



העתיד כבר כאן – כלי השיזוק של הדור הבא

הרצאה מספר 11





על מה נדבר היום?

- ❖ שיווק מבוסס מידע
- ❖ רשימות תפוצה ומועדוני לקוחות
- ❖ **Remarketing + Retargeting**
- ❖ שיווק סלולארי - שיווק מונחה מיקום
- ❖ סחר אלקטרוני חברתי
- ❖ פרסום באפליקציות סלולאר
- ❖ מציאות רבודה (augmented reality)
- ❖ שיווק טכנולוגי בנקודת המכירה

שיווק מבוסס מידע

- ❖ המשווקים תמיד ירצו לדעת כמה שיותר על הלקוחות שלהם
- ❖ כלי איסוף המידע בעידן הישן: כרטיס אשראי, מועדון לקוחות, מאגרי נתונים (לידות, היתרי בניה וכד')
- ❖ כלי איסוף המידע של העידן החדש: רשתות חברתיות, מנועי החיפוש אפליקציות סלולאריות, קודים **RQ**



- ❖ דפי נחיתה וקמפיינים שלמים מוקדשים לאיסוף מידע על הלקוחות
- ❖ חברות מסחריות יודעות עליכם יותר מידע מהאנשים הקרובים לכם ביותר
- ❖ והלקוחות? ששים לספק למפרסמים את המידע



רשימות תפוצה ומועדוני לקוחות

- ❖ כוחו של מועדון לקוחות
- ❖ השאיפה של המפרסם – לייצר נאמנות לקוחות
- ❖ מועדון לקוחות + ידע על הרגלי הקניה של הלקוח בשילוב נתוני כרטיס האשראי מאפשרים לנו ליצור הצעות שיווקיות ממוקדות ברמת של מידת החזיה ומידת הנעליים
- ❖ מועדון לקוחות מאפשר לנו להחזיר את הלקוחות שוב ושוב לבית העסק, בזמנים הנוחים למפרסם
- ❖ רשימות תפוצה שומרות את המותג בתודעת הצרכן



Remarketing + Retargeting

❖ ככל שנכיר יותר מה הלקוח אוהב וצורך כל נוכל לפנות אליו בצורה ממוקדת יותר

❖ הפרסום היום כבר לא מסתפק ברמת המותג אלא ברמת המוצר



Palladium

מגפי אופנה גברים
Palladium Baggly Leather
דגם פלדיום
₪649.00 → ₪449.00



Palladium

מגפי אופנה נשים
Palladium Baggly Leather Knit
דגם פלדיום
₪649.00 → ₪449.00



Palladium

מגפי אופנה נשים
Palladium Baggly Leather Knit
דגם פלדיום
₪649.00 → ₪449.00



Palladium

מגפי אופנה נשים
Palladium Baggly
דגם פלדיום
₪499.00 → ₪399.00



Nikita

נעלי בית נשים ומערות דגם 9550
Nikita
₪99.00 → ₪59.00



ZEM

נעלי ריצה אופנתיות ילדים/ות
ZEM TerraRAZ
דגם
₪449.00 → ₪249.00



ZEM

נעלי ריצה אופנתיות ילדים/ות
ZEM TerraMISU
דגם
₪449.00 → ₪249.00



Vans

נובע מצחייה יוניסקס VANS דגם
STAR WARS TRUCKER
₪149.00 → ₪119.00



סוגי המכירה ברשת:



❖ **E commerce** מסחר אלקטרוני דרך המחשב.

❖ **F commerce** מסחר אלקטרוני שמתבצע דרך רשתות חברתיות

ובראשן פייסבוק. ייחודה של פלטפורמה זו בכך שהיא מאפשרת לגולשים ללמוד אילו מוצרים החברים שלהם אהבו וצרכו ולבצע צריכות המבוססות על "חכמת ההמונים".

❖ **M commerce** - מסחר אלקטרוני דרך מכשירי המובייל (מכשירים סלולאריים). תחום ההולך ומתפתח.



