



# קורס מבוא לשיווק באינטרנט

## שיעור ראשון – גורמי מפתח בשיווק דיגיטאלי

[inbar@demarket.co.il](mailto:inbar@demarket.co.il)

ענבר בזק





## על מה נדבר היום?

- ❖ מהפכת ה **WEB 2** וכיצד היא השפיע על מודלים תקשורתיים
- ❖ מאפייני התקשורת בעידן הדיגיטאלי
- ❖ מה זה שיווק?
- ❖ מאפייני השיווק בעידן ה **WEB 2**





# מודל לתקשורת לפני ואחרי עידן ה WEB 2

❖ עידן הדוט קום / **WWW** - שנות התשעים וראשית שנות האלפיים השנים בהם חדר האינטרנט לשימוש ציבורי. מאופיין באתרים תדמיתיים ובפרסומות באינטרנט שהעתיקו מודל השיווק והפרסום הישן - גוף שמשדר מסרים וגוף שקולט מסרים.

❖ עידן ה **WEB 2** - בראשית שנות האלפיים הוצגה לראשונה טכנולוגיה המאפשרת לגולש להגיב לתכנים באינטרנט.

## ❖ הסנוניות הראשונות שסימלו את עידן ה **WEB 2**

- SixDegree 1997 (הרשת החברתית הראשונה)
- אתרי בלוגים שונים 1999
- ויקיפדיה הושק ב-2 בינואר 2001.
- 2001-2004 מגוון רשתות חברתיות קטנות שלא יצרו באזז משמעותי, הראשונה שפרצה והייתה משמעותית הייתה פרנדסטאר שהושקה ב 2003
- פייסבוק הושק ב 2004
- YouTube הושק ב 2005
- והשאר היסטוריה...





# הבדלים בין עידן הדוט קום ועידן ה - WEB 2

- ❖ אתר תדמיתי הופך להיות בלוג
- ❖ אנציקלופדיה הופכת להיות ויקיפדיה
- ❖ מיון המידע הפך להיות מיון על בסיס התנהגות גולשים
- ❖ רשתות חברתיות הפכו להיות ערוץ המידע במקום הדואר האלקטרוני





## מהפכת התקשורת בעידן ה web 2:

- ❖ האינטרנט יוצר לראשונה מודל חדש של תקשורת "רבים מול רבים"
  - הטלפון – תקשורת יחיד מול יחיד
  - עולם הפרסום המסורתי – יחיד מול רבים
  - האינטרנט מביא לראשונה את "חכמת ההמונים" ומודל של תקשורת "רבים מול רבים"
- ❖ המדיה החברתית מאפשרת לכל אחד בכל מקום בעולם להעלות למודעות ציבורית רחבה נושא שחשוב לו ולגייס תומכים
- ❖ המשווק / מפרסם הופך להיות מגוף משכנע לגוף שמיצר דיאלוג עם הצרכן
- ❖ המדיה החברתית מאפשרת לכל אחד מאיתנו להפוך למפרסם
- ❖ המדיה החברתית גם מאפשרת לכל אחד מאיתנו להפוך למפורסם – עונה על צורך אוניברסאלי בהכרה
- ❖ האדם יצור חברתי – המדיה החברתית נותנת מענה לצורך זה



## מאפייני ה - WEB 2

❖ פלטפורמה להעברת מידע ושיתוף קבצים.

○ מידע עסקי וציבורי (אתרים)

○ שיתוף מידע (רשתות חברתיות, אתרי שיתוף תמונות / סרטים / מוזיקה)

❖ רתימת האינטליגנציה הקולקטיבית – חכמת ההמונים

○ העיקרון עליו מבוססים מנועי החיפוש – חכמת ההמונים

○ אתרי מכירה כמו אמזון ו ebay שמאפשרים לראות מה המוצרים הנצפים

ביותר והנמכרים ביותר

○ ויקיפדיה

○ פולקסונומיה (Folksonomy) – שיטה שמבוססת על חכמת ההמונים בסיווג

ותיוג של מידע. המידע מוצג לגולש לפי הנושאים המרכזיים בתוכן המוצג, לפי

כמות העניין שהתוכן יצר אצל גולשים נוספים ומאפשר "תיוג" של מידע על ידי

גולשים

❖ אתרי "קוד פתוח"

