



# שיווק אישי באמצעות האינטרנט ומדיות חברתיות

כיצד לעשות שימוש באינטרנט כדי למצוא לקוחות ולגרום ללקוחות  
למצוא אותך  
רמז - מה שאתם יודעים - כבר לא נכון...

שמעיה דוד

0543047807

[israel.ecoachingsuccess.com](http://israel.ecoachingsuccess.com)

כל הזכויות שמורות לשמעיה דוד ©2011  
אין לצלם, להעתיק, לשכפל, לתרגם, לשדר או  
להמיר פרסום זה לפורמט אחר כלשהו; אין  
לפרסם חומר זה, להפיץ אותו או להשתמש בו  
למטרות מסחריות אלא באישור בכתב מאת  
שמעיה דוד

# המצגת תהיה זמינה להורדה לאחר הועידה

## התוכנית

---

### □ שיווק מבוסס חיפוש

- איך זה עובד

- המילים הנכונות

### □ שיווק ברשתות חברתיות

- מדוע אסור לשווק ברשת חברתית

- איך בכל זאת לשווק ברשת חברתית

- באיזה רשתות כדאי לעבוד

### □ 'הדברים החדשים' - מגמות והתפתחויות

# השיווק מתחיל לפני "השיווק"

אתם חייבים  
לדעת את זה  
לפני שתתחילו  
לעבוד ברשת



□ מי הלקוחות?

■ "כולם" = אף אחד!

□ מה הצורך?

■ הכללות = מסר עלוב

□ מה היתרון היחסי?

■ אין לך? אל תתחרה!

□ מה המטרה השיווקית?

■ לא הגדרת? אל תתחיל!

# שיווק באינטרנט - טוב. קשה.



חיזרו אחרי:  
"אין ארוחות  
חינם!"

## טוב □

- באינטרנט יש הרבה לקוחות
- ניתן עדיין למצוא ערוצים בעלות נמוכה
- קל לאתר 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