ההבדלים בין סוגי המכירות:

- ❖ **מכירה קמעונאית** רגילה מצריכה חנות פיזית עם חלון ראווה, מלאי, עובדים, שכירות, מוגבלת לשוק המקומי וללקוחות שנמצאים בקרבה גאוגרפית.
- ❖ **מכירה באינטרנט** - אין מגבלה גיאוגרפית, אין צורך במלאי ולמעשה אפשר ליצר את המוצר רק לאחר שבוצעה הזמנה שלו - אין צורך להחזיק במלאי אפילו מוצר בודד אחד.
- ❖ **סחר אלקטרוני חברתי** - אם פישלתם - כולם ידעו. אם הצלחתם - גם כן כולם ידעו. הזדמנות לשיווק בחינם וגם סיכון לנפילה אם המוצר לא טוב או השירות לא טוב

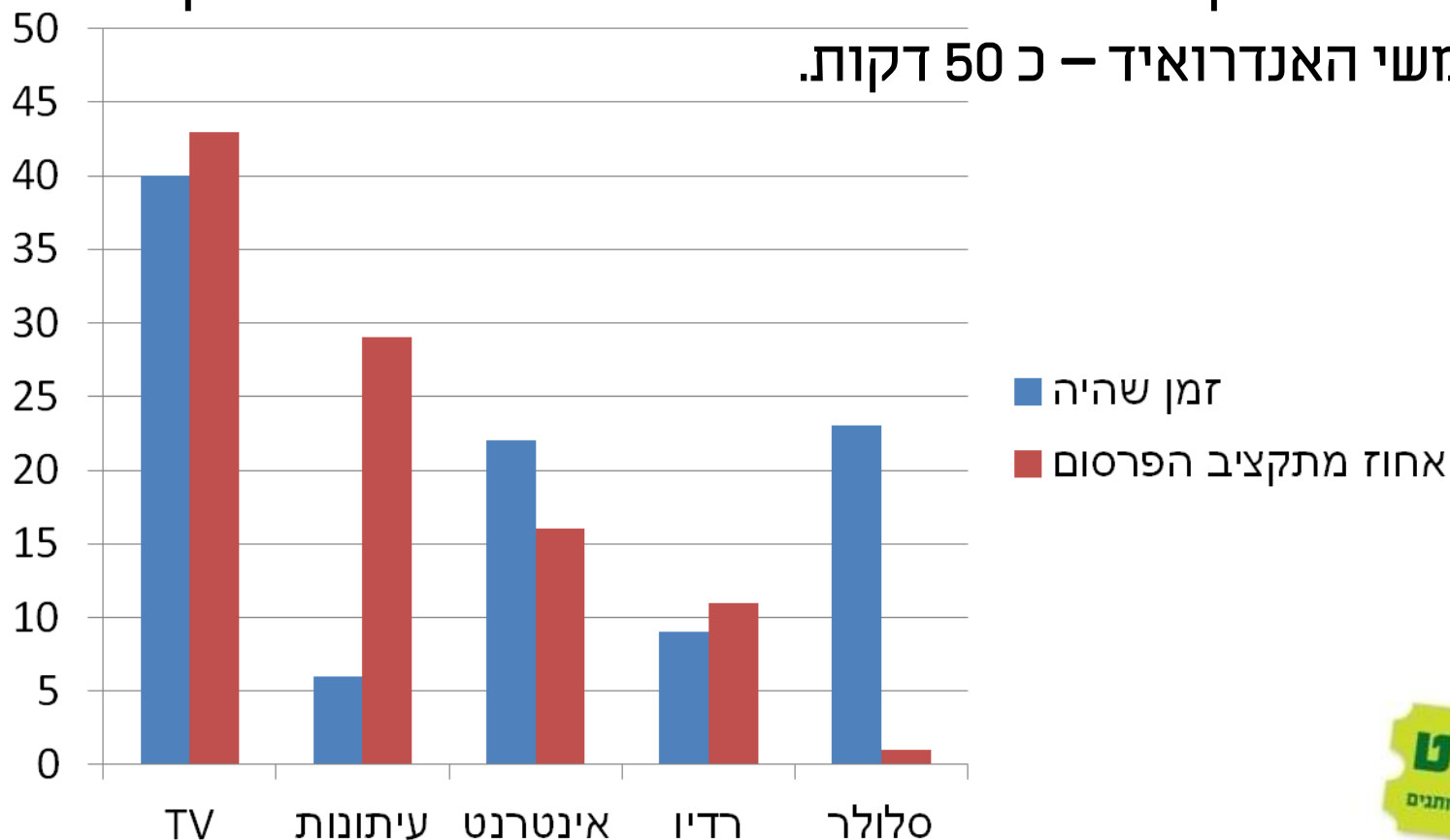




שיווק סלולארי - שיווק מונחה מיקום

❖ כבר כיום אנחנו נמצאים יותר זמן במובייל ובסלולר לעומת כל מדיה אחרת

❖ משתמשי האיפון מבליים מידי יום כשעה ורבע בשימוש בטלפון ומשתמשי האנדרואיד - כ 50 דקות.





שיווק סלולארי - שיווק מונחה מיקום

- ❖ השיווק בסלולר משלב את השיווק ממוקד המידע של הדיגיטל ביחד עם מימד חדש - שיווק ממוקד מיקום.
- ❖ באילו מקרים יש לשיווק ממוקד מיקום יתרון?
- ❖ לאילו סוגי עסקים זה יכול להתאים?





מציאות רבודה (augmented reality)



❖ כך תכניסו נמר לקניון הומה
אדם

<http://www.youtube.com/watch?v=D0ojxzS1fCw>



❖ כך תתכננו משרד חדש

<http://www.youtube.com/watch?v=tnRJaHZH9lo&list=PLtEGYMIEL-tBfOd5ahRmvQ9MutlZKKnPk>





מציאות רבודה (augmented reality)



❖ כך תפגשו את יו גרנט



