



קורס מבוא לשיווק באינטרנט

שיעור שני – גורמי מפתח בשיווק דיגיטאלי





על מה נדבר היום?

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



מאפייני התקשורת בעידן הדיגיטאלי

- ❖ חדשנות טכנולוגית מתמשכת
- ❖ מסרים קצרים וממוקדים יותר מאי פעם
- ❖ המפתח לתקשורת הוא דיאלוג ולא מונולוג
- ❖ המפרסם צריך לספר סיפור אבל גם להקשיב
- ❖ אין שליטה מלאה בתכנים – מרגע ששחררנו אותם לקהל אין לנו עליהם שליטה
- ❖ יכולת מיקוד גבוהה בקהלי היעד
- ❖ אינגייג'מנט היא מילת המפתח (מחויבות הדדית בין כל הצדדים / חיבור / התקשרות)





יישומי ה WEB 2:

- ❖ **בלוגים** - רשומות (פוסטים) הכוללות חוויות אישיות, דעות וקישורים ומסודרות בסדר כרונולוגי מהישן לחדש
- ❖ **אודיו בלוג ווידאו בלוג** - יומנים מצולמים או מוקלטים
- ❖ **ויקי** - מערכת שיתופית באינטרנט המאפשרת יצירת דף, או אוסף של דפי אינטרנט, שמאפשרת לכל גולש וגולש לערוך, להוסיף ולגרוע מידע
- ❖ **תיוג ומערכות תיוג** - התיוג הינו מילות מפתח המצורפות לאובייקט דיגיטלי ומשמשות לתיאור התוכן שלו. מערכות תיוג מאפשרות לגולשים למיין ולשתף מידע לפי תחומי עניין. אפליקציות "חיפוש" מאפשרות לגולשים לחפש מידע המבוסס על התיוג
- ❖ **שיתוף מולטימדיה** - שיתוף קבצי וידאו ואודיו
- ❖ **רשתות חברתיות** - אתרים המאפשרים קישור בין מספר גולשים על בסיס עניין משותף
- ❖ **שיתוף קבצים** - Google docs ואפליקציות דומות
- ❖ **שירותי מעקב אחרי תכנים** - RSS ושירותים דומים





גורמי מפתח בשיווק דיגיטאלי

- ❖ מהירות הפצת המידע
- ❖ גלובליזציה של המידע
- ❖ אופנתיות הרשתות החברתיות
- ❖ ויראליות



האינטרנט ככלי שיווקי – הזדמנות וסיכון

קמפיינים ויראליים – ההזדמנות:

❖ שיווק בעלויות נמוכות ובתקציבי שיווק זעומים

❖ חיזוק המודעות למותג

❖ יצירת קשר אמוציונאלי חזק עם המותג

[http://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg
feature=player_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg&feature=player_embedded)



לאילו סוגי קמפיינים ומסרים מתאים?

- ❖ חברות מסחריות
- ❖ ארגונים חברתיים
- ❖ מדינות
- ❖ עסקים קטנים
- ❖ עמותות ואנשים פרטיים – להצפת קמפיינים חברתיים
- ❖ אנשים פרטיים – מיתוג עצמי



דוגמאות לקמפיינים ויראליים

❖ קמפיין The best job in the world של משרד התיירות האוסטרלי

<http://www.australia.com/best-jobs.aspx>

❖ עמותות וארגונים - ארגון נפש בנפש

<https://www.youtube.com/watch?v=ULtglogZbR8>

❖ שיווק חברתי - שיווק רעיונות חברתיים באמצעים רשתות חברתיות לדוגמא:

○ Giving is the best communication

<http://www.youtube.com/watch?v=jzRWmwgwE9o>

○ העלאת מודעות לסרטן השד

<http://www.youtube.com/watch?v=VsyE2rCW71o>

○ מחאה חברתית

○ **One Million Voices Against FARC** קבוצת פייסבוק שהוקמה בקולומביה ב 4.1.2008 נגד

המחתרת הקולומביאנית. תוך יומיים מנתה 8,000 חברים (למרות שלמייסדה היו רק 100 חברים בפרופיל האישי) ותוך חודש מהקמתה הביאה להפגנה המונית נגד ה FARC בהשתתפות

10 מיליון איש ברחבי קולומביה ושני מיליון איש נוספים ברחבי

העולם! כיום מונה הקבוצה קרוב ל 650,000 חברים!

