



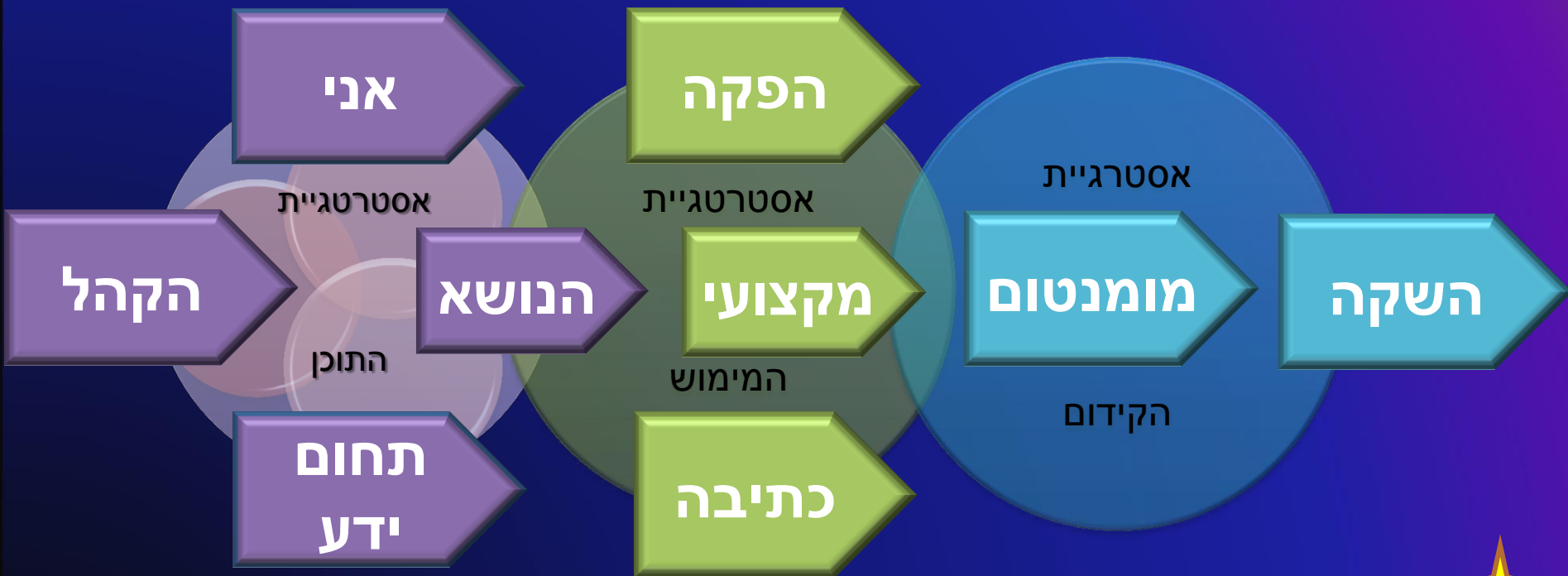
קידום – אצלי או אצלך? תשתית הקידום לספר

שמעיה דוד

כל הזכויות שמורות © 2014



מודל החללית



עקרונות יסוד

העבודה שעשינו
בשבועות הקודמים
נותנת את המענה
לשאלות האלו



- מי הקוראים?

- "כולם" = אף אחד!
- לכן אנחנו מתמקדים

- מה הצורך?

- הכללות = מסר עלוב
- לכן אנחנו מתמקדים בבעיה או צורך מובהק

- מה היתרון היחסי?

- אין לך? אל תתחרה!
- ההתמקדות בקהל ספציפי מאפשרת יתרון

- מה המטרה?

- לא הגדרת? אל תתחיל! (אנחנו מסודרים בעניין הזה...)

עקרונות היסוד של קידום באינטרנט הם עקרונות היסוד של השיווק

קידום באינטרנט - טוב. קשה.



