

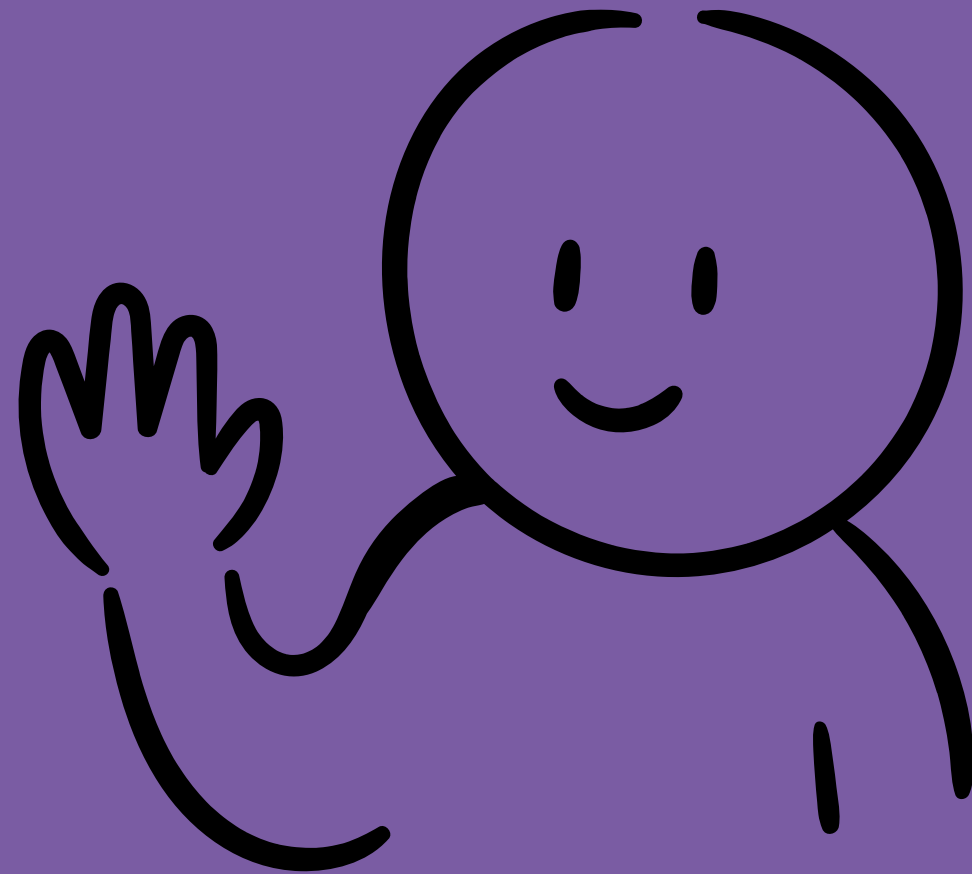
היחידה

שליחות חינוכית ציונית

מעבר לים, בתוך הפיד:
שיווק וסושיאל הלכה
למעשה

שיווק

נעