

"נעשה עליך גוגל" או כיצד אנחנו יוצרים נוכחות מקצועית ברשת

שיחה אמתית בבית קפה (כנראה בין לקוחות ובעל מקצוע מתחום אדריכלות ועיצוב, בסוגריים הערות שלי):

"... על מי חשבתם לתפקיד של..."

- על,

- ומאיפה שמעתם עליהם?

- המליצו לנו (הנה השיווק האהוב על רובינו- מ"פה לאוזן")

- וראיתם מי זה בדיוק?

- טרם, "נעשה עליהם גוגל" ואז נחליט..."

מוכר, לא? מי מאתנו אחרי ששומע על השירות המסוים, העסק, טכניקת טיפול, סרט, ספר, מאמר או איש מקצוע לא הולך למחשב ו"עושה על זה גוגל"?

GOOGLE, גוגל "גוג" אל... (כאן אמורה לבוא קידה 🤖)

גוגל- כבר מזמן הפך למילה נרדפת ל"קיימות ונוכחות". "איך אתה קיים ועוד לא שם?"

ניסיתם פעם "לעשות גוגל" על עצמכם? זאת יכולה להיות חוויה מרתקת- איך הסביבה "עלולה" לתפוס אותנו ממה שמתגלה או לא מתגלה לעיניה ברשת.

נכון, כשמדברים על יצירת נוכחות באינטרנט (מרשתת), ישר לרובינו קופץ לראש "עלי לבנות אתר"?

חכו, אל תמהרו... זאת לא האופציה הראשונה בסדר העדיפויות ליצירת נוכחות ברשת (בניתוח עלות-תועלת ומבחן המציאות), נפרט על כך בפוסטים עתידיים בבלוג.

הפעם נתמקד באיך ניתן ליצור נוכחות ברשת באמצעים די פשוטים ובעלות והשקעת זמן נמוכים יחסית.

אך קודם כל, בואו נגדיר לעצמינו –**למה לנו, הפיזיותרפיסטים, להיות נוכחים ברשת?**

נכון, שרוב האנשים לא בוחרים את המטפל שלהם לפי חיפוש באינטרנט (גם בעקבות האמירה הזו- נין לשאול את עצמינו "אומנם? האם זה עדיין נכון?"), וחלק ניכר מאוכלוסיית היעד לא בהכרח בעלת אוריינות אינטרנטית, אך חלק ניכר אחר- כן, בייחוד מעצבי דעת הקהל ובעלי השפעה.

יצירת נוכחות מקצועית ברשת- בעידן המודרני זאת אחת הדרכים היעילות להתרשם מהמקצועיות, הידע העשייה ואולי גם מ"סגנון האישיות" של המטפל ואיש מקצוע. ובעקבות כך לשקול להזמינו להדריך, להרצות, ללמד, להציע לו לקחת חלק במיזם, לעשות אתו "עסקים" או להציע שיתופי פעולה...

שווה השקעה? בוודאות! לכל איש מקצוע ששואף לקידום ו"טביעת רגל" בתחומו כדאי לשאול את עצמו מדי פעם, "כיצד אני "מעלה" את הידע, הכישורים והיכולות שלי למודעות של הסובבים באמצעות רשת?". (ולא מדובר רק העל העלאת מאמרים לכתבי עת מקצועיים, אלא בנוסף לכך ליצור נגישות לקהל רחב)

אנחנו לא מדברים על קידום ממומן, כאן החוקים פשוטים יותר- שלם וקבל. אלא על "קידום אורגני"- "עשה זאת במו ידיך".

בואו נראה כמה דרכים, שכמובן גם דורשות השקעה- אך פשוטות ויעילות יחסית לשאר האופציות.

קודם כל, לפני שאתם מתחילים- תחשבו על כמה **מילות מפתח** (מילים באמצעותן הגולש מגיע אל התכנים שהעלאתם לרשת, קרי- מחפש שירות או מוצר כפי שאתם מציעים). (גם על סקר מילות מפתח נפרט בפוסטים בעתיד) לצורך זה כדאי להשתמש בכלי **GOOGLE ADWORDS**

(חפשו בגוגל, אנחנו לא מצליחים לשמור כאן את הלינק)

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

אחר כך תצרו **תכנים מקצועיים/פרופיל אישי** בשילוב מילות המפתח (ראו המלצות " התכנים השיוקיים" בעמוד קבוצת העניין <http://www.ipts.org.il/Uploads/dbsAttachedFiles/113.pdf>).

איפה תוכלו לפרסם את התכנים?

1. למשל **באתרי מאמרים**- לא לפרסם אותו במאמר בדיוק בכמה בו זמנית, מבחינת הגוגל נחשב כהעתקה וזהמוריד "דירוג" בקידום (תפרסמו בכל מקום עם שינויים קטנים. זכרו- יותר נוכחות- יותר דירוג):

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

<http://www.like2read.co.il/>

<http://www.academics.co.il/default.aspx>

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

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

ועוד רבים אחרים

2. **בבלוגים- אישיים ומקצועיים** <http://www.cafe.themarker.com/>

(<http://www.tapuz.co.il/blog/>) כמונו TAPUZ

והאחרים

3. **רשתות חברתיות**- ניתן גם לשקול יצירת עמוד ממותג/מקצועי (גם בנושא הזה נעסוק בעתיד)

facebook

twiter

youtube

delisious

