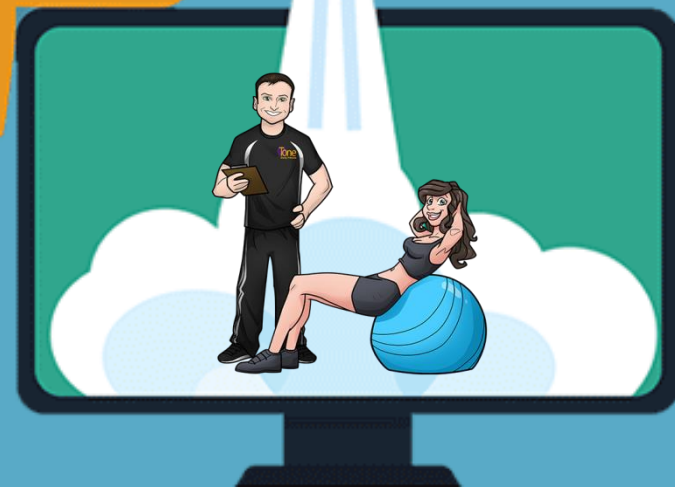


כללים לפרסום מוצלח במדיה החברתית

שי אלנקרי

2018



למה בכלל פרסום?



זה מאוד פשוט: אתם הופכים לשקופים

בלי פרסום לא ישמעו על העסק שלכם...



ב-2018 אין עסק או בעל מקצוע שיכול להסתדר בלי שיווק ופרסום.



"האם שיווק דרך
פרופיל אישי או פרופיל
עסקי?"

"פייסבוק מחברת בין חברים טובים? נכון?"

מסיבה זו היא תיתן חשיפה בעמודים פרטיים לכל מי שאינו 'עסק' אלא תאכלס', רוצה לגרום לשהייה שלו להיות חברתית בלבד. ופייסבוק יודעת לעשות את זה. החשיפה של משווקים ועסקים שבמשך שנים בנו נכסים דיגיטליים על גבי פייסבוק עומדת במשך זמן רב על 2%-5%. כלומר, אם לדף יש 1000 לייקים, בפועל נחשפים בניוזפיד לכל פוסט שלו בממוצע בין 20 ל-50 אנשים בלבד. בתחילת 2018 צוקרברג החליט להוריד את אחוז החשיפה האורגנית בעמודים עסקיים ל-1% בלבד!"

במילים פשוטות:
אין מתנות חינם!



10 נתונים שכדאי להכיר

1. לפייסבוק כ-2.13 מיליארד משתמשים
2. לפייסבוק 1.15 מיליארד משתמשים ביום דרך ניידים.
3. 600 מיליון משתמשים קיימים באינסטגרם.
4. 18% יותר engagement בממוצע בימי חמישי ושישי.
5. 42% מהמשווקים מדווחים כי פייסבוק הוא כלי הכרחי עבורם.
6. 91% מגילאי 15-31 משתמשים בפייסבוק
7. 50% מגילאי 18-24 בודקים את הפייסבוק כשהם מתעוררים.
8. 13:00-15:00 בצהריים באמצע השבוע הן השעות העמוסות ביותר.
9. 20 דקות הם משך הזמן הממוצע של ביקור בפייסבוק
10. 300 מיליון תמונות עולות לפייסבוק מדי יום

בואו נכיר את 3 סוגי הפרסום בפייסבוק / אינסטגרם

1. פרסום דרך הפרופיל האישי בחינם
2. פרסום דרך עמוד עסקי בחינם
3. פרסום ממומן דרך עמוד עסקי - בתשלום



ואיזה פרסום הוא הטוב
ביותר?

בשנת 2018 – הפרסום
הטוב ביותר הוא הפרסום
הממומן דרך עמודים
עסקיים. בפייסבוק אין
מתנות חינם ☺

8 כללים לפרסום מוצלח במדיה החברתית



1. הכנה לפרסום בפייסבוק:
יצירת תשתית לקליטת לקוחות: עמוד עסקי

1. תמונות פרופיל+קאבר מעוצבת (אפשר גם וידאו)
2. פרטי התקשרות+ כתובת
3. כתיבת 'אודות' תמציתי וממוקד.



