

yotpo. Reviews

THE *Shoppers* HAVE SPOKEN

51 מיליון ביקורות חושפות את האמת על מה
שקונים באמת רוצים - בלי פילטרים

לכל מובילי התעשייה,

ביוטפו התשוקה שלנו - כמעט אובססיה, היא לחשוף את המחשבות הלא מפולטות של הקונים. ביקורות הן הרבה מעבר לכלי שמגדיל יחסי המרה לרכישה; הן קו ישיר אל התובנות האמיתיות של לקוחות. הן מספקות לאנשי eCommerce תשובות לשאלות מפתח ואותות יקרי ערך שיעזרו להמשיך ולשפר את חוויות הלקוחות מהמוצרים, לשווק לקהל לקוחותיהם באופו מדויק יותר ואף לעצב את עתיד העסק שלהם.

אנו חיים בעולם שמשנתנה בקצב מסחרר כמו שלא ידענו ולכן הקשבה לתובנות האלו היא לא רק חשובה - היא הכרחית.

השנה, אנו גאים להציג את "The Shoppers Have Spoken" - ניתוח מעמיק של 51 מיליון ביקורות שנכתבו על +14,000 מותגים בשנת 2024. על ידי שימוש במערכות AI מתקדמות ניתחנו סנטימנטים וטרנדים בולטים מתוך 400 מיליון ביקורות שנאספו בפלטפורמה של Yotpo לאורך השנים, זיהינו שינויים התנהגותיים מרכזיים, מדדי תעשייה, ומגמות מתהוות שנותנות הקשר קריטי לכל תובנה.

הדו"ח שתמצאו כאן כולל כולל 40 תובנות ייחודיות ב-4 תעשיות בולטות לצד המלצות שיסייעו למותגים להפוך כל תובנה לפעולה משמעותית. הדו"ח שבידכם מצייד את המותג שלכם בכלים הדרושים כדי למקסם הרצונות, הציפיות והתסכולים של הלקוחות השונים לכדי צמיחה עסקית, בביטחון ובהירות.

כפי שג'ף בזוס אמר בחכמה:

"We innovate by starting with the customer and working backward. That becomes the touchstone for how we invent"

הפרויקט הזה ממחיש בדיוק את הרוח הזו.

אנו נרגשים לשתף את הדו"ח עם קהילת ה-eCommerce - כי כשצרכנים מדברים, הם לא רק מעצבים את ההווה. הם מגדירים את מה שיבוא אחר כך.

לחיים של הקשבה, למידה והובלה עם כוונה.



דנה רבין,

General Manager, Reviews

מכתב מהמנכ"ל

מה אם הלקוחות שלכם היו אומרים לכם בדיוק מה הם רוצים - הייתם מקשיבים?

ביוטפו, תמיד האמנו שביקורות הן הרבה יותר מדירוגים, מספרים, והשגת חמישה כוכבים.

הן צינור ישיר ולא מסונן למה לקוחות רוצים, צריכים, ולנקודות הכאב שלהם. מהיום הראשון, המשימה שלנו הייתה לעזור למותגים להפוך את הפידבק הזה לפעולה. ועכשיו, לקחנו את זה צעד קדימה.

צללנו לניתוח מעמיק של 51 מיליון ביקורות מ-+14,000 מותגים כדי למצוא בדיוק מה לקוחות אוהבים, מה מתסכל אותם, ומה גורם להם לחזור שוב. והתוצאות? הן שופכות אור חדש ומרתק על עולם הצרכנים ומערערות תפיסות ישנות לגבי מה הם מחפשים.

ממידות בעייתיות (ידעתם שבתחום האופנה, שמלות מהוות 42% מכלל הפרטים המוחזרים - וזוכה בתואר הפריט המוחזר ביותר של השנה?), ועד תגובות מפתיעות נגד הצבע האדום (70% מהביקורות על מוצרים בצבע אדום היו שליליות כי הצבע פשוט לא תאם את הציפיות) - מדובר בהרבה יותר ממספרים.

הדו"ח מאפשר למותגים להשתמש במיליוני חוות דעת אמיתיות כדי לתכנן אסטרטגיה מבוססת ידע על כל שלביה - מהמוצר עצמו, דרך השיווק, ועד לחוויית הלקוח.

זה פשוט, לקוחות רוצים שיקשיבו להם. והמותגים שמקשיבים, ופועלים - הם אלה שיזכו ללקוחות נאמנים שימשיכו איתם לדרך ארוכה.

אנחנו מקווים שהדו"ח הזה נותן לכם תובנות מעשירות ותוכנית פעולה ברורה כדי למקסם את קולו של הלקוח.



תומר תגרין,
CEO

תוכן עניינים

אופנה	06
יופי	20
בית	34
וולנס	46



01

אופנה

☆☆☆☆★

”השמלה נראתה מדהים באונליין, אבל פשוט לא ישבה עליי כמו שצריך. היא הייתה רפויה מדי בחלקים מסוימים וצמודה מדי באחרים. ממש חיכיתי ללבוש אותה, אבל נאלצתי לשלוח אותה חזרה”



(1)

הקונים לא מרוצים מהאורך של הג'ינס.

איך למקסם?

נצלו את כוחן של הביקורות! חזקו את אמון הקונים שלכם על ידי הצגה של ביקורות המתמקדות באורך הג'ינס בערוצי המדיה החברתית. הוספת פרטים כמו מידת הלקוח או האורך שנרכש יאפשרו לקונים לקבל הבנה אמיתית של המוצר מלקוחות עם פרופיל דומה ולבצע את קניית הג'ינס הנכון בביטחון.

בכל הנוגע לג'ינס, מותגים כבר לא יכולים להרשות לעצמם להתעלם מנושא אחד מרכזי והוא כמה ארוך או כמה קצר הג'ינס שהם מוכרים. 76% מביקורות המידות התייחסו לבעיה הזו, מה שאומר שמהו חייב להשתנות.

☆☆☆☆★

”אני אוהבת את הג'ינס, אבל האורך לא מתאים—אני 1.57 מ' והם ארוכים מדי. מידות פטיט היו משנות את המשחק!”

(2)

שמלות הן הפריט שמוחזר הכי הרבה.

42% מכל הביקורות הקשורות להחזרות דיברו על החזרת שמלות.

איך למקסם?

תנו לקונים שלכם את כל הפרטים החשובים שיעזרו להם לבצע רכישה מוצלחת. שתפו מידע מדויק על הפריט כולל מידת הדוגמנית בתמונה, הערות מפורטות על הגזרה, ומידות מדויקות (מותן, ירכיים, אורך—כל מה שנראה לכם רלוונטי). תגדילו ראש ושלחו גם ניוולטרים שיסבירו ללקוחות איך למצוא את המידה המושלמת. ככל שתנגישו את המידע באופן ברור יותר, כמות החזרות תפחת!

הסיבה העיקרית? בעיות התאמה. בין אם זה "קטן מדי", "גדול מדי" או פשוט "לא תואם לציפיות שלי" – עדיין מאתגר למצוא את המידה הנכונה. שמלות מקסי הובילו את הרשימה, אבל בואו נהיה כנים—זה פשוט מסובך לקנות שמלה אונליין.