חדשות מצערות:
**"אין ארוחות
חינם!"**

• טוב:

- באינטרנט יש הרבה לקוחות וקוראים
- ניתן עדיין למצוא ערוצים בעלות נמוכה
- קל לאתר את קהלי יעד
- גישה למודיעין שיווקי

• קשה:

- כי צריך להבין מה אתה עושה
- טכנולוגיה
- תחרות קשה
- המחיר עולה כל הזמן

קושי זה מה שאתה רואה כשאתה מסיר את העיניים מהמטרה שלך

הגישה הבסיסית

A

- Attention
- להצליח לתפוס את תשומת הלב של הקורא הפוטנציאלי

I

- Interest
- לעורר בו עניין וקשב למסר שלנו

D

- Desire
- לעורר בו רצון לקרוא את הספר

A

- Action
- להניע אותו לפעולה תכליתית רצויה (רכישת הספר)

מודל AIDA מתמצת את התהליך הבסיסי של שיווק מעשי

משמעויות נוספות

A

- צריך להיות בתחום הראיה של הלקוח, ולבלוט מעל הרעש
- או שהקורא מגיע אלינו (חיפוש וגלישה), או אנחנו אליו (פרסום)

I

- הקורא הוא אגואיסט, אגוצנטרי, חסר סבלנות ועתיר גירויים
- המסר שלנו צריך להיות מתאים וממוקד ככל האפשר

D

- "רוצה" לעתים קרובות חזק יותר מאשר "צריך"
- לקהל הנכון – המסר צריך לשדר תועלת ולעורר התלהבות

A

- אנשים אוהבים לקנות. הם פחות אוהבים שמוכרים להם.
- אנחנו צריכים להעביר אותם מעבר ל-"נהר הספק"