2. אל תפרסמו, דברו עם הקהל שלכם בשפה של בני אדם

1. דברו על בעיות פופלאריות

2. תנו השראה

3. שמרו על אותנטיות



3. נסו כמה שפחות לפרסם דרך הפרופיל האישי

זכרו כי אנשים לא אישרו את בקשת החברות שלכם כדי לראות את הפרסומים שלכם אלא 'לבדר עצמם' באמצעות התוכן שלכם.



4. התאימו נוסח שונה לכל קהל יעד

נסו טקסטואלית וויזואלית להתאים את המסר שלכם בהתאם לקהל היעד.



מזרחי טפחות סטודנטים

May 12

כשאתה סטודנט אין לך זמן לסידורים מיותרים. בטח שלא לנקות.

אנחנו דואגים לפנות לכם זמן כדי להתרכז בלימודים,

עם סניף בנק מיוחד שמגיע עד אליכם ועכשיו גם עם דירה מצוחצחת – עלינו 😊

העלו תמונה של דירת הסטודנטים המג'ויפת שלכם. ארבע הדירות במצב הקשה

ביותר יזכו בניקיון סופר-יסודי או בשואב אבק רובוטי!

הפעילות בכפוף לתקנון: <http://bit.ly/1guRT4w>



5. שלבו תמונות עם הסבר

על מה אתם הייתם לוחצים?

**אקטיבטרייל מערכת דיוור אלקטרוני**
June 9

2

הגיע היום הזה בשבוע ונגמרו לכם הרעיונות לניוזלטר? קבלו מאיתנו 5 הצעות ליצירת תוכן שתמיד יעבוד <<
<http://bit.ly/SH05eI>
[See Translation](#)

5 הצעות ליצירת תוכן לניוזלטר



**אקטיבטרייל מערכת דיוור אלקטרוני**
June 9

1

הגיע היום הזה בשבוע ונגמרו לכם הרעיונות לניוזלטר? קבלו מאיתנו 5 הצעות ליצירת תוכן שתמיד יעבוד <<
<http://bit.ly/SH05eI>
[See Translation](#)



6. תתרכזו ביתרונות השירות שלכם

“אקס בלייד – מחיר קטן, שירות ענק, משלוח חינם” אלו בדיוק
3 היתרונות הברורים של העסק הזה ללקוח. לא צריך להוסיף
יותר.



XBlade shared a link.
April 27

X-Blade - גילוח מושלם בחצי מחיר

להבים עמידים, ידית ארגונומית וראש גמיש במחיר מושלם - סכיני גילוח תוצרת
גרמניה, במחיר של גברים אמיתיים, חינם עד הבית.

[See Translation](#)



אקס בלייד - מחיר קטן, שירות ענק, משלוח חינם
www.xblade.co.il

סכיני אקס בלייד מייד אין גרמניה, גילוח איכותי ומשלוח חינם עד הבית

7. למכור פחות – לרגש יותר

השתמשו בחוק ה-90/10. 1 מתוך 10 פוסטים אמור להציע מכירה. 9 פוסטים אמורים לתת ערך, השראה ובעיקר לרגש...



8. תרכבו על גלים חברתיים ושלבו תוכן בהתאם

הנה דוגמא ליצירת פרסום ברוח "החופש הגדול"



קראנץ' דגנים

June 17

זהו, זה עומד להגמר... זה הזמן לשים את המחברות בצד, לזרוק את התיק ולצאת לחופש!! ומה יבוא במקום הספרים? הנה ההצעה שלנו! #קראנץ' #חופש #תקרעו_את_השקית

[See Translation](#)



8 כללים להצלחה ברשת

1. צרו תשתית לקליטת לקוחות – עמוד פייסבוק
2. דברו לקהל שלכם בשפה של בני אדם
3. נסו פחות לפרסם דרך הפרופיל האישי
4. התאימו נוסח שונה לכל קהל יעד
5. שלבו תמונות ובתוכן הסבר קצר
6. תתרכזו ביתרונות השירות שלכם
7. נסו למכור פחות – תרגשו יותר
8. התאימו פרסומים בהתאם "לגלים" חברתיים