★★★★★

”סוף סוף השגתי מהדורה מיוחדת שראיתי בטיקטוק. לגמרי היה שווה את זה—זה פריט ייחודי, וכולם רוצים לדעת מאיפה הוא”

(3)

דירוג 4.7/5 - מהדורות מוגבלות הן פייבוריט מובהק

עם ציון סנטימנט חיובי של 89%, הן כמעט מושלמות!

קונים רבים מזכירים בביקורות קמפיינים בטיקטוק ובאינסטגרם שעודדו אותם בקניית הפריטים הייחודיים, מה שמראה שדור ה-Z ומילניאלים מובילים את הטרנד. אחרי הכל, מי לא רוצה להיות one-of-a-kind?

איך למקסם?

לא צריך לשבור את הראש כשזה נוגע למהדורות מוגבלות. אלו יכולות להיות רענון של המוצרים הנמכרים ביותר שלכם או שת"פ עם מותגים בעלי חזון דומה לשלכם. תגמלו את הלקוחות הטובים ביותר שלכם - המבקרים המובילים, המנויים וחברי מועדון ה-VIP - בגישה מוקדמת להשקות בלעדיות. זו דרך מצוינת לבנות נאמנות ולגרום לקונים לחזור שוב ושוב.

(4)

פיג'מות אמורות להיות נוחות, אבל זה ממש לא תמיד המקרה.

כ-45% מהביקורות הן שליליות, כאשר סטים של פיג'מה מקבלים את מרב התלונות.

איך למקסם?

השקעה קטנה שווה המון. הוסיפו כמה טאצ'ים חשובים לתיאור הפריטים שלכם כמו טיפים לטיפול בבד או מידע על הבדים שממנו עשוי הפריט. פרטים קטנים יכולים להרגיע את הקונים ולהראות להם שאכפת לכם מהנוחות שלהם.

קונים מדווחים על בדים באיכות ירודה שנקרעים, מאבדים צורה או פשוט לא מרגישים נוחים - מה שמשאיר פער בין הציפיות למציאות.



☆☆☆☆★

”הפיג'מה עשויה מבד ממש דק שתיכף עומד להיקרע. זה ממש לא מרגיש איכותי”

☆☆☆☆★

”עיצוב יפה, אבל גזרה נוראית. למצוא חזייה שמתאימה למידות הספציפיות שלי מרגיש כמעט בלתי אפשרי”



(5)

בעיות התאמה בחזיות הן סיפור שחוזר על עצמו.

העולם מתקדם לעבר מידות אינקלוסיביות, אבל בכל הקשור לחזיות אנחנו עדיין תקועים בעבר. עם דירוג של 2.8/5, הטענה שחוזרת היא שקשה למצוא התאמה נכונה לסוגי גוף ופרופורציות שונות.

איך למקסם?

התחילו מהבסיס: מדריכי מידות מפורטים, כלי מדידה וירטואליים וחינוני התאמה. השתמשו בפיצ'ר Custom Questions כדי לשאול על חוויית ההתאמה של החזיות—האם הרצועה הייתה צמודה מדי? האם הקאפ היה קטן מדי? המידע הזה יכול להנחות את הלקוחות בקנייה ולעזור לכם לשפר את העיצובים להתאמה המושלמת.

★★★★★

”הג'ינס הזה מושלם! הגזרה יושבת בול, ויש לו בדיוק את הווייב של Y2K שחיפשתי”



(6)

75% מהביקורות מעניקות לגזרת המותן הנמוכה דירוג מושלם של 5 כוכבים.

טרנד ה-Y2K חוזר עם ג'ינס בגזרת מותן נמוכה. דור ה-Z ומילניאלים אולי חלוקים בהרבה נושאים, אבל כשזה מגיע לג'ינס שלהם - הם לגמרי באותה גישה. מה שמוביל לשאלה שכבר שאלנו בשנת 2000, כמה נמוך זה נמוך מידי?

איך למקסם?

כבר מצוידים בפריטי Y2K? שתפו טיפים שיעזרו לקונים שלכם לאמץ את הווייב של תחילת האלף! מאחרים לטרנד? הכל טוב - שתפו פעולה עם משפיענים או סטייליסטים שידגימו איך הקולקציה הנוכחית שלכם יכולה להשתלב בלוקים בהשראת טרנד ה-Y2K.

(7)

אדום הוא צבע שקשה להתעלם ממנו, גם בביקורות.

70% מביקורות הקונים הביעו גישה שלילית כלפי הצבע האדום.

☆☆☆☆★

”הסווטשירט הזה בכלל לא נראה כמו
בתמונה. הפריט הגיע בגוון אדום פטל—
אין שום קשר בין זה לבין גוון הקורל הרך
והיפה שבתמונה”

הצבע האדום שמתקבל הוא לא מה שהקונים ציפו לקבל,
כאשר מה שנראה בתמונה פשוט לא תואם למבחן המציאות -
מה שמוביל לאכזבה רצינית בקרב הקונים.

איך למקסם?

הציגו את הגוונים האדומים של הפריטים שלכם לצד פריטים
אדומים שכולם מכירים. למשל, הניחו את הפריט שלכם לצד
מוצרים בעלי גוון אדום מוכר כמו תותים או שפתון אדום
קלאסי. השתמשו בתיאורי צבע מדויקים כמו "אדום דובדבן" או
"אדום חמרה" והציגו את הגוון בתנאי תאורה שונים.

(9) לוקים ספורטיביים מוכיחים שהם פה להישאר.

מאימון לסידורי היום ואירועים חברתיים, לקוחות בוחרים ביגוד ספורטיבי שמשלב בין סטייל, נוחות וצבעים שמולם אי אפשר להשאר אדישים.

איך למקסם?

התחילו בלקבל תובנות לגבי הסיבה שלקוחות מעדיפים את הצבעים האלה - התשובות מחכות לכם ב-Dashboards Insights, זה הזמן לצלול פנימה! הצעד הבא? תרגמו את הסנטימנטים שמצאתם לקמפיינים עדכניים. למשל, אם גיליתם מהביקורות שהם שורפים את חדר הכושר עם הצבע האדום הלוהט שלבשו, או שהצבע ורוד מאיר להם את היום, אתם כבר מסודרים עם הרעיון לקמפיין הוויראלי הבא שלכם!

ביגוד ספורטיבי מזמן כבר לא רק בגוונים ניטרליים - ורוד ואדום מובילים את רשימת הצבעים הפופולריים ביותר.



★★★★★

”אני ממליצה בטירוף על הטופ הזה! הוא קליל ומושלם לאימון או ליציאה. האופציה בורוד מהממת!”

★★★★★

”אני משוגעת על הג'קט המחודש הזה! הוא וינטג' ומרגיש ייחודי לגמרי. פלא שהוא עכשיו הפריט האהוב עליי?”

(8)

בגדים בעיצוב מחודש גונבים את ההצגה

תחשבו עיצובים אייקוניים ועל-זמניים משנות ה-2000 עם טוויסט רענן, או מותגים שמפיחים חיים חדשים בקולקציות ישנות. הפריטים הללו משלבים נוסטלגיה עם אגנדה אקולוגית וזוכים לדירוג מרשים של 4.5/5. לא מפתיע שדור ה-Z עף עליהם - הם ייחודיים, בני קיימא, ופשוט חד-פעמיים.

איך למקסם?