# שיווק מבוסס

# 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

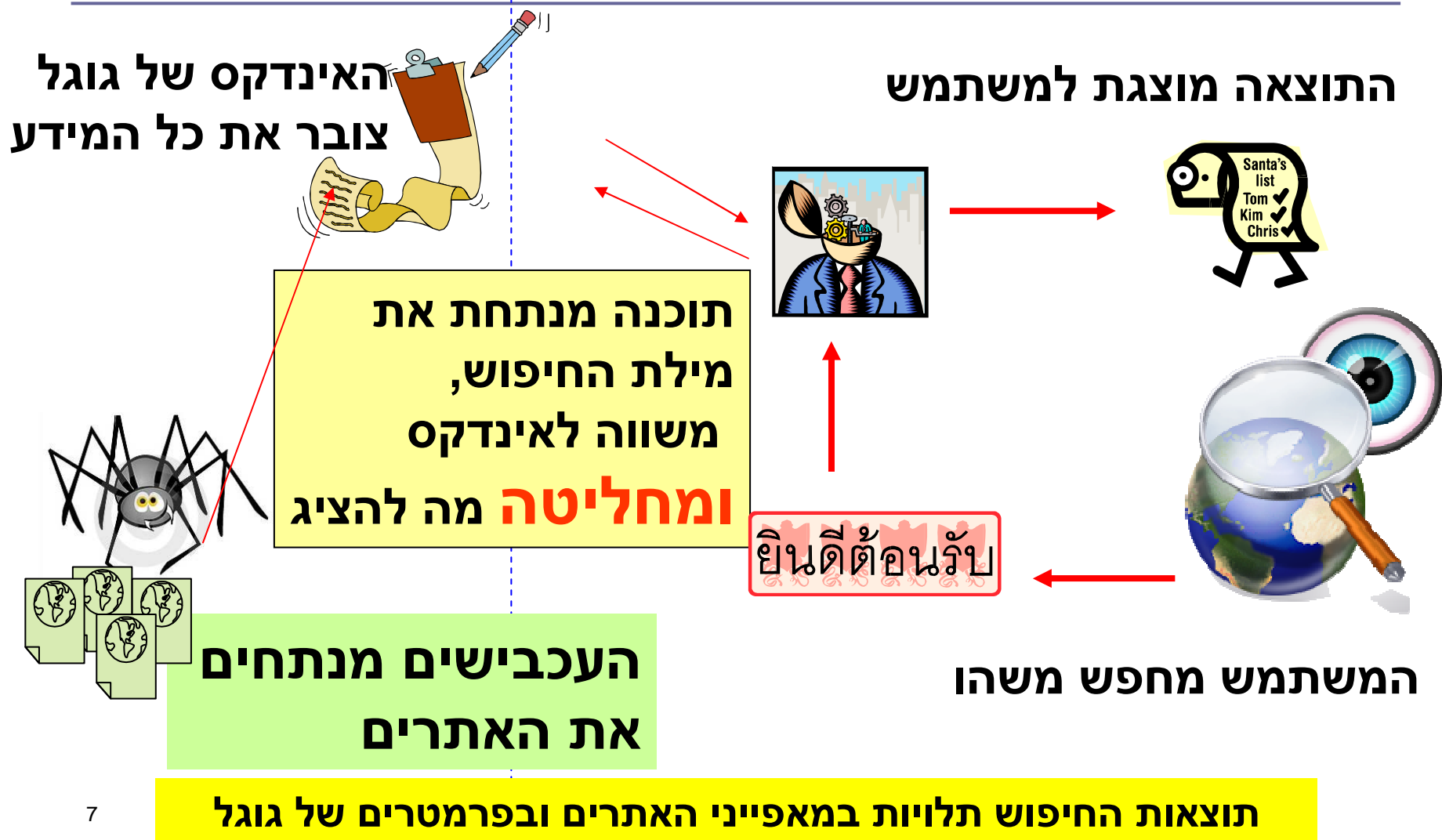
■ נוכחות חזקה

■ אופטימיזציה למנועי חיפוש / פרסומת

■ תוכן רלוונטי



# איך גוגל מחליט מה להציג?



# וכשמדובר בפרסומת בתשלום... Google Adwords, PPC, PPA

## □ זה בעצם אותו הדבר

- הצלבה בין מילות חיפוש למילות מפתח
- ההבדל העיקרי - אנחנו קובעים את המילים והפרמטרים

## □ איכות הפרסום

- יחס הקלקות להופעות הפרסום (כמה זה עולה)
- יחס המרה באתר (האם זה שווה?)



# סוגי מילות מפתח

מילים ראשיות הן  
תחרותיות ולא  
מעשיות לרוב  
העסקים



אימון לבעלי עסקים קטנים, מאמן אישי במרכז, מאמנת לזוגיות בתל אביב.

## ראשיות

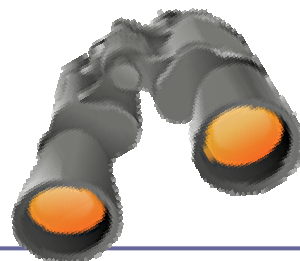
- אימון, ייעוץ, טיפול, זוגיות

## זנב ארוך

## מכוונות לפעולה

- אימון אישי / מאמן אישי בחדרה
- הכשרת אנשי מכירות / מאמן לשיחות טלמרקטינג

אם אין לכם נישה  
מוגדרת לא  
תצליחו לשווק



## מילות מפתח

### מילות מפתח מגדירות נישה

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

### הנישה שלך טובה ככל ש -

■ ממוקדת וניתנת לזיהוי

■ גדולה יותר

■ בעיה 'כואבת' / צורך 'דוחק'

■ הלקוחות מחפשים פתרון באופן פעיל

■ הלקוחות מוכנים לשלם

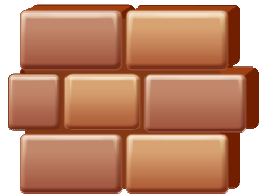
■ תחרות סבירה (לא אפס תחרות!)



# אבן הפינה לנוכחות שלך ברשת

---

- כל פעילות באינטרנט חייבת להתבסס על מילות המפתח הנכונות
- באתר שלך
  - מיקום, אופן השילוב ותוכן רלוונטי
- בפרסומות בתשלום
  - מתי תוצג הפרסומת
- בקידום אתר (...במנועי החיפוש=SEO)
- בתקשורת ברשתות חברתיות





זה פנדה!  
(Google)

זה לא פנדה



# מתמטיקה עסקית פשוטה

תנועה X המרה = הכנסות

תנועה

- גודל הנישה באינטרנט
- מיקום בתוצאות חיפוש

תוכן רלוונטי + הצגה

המרה

- איכות ההצעה
- יעילות השיווק והמכירה

תזכורת לעצמי -  
אסור לנסות להסביר  
SEO ללקוחות

## גוגל אוהב (וגם הגולשים) ...



### □ תוכן רלוונטי

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

### □ פרמטרים טכניים (SEO)

- אתר בנוי היטב: לוגיקה פנימית, הפרדת נושאים, קישורים פנימיים (תקינים!)
- קישורים חיצוניים מאתרים חזקים - ורלוונטיים