מערך הקידום שלנו צריך לעזור לנו לעשות את כל זה



חיפוש



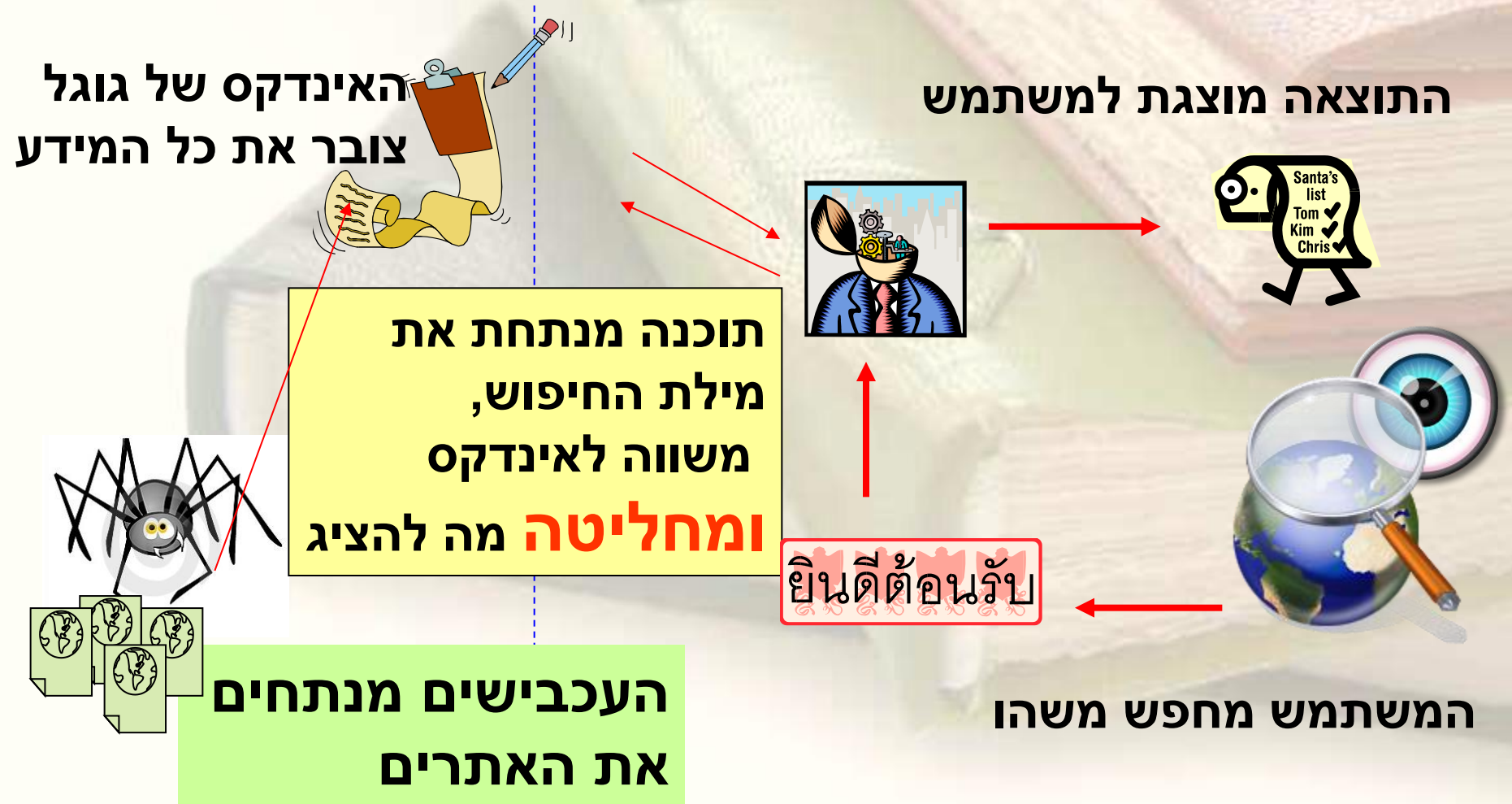
רוב הגולשים באינטרנט מחפשים מידע

- אפשר לצאת ולחפש את הלקוחות באופן יזום
- עדיף כשהם מחפשים אותנו
- **מילות המפתח** שלך תואמות את **מילות החיפוש** שלו
- נוכחות חזקה
- אופטימיזציה למנועי חיפוש / פרסומת בתשלום
- תוכן רלוונטי, עדכני, משתנה
- שימוש אפקטיבי בויזואל



חיפוש 'אד-הוק' בגוגל הוא השיטה הנפוצה ביותר לאיתור מידע ברשת

איך גוגל מחליט מה להציג?



תוצאות החיפוש תלויות במאפייני האתרים ובפרמטרים של גוגל



מילות מפתח

היכרות עם הקהל
בנישה שלכם -
תנאי להצלחה!



• מילות מפתח מגדירות נישה

- נישה: קבוצת אנשים שיש להם בעיה דומה או צורך משותף

• הנישה טובה יותר ככל ש -

- ממוקדת וניתנת לזיהוי
- גדולה יותר
- בעיה 'כואבת' / צורך 'דוחק'
- הלקוחות מחפשים פתרון באופן פעיל
- הלקוחות מוכנים לשלם
- תחרות סבירה (לא אפס תחרות!)

אתם רוצים להיות הדבר שלקוחות הנישה שלכם מוצאים

אבן הפינה לנוכחות שלך ברשת

- מערך קידום אפקטיבי משתמש באותן מילות מפתח לרוחב התכנים
- באתר שלך
 - מיקום, אופן השילוב ותוכן רלוונטי
- בפרסומות בתשלום
 - מתי תוצג הפרסומת
- בקידום אתר (...במנועי החיפוש=SEO)
- בתקשורת ברשתות חברתיות



התמקדות במילת מפתח לא מתאימה - מרשם לכשלון

מתמטיקה עסקית פשוטה

• תנועה X המרה = הכנסות

• תנועה

○ גודל הנישה באינטרנט

○ מיקום בתוצאות חיפוש

○ תוכן רלוונטי + הצגה נאותה

• המרה

○ איכות ההצעה

○ יעילות השיווק והמכירה

ככל שיותר אנשים מחפשים מילה, פוטנציאל התנועה שלה גדול יותר

גוגל אוהב (וגם הגולשים)...

• תוכן רלוונטי

- עקביות מול מילות החיפוש העיקריות
- ייחודי
- מתעדכן בתדירות גבוהה
- תמונות ווידאו (- להקפיד על כותרות וקיטלוג!)

• פרמטרים טכניים (SEO)

- אתר בנוי היטב: לוגיקה פנימית, הפרדת נושאים, תגיות,
- קישורים פנימיים (תקינים!)
- קישורים חיצוניים רלוונטיים

מי שכבר מכיר אותך, פשוט מתקשר...



סיכום עד כאן

- עקרונות השיווק תקפים גם באינטרנט
אותו בסיס לקידום הספר שדיברנו עליו עד כה,
ישמש אותנו גם באינטרנט
- מילות המפתח הן בסיס השיווק באינטרנט
לכן אנחנו משלבים חשיבה עם מחקר ובדיקה
- ביטחון לטווח ארוך מחייב מתן ערך אמיתי ללקוח
בונים על תוכן, לא על טריקים טכניים
- כמו כל קידום אחר – צריך להתמיד
אנחנו מכינים את התשתית, אבל יש בכך עבודה
גם עבורכם





קידום ברשתות חברתיות



מה זה רשתות חברתיות?