אל תתנו לקונים שלכם לפספס את הטרנד! שתפו פעולה עם משפיענים שמתמחים בסטיילינג וינטג' או יד שנייה, והציגו דרכים יצירתיות לרענן את הקולקציות שלכם - חשבו על שילובי שכבות, אבזור, או שדרוגים קלים של DIY. זו דרך מעולה לעורר השראה לביטוי אישי ולשמור על המותג שלכם טרנדי ועל-זמני.

(10)
**71% מהקונים
מתלהבים
במיוחד מכותנה
אורגנית.**

הכותנה האורגנית זוכה לציון סנטימנט חיובי במיוחד. הטרנד ההולך וגובר בעולם האופנה, ידוע כקצת יותר יקר בשל ייצור מוגבל - אבל מוכיח את עצמו כשווה את ההשקעה בזכות המגע הרך, הנשימה הטבעית, והיתרונות האקולוגיים שלו.

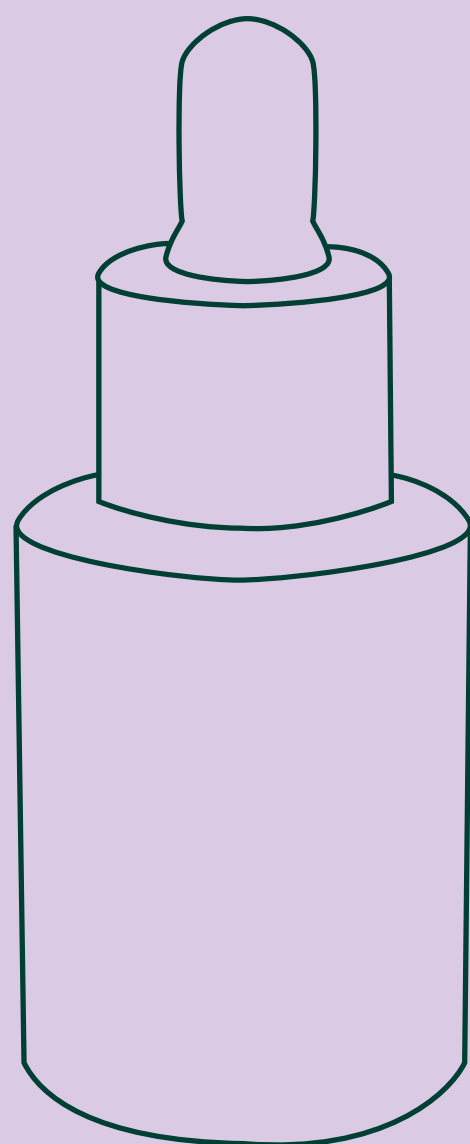
איך למקסם?

זה הזמן לספר (וללמד) את הלקוחות על החומרים והבדים שלכם! השתמשו בחידון המכירה המודרך של Digioh כדי להסביר לקונים למה קולקציית הכותנה שלכם שווה את ההייפ. התאימו להם את המוצרים והמידות הנכונות, וצרו עמוד המלצות אישי מלא בהוכחות מהרשתות החברתיות.



★★★★★

**”אני מאוהבת בשמלת הכותנה האורגנית שלי! היא
נושמת, קלילה, ואידיאלית לקיץ. אני גם מעריכה את
הגישה האקולוגית של המותג”**



02
יופי

(1)

ריח בושם מרענן באויר? זה כנראה דור ה-Z.

79% מהביקורות החיוביות מדברות על ניחוחות נקיים, רעננים ופירותיים.

★★★★★

”איזה מוצר מעולה ומפנק. נמרח בצורה מושלמת על העור ומשאיר ניחוח עדין ומרענן”

ניחוש אחד מי אוהב אותם במיוחד? דור ה-Z כמובן! המילנאלים לעומתם נשארים נאמנים לקלסיקות עם ניחוחות מאסק ועץ סנדלוד.

איך למקסם?

התאימו את הקמפיינים להעדפות של כל דור. צרו קהלים ייעודיים לפי גיל והיסטוריית רכישות כדי להבליט את הניחוחות שהם הכי יאהבו. שדרגו את החוויה על ידי הענקת נקודות נאמנות שמבוססות על פרופיל הריח שלהם. זו גם דרך מעולה להעצים מעורבות ולתגמל קונים חוזרים!

★★★★★

”השילוב הקיצי המושלם! המוצר הרב-שימושי הזה כזה מדהים שמבחינתי הוא מאסט כשזה נוגע לשגרת האיפור שלי”

(2)

מוצרים רב-שימושיים: סטייל או פספוס?

הדעות חלוקות לגבי מוצרים רב-שימושיים. היתרון? הלקוחות מתלהבים מהנוחות והורסטיליות. החיסרון? חלקם מרגישים שהם לא מספקים את הסחורה כשזה נוגע למטרות נפרדות.

איך למקסם?

קונים אוהבים נוחות, אבל הם מצפים לאיכות תואמת. הדגישו את הרבגוניות של המוצרים, מתגו אותם כפריטי חובה לנסיעות ושתפו הצלחות אמיתיות שיובילו לרכישות.

(3)

59% מהביקורות על מסקרה לא מחמיאות.

מסקרה היא הדרך המושלמת לריסים דרמטיים ובולטים, אבל בפועל, הקונים לרוב לא בדיוק מרוצים ממנה. גושים, קושי בהסרה ופורמולות דביקות ונמרחות גוררות ביקורות פחות מזהירות - במיוחד כשמדובר במסקרות מאריכות.

איך למקסם?

שימוש במסקרה לא צריך להיות דרמטי. זה הזמן להפוך את התסכול לביטחון עם טיפים ומדריכי שימוש! שתפו עם הקונים איך להשתמש במוצר לקבלת התוצאה המיטבית וענו על שאלות נפוצות במהירות בעזרת תוכן גולשים (UGC) או סרטונים משלכם.



☆☆☆☆★

”קשה להסרה ונמרח בכל מקום!”

★★★★★

”מארז משתלם בטירוף! לא הייתי בטוחה שאני אוהבת את הניחוח אז הזמנתי דוגמית לפני שקניתי את הבקבוק הגדול יותר. כל כך אהבתי את הניחוח שהזמנתי אותו כהפתעה לאחותי!”



(4)

לעצור ולהריח את המתנה המושלמת.

בשמים כובשים את ראשי הדירוגים כשזה נוגע למתנה המושלמת.

איך למקסם?

יודעים מה הטרנד החם? מהדורות מתנה חגיגיות! דמיינו בשמים ארוזים בצורה מושלמת, רק מחכים לאנבוקסינג. ואל תשכחו את מי שמעניק אותה - הוסיפו דוגמית קטנה של אותו ניחוח במיוחד עבורם. מוכנים ללכת צעד אחד קדימה? הפכו את העסקה לרווחית במיוחד וידעו אותם שהם גם יכולים לקבל את המארז המושלם בגודל מלא בהנחה כשהם מצטרפים לתוכנית הנאמנות שלכם. אין ספק שמדובר ב-win-win!

עם 95% של סנטימנט ביקורות חיובי זה ברור כשמש - בשמים הם הבחירה הבטוחה למתנה. הקונים אוהבים אופציות כמו מארזים שמאפשרים התנסות בריחות שונים, מארזים מוכנים ובקבוקים אלגנטיים.