**BREAKING NEWS**

## לאן הדברים הולכים...

### □ אין יותר ארוחות חינם

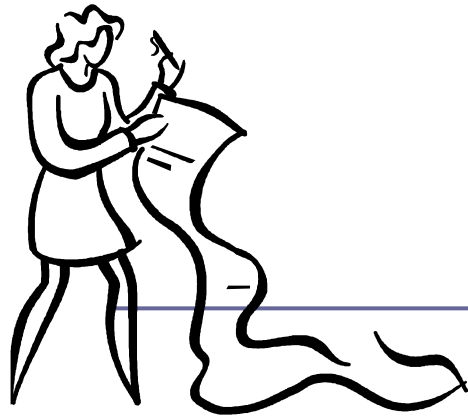
- טריקים טכניים כמעט לא עובדים יותר
- שיווק באינטרנט עולה כסף, מחייב ידע ודורש זמן
- אפשר עדיין למצוא עסקאות טובות

### □ אתה חייב לתת ערך

- ערך זה מה שהלקוח רוצה לקבל
- באינטרנט ערך = תוכן רלוונטי

"אין ארוחות  
חינם!"





## סיכום עד כאן

- עקרונות השיווק תקפים גם באינטרנט  
מי שלא מבין את עקרונות השיווק והמכירה לא יצליח. במיוחד לא באינטרנט!
- מילות המפתח הן בסיס השיווק באינטרנט  
טעית? נכשלת!
- ביטחון יש רק במתן ערך אמיתי ללקוח  
טריקים טכניים כבר לא עובדים
- שיווק באינטרנט הולך והופך מקצועי  
או שתתמקצע - או שתשלם למקצוען

# שיווק ברשתות חברתיות



זוכרים?  
"אין ארוחות  
חינם!"

## מה זה רשתות חברתיות?

□ תוכן נוצר על ידי המשתמשים

□ יש אפשרות לאינטראקציה בין המשתמשים

□ שרותי הבסיס - כמעט תמיד בחינם

□ מטרת המשתמשים - בדרך כלל אינה עסקית

ברשתות חברתיות קיימת סימביוזה של הבעלים והמשתמשים



פורמים בלוגים Flix קומנות צ'אט



תפוז אנשים



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 לשווק ברשת חברתית?

האם אתה  
באמת רוצה  
לנהל שיחה עם  
השווק שלך?



□ מה תכלית השיווק?

■ להכין את המכירה

□ לכל אתר כללים שונים

■ למד את הכללים

■ השתמש באופציות השיווקיות המותרות באתר (כולל PPC)

■ אל תשכח את עקרונות השיווק!

□ הפנה 'בעדינות' לדפי שיווק ומכירה

□ רשת חברתית אינה תחליף לאתר משלך

# רשת חברתית

אז מה השיטה?

אתר שלך

- נוכחות
- נגישות
- 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

# מה יש לך יותר - זמן או כסף?

עקבי לאורך  
זמן?



רשתות  
חברתיות

אוהב לייצר  
תכנים?

מוכן לשלם  
ליצרני תוכן?

מיצוב  
מומחה

מסתדר עם  
הטכנולוגיה?

מוכן לשלם  
שיווק/טכני?

קידום  
בתשלום

פרסום  
בתשלום

יש לקוחות  
שלך ברשת?

קניית לידיים  
ודיוור ישיר

ידע למצוא  
אותם?

קידום  
אורגני

# השמות השות



## □ הכי גדול, הכי חזק, הכי פעיל

- מאוד רועש ועמוס, משתנה כל הזמן
- מצויין להתנסות בפרסומות בתשלום

## □ נקודות חשובות:

- שימוש שונה בפרופיל אישי / דף עסק / קבוצה
- רשת גדולה ופעילות עקבית בתדירות גבוהה
- איזון בין העסקי לאישי
- דגש על "ויראליות" התכנים

URL:

[Suggest an Ad](#) [?]

# פרסום בפייסבוק

## Location

Country: [?]

Everywhere

By City [?]

## Demographics

Age: [?]

-

Require exact age match [?]

Sex: [?]

All

Men

Women

Estimated Reach [?]

**2,794,500** people

- who live in **Israel**
- age **18** and older

דמוגרפיה

תחומי עניין

Likes

קבוצות

## Interests

Precise Interests: [?]

[Switch to Broad Category Targeting](#) [?]

רוצה לצייר כמו אמן מנוסה?