<https://www.facebook.com/onemillionvoices>





עוד דוגמאות לקמפיינים ויראליים

❖ חברות מסחריות

❖ קמפיין טיפקס shot the bear

❖ <http://www.youtube.com/watch?v=4ba1BqJ4S2M&noredirect=1>

❖ קוקה קולה Coca Cola happiness truck

<http://www.youtube.com/watch?v=hVap-ZxSDeE>

❖ חברת המיקסרים Blentec עם סדרת הסרטונים will it blend

<http://www.youtube.com/watch?v=IAI28d6tbko>

<http://www.willitblend.com/>





גלובליזציה של המידע – ההזדמנות

- ❖ העולם העסקי מתרחב
- ❖ הזדמנויות לעבודה מהבית
- ❖ הזדמנויות לסחר בינלאומי
- ❖ הזדמנויות למיתוג עסקי ואישי בכל שוק שרוצים





רשתות חברתיות - ההזדמנות

- ❖ מיליארד משתמשי פייסבוק בעולם 4,000,000 משתמשי פייסבוק בישראל
- ❖ חצי מיליארד נכנסים לפייסבוק מידי יום (2,400,000 ישראלים נכנסים מידי יום)
- ❖ פייסבוק הוא האתר השני הנצפה ביותר באינטרנט
- ❖ וזה רק פייסבוק... קיימות היום כ-300 רשתות חברתיות בכל העולם
- ❖ אי אפשר להתעלם מהפוטנציאל השיווקי
- ❖ יצירת קשרים
- ❖ איתור ספקים
- ❖ הצפת דילמות עסקיות
- ❖ דיאלוג עם הצרכנים



מהירות הפצת המידע -

ההזדמנות

- ❖ כמה זמן להערכתכם לוקח להפיק סרטון טלוויזיה? כמה הוא עולה?
- ❖ כמה זמן לוקח להפיק מודעה בעיתון? כמה היא עולה?
- ❖ כמה זמן לוקח להפיק שילוט חוצות? כמה הוא עולה?
- ❖ כמה זמן לוקח לפרסם פוסט בפייסבוק או בכל רשת חברתית אחרת? כמה זה עולה?
- ❖ ג'רי וינרצ'ק, הבעלים של **the wine library TV** וכותב הספר לאור של הספר המדיה החברתית – המנוע החדש להצלחה עסקית מעיד:
 - קמפיין חוצות שעלה \$7,500 - זכה ל 170 הזמנות
 - רשימת תפוצה הביאה 300 הזמנות
 - ציוץ בטוויטר הביא 1,700 הזמנות





הסיכונים במדיה הדיגיטלית - פגיעה במותג, משברים

- ❖ מהירות הפצת המידע
- ❖ גלובליזציה של המידע
- ❖ אופנתיות הרשתות החברתיות
- ❖ ויראליות
- ❖ כמעט כל מה שמופיע באינטרנט הוא אלמותי
- ❖ אותם עקרונות שמשרתים את אנשי השיווק עשויים גם לגרום למשברים
- ❖ מסוגל יחיד החמוש בטלפון סלולרי סטנדרטי הכולל מצלמה לפגוע בטווח זמנים קצר ושהפצה עשויה להיות בהיקפים עצומים
- ❖ דוגמאות:

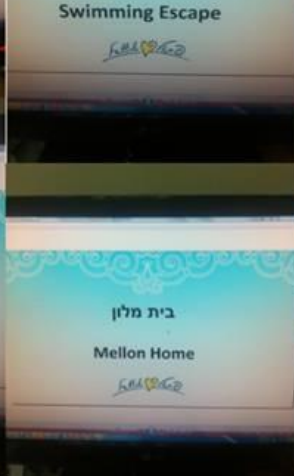
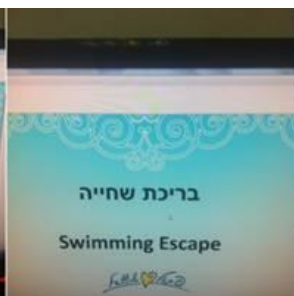
○ דומינוס פיצה <http://www.youtube.com/watch?v=OhBmWxQpedI>

○ פדקס http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=PKUDTPbDhnA

○ רשת מלונות פתאל - שגיאת כתיב שפורסמה ברשת וגרמה ללעג כלפי החברה

נהפכה על ידני מנהלי השיווק לקמפיין ויראלי מצליח







עקרונות לטיפול במשברים במדיה הדיגיטלית:

❖ מהירות

❖ שימוש ברשתות חברתיות

❖ ויראליות

❖ שימוש באותה מדיה בה הופץ המידע השלילי על הארגון / חברה

○ התגובה של פדקס

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=4ESU_PcqI38

○ התגובה של רשת מלונות פתאל





ומה בשבוע הבא?

- ❖ שיעור 3 מבוא לשיווק דיגיטאלי – מושגים
- ❖ היכרות עם מונחים מעולם האינטרנט
- ❖ האינטרנט כמדיה שיווקית לעסקים
- ❖ סיפורים הצלחה של מותגים שנבנו באמצעות האינטרנט
- ❖ הכלים לבניית מותג אישי / עסקי באינטרנט