❖ אתרי בלוגים - יומן אישי הנגיש לכל הגולשים המאפשר תגובות גולשים





## מאפייני ה - WEB 2 המשך

- ❖ בסיס הנתונים הוא הנכס המרכזי - חוקי זכויות יוצרים באינטרנט.
- ❖ **פיתוח תוכנה רציף** : אתרי קוד פתוח ואתרים בהם הגולשים שותפים לפיתוח התוכנה. עדכונים ותוספות משוחררים לקהל המשתמשים בקצב מאוד מהיר. (פייסבוק בין המובילים בתחום)
- ❖ מעבר מתכנות שמיועד לשמירת מידע ואבטחתו למודלים קלים ופשוטים הניתנים להעתקה- קוד פתוח
- ❖ יישומים המותאמים **לפעול על גבי מכשירים שונים** - מותאמים למערכות הפעלה שונות, מכשירים שונים, ניידים ונייחים.
- ❖ **חווית משתמש עשירה (Rich User Experiences)** הדגשים הנם בנוחות השימוש, ביכולת של כל אחד להתחבר לפלטפורמה חברתית חדשה בלי צורך שילמדו אותו איך להשתמש.
- ❖ דגש על נוחיות העברת המסרים : אפליקציות חיפוש מהיר, הודעה קצרה, צ'טים וכד'.





## מה זה שיווק?

- ❖ **שיווק** בהגדרתו הרחבה - הינו סט הפעולות הנערך במסגרת הליך העברת המוצר ממקום הייצור שלו אל התרכן הסופי. השיווק כולל: פיתוח מוצר, עיצוב, אריזה, פרסום, קידום מכירות, תמחור, אחסון, הפצה ומכירה
- ❖ **שיווק** בהגדרתו הצרה - סט הפעולות שאנו מבצעים על מנת להביא לקוח להגיע לנקודת המכירה ו/או להעדיף את המוצר שלנו
- ❖ **מכירות** - הפעולה העוסקת במכירה עצמה
- ❖ **רכיבי השיווק:**
  - **פרסום** שימוש באמצעי מדיה המונית ליצירת מודעות למוצר או לשירות ליצירת תדמית הוכוונה לרכישתו
  - **יחסי ציבור** - פעילות הכוללת הערכת גישות הציבור כלפי אדם או ארגון תכנון תוכנית פעולה ויישומה במטרה לזכת באהדת הציבור ובהערכתו החיובית
  - **קידום מכירות** - פעילות היוצרת מגע עם הלקוחות ומטרתה לשלב בין הגברת המכירות וקידום תדמית המותג
  - **מיתוג** - תהליך בו אנו מזהים מוצר עם סט של ערכים ורעיונות באופן שמקנה לו ערך מוסף על פני מוצרים שמספקים תועלות דומות





# השיווק לפני ואחרי עידן ה WEB 2

❖ המודלים השיווקיים המסורתיים מדברים על גוף משדר מסרים ומולו גוף שקולט מסרים.

❖ **מטרות השיווק שלפני עידן ה WEB 2 הוגדרו:**

- העברת אינפורמציה
- למכור מוצר או רעיון
- לחנך את הצרכן
- ליצור צרכים אצל הלקוחות
- ליצור מודעות למוצרים





# השיווק לפני ואחרי עידן ה WEB 2

- ❖ בעידן ה web 2 עולם השיווק והפרסום עובר ממציאות שבה המפרסם משקיע הון עתק בפרסומות מרשימות והפקות ענק לפרסומות קטנות וחכמות במדיות הדיגיטליות ובראשן המדיות החברתיות
- ❖ תקציבי הפרסום והשיווק מופנים מהמדיה המסורתית (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, שלטי חוצות) לאינטרנט- באנרים ומודעות פרסומיות
- ❖ מהאינטרנט למדיות חברתיות אינטראקטיביות
- ❖ הסביבה הדיגיטלית החדשה מאפשרת העברת מסר שיווקי מאוד ממוקד מבחינת פילוח קהלי היעד ומאוד אישי
- ❖ בסביבה הדיגיטלית החדשה קיימת מדידות גבוהה ובדיקת אפקטיביות של הקמפיין בקרוב ל 100% דיוק





