



קורס מבוא לשיווק באינטרנט

שיעור חמישי – אתרי אינטרנט כחלון הראווה של העסק





על מה נדבר היום?

- ❖ הכרות עם מבנה אתר האינטרנט
- ❖ סוגי אתרים: תדמית, מכירת, חנות און ליין
- ❖ אתרים דינאמיים מול סטאטיים – יתרונות וחסרונות
- ❖ אתרי קוד פתוח מול קוד סגור – יתרונות וחסרונות
- ❖ אפיון אתר
- ❖ מחקר מילות מפתח



הכרות עם מבנה אתר האינטרנט

- ❖ דף הבית – קלות התמצאות, מודל הר' ההפוך (חלון הזדמנויות של 8 שניות להרשים את הלקוח)
- ❖ סרגלים – עליון, תחתון, ימני
- ❖ גלריה
- ❖ מאמרים / בלוגים – מיועדים בעיקר לצורכי קידום האתר ופחות נרצה להבליטם בדף הבית
- ❖ אודות
- ❖ צור קשר
- ❖ כפתורי שיתוף

<http://demarket.co.il/home/>

<http://www.lordan-coils.com/>





הכרות עם מבנה אתר האינטרנט

Bread Crumbs ❖

חלון חדשות דינאמי – למה משמש למה מומלץ ❖

שילוב מילות חיפוש בסרגלים ❖

<http://demarket.co.il/home/>

<http://www.lordan-coils.com/>





סוגי אתרים

❖ **דפי נחיתה** עמוד אינטרנט בודד שנבנה בד"כ לליווי קמפיין פרסומי באינטרנט, ותפקידו להניע לפעולה לרוב השארת פרטים.

http://www.meyeden.co.il/minisites/smile_march/?ref=GOOGLE&BID=28978&siteid=238&sc=393&gclid=CNmz15-P9LcCFcO_3godMgwAMQ
<https://join.teva-naot.co.il/>

❖ **מיני סייט** אתר קטן המשמש כאתר נחיתה שאליו יגיעו גולשים אשר לחצו על באנר או על קישור ממנועי חיפוש, בדומה לדף נחיתה. אתר מיניסייט מכיל בדרך כלל בין עמוד אחד לחמישה עמודים שבהם תוכן שיווקי או פרסומי על מבצע, אירוע חד-פעמי או מוצר חדש. לרוב אתר פשוט, ללא אנימציות או אלמנטים מתוחכמים ומיועד למידע קצר ותמציתי ולהשארת פרטים. המיני סייט מיועד לקמפיין קצר או כאתר קטן לחברה שלא מעוניינת להציג יותר מידי אינפורמציה.

<http://www.mccandigital.co.il/CustomersPresentation/Yossi/main.html>





סוגי אתרים המשך

❖ **אתר תדמיתי** – הדגש על התדמית. אתר שיווקי המהווה את עיקר הנוכחות של העסק באינטרנט. אתר תדמיתי מכיל מידע על העסק, השירותים ותחומי ההתמחות שלו, וניתן לשלב בו פירוט על המוצרים של החברה. אתר תדמיתי איכותי מציג את העסק בצורה מרשימה ככל הניתן, ומדגיש את ההישגים שלו, המטרות והאופי הייחודי שלו. אתרי תדמית נבנים בדרך כלל במטרה ליצור נוכחות ברשת, לשמר על קשרים עם לקוחות קיימים ולמשוך לקוחות חדשים.

<http://www.strauss-group.com/>

<http://www.max-brenner.co.il/>

<http://www.kiftzuba.co.il/>

אתר מכירתי – הדגש על המכירה. מטרת אתר מכירתי הנו לעודד את הגולש לרכוש את המוצר. באתר מכירתי יופיע לרוב מידע רב בנוגע למוצר או למוצרים, יהיה מגוון רחב של אפשרויות, לרוב יופיעו גם מחירים ואפשרות לקניה און ליין.

<http://www.galita.co.il/index.php>

<http://www.crocs.co.il/>





סוגי אתרים המשוך

❖ **אתרי סחר** – פלטפורמות למכירה און ליין.
אתר מכירות המאפשר מכירה וקנייה מקוונת של מגוון רחב של מוצרים כגון **ebay**, מרמלדה מרקט, **etzi**

<http://market.marmelada.co.il/>

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

❖ **אתר השוואת מכירים** – אתר שמציג לצרכן רשימות מחירים של מוצר מסוים או של קבוצת מוצרים מסוג מסוים ואת חנויות האינטרנט המוכרות אותם. שירות זה מאפשר לצרכן לבצע **סקר שוק** בדקות בודדות. לרוב, אתרי האינטרנט המספקים שירות זה אינם מוכרים את המוצרים בעצמם אלא מקבלים עמלות מכירה מהחנויות אליהן הם מקשרים.

