

כתיבת תכנים שיווקיים- כמה טיפים

❖ בצעו סקירת מילות המפתח (מילים באמצעותם גולש מגיע אלינו) ב GOOGLE ADWORDS
https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?_c=1000000000&_u=1000000000&id_aRequestType=KEYWORD_IDEAS

למידע נוסף:

<http://en.wikipedia.org/wiki/AdWords>

❖ לבדוק אתרים בתחום דומה, לבדוק מילות מפתח, ביטויים שבשימוש, תחושה שמתעוררת בעקבות "שיטוט באתר". כנ"ל- לגבי ניירת פרסום אחרת של המתחרים.

❖ במידה ואני מעוניין/ת בהקמת האתר משלי- לאיזה מטרות?
דמית/מכירות / כלי עבודה.
לחשוב על מאפייני קהל היעד: טווח גילאים, מין, מומחיות מקצועית – אם ישנה, רמת אוריינות במדיה אינטרנטית.

❖ הכינו "פרופיל החברה" בהיר ותמציתי

שם העסק _____
אודות העסק/הבעלים _____
המוצרים/השירותים _____
לקוחות _____
צוות _____
חזון _____
שותפים _____
מוצרים בפיתוח _____
סטטיסטיקה (מחזור עסקי, גידול במכירות ועוד) _____
פרטי התקשרות _____

❖ אפיון חומרים שיווקיים:

תשתמשו במילות המפתח באתר וכל כתיבה שלכם במרשתת.
חומרים שיווקיים- ויזואליים וטקסואליים- כלל מסמכים שמייצגים וממתגים את העסק:

- לוגו, פרופיל העסק, תכנית עסקית, תכנית שיווקית
 - מידעונים תקופתיים, עלוני פרסום/פליירים, קטלוגים, חוברות וגלויות
 - מוצרי פרסום- מתנות, דוגמיות (מחזיקי מפתחות, כובעים ועוד)
 - באנרים, מודעות במרשתת
- רצוי למנוע עומס חזותי. רצוי פונט אחיד, הדגשות יתר, התאמה בין צבעים לצבעי לוגו.
 - אחידות ועקביות מחזקים את המותג.
 - להקטין את כמות המלל, לשלב תמונות (שמדברות בעד עצמן)
 - להקפיד על פסקאות, מרווחים, בדיקת איות, פניה בגוף רצוי, מונחים מקצועיים ועוד.
 - להציג את המידה החשוב בשתי פסקאות ראשונות- פירמידה הפוכה.
 - להגדיר רעיון מרכזי אחד בכל פסקה.
 - להשתמש במילות מפתח ברורות, מובנות (בשפה שהלקוח מחפש/משתמש)
 - להשתמש בבולטים/כותרות משנה

- לאפשר התמצאות קלה באתר
- עיצוב אחיד ו"נקי"
- אלמנטים גרפיים רלוונטיים
- שפה בהירה
- לעדכן מדי פעם את התוכן היוזאלי והטסטואלי
-

עלויות של הקמת האתר עשויות לכלול:

- רכישת דומיין
- אפיון
- תכנים ותוכן טקסטואלי
- עיצוב
- תכנות, ממשקי ניהול ותמיכה טכנית
- אירוח האתר
- קידום (כולל אינדקסים רלוונטיים, רשתות חברתיות ומקצועיות, פורומים, בלוגים)

המלצות לניהול דיאלוג עם אנשי מקצוע (מעצבים, כותבים תכנים ושיווקיים, מתכנתים, ..)

- לדעת לפני הפגישה עם מי נפגשים, לבדוק עבודות קודמות
- לדעת להגדיר מי אתם, מהות העסק, קהל היעד, מה רוצים לשדר/ לייצג כלפי הלקוחות
- להביא דוגמאות של אתרים/פרסומים שמצאו חן בעינכם.
- להגדיר במפורש מה לא לעשות- איזה צבעים למשל לא רצויים.
- במידה ויש לכם סקיצה של עיצוב רצוי- יסייע!

"כישלון הוא רק הזדמנות להתחיל מחדש בדרך נבונה יותר" הן קלר

עשייה פורייה,

צוות היגוי - קבוצת עניין

"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com

<http://www.ipts.org.il/?CategoryID=259>