- תוכן נוצר על ידי המשתמשים ולא ע"י בעל האתר

- יש אפשרות לאינטראקציה בין המשתמשים

- מטרת המשתמשים - בדרך כלל אינה עסקית

- שרותי הבסיס - כמעט תמיד בחינם

זוכרים?
"אין ארוחות
חינם!"



ברשתות חברתיות קיימת סימביוזה של הבעלים והמשתמשים

פורומים בלוגים Flix קומנות צ'אט



ישראל-בלוג



אז במי לבחור???

קהילות

communities קהילות





אל תשווק לי בסלון!

- רוצה להשפיע? הצטרף לשיחה

- מה רצית להשיג?

- כבד את הלקוחות הפוטנציאליים שלך (כדאי לך!)

- הקשב לפני שתדבר (...שטויות)

- דבר בקולך שלך

- תדמית עקבית באינטרנט ומחוצה לו

- יושרה

- גם כשמתקיפים אותך



רשת חברתית היא שיחה. היה מנומס!



רגע... אז לא לקדם ברשת חברתית?

- תכלית השיווק - להכין את המכירה
- האם הרשת מועילה לנו?
- יש לקוחות?
- אפשר לקדם?
- רשת חברתית אינה תחליף לאתר משלך
- אנחנו תמיד "שוכרים" נדל"ן אינטרנטי
- ברשת - מתקשרים. מכירה – באתר.

רוצה לשווק - בקש את רשותו של הלקוח



• נוכחות

○ נגישות

○ חשיפה

○ תקשורת

• מיתוג ומיצוב

○ מסר

○ תדמית

• מודיעין שיווקי

• סמכות ואמון

• מתן ערך

• תרומה ל SEO

הפניית מתעניינים



□ מיתוג ומיצוב

■ מסר ממוקד

■ מתן ערך לגולש

■ SEO

□ קבלת רשות הלקוח

□ המשכיות ומכירה

□ מאגר לקוחות

□ מערכות ואוטומציה

בפייסבוק אפשר שילוב הדברים בו זמנית (לא בהכרח רצוי!)

מה יש לך יותר - זמן או כסף?

עקבי לאורך
זמן?

אוהב לייצר
תכנים?

מסתדר עם
הטכנולוגיה?

יש לקוחות
שלך ברשת?



מוכן לשלם
ליצרני תוכן?

מוכן לשלם
שיווק/טכני?

קניית ידיים
ודיוור ישיר

קידום
בתשלום

יודע למצוא
אותם?

רשתות
חברתיות

מיצוב
מומחה

פרסום
בתשלום

קידום
אורגני

לשוק זה הכרחי. באינטרנט או מחוצה לו - זו כבר בחירה.

הרשתות

facebook

פייסבוק

• הכי גדול, הכי חזק, הכי פעיל (עדיין)

- כמעט כולם שם
- מאוד רועש ועמוס, משתנה כל הזמן
- מצויין להתנסות בפרסומות בתשלום
- קשה, אבל כדאי

• נקודות חשובות:

- שימוש שונה בפרופיל אישי / דף עסק / קבוצה
- רשת גדולה ופעילות עקבית בתדירות גבוהה
- איזון בין העסקי לאישי
- דגש על "ויראליות" התכנים
- מי שמתחיל היום – כנראה שאין מנוס מקידום ממומן

למרות מגוון היכולות - לא מומלץ להסתמך רק על פייסבוק



Linkedin

- קהילת 'עילית'

- 45% מקבלי החלטות בארגונים
- הכנסה ממוצעת בקרב הרשומים הרבה מעל הממוצע הכללי

- רישות למטרות מציאת עבודה

- רישות עסקי

- מיתוג אישי ושיווק

- פרסום וקידום (בעדינות...)

מליון ישראלים

Linkedin היא רשת חברתית למטרות עבודה ועסקים



אפשרויות

- הודעה אישית (כמו אימייל)

- למי שמחובר אליך

- למי שבקבוצה שלך

- דרך מישהו ברשת שלך (בקשת הפניה)

- בתשלום (גבוה) - לכל אחד

- הפצת מידע

- שורת סטטוס, דיונים בקבוצות, תגובות, אירועים

- פרסום בתשלום



YouTube

התכלית היא
לקדם. לא
לזכות באוסקר!



• נפח חיפוש ניכר!