<http://www.zap.co.il/models.aspx?sog=h-water>

<http://www.zap.co.il/>





אתרים דינאמיים מול סטאטיים

❖ **אתר סטאטי** הוא אתר שמשמש כמעין כרטיס ביקור וירטואלי – זהו אתר שהתוכן והעיצוב שלו אינם משתנים ולכן אינו זקוק למערכת ניהול תוכן. באתר מסוג זה אין צורך לעדכן את התוכן או להזין תוכן חדש ובעל האתר מעוניין שהן העיצוב והן התוכן יישארו ללא שינוי. בד"כ אלו אתרים אינפורמטיביים או אתרים של נותני שירותים אשר אינם מעוניינים לעדכן את תוכן האתר מהרגע שבו הוא עולה. הדרך היחידה לקדם אתר סטאטי היא על ידי קמפיינים ממומנים.

❖ **אתר דינאמי** הוא אתר בו יש צורך או עניין של בעל האתר לעדכן תכנים חדשים על בסיס קבוע כמו מאמרים, שירותים או מבצעים ולכן האתר זקוק למערכת ניהול תוכן. קידום אתרים באופן אורגני מתאפשר רק עם מעדכנים את האתר על בסיס קבוע ושוטף.

❖ **מערכות ניהול תוכן** – מאפשרת לבעל האתר לעדכן תכנים באופן עצמאי מבלי שיהיה תלוי במעצב או במתכנת.. חשוב לציין שרק אתרים שבעל העסק יכול לעדכן אותם על בסיס קבוע מצליחים להתקדם במנועי חיפוש. זמן אופטימאלי להכנסת תכנים – לפחות פעם בשבועיים שלושה.

<http://demarket.co.il/wp-login.php>





קוד פתוח קוד סגור

❖ **מערכות קוד סגור** – תכנות ייעודי לאתר בקוד ייחודי. בעבר היו פופולריות היום מאוד לא מומלצות. מתאימות אם יש מידע סודי שלא רוצים שיהיה קל לפרוץ אותו, כמו פרטי לקוחות, intranet וכד'. יקרות יחסית להקמה.

❖ **מערכות קוד פתוח** – קוד שפותח במשותף על ידי אלפי מתכנתים בכל העולם והוא ממשיך להשתדרג כל הזמן. מאפשר לכל בעל ידע תכנותי לבצע בו שינויים למטרות פיתוח, פתרון באגים, בניית תוספים חדשים ועוד. מעבר למתן הגישה לקוד ועריכתו בצורה חופשית לחלוטין, יכולים המפתחים להפיץ את השינויים שביצעו באתר האינטרנט של בעלי הזכויות בקוד הפתוח ולאפשר לבעלי אתרים להטמיע אותם באתר האישי שלהם ללא כל עלות. מערכת זו מאפשרת לכם לעבוד עם כל מתכנת וכל מעצב שתבחרו. ועלות ההקמה זולה יחסית. מערכות קוד פתוח פופולריות: **wordpress, Joomla, Drupal**.

❖ **wordpress, wix** שתי מערכות קוד פתוח שמכילות תבניות עיצוביות ומאפשרות לכל אחד להקים אתר לבד





קוד פתוח קוד סגור

❖ **מערכות קוד סגור** – תכנות ייעודי לאתר בקוד ייחודי. בעבר היו פופולריות היום מאוד לא מומלצות. מתאימות אם יש מידע סודי שלא רוצים שיהיה קל לפרוץ אותו, כמו פרטי לקוחות, intranet וכד'. יקרות יחסית להקמה.

❖ **מערכות קוד פתוח** – קוד שפותח במשותף על ידי אלפי מתכנתים בכל העולם והוא ממשיך להשתדרג כל הזמן. מאפשר לכל בעל ידע תכנותי לבצע בו שינויים למטרות פיתוח, פתרון באגים, בניית תוספים חדשים ועוד. מעבר למתן הגישה לקוד ועריכתו בצורה חופשית לחלוטין, יכולים המפתחים להפיץ את השינויים שביצעו באתר האינטרנט של בעלי הזכויות בקוד הפתוח ולאפשר לבעלי אתרים להטמיע אותם באתר האישי שלהם ללא כל עלות. מערכת זו מאפשרת לכם לעבוד עם כל מתכנת וכל מעצב שתבחרו. ועלות ההקמה זולה יחסית. מערכות קוד פתוח פופולריות: **wordpress, Joomla, Drupal**.

