המלצות אנושיות ברורות

הבהירו מי עומד מאחורי ההמלצה, ולא רק מהו הדירוג

הוסיפו פילטרים של קיימות, סחר הוגן או ייצור מקומי והציגו אותם בצורה ויזואלית ובולטת

שלבו מנגנוני "נסה לפני תשלום" או ערכות התנסות, כדי להוריד חוסר ודאות וחסמי סיכון במוצרים חדשים





אז בתוך הכאוס,  
ויחד עם האלגוריתם,  
מה הצעד הבא שלכם  
לעבר הלקוח החכם?