Search for people, places and things

Home 20 ענבר

Campaigns & Ads

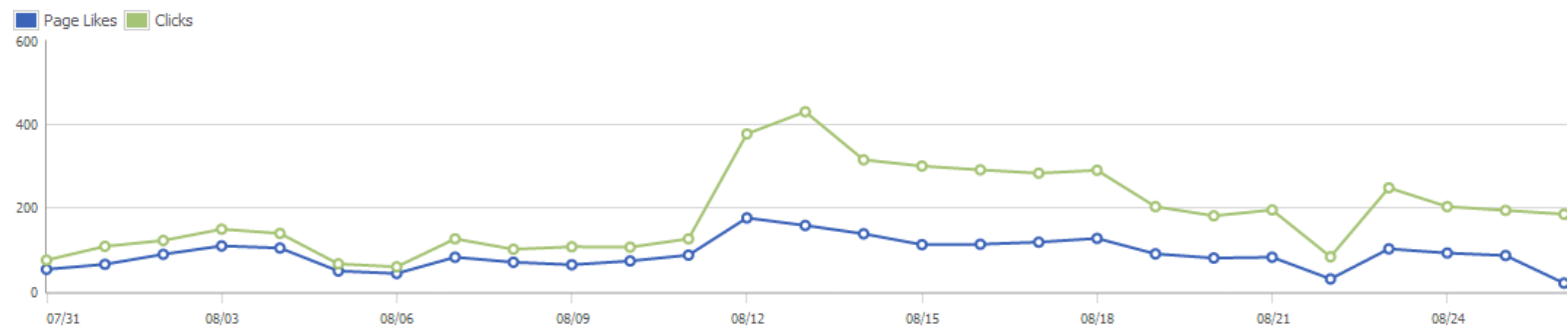
- All Ads
- Pages
- Reports
- Settings
- Billing
- Conversion Tracking
- Power Editor

- Email Support
- Learn More
- Help
- Help Community

Search your ads

Status: Paused  
 Budget: ₪120.00 Daily  
 Duration (Jerusalem Time): Jul 17, 2013 8:00am – Ongoing  
 Potential Reach: 2,800,000 people

Page Likes: 2,412   Campaign Reach: 420,877   Frequency: 8.1   Clicks: 5,065   Click-Through Rate: 0.148%   Total Spent: ₪2,518.95  
 Jul 31 — Aug 27 **Last 28 D**



All Except Deleted   Select rows to edit   Full Report   16 results

Name	Status	Page Likes	Ad Reach	Freq.	Clicks	Click-Through Rate	Max. Bid	Avg. Price	Total Spent	Cost per Pag
------	--------	------------	----------	-------	--------	--------------------	----------	------------	-------------	--------------





מחלבות רמת הגולן

Timeline

✓ Liked

Overview **Likes** Reach Talking About This

◀ 07/16/2013 - 08/26/2013 ▼

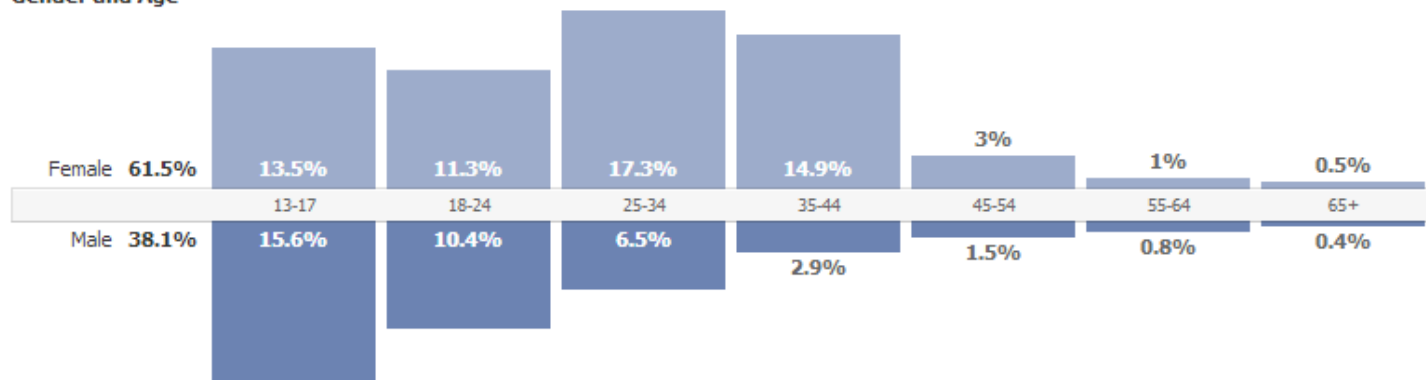
📄 Export Data

⚙️ ▼

### People Who Like Your Page (Demographics and Location)

[See Likes](#)

#### Gender and Age?



#### Countries?

- 6,565 Israel
- 35 Palestine
- 12 United States of America

#### Cities?

- 1,270 Tel Aviv, Israel
- 593 Jerusalem, Yerushalayim, Israel
- 429 Haifa, Hefa, Israel

#### Languages?

- 3,706 Hebrew
- 1,426 English (US)
- 1,303 Arabic





## ומה בשבוע הבא?

- ❖ גורמי מפתח בשיווק דיגיטאלי: מהירות הפצת המידע, גלובליזציה של המידע, ויראליות
- ❖ האינטרנט ככלי שיווקי – הזדמנות וסיכון
- ❖ ניהול משברים בעולם הדיגיטאלי