❖ מציאות רבודה בנקודת המכירה





שיווק טכנולוגי בנקודת המכירה



- ❖ חיבור בין האון ליין לאוף ליין
- ❖ הורדת קופונים בנקודת המכירה
- ❖ פעילויות בנקודות המכירה שמחברות לבית
- ❖ פעילויות אינטראקטיביות בנקודת המכירה
- ❖ מוכרים וירטואליים
- ❖ צרכני העתיד הם צרכני און ליין



סיכום

- ❖ העולם בו אתם גדלתם אינו העולם בו אני גדלתי
- ❖ העולם בו ילדיכם יגדלו יהיה שונה מהעולם בו ילדי יגדלו
- ❖ איך קונה אמא שלי ואיך יקנו הילדים שלי?
- ❖ בשני העשורים האחרונים עברנו שינויים טכנולוגיים שהשפיעו
דרמטית על הרגלי התקשורת ועל הרגלי הצריכה
- ❖ בעשור הקרוב צפויים שינויים לא פחות דרמטיים



שאלות על המטלה הקבוצתית





מטלה אישית מסכמת

המטרה: לבנות תוכנית שיווק דיגיטאלית לחברה או מוצר

מה נדרש:

הצגת תוכנית שיווקית בעמוד אחד או מקסימום שניים.

תיאור המוצר בקצרה ולמה בחרתם בו
תיאור האתגר השיווקי (קהל יעד חדש, מוצר לא מוכר ולא ידוע, שיווק לחו"ל וכד')
התוכנית בנקודות עיקריות:
כלים שיווקיים. להסביר מדוע בחרתם בכלי מסוים (אין צורך להשתמש בכל הכלים
שלמדתם אלא רק במה שלדעתם רלוונטי למוצר או העסק שבחרתם)
רעיון קריאטיבי – מה המסר המרכזי, איך תעבירו אותו בצורה מעניינת?

על מה מוענק הציון:

הפגשת בקיאות בחומר הנלמד – 70%

רהיטות הכתיבה ועברית תקינה, ללא שגיאות כתיב וללא שגיאות תחביר 10%

רעיון קריאטיבי מעניין ומפתיע 20%