☆☆☆☆★

”מוצר נוראי! לא עובד על העור כמו שבתיאור שלו ופשוט בזבוז כסף”



(5)

סרומים מובילים ברשימת ההחזרות.

20% מביקורות הנוגעות להחזרות הצביעו על כך שסרומים פשוט לא סיפקו את הסחורה.

איך למקסם?

החזרות יכולות להיות חתיכת כאב ראש וכיוון שעור הפנים הוא דבר אינדיבידואלי קשה יותר מתמיד לקלוע לסרום הכי מתאים. נסו להקדים תרופה למכה על ידי שימוש ב-Custom Questions כשאתם מבקשים מלקוחות לכתוב ביקורת. בקשו מהם לתאר את סוג העור שלהם ואת חווית השימוש שלהם בסרום שקנו. התובנות שלהם יעזרו ללקוחות הבאים למצוא את הסרום שהכי מתאים לעור פנים שלהם.

סרומים למניעת הזדקנות וסרומים להגברת לחות קיבלו את רוב הביקורות השליליות כיוון שלא מימשו את ההבטחה לשיפור רמת הלחות בעור או למיצוק העור.



”אל תבזבזו את הזמן שלכם. מתוך שלושת הפריטים שחיכיתי להם הגיע רק אחד”



”אל תבזבזו את הכסף שלכם. המוצר הזה לא נועד לסלסול שיער בכלל. במקום לעזור לי לעצב תלתלים, הוא פשוט החליק לי את השיער!”



(6)

מארזים: הטבה לא בהכרח משתלמת.

איך למקסם?

שדרגו את חוויית המארזים על ידי אוטומטיזציה לעדכוני הזמן נות ופתרון לפריטים חסרים בעזרת תמיכת ה-AI של Gorgias. תנו ל-AI לזהות בעיות בזמן אמת, לחדד תיאורי מוצרים ולהגדיר ציפיות ברורות - כך שהלקוחות יקבלו בדיוק את מה שהזמינו, בלי הפתעות לא רצויות.

57% מהקונים מתלהבים ממארזים בגלל שהם משתלמים כלכלית וטרנדיים. מילניאלים שם בשביל הדיל המשתלם, בעוד דור ה-Z יותר בקטע של התחושה האקסקלוסיבית והבחירות המדויקות. אבל לא כולם מרגישים את ההייפ וחלק מעדיפים לוותר - מחסור בפריטים, פרטים לא ברורים ובעיות במשלוח גורמים לתסכול מלקוחות שקרוב לודאי לא יחזרו על הקנייה.

(7)

שיער גלי לא מצליח לעלות על הגל.

איך למקסם?

העניקו לבעלי השיער הגלי אקסטרה תשומת לב! צרו סקר קצר כדי להבין את סוגי השיער של הקונים שלכם. השתמשו בנתונים כדי ליצור מיילים ייעודיים עם מדריכים, המלצות מוצרים ותוכן גולשים (UGC) שמתאם במיוחד לשיער גלי. הדגישו טיפים שימושיים שיעזרו להם להילחם בקרזול וביובש ותנו להם להרגיש שרואים ומבינים לליבם. משם, הדרך תהיה קצרה במיוחד לכפתור "הוסף לעגלה".

בעוד בעלי שיער חלק חיים את החלום ומעניקים דירוגים כמעט מושלמים בביקורות, בעלי השיער הגלי לא מוצאים את המוצר בשבילם. תקועים בשביל שבין מוצרים לשיער חלק למוצרים למתולתלים, בעלי השיער הגלי ממשיכים להיאבק בקרזול, שוונצים קופצים, שומניות בשיער ויובש מבלי לקבל את המוצרים שיעזרו להם לעצב את השיער שלהם בצורה המיטבית. פלא שבעלי השיער הגלי העניקו ציון סנטימנט שלילי של 4% בלבד בביקורות?

(8)

העדפות השפתון משתנות עם הגיל.

דור ה-Z בולט עם צבעים נועזים ועמידים לאורך זמן בעוד מילניאלים מעדיפים ניודים מחמיאים. הקונים המבוגרים יותר נשארים נאמנים לקלאסיקות, ומבחינתם לחות היא במקום הראשון.

איך למקסם?

דברו בצבעים, רבותיי, דברו בצבעים. צרו קמפיינים פרסונליים לכל שכבת גיל והתמקדו בצבעוניות הנכונה בכל אחד מהם. הוסיפו טיפים לסטיילינג ואפילו שיתופי פעולה של משפיענים ותנו לקהל שלכם בדיוק את מה שהם מחפשים.



★★★★☆

”אני מאוהבת בשפתון הזה! הצבע מחזיק מעמד
לאורך זמן ויש תחושה נעימה ולחה על השפתיים”

(10)

אי אפשר לעמוד בפני הברונזרים!

עם 87% ביקורות חיוביות, הברונזר כובש לבבות.

איך למקסם?

גרמו ללקוחות שלכם לזהור כל הדרך לעגלת הקניות עם הברונזרים שלכם! הציגו ביקורות שמשבחות את הגימור הטבעי והשימוש הידידותי למתחילים בערוצי השיווק שלכם. השתמשו ב-Smart Filters כדי לעזור לקונים למצוא בקלות פידבקים על התכונות הכי חשובות בברונזר. שלבו את זה עם הדרכות להשגת מראה שזוף, זוהר ומושלם והציעו מארזים עם מברשות או סמקים כדי להגדיל את המכירה.

ממה כל ההתלהבות? לפי קהל הקונים, הגימור הטבעי והפורמולות הידידותיות למתחילים הן אלו שיוצרות את מירב ההייפ. גוונים שלא נראים כתומים ונמרחים בצורה מושלמת? זה הסוד לעור פנים זוהר ושזוף וללקוחות מרוצים.



★★★★★

”אני משוגעת על הברונזר הזה. זה ברונזר מושלם למראה טבעי”

★★★★★

”תמיד אהבתי את סרום השמן הזה, אבל את הגרסה הזו אני אוהבת אפילו יותר! מוצר הטיפוח הנקי הזה פשוט מדהים, והעור שלי נראה מושלם עם השמן הזה—כל כך רך ולח! ממליצה בחום!”

(9)

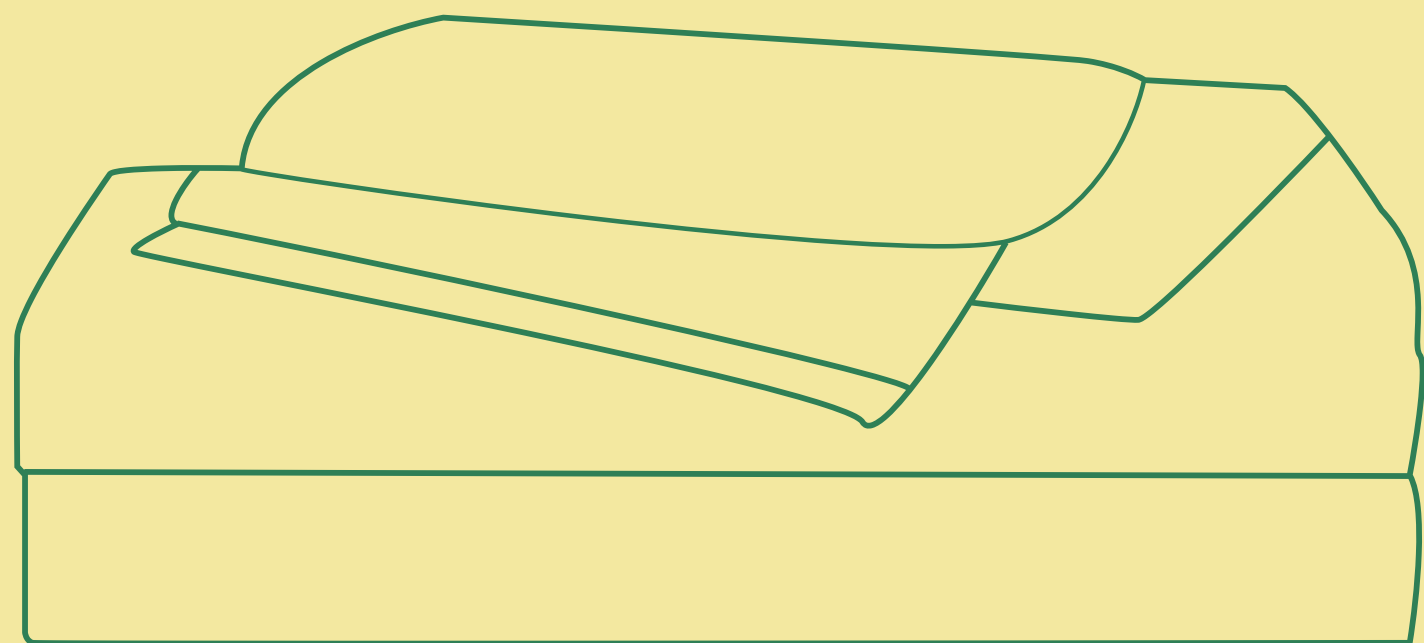
טיפוח “נקי” זה הדבר החם של השנה!

על מה כל הבאזז? הכול מתחיל ברכיבים. הלקוחות לא מפסיקים לשבח את טרנד הטיפוח הנקי - ללא כימיקלים, ידידותי לסביבה, ופשוט עושה פלאים לעור.

איך למקסם?

השמיעו קול ובואו נדבר קצת על רכיבים! התחילו בהגדרת הסטנדרטים של טיפוח נקי: ללא כימיקלים, ידידותי לסביבה, ועושה טוב לעור. שימו דגש על הרכיבים באמצעות תוכן חינוכי, ודאגו שאף אחד לא יפספס את עניין הניקיון על ידי שימוש בתניות בולטות של Clean Beauty בעמודי המוצרים ובקמפיינים שלכם.

עם 90% ביקורות חיוביות, הטרנד הנקי כאן כדי להישאר.



03

בית

★★★★★

”אני משוגעת על הניחוח הזה! זה האהוב עליי ליצירת אווירה חמימה ומזמינה בבית”

☆☆☆☆★

”הצמח הגיע עם ענפים שבורים, והאדמה הייתה יבשה לחלוטין. הוא לא שרד אפילו שבוע”



(1)

חמים, נעים ומלא סטייל. או בקיצור, cozy = אהבה.

ביקורות שמזכירות פריטים עוטפים, חמימים ונוחים מקבלות דירוג כמעט מושלם של 4.8/5 כוכבים.

איך למקסם?

נוחות היא עניין אישי - גלו איך היא באה לידי ביטוי עבור הקונים שלכם. השתמשו ב-Custom Questions בבקשות הביקורת כדי להבין מה בדיוק גורם למוצר להרגיש נעים ועוטף בעיניהם - האם זו הרכות, החום או אפילו הניחוח? הפידבק שלהם יעזור לכם לשפר את המוצרים וליצור מסרים שיקלעו למטרה.

עם 97% סנטימנט חיובי, הקונים מחפשים את התחושה העוטפת במגוון מוצרים - מניחוחות מחבקים דרך שמיכות מפנקות ועד פרחים שמשדרים ויב נעים, נראה שהקונים מתלהבים פחות מהפריט עצמו כמו מההרגשה שהוא מעניק להם. אחרי הכל, מי לא רוצה להרגיש נעים, חמים ונינוח?

(2)

צמחים? אכזבה מההדת.

הקונים נותנים להם דירוג עגום ביותר של 1.5 מתוך 5 כוכבים.

איך למקסם?

רדו מהעץ וטפחו את בעלי הצמחים החדשים עם סדרת מיילים אחרי הרכישה! שלחו להם סרטונים קצרים וכיפיים, טיפים פשוטים לטיפול, ועצות "למה לצפות" שיעזרו להם לשמור על הצמחים שלהם בריאים ושמחים. הפכו את זה לקליל ומעניין כדי להשריש שורשים חזקים יותר במותג שלכם.

כואב, נכון? הביקורות מלאות באכזבות בנוגע לצמחים שמגיעים במצב עגום, משורשים יבשים ועד עלים נבולים. המיילים שחוזרות שוב ושוב על עצמן הן "מת", "שבור", ו-"פגום". ואם זה לא מספיק, הקונים גם מתבאסים כשהם מגלים שהצמח שקיבלו בכלל לא דומה לצמח שציפו לקבל על סמך התמונות או התיאור באתר.

★★★★★

”זה המוצר השלישי שאני קונה. הניחוח מחזיק לנצח והניחוח מטורף!”

(3)

זה לא רק ניחוח, זה מצב רוח.

הקונים אוהבים ניחוחות נקיים, רעננים ומרגיעים.

לא רק הריח מביא להתלהבות מהקונים, אלא גם האיכות. ביטויים כמו "ארומה שנשארת באוויר" ו-"ניחוח שמחזיק לנצח" מופיעים ברוב הביקורות. כשהקונים מוצאים ניחוח שיוצר את הווייב המושלם, הם חוזרים אליו שוב ושוב - והביקורות מלאות ברכישות חוזרות. מפיצי ריח ונרות זכו ב-4.5 כוכבים ריחניים במיוחד!

איך למקסם?

אל תמכרו רק ניחוח - תמכרו את הווייב. התמקדו ברגשות שהניחוחות מעוררים - לילות רומנטיים, ספא מרגיע, או תחושת ניקיון ורעננות. מדריך "איך ליצר את הווייב השלם" לכל מוצר יעזור לקונים ליצור את האווירה ההוליסטית לכל מוצר.

הוסיפו טוויסט עבור קונים חוזרים ותגמלו בנקודות על כל רכישה וגישה מוקדמת לניחוחות חדשים. ככה תשמרו את הקונים שלכם מרוצים ומחכים לעוד.

(4)

ירוק וכחול הם הצבעים הפופולריים ביותר של 2024.

לא משנה לאן תביטו, הכל ירוק וכחול. מחדרי שינה ועד לכלי מטבח, הקונים פשוט רוצים עוד ועוד מהשילוב המרגיע ווהאלגנטי של שני הצבעים האלו.

איך למקסם?

שדרגו את חוויית הלקוחות עם תמיכה חכמה מבוססת AI! השתמשו ב-Gorgias' AI support כדי לענות אוטומטית על שאלות נפוצות הנוגעות לטיפול במוצרים ופתרון בעיות. בנוסף, תנו ל-AI להציע מוצרים משלימים לבית ליצירת חוויית קנייה מותאמת אישית.

