

## כתבה עיתונאית עבור פרסום באאוטבריין

### טרנדים ומגמות בשיווק במדיה חברתית ובדיגיטל

פייסבוק, אפליקציות, קידום ממומן, רימרקטינג, קמפיינים אלו הם רק חלק מאפיקי הפרסום החדשניים המתנוססים באוויר בזירת הדיגיטל החדשנית, המאפשרת לבעלי עסקים פתרונות שיווק ממוקדים ומפולחים היטב על פי קהל היעד שלהם. בעידן שכזה, בעלי עסקים עושים שימוש באפיקי פרסום שונים, כאשר רובם מגיעים מזירת המדיה הלוהטת. חלקם מתאימים לאופי העסק שלהם וחלקם לא. התוצאה היא שבעלי עסקים מעוניינים בכל מחיר להגדיל את מכירות העסק ומספר הלידים, והם מבזבזים כספים רבים שלא תמיד מועילים לקידום העסק בשל אי תכנון אסטרטגי.

שיווק בפייסבוק באמצעות קמפיינים הוא אפיק פרסום נהדר, כמוכן אם מבצעים אותו נכון על בסיס מיקוד ופילוח מדויק של קהל היעד. אולם לכל עסק יש קהל ואופי משלו ולא לכל אחד יתאים אפיק פרסום מסוים. לדוגמה, שיווק בפייסבוק יתאים פחות ליועץ פיננסי שקהל היעד שלו הוא חברות ענק. ייתכן כי יתאים לו יותר קמפיין באאוטבריין. לעומת זאת, עבור רותי מראשון לציון, בעלת עסק למניקור-פדיקור, שיווק בפייסבוק מטורגט היטב על פי נשים בגילים 20-60, מאזור ראשון לציון והסביבה, יכול להיות כלי שיווקי נהדר.

### הכירו את אפיקי הפרסום הבולטים בזירת המדיה

#### שיווק ממוקד ברשתות חברתיות

כולם נמצאים ברשתות חברתיות ואת זה כבר אנו יודעים, בהן פייסבוק, טוויטר, גוגל פלוס, יוטיוב, אינסטגרם, לינקדאין ועוד, כך שאין פלא שהן קידמו בזרועות פתוחות את הקהל העסקי ומאפשרות לעסקים רבים ליהנות מחשיפה ממוקדת לצורך גיוס לידים והגדלת מכירות החברה. אולם לרשתות חברתיות יש כללים משלהן. הרי כאשר גולש נכנס לפייסבוק מטרתו ליהנות מחיי חברה וירטואליים ולא כדי לרכוש מוצר, ולכן יש צורך לפרסם בצורה חברתית ופחות אגרסיבית.

#### קמפיינים בגוגל אדוורדס

באמצעות בחירה בקידום ממומן, תוכלו להציב בגאווה את אתר החברה במיקומים הראשונים של גוגל במגוון ביטויים שנבחרו מראש, כאשר העדיפות היא לבחור בביטויים ממוקדים שבעזרתם לקוחות ימצאו את השירות/המוצר שלכם במנוע החיפוש של גוגל.



התמחור של קידום ממומן נקבע לפי תקציב אישי שנבחר מראש, כאשר לכל ביטוי או צמד מילים יש תעריף שיכול לנוע בין 0.20 אג' לבין עשרות שקלים למילה. המטרה היא למקסם את רווחיות התקציב ולמצוא מילים נפוצות יותר או מילים ארוכות זולות יותר.

### **קמפיינים באוטברין**

אוטברין הוא אפיק פרסום מתקדם המאפשר לכל בעל עסק לקבל חשיפה ולידים נהדרים באמצעות כתבות המתפרסמות באתרי חדשות מובילים כדוגמת Ynet, מאקו, דה מרקר, מעריב וכו'. חשוב להבין כי מדובר בשיטת פרסום די מתוחכמת, אך בד בבד איכותית ומספקת לגולשים אפשרות לקרוא כתבות נוספות, גם אם הם התכוונו רק לקרוא את חדשות היום. בשיטה זאת ניתן להציג לגולש תוכן עם ערך מוסף ולאחר מכן להציג לו טופס להשאר פרטים או לינק לאתר החברה.

### **Remarketing / שיווק מחדש**

Remarketing היא שיטת פרסום העוקבת אחרי הגולש ברשת ומאפשר לכם להחזיר לקוחות שביקרו באתר שלכם באמצעות פרסום באנרים באתרים שבהם הם מבקרים. הפרסום נעשה באמצעות מודעות של גוגל, כך שהבאנר שלכם יקפוץ לגולש המבקר באתרים פופולריים ברשת כדוגמת - פורטלים, Ynet, mako וכו'.

לסיכום, שיווק בעידן כה תחרותי דורש חשיבה אסטרטגית מתוכננת, לצד תכנון מערך השיווק ויצירתיות בלתי מתפשרת. יחד עם זאת, יש צורך להתמקד באופי המוצר/השירות, התאמתו לקהל היעד ובכך לבחור באפיק פרסום המותאם בצורה ממוקדת לעסק, במטרה להגדיל את רווחיות החברה ולהפיק את המרב מזירת הדיגיטל הלוהטת.

**המאמר נכתב על ידי כרמית גפני מייסדת "כרמה מדיה" המציעה פתרונות שיווק ממוקדים עבור בעלי עסק, תוך תכנון אסטרטגי וראייה עסקית שתאפשר לכל עסק להגדיל את רווחיותו.**