



5 העקרונות לפרסום **חינם** בפייסבוק

שלום, אם אתה לא ממש מכיר מודע למה שקורה בפייסבוק, אני אתחיל בסקירה כללית. פרופיל אישי: כל מי שרוצה להירשם צריך לפתוח כרטיס / פרופיל אישי המכיל את כל הפרטים שלך: שם, מייל, מגורים איפה למדת? איפה אתה עובד? וכו.... לאחר מכן אתה יכול להזמין אנשים אחרים להיות חברים שלך. מה זה אומר? עכשיו אתם קומונה, ויש לכם חצר משותפת שקוראים לה הקיר. כל דבר שארשום בפרופיל שלי או בקיר, כל החברים שלי יראו. אני יכול לחלק את החברים שלי לקבוצות, משפחה, מבית הספר, מעבודה... הפוסטים שיפורסמו בקבוצה יהיו חשופים רק לחברי הקבוצה, הם גם יקבלו התראה על כך.

אז תכלס, בוא נעבור על חמשת העקרונות לפרסום חינם בפייסבוק.



פרופיל עסקי ולא אישי

אהבתי ✓

מנהלי פייסבוק רחוקים מלהיות פראיירים. לפייסבוק חשוב מאוד שתהיה הפרדה ברורה ומוחלטת בין עסקים לבין אנשים בתוך פייסבוק. לצורך זה פייסבוק מאפשרים לעסקים לפתוח עמוד עסקי. עמוד עסקי אוסף לייקים ולא חברים. הרבה יותר קל לקדם אותו ולראות סטטיסטיקות שיעזרו לך לנהל אותו.

היתרון המשמעותי שיש לעמוד עסקי הוא שיש לך שליטה על מה שהגולש רואה ברגע שהוא נכנס. ישנם מספר ריבועים שניתן לעצב בצורה אישית ושניתן לשחק עם המיקום אליו הם מובילים. אפשר לדוגמא שהריבוע הראשון יהיה "מבצעים" או כל דבר אחר שיגרה את הגולש ללחוץ על זה ולמעשה "לגלוש אצלך באתר". השימוש בריבועים הללו בשילוב עם עיצוב אישי של העמוד העסקי שלך הוא קריטי על מנת לייצר תנועה איכותית של גולשים בתוך הדף שלך. **מה שחשוב זה כמות הלידים שהדף שלך מייצר ולא כמות הלייקים!**

טעות מרה, פתיחת עמוד עסקי על גבי פרופיל אישי. כך, אנשים לא ירצו להיות חברים שלך ולא תשיג את המטרה.



ככה, הרבה יותר טוב:



פייסבוק לא נועד לקדם מכירות, אלא ליחסי ציבור

מה אנשים עושים בפייסבוק? הם נכנסים רואים תמונות של חברים, קוראים סטטוסים של חברים, רואים סרטונים מצחיקים וכו' - בקיצור זה אתר שאליו אנשים נכנסים להתעדכן עם מה שקורה לחברים שלהם ועל מנת לקבל אתנחתא במהלך היום ועדיף שזו תהיה אתנחתא מצחיקה. לעומת זאת כאשר מישהו מחפש משהו בגוגל אז אנחנו מסתכלים על סיטואציה שונה. כשמישהו מחפש משהו בגוגל הוא הרבה יותר ממוקד. במצב הזה ניתן לפרסם לו וניתן למכור לו. זה ממש לא המצב בפייסבוק. רוב בעלי העסקים לא למדו לנצל את השוני הזה לטובתם.

פייסבוק היא פלטפורמה מצויינת ליח"צ.

אנשים יגיבו בשמחה לדברים אישיים ואף לעיתים שטותיים. דוגמא לפוסט עם סיפור אישי שיזכה אני מניחה לעשרות תגובות:

לא פרסמת לא עשית.
הלקוח שלך מרוצה?
שולח לך פידבק חיובי?
פרסם, שכולם יגלו
(מה העסק שלך שווה :)

דוגמא לפוסט שמעורר תגובות (-):

The screenshot shows a Facebook post from a page named 'תעודת הוקרה fresh studio'. The post text is in Hebrew and expresses gratitude for a customer's feedback. It says: 'התעודה הזו הגיעה הבוקר עם שליח. תענוג להתחיל ככה את היום.' Below the text is a colorful graphic with the words 'תעודת הוקרה' and 'fresh studio'. The post has 2 likes and a comment box is visible at the bottom.



Alice Krashchin

October 3 near Ramat Ef`al via mobile

היום נפגשתי עם לקוח שהתעניין באתר בתחום האוכל. העניין הוא שהגעתי רעבה, והוא הראה לי תמונות של אוכל מגרה. מה שקרה שקרקרה לי הבטן ברמות אחרות, בוא נגיד ששמעו את זה למרחוק... וזה לא הפסיק! מקווה שהקיבה שלי לא הפילה את העסקה."

Like · Comment · Promote · Share

Galbeel Lewi, Yael Guelman, Maya Guelman and 22 others like this.



Spencer Hazout ... אל תדאג הוא יסגור איתך...

October 3 at 7:51pm via mobile · Like



Nikolay Soldatenko גם לי זה קרה בפגישה ראשונה עם יעל והיום ברוך השם אנחנו נשואים

October 3 at 9:58pm via mobile · Like



Write a comment...

תמונות שוות יותר מאלף לייקים

אנשים אוהבים תמונות!

פחות אוהבים לקרוא פוסטים. כמה שעות אנחנו רואים טלוויזיה ביום? תמונות... קצת פילוסופיה עכשיו: כשמבקשים ממך להזכר במשהו, המיינד שלך מעלה תמונה של אותה סיטואציה.

תרגיל:

עצום עניים והיזכר בחתול, ...ראית חתול נכון? לא ראית את המילה חתול, אלא את החתול בעצמו.

עוד דוגמא:

היזכר שנסעת באופניים כשהיית בן 5... נכון שהמיינד שלך הביא לך את התמונה תוך חלקיק שנייה?! ככה בדיוק אנשים יזכרו את התמונות שאתה מעלה ולא יזכרו את הטקסטים הארוכים.

תמונה שווה אלף לייקים, כי התמונה נשאת והלייק נעלם.



בדיחות ואנקדוטות

בדיחה קצרה יכולה לגרור פוסטים באורך הגלות, ואתה נשאר בתודעה של האדם ימים ארוכים. זכור את הסיבות שבגללם אנשים נכנסים לפייסבוק. גם העמוד העסקי שלך צריך לשקף את הסיבות הללו. אתה מעוניין שאנשים יהיו מעורבים בתוך העמוד שלך. שהם יגיבו, ישתפו יעשו לייק. בדיחות עושות את זה. חפש בדיחות שקשורות לתחום שלך.

המטרה שלך היא שהעמוד שלך ייחשף לכמה שיותר אנשים ושבמהלך החשיפה הזו אתה תשב להם בראש. אתה רוצה להרגיל אותם לראות פוסטים ממך, אתה רוצה להביא אותם למצב שהם חושבים עליך מדי יום.

בדיחות מאפשרות לך לעשות את זה מבלי להיות נודניק.

כשהוא או חבר שלו יצרכו שירות ממך, הם יזכרו שאתה קיים וימליצו עליך.



איך להוביל בצורה נכונה גולשים מהפייסבוק לרשימת הדיוור שלך

מי שרוצה למנף את הפייסבוק בצורה נכונה יותר צריך להשיג את הפרטים של הגולשים בעמוד העסקי שלו, למשל: שם, מייל, טלפון.

איך עושים את זה? הקימו עמוד נחיתה באחת מהמערכות לדיוור מיילים

(אני ממליצה על **שלח מסר**: <http://www.sendmsg.co.il/minisite/?affiliate=3504>),

הבטיחו לגולש הטבה שווה בתחום העיסוק שלכם. חשוב שההטבה תהיה בעלת ערך ללקוח, מן הסתם.

למשל, יועץ עסקי יציע ספר דיגיטאלי "איך להגיע למליון הראשון",

<https://n.sendmsg.co.il/Minisites.aspx?p=17408-2197794816-3504>

דוגמא נוספת, גדלים שימושיים בפייסבוק:

<https://n.sendmsg.co.il/Minisites.aspx?p=17409-2197921068-3504>

המעוניין ימלא את השם והמייל ויקבל למייל חזרה את ההטבה.

בצורה הזו תוכלו להגדיל את רשימת התפוצה שלכם,

אז גם תוכלו לדוור להם מבצעים שונים באופן חוקי, סיפורי הצלחה מצולמים (בעידן הטלפונים החכמים, אפשר

להעלות סרטונים בקלות), טיפים בעלי ערך ועוד.

את דף הנחיתה הזה אפשר להטמיע בדף העסקי שלכם (בריבועים שנמצאים בחלק העליון) או שניתן לשים אותו

בתור פוסט על הקיר שלכם.

מקווה שהחכמתם, עכשיו נשאר ליישם.

הילה שבתאי

מנכ"ל FRESH פתרונות שיווק

03-6315536

hilas@pirsum4u.com

www.pirsum4u.com

עיצוב גרפי | בניית אתרים | מיתוג | Fresh Studio

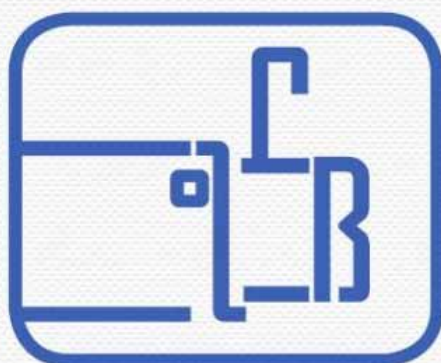
8 אוקטובר



מיואש? לא מצליח להעלות תמונות בצורה נכונה?
הורד את המדריך שלנו לגדלים שימושיים
בפייסבוק.



פתרונות שיווק פשוטים | סטודיו לעיצוב גרפי



**גדלים
שימושיים
בפייסבוק**

האם גודל תמונת הנושא ידוע לך?
מה עם תמונת הפוסט?
מלא הפרטים, וקבל את הגדלים
המדויקים וטיפים נוספים.

זואר אלקטרוני*
שם פרטי

אני מעוניין במדריך לפייסבוק