עם ציוני סנטימנט חיוביים במיוחד, ירוק וכחול כובשים את הביקורות והופכים לצבעים המדוברים של השנה בזכות תחושת הרעננות והסטייל שהם מעניקים לכל בית.



★★★★★

”הדשא הסינטיטי הזה הוא בדיוק מה שחיפשתי! הוא נראה ממש מציאותי ומוסיף אווירה טבעית וירוקה לגינה שלנו מבלי שנצטרך לטרוח בטיפול בדשא אמיתי. מוצר מדהים!”

★★★★★

”זה בדיוק מה שחיפשתי! הגובה מושלם, ועץ הארז מגיע ממקור בר-קיימא, מה שגורם לי להרגיש מעולה עם הרכישה”



(5)

אמרתם מוצרי חוץ, אמרתם קיימות.

18% מהביקורות מזכירות את הנושא, במיוחד בכל הנוגע למוצרי חוץ.

איך למקסם?

תנו לקיימות לככב! יש לכם מלא מוצרים ברי-קיימא? צרו עבורם קטגוריה מיוחדת באתר כדי שהקונים ימצאו אותם בקלות וירכשו מוצרים שלא רק מתאימים להם לגינה ולבית אלא יגרמו להם שמחה בלב.

היטי גינה מפלסטיק ממוחזר, תאורה סולארית, ותנורים חסכוניים באנרגיה כובשים את הלבבות, עם דירוג של 4.5/5 כוכבים - הרבה מעל הממוצע בקטגוריה העומד על 2.5/5.

★★★★★

”איזה שטיח מבאס. לא רק שהוא דק כמו סדין, הוא גם לא תואם למידות שפורסמו. מאכזב!”

(6)

כשזה נוגע למידה, שטיחים מזייפים ובגדול.

הדירוג הכללי של שטיחים מדשדש באמצע, עם כ-35% ביקורות שליליות.

איך למקסם?

תנו למידות את המקום שמגיע להן. Smart Filters עוזרים לקונים למצוא בקלות ביקורות על נושאים חשובים - כמו דיוק במידות - כדי שיוכלו לפלטר בין ביקורות ולהבין בדיוק מה אחרים אהבו (ומה פחות). שלבו כלים להדמיית חדרים וירטואליים, ותעזרו לקונים לצבור יותר אמון וביטחון במוצרים שלכם. מכאן הדרך סלולה להרבה יותר דירוגים של 5 כוכבים.

(8)

כשזה מגיע למערכות ישיבה - פחות זה בהחלט יותר.

עיצובים נקיים מקבלים כוכב אחד מעל לממוצע בקטגוריה.

איך למקסם?

בחירת מערכת ישיבה לבית היא לא עניין של מה בכך וכרוכה בתכנון, מחשבה והתלבטויות. עזרו לקונים שלכם למצוא את המערכת המושלמת עם השראות שמורידות את התכנון למציאות. שתפו פעולה עם מעצבי פנים כדי לספק טיפים והנחיות לשילוב עיצובים מינימליסטיים, כך שיוכלו לדמיין בדיוק איך המוצרים שלכם ישדרגו את הבית שלהם.

עם דירוג ממוצע של 4/5 כוכבים, מערכות ישיבה מינימליסטיות הן הבחירה המועדפת על הקונים. הביקורות משבחות את הקווים הנקיים שמשדרגים ומתאימים לכל חלל.



★★★★★

”הכסאות האלו סופר נוחים, עם עיצוב נקי ומינימליסטי שמשתלב מושלם בחלל שלי”

★★★★★

”שולחן האוכל שהזמנתי הגיע מלא בשריטות. עכשיו אני תקוע ומחכה להחלפה”

(7)

בעיות שילוח פוגעות בעולם העיצוב.

כשמדובר בפריטים גדולים שדורשים הרכבה, המשלוח הוא הכול—והקונים לא מרוצים.

ביקורות שמזכירות משלוח רחוקות מלהיות חיוביות—דירוגי כוכב אחד כפולים מדירוגי חמישה כוכבים, עם ממוצע של 2/5 כוכבים. התלונות העיקריות? עיכובים, פריטים פגומים וחלקים חסרים שמשאירים לקוחות מתוסכלים אחרי שבועות של המתנה.

איך למקסם?

דאגתם כבר לסדר את עניין החבילות שלכם? מעולה. עכשיו בואו נדבר על מה קורה כשהדברים משתבשים הסוד הוא איך מטפלים בזה! תגיבו מהר לביקורות שליליות, ענו בגישה אכפתית, והראו ללקוחות שלכם שאתם באמת כאן בשבילם. קצת השקעה יכולה לעשות הבדל ענק ולבנות אמון—גם כשהמשלוח לא הלך בדיוק כמתוכנן.

☆☆☆☆☆

”השטיח הגיאומטרי הנועז הזה שינה לחלוטין את האווירה בסלון שלי!”



(9)

משטיחים ועד גופי תאורה - הקונים מחפשים פריטים שיוצרים אווירה

קונים מחפשים את השילוב המושלם בין סטייל לפונקציונליות לסלון וחדרי האירוח שלהם עם מוצר מספיק דקורטיבי כדי להשאיר רושם אבל עדיין פרקטי לחיי היום-יום.

איך למקסם?

תנו לפריטי הסטייטמנט לבלוט! צרו אזורים ייעודיים בעמודי המוצר, הבית, הקטגוריות ועגלת הקניות עם Justuno's embed feature כדי למקסם חשיפה. השתמשו בפופ-אפים חכמים שמציעים טיפים לסטיילינג ושילוב הפריטים בחלל - כך ש"הוסף לעגלה" יהפוך לצעד המתבקש הבא של הקונים.

☆☆☆☆☆

”קיבלתי את צלחות הפלסטיק האלה רק אתמול, והן כבר מרגישות זולות ושבירות”



(10)

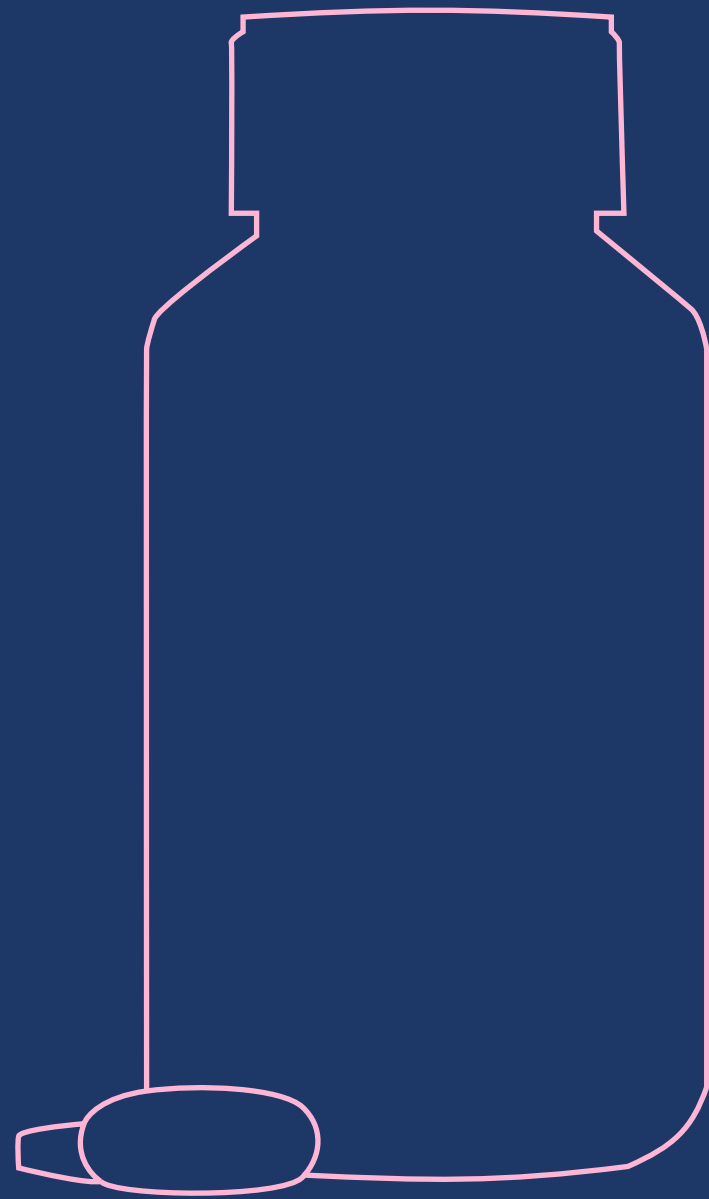
עור עולה, פלסטיק קורס.