ציירת מקצועית חושפת את סוד הטכניקות הפשוטות בעזרתן תצליח לצייר אפילו אם אין לך 'כישרון' ובחיים לא ציירת כלום. לחץ לשיעור מלא בחינם

## Advanced Demographics

Interested In: [?]

All

Men

Women

Relationship: [?]

All

Single

Engaged

In a relationship

Married

Languages: [?]

## Schedule

Campaign Schedule: 10/23/2011 7:32am – 11/23/2011 4:00am

## Pricing

Pay for Impressions (CPM)

Pay for Clicks (CPC)

**Max Bid (USD).** How much are you willing to pay per click? (min 0.01 USD) [?]

0.11

Suggested Bid: 0.09 - 0.14 USD

Note: Tax is not included in the bids, budgets and other amounts shown.

Use Suggested Bid (Simple Mode)

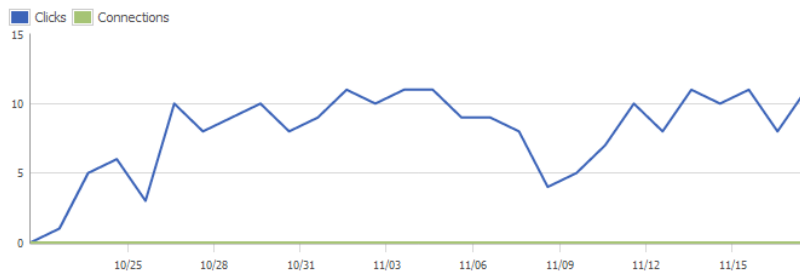
# תקציב ומעקב

CPM

CPC

Max Bid

דיווח וניתוח



Last 7 Days ▾ All Except Deleted ▾ Select rows to edit Full Report

7 results

Campaign Reach? **29,567** Frequency? **3.1** Social Reach? **0** Connections? **0** Clicks? **69** CTR? **0.076%** Spent? **\$13.08**

<input type="checkbox"/>	Name	Status?	Reach?	Freq.?	Social Reach?	Connections?	Clicks?	CTR?	Bid?	Price?
<input type="checkbox"/>	!את זה - הלקוח שלך יקבל	▶ ▾	23,890	2.7	0	0	49	0.077%	\$0.20 CPC	\$0.19 CPC
<input type="checkbox"/>	הם ישימו לב - אתה תמכור	▶ ▾	8,394	2.9	0	0	19	0.079%	\$0.20 CPC	\$0.18 CPC
<input type="checkbox"/>	סלולרי App למכור יותר עם	▶ ▾	414	2.0	0	0	1	0.123%	\$0.15 CPC	\$0.15 CPC

## □ קהילת 'עילית'

■ 45% מקבלי החלטות בארגונים

■ הכנסה ממוצעת בקרב הרשומים הרבה מעל הממוצע הכללי

חצי מיליון ישראלים

□ רישות למטרות מציאת עבודה

□ רישות עסקי

□ מיתוג אישי ושיווק

□ פרסום

# אפשרויות תקשורת

## □ 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



יעוץ וליווי עסקי:

# מה כדאי לעשות ב-



## פרופיל מלא ומושקע

כולל קישור לתכנים אחרים שלכם

## נקודות חשובות:

שימוש במילות המפתח (בפרופיל)

רשת גדולה, המלצות, אינטרקציה - לעקוף מגבלות!

השתתפות בקבוצות ודיונים רלוונטיים

ניהול קבוצה, שימוש באירועים,

פרסום - כרגע לא שווה

התכלית היא  
למכור. לא  
לזכות באוסקר!



## 10% מנפח החיפוש בעולם! □

- 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!



# וידאו בלי כסף



□ כל מצלמה דיגיטלית  
(כולל של סמארטפון)

□ עריכה - Windows Movie maker

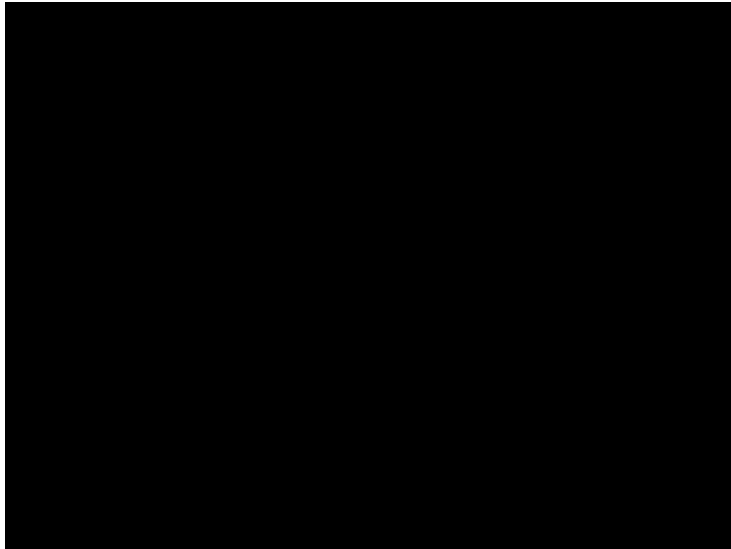
□ איחסון ושיתוף - Youtube, בלוג, פייסבוק...