❖ **wordpress, wix** שתי מערכות קוד פתוח שמכילות תבניות עיצוביות ומאפשרות לכל אחד להקים אתר לבד





אפיון אתר

- ❖ **אפיון אתר** הוא התהליך הקודם לבניית אתר וממנו מתחילים את תהליך התכנון והבניה
 - נגדיר מי הקהל שלנו
 - נגדיר מה מעניין אותו
 - נגדיר מה מטרת האתר שלנו – ליצור מודעות? להביא תנועה? לייצר מעורבות? למכור?
 - נגדיר מה ההנעה לפעולה שאנו מצפים לקבל. השארת פרטים? תגובות בפוסט? רכישה של מוצר?
 - נכנס לאתרים של מתחרים או מציעי שירותי דומים ונבחן מה הם מציעים
 - נבצע מחקר מילות מפתח כדי לבחור את הנושאים לסרגל
 - נתכנן בצורה ויזואלית כללית איך יראה האתר שלנו
 - אפיון תפריטי ניווט – נגדיר סדר עדיפויות באתר מבחינת ביטויי מפתח, נתכנן מסלול ניווט ברור והגיוני שיוביל את הגולשים לדפים אליהם נרצה שיגיעו.





Home Page

לפני

logo

Image Slider

Lordan UK ENG

Home About Lordan Applications Advanced Technologies Catalogue Members Club Contact

Lordan (A.C.S.) Ltd. is an internationally recognized company that designs and produces custom-made mechanically expanded fin and tube heat exchangers.

Running News & Events

Lordan has been solving complex heating, cooling and refrigeration challenges on five continents and even Antarctica for over 50 years.

דגש בדף הבית על ארבעת ה applications הרעיון הוא שאנחנו רוצים שרוב האנשים מדף הבית יגיעו ישירות לעמוד זה

Download Software Site Map





דוגמא לתכנון וייזואלי



LORDAN
BEYOND THERMAL
ENGINEERING

Login

Lordan UK

אחרי

Home

About Us

Applications &
Products

Advanced
Technologies

Technical Library

Thermal
Software

Contact

Lordan engineers and manufactures high quality custom-made fin and tube heat exchangers for the global HVAC&R market since 1958. Beyond thermal engineering, our heating, cooling and refrigeration coils are designed to operate in extreme environmental conditions. We specialize in applications suited to the heavy duty, precision cooling and industrial cooling markets.

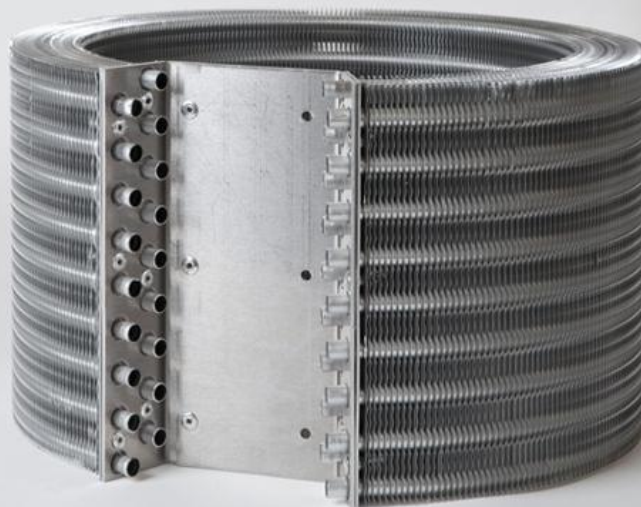
[Read More ...](#)

NEWS & EVENTS

16/6/2013 >New automatic expansion machine: At Lordan constantly thrive to improve our production and quality level, this has led us to invest in a new automatic press expansion machine.

[Read More ...](#)

16/6/2013 >Automatic brazing and return bends



HEAVY DUTY

PRECISION COOLING

INDUSTRIAL COOLING

OEM SOLUTIONS





כלי חקר למילות מפתח

❖ **Google adwords** הכלי המרכזי לחקר מילות מפתח באינטרנט

<https://adwords.google.com>

❖ כלים וניתוח – מתכנן מילות המפתח – חפש מילות מפתח חדשות ורעיונות לקבוצות מודעות

○ בוחרים ביטוי רצוי ובודקים את האפשרויות

○ ניתן לסדר לפי כמות חיפושים או לפי דרגת התחרות או לפי הביטוי ('א'-ב')

○ בוחרים מספר ביטויים מרכזיים





משימה בכיתה:

- נגדיר מי הקהל שלנו
- נגדיר מה מעניין אותו
- נגדיר מה מטרות האתר שלנו – ליצור מודעות? להביא תנועה? לייצר מעורבות? למכור?
- נגדיר מה ההנעה לפעולה שאנו מצפים לקבל. השארת פרטים? תגובות בפוסט? רכישה של מוצר?

משימה לבית:

- ❖ מחקר מילות מפתח
- ❖ כניסה ובדיקה של אתרי מתחרים או קבוצות דומות
- ❖ הגשת 3 דפי אפיון: דף בית ועוד 2 דפים פנימיים