כשזה מגיע לחומרים מהם עשויים מוצרים, הרוב המוחץ של הקונים מעדיף עור על פני פלסטיק.

איך למקסם?

ציפיות ברורות = קונים מרוצים. הדגישו את היתרונות של כל חומר—את היוקרה של העור או את הפרקטיות של הפלסטיק—כדי שהקונים ידעו בדיוק למה לצפות. ככל שהם ירגישו בטוחים יותר בהחלטה שלהם, כך הביקורות והדירוגים שלכם יהיו טובים יותר.

לעור יש את השיק והיוקרה שהקונים אוהבים, עם דירוג של 4/5 כוכבים וסנטימנט חיובי של 78%. הוא ללא ספק הבחירה המועדפת לרהיטים ולעיצוב הבית. פלסטיק, לעומת זאת? פחות. התלונות על איכות נמוכה צצות בכל מקום ומורידות אותו ל-2/5 כוכבים ו-33% סנטימנט חיובי - במיוחד כשזה נוגע למוצרי מטבח וחוז'.



04
וולנס

★★★★★

”אני לוקח את התוספות הללו כל לילה כבר כמעט שנתיים. אין לי תחושת כבדות או "האנגאובר" - רק שינה רגועה בלי כאבי מפרקים, ואני קם רענן בבוקר”

(2)

הקונים עומדים בתור בשביל מוצרי טיפוח המכילים פרוביוטיקה

איך למקסם?

תעזרו לקונים למצוא בדיוק את מה שחשוב להם. Smart Filters מבוססי AI מציפים אוטומטית את הנושאים הכי מדוברים בביקורות - כמו לחות, אנטי-אייג'ינג וטיפוח באקנה. כך הקונים יוכלו למצוא בקלות את המידע שהם מחפשים ושמותאם לצרכים שלהם וללחוץ על כפתור הרכישה בביטחון.

הסיבה הכי נפוצה לפי הקונים? הם רואים תוצאות בשטח, ומהר. הביקורות מדגישות יתרונות של הכל כולל: לחות, אנטי-אייג'ינג וטיפוח באקנה. עם תוצאות כאלה, לא מפתיע שהקטגוריה הזו עומדת בראש הדירוגים.



★★★★★

”הייתי בשוק שהמוצר באמת עבד, כי פרסומות באינסטגרם בדרך כלל מרגישות מזויפות. מרקם סופר קליל, והתוצאות הכי מהירות שראיתי!”

(1)

מוצרים משפרי שינה הם חלום שהתגשם.

הכוכבים האמיתיים? ניחוחות לבנדר והדרים, ורכיבים אורגניים ונקיים. כי בינינו, מי לא רוצה לישון טוב יותר?

איך למקסם?

עזרו לקונים להפיק את המקסימום ממוצרי שיפור השינה שלהם. שלחו תוכן משלים שמבוסס על מה שכבר רכשו - כמו טיפים לשינה איכותית או הרגלי הרגעה ומדיטציה שיתחברו לשמנים, החליטות או הקרמים שהם כל כך אוהבים. זו דרך פשוטה להשאיר אותם מעורבים ולגרום להם לחזור לעוד.

שמנים, חליטות או קרמים - הקונים מאוהבים במוצרים מרגיעים שמשפרים את השינה, עם דירוג של 4/5 כוכבים.

(3)

הקלה בלחץ נפשי היא הנשק החדש נגד תסמיני PMS.

הגישה החדשה לתסמונת קדם וסתית (PMS) שמה את הדגש על רוגע נפשי - ונראה שאין מדויק מזה מבחינת הלקוחות. מארזי סלף-קר עם נרות ארומתרפיים, שמני גוף, ופתרונות פרקטיים כמו גביעוניות או סוכריות מרגיעות הפכו לבחירה מועדפת.

איך למקסם?

צרו מארזים חכמים שמתאמים לצרכים שונים, ושקלו לשתף פעולה עם לקוחות או משפיענים שישתפו את החוויה האישית שלהם. הנגיעה האוטנטית הזו תעזור לקונים לבחור את המארז שמרגיש הכי נכון עבורן.



★★★★★

”השילוב המושלם. יש לי הרבה יותר אנרגיה ובאופן כללי אני מרגישה מעולה. 10 מתוך 10!”



”האבקה נמסה במהירות והטעם נהדר - מושלם לשייק הבוקר שלי!”



(4)

נוחות היא שם המשחק כשמדובר בויטמינים ותוספי מזון.

איך למקסם?

הפכו את הויטמינים להרגל יומי שאי אפשר לוותר עליו. צרו סדרת מיילים שמתחילה מיד אחרי הרכישה הראשונה הכוללת "תזכורות" על כל היתרונות שבהתמדה, טיפים לשילוב קל בשגרה, והסברים איך עקביות תעזור להם להרגיש במיטבם. פוש קטן מהצד שלכם וקנייה חד-פעמית תהפוך במהרה להרגל בריא לאורך זמן.

עבור הרבה קונים, ויטמינים הם חלק בלתי נפרד משגרת הבריאות והוולנס שלהם. זו הסיבה שחשוב שתוספי המזון ישתלבו בקלות ביומיום. אריזות מדודות מראש ומוצרים קלים לשימוש פותרים בעיה אמיתית! וזה עובד, עם 86% סנטימנט חיובי שמציב את הקטגוריה הזו בראש.



”ניסיתי את המוצר במשך חודש שלם ולא ראיתי שום תוצאה. מאוד מאכזב - גם בגלל חוסר התוצאה, גם בגלל הכסף שהלך לפח, וגם בגלל שירות הלקוחות הנוראי”

(5)

חצי מהקונים לא מרגישים שום הקלה.

עם דירוג של 2.5 מתוך 5, משככי כאבים לא מצליחים להרשים.

איך למקסם?