"שיווק באמריקה הקטנה"  
מה אפשר ללמוד על שיווק  
ממכבסה  
בפיירפילד, קליפורניה



## וידאו בלי וידאו



- שקופיות רצות
- עם או בלי כתוביות
- עם או בלי מוסיקה

## הסוג הכי אפקטיבי

□ 'צילום מסך' של מצגת טקסט

■ Powerpoint + Camstudio

□ קריין / מוסיקה

□ אפילו זה קשה?

גרפיקה וקליפים אפשר

לקנות באינטרנט (דולרים ספורים)



# הילד החדש בשכונה

10.3% מהרכישות המקוונות - מניידים  
(ג'ון סקוויר, אסטרטג ראשי IBM, 'פורבס' - 25.11.2011)

כל מה שהכרנו באינטרנט + יכולות חדשות

תכני אינטרנט - חשוב להתאים לגלישה סלולרית

■ מסכים קטנים יותר

■ פחות 'משקל' (תמונות ווידאו - קטנים יותר)


■ הגדרות האתר

■ תתעקשו על זה!





## מילה על

- מחליף את Buzz. כולל יכולות מעניינות:
  - אינטגרטיבי עם Gmail ו-Google Apps
  - חלוקת אנשי הקשר ל"מעגלים" נוחה, אינטואיטיבית ומאפשרת תקשורת ממוקדת לקבוצות ויחידים
  - 'זולה' - צ'אט עם וידיאו מאפשר שיחות ועידה
  - כפתור  הוא "Like" שמשפיע על תוצאות החיפוש של המשתמשים בגוגל
- לא בחירה ראשונה, אבל שווה בדיקה



## והמגמות האחרונות...

שיווק באינטרנט  
2004

שיווק בסלולר  
2011



### □ קישוריות בין הרשתות

■ חשיפה מוגדלת / רעש מוגבר

■ טישטוש ההבדלים בין רשתות שונות

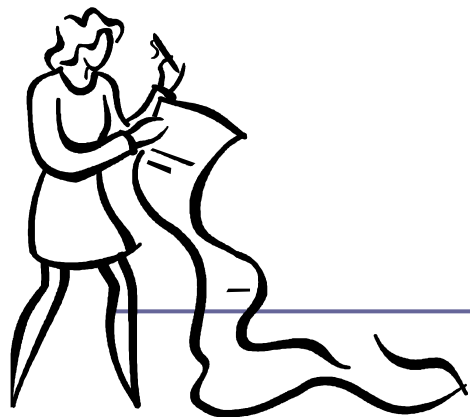
### □ כולם מעתיקים מכולם

■ היזהרו ממידע מיושן

■ הזדמנות למקוריים

### □ השיווק בניידים כבר כאן

■ הזדמנות לראשונים



## סיכום עד כאן

- רשתות חברתיות מאפשרות **תקשורת**, פילוח, מיצוב ומיתוג, תרומה ל-SEO
- אין טעם לפעול בלי תוכנית, או אם זה לא מתאים לאופי/יכולות שלך
- המסלול השיווקי העיקרי - פנייה ישירה, או הפניה לאתר שבו תימשך שיחת המכירה
- יש מגוון אפשרויות - רצוי להתמקד **באחת**

# וסיכום כולל

- שיווק באינטרנט הוא שיווק לכל דבר
  - כללי היסוד זהים - וחייבים לדעת אותם!
  - היתרון - מינוף אדיר, נגישות ומידע
  - מתייקר כל הזמן, מחייב מומחיות
- יש הרבה מתאמנים פוטנציאליים ברשת
  - אבל אין ארוחות חינם
- זה לא ייעלם, אבל יש כבר משהו חדש
  - לא חייבים לעשות לבד
  - מסוכן להתעלם מזה



# שאלות?

אפשר להפנות גם באימייל

[ShmayaD@ecoachingsuccess.com](mailto:ShmayaD@ecoachingsuccess.com)

<http://israel.ecoachingsuccess.com/blog>