- מנוע החיפוש השלישי בגודלו!
- גדל בקצב המהיר ביותר

• נקודות חשובות:

- אפשר לייצר תוכן וידיאו רלוונטי מהר ובקלות
- לא צריך ציוד מיוחד או תוכנות יקרות
- אל תיתנו למדיה לבלבל אתכם - המטרה היא להעביר מסר!

העולם אוהב וידיאו, וזה לא כל כך מסובך. עוד - בהמשך התוכנית

מילה על Google+

- לא הכי חשוב, אבל יש לו מקום ועשוי לגדול בעתיד
- אינטגרטיבי עם Gmail ו-Google Apps
- חלוקת אנשי הקשר ל"מעגלים" נוחה, אינטואיטיבית ומאפשרת תקשורת ממוקדת לקבוצות ויחידים
- 'Hangout' - צ'אט עם וידאו מאפשר שיחות ועידה
- כפתור  הוא "Like" שמשפיע על תוצאות החיפוש של המשתמשים בגוגל

גוגל+ היא הרשת החברתית המשולבת בשירותי Gmail

חייבים לזכור גלישה סלולרית

- יותר אנשים גולשים יותר זמן בסלולר (כולל טאבלטים) מאשר במחשבים רגילים מכל הסוגים.
- אחוז גבוה ועולה של רכישות המקוונות – מניידים
- תכני אינטרנט - חשוב להתאים לגלישה סלולרית
 - מסכים קטנים יותר
 - פחות 'משקל' (תמונות ווידאו - קטנים יותר)
 - הגדרות האתר
- לא טריויאלי, ואין פתרון יחיד מושלם

שיווק באינטרנט ייטמע בחלקו בתוך השיווק בניידים

והמגמות האחרונות...

- פייסבוק - בעל הבית 'משתגע'
- גוגל נעשים יותר ויותר אגרסיביים
- קישוריות בין הרשתות
 - חשיפה מוגדלת / רעש מוגבר
 - טישטוש ההבדלים בין רשתות שונות
- כולם מעתיקים מכולם
 - היזהרו ממידע מיושן
 - הזדמנות למקוריים
- הסלולר משנה הכל
 - אין ברירה – צריך להתעדכן...





סיכום עד כאן

- רשתות חברתיות מאפשרות תקשורת, פילוח, מיצוב ומיתוג, תרומה ל-SEO
- זה מחייב תשתית (אנחנו), עבודה עקבית (רצוי שיטתית) והתמדה לאורך זמן (אתם)
- המסלול השיווקי העיקרי - פנייה ישירה, או הפניה לאתר שבו תימשך שיחת המכירה
- כמו כל מערך – נבנה אותו בהדרגה



האתר



האתר (ים) שלך

- שליטה בתכנים ובתצוגה
- גמישות, צבירת וותק
- מנגנונים:



- תכנים לצפיה, דפים סטטיים, בלוג
- דפי נחיתה (הרשמה לרשימות תפוצה)
- הצגת הצעות
- מכירה וחיבור למנגנוני גביה
- כל אופציה אחרת

מה זה אתר

- כתובת אינטרנט – URL (דומיין)
- שם דומיין (מילות מפתח)
- אחסנה (ספק אינטרנט)
- דפים בתוך האתר (תת-כתובות)
- קישורים פנימיים בין הדפים
- קישורים החוצה לתכנים רלוונטיים
- קישורים פנימה מתכנים רלוונטיים

Wordpress

- מערכת ניהול תוכן / בלוג גמישה
- קוד פתוח ומתעדכן (חסינות לשינויים)
- אבטחה סבירה +
- קהילת ענק (אפשרויות תמיכה)
- מבנה תוכן סדור תומך SEO (קידום טבעי)
- מגוון הרחבות (קל מאוד להוסיף אופציות)
- הזנת תוכן פשוטה
- קישוריות קלה לרשתות חברתיות ודיוור

מה בהמשך?

- מחקר מילות מפתח
- בחירת ורכישת דומיין, אחסנה והקמת WP
- פייסבוק – פרופיל ודף לספר
- לינקדאין – פרופיל והתחברות לקבוצות רלוונטיות
- יוטיוב - ערוץ לספר
- מערכת דיוור
- קישוריות

צעד צעד

- נבנה בהדרגה לפי הגיון תפעולי וקידומי
- הדרכות ברורות על כל דבר
- תמיכה מלאה מצדנו

שאלות?