לא כל מוצר מתאים לכל אחד, וזה לגמרי בסדר. מה שבאמת חשוב זה איך מתמודדים עם זה. הראו לקונים שלכם שאתם מקשיבים עם שירות לקוחות מצוין—גם אונליין וגם פיזית. הגיבו לביקורות שליליות בגישה אמפתית ועם תכנית לתיקון המצב. תגובה מתחשבת יכולה להפוך חוויה מאכזבת ללקוח נאמן—וזה כבר לגמרי שווה את ההשקעה.

התלונה הכי נפוצה? מוצרים שמחמירים את המצב. מכאב שמתגבר ועד תגובות תחושתיות חזקות מדי - הביקורות מדברות על פער עצום בין ההבטחות למציאות. ההבטחות השיווקיות אולי נשמעות טוב, אבל החוויה בפועל? הרבה פחות.

☆☆☆☆☆

”אני כל כך אוהב את אבקת החלבון הזאת! היא עם חומרים טבעיים ומכילה חומרים שאני סומך עליהם. אני מרגיש מעולה כשאני משתמש בה אחרי אימונים!”



(6)

רכיבים טבעיים מעלים את האהבה לאבקות חלבון.

כשכתוב על האריזה "רכיבים טבעיים", הקונים נותנים 4.5 מתוך 5 כוכבים.

איך למקסם?

הפכו את "טבעי" לכוכב הראשי של הקמפיינים שלכם! הבליטו את הרכיבים על האריזה ובכל מקום באתר. נתחו את תובנות הביקורות כדי לשלוף יתרונות מרכזיים ושלבו אותם במסרים השיווקיים שלכם. ככה תבנו אמון, תבליטו את הערכים שלכם ותצרו קמפיין שמדבר ללקוחות שלכם על מה שבאמת חשוב.

וניל, שוקולד או סניקרס - טעמים זה חשוב, אבל מה שגונב את ההצגה אלו החומרים הטבעיים. לא משהו שימנע מלקוחות לקנות מוצר, אבל בהחלט בונה אמון ומשאיר את הקונים נאמנים.

☆☆☆☆☆

”הילדים שלי משוגעים עליהם! מבחינתם זה ממתק ומבחינתי זה בונוס שאני יודעת שהם מקבלים את הויטמינים שלהם”



(7)

הקונים מעדיפים אבקות או וויטמינים בצורת סוכריות ג'לי.

הצורות האלה מקבלות דירוג גבוה בכוכב שלם לעומת דרכי צריכה אחרות.

איך למקסם?

כבשו את לב הקונים עם חידון ההמלצות של Digioh, ועזרו להם למצוא את שיטת הצריכה שהכי מתאימה לשגרה שלהם בכמה שאלות פשוטות. הורידו חסמים לרכישה על ידי הצעת מוצרים מותאמים אישית וצרו חוויית קנייה מושלמת. התוצאה? עלייה בערך ההזמנה הממוצע (AOV) ובשיעורי ההמרה (CVR) - ולקוחות מרוצים שחוזרים לעוד.

אז למה כולם מתלהבים? כי אבקות וסוכריות גומי הם פשוטים, נוחים ורב-שימושיים - מה שהופך את צריכת התוספים להרבה יותר קלה. מבחינת הקונים, הצורה משנה הכל.

★★★★★

”ניסיתי כל כך הרבה תוספים שפשוט לא הצלחתי להתמיד איתם בגלל הטעם—עד שהגעתי לזה! הטעם באמת טעים, ועכשיו זה התוסף היחיד שאני משתמשת בו כל יום”

☆☆☆☆★

”ממש התרגשתי לנסות את המוצר הזה, ואהבתי שהוא טבעי ואורגני. אבל אני פשוט לא מצליחה להתמודד עם הטעם -הוא נוראי! ביקשתי החזר מלא ואני מחכה לתשובה. ממש לא ממליצה על המוצר הזה”



(8)

תוספי תזונה טעימים הם הסוד ללקוחות חוזרים.

איך למקסם?

כבשו את לבבות הקונים (ואת הנאמנות שלהם!) דרך הטעם. הוסיפו אפשרות למימוש נקודות בתוכנית הנאמנות שלכם על ערכות טעימה של הטעמים הנמכרים ביותר שלכם. זו דרך מעולה להכיר לקונים מוצרים חדשים, לגרום להם להתאהב בהם ולהזמין אותם לחזור ולהזמין את המוצר בגודל מלא.

עבור מי שמתעניין במוצרי אורח חיים בריאים, הטעם הוא לא רק בונוס—הוא הסיבה להישאר נאמנים למוצר. הביקורות מראות שכשהתוסף טעים, הוא לא רק הופך להרגל, אלא גם למוצר אהוב במיוחד.

(9)

מוצרי מים טובעים ובענק עם 3 מתוך 5 כוכבים בלבד.

איך למקסם?

אספו את הפידבק שבאמת משנה. השתמשו ב-Custom Questions בבקשות הביקורת שלכם כדי לשאול את הקונים על הטעם, יעילות ונוחות בשימוש במוצרים - הנושאים שמובילים את הביקורות (לטוב ולרע) מצד הקונים. ככל שהקונים ידעו יותר מראש, ככה הם ירגישו בטוחים יותר ללחוץ על כפתור הקנייה.

שתייה מרובה זה חשוב, אבל הבוסטרים ותוספי המים פשוט לא מספקים את הסחורה. תלונות על טעם, חוסר יעילות וציפיות שלא מתממשות משאירות את הקטגוריה עם ציון סנטימנט נמוך ואכזבה מצד הקונים.

(10)

איך אפשר שלא להתאהב בטיפוח טבעי?

★★★★★

”הקרם לחות הזה כזה מושלם! האלוורה מיד מרגיעה את העור הרגיש שלי והמרקם סופר קליל אבל מעניק לחות בצורה מעולה. נטול ריחות מוזרים וגירויים. העור שלי זוהר ושמח ואני פשוט מאוהבת!”

הקונים מתלהבים מפורמולות טבעיות, עשירות בלחות, ומשבחים את ההשפעות המרגיעות שלהן. רכיבים כמו אלוורה, קמומיל ושיבולת שועל מובילים את הטרנד - מרגיעים, עדינים, ומביאים תוצאות. אין פלא שכולם מדברים על טיפוח טבעי.

איך למקסם?

השתמשו בידע שלכם ליצירת אמון בקרב הקונים. השיקו קמפיינים חינוכיים שמסבירים את המדע והיתרונות שמאחורי רכיבים טבעיים כמו אלוורה, קמומיל ושיבולת שועל. הראו לקונים איך הפורמולות שלכם באמת פועלות כדי להרגיע ולהעניק לחות וחזקו את המומחיות והאמינות שלכם בעולם הטיפוח הטבעי.

יוטפו היא פלטפורמת השיווק המובילה בעולם לעולמות ה-eCommerce. מרגע הקמתה, היא שמה לעצמה למטרה לעזור למותגים להפוך כל קונה ללקוח נאמן. במהלך 13 השנים האחרונות, בשותפות עם למעלה מ-30,000 מותגים, יוטפו מציעה פתרונות מקיפים במגוון תחומים ומאפשרת למותגים ליצור חוויות קנייה פרסונליות אשר תורמות לצמיחה עסקית ושימור לקוחות.

לעוד תעשיות ותובנות, סרקו את הקוד וגלו את הגרסה הדיגיטלית המלאה של The Shoppers Have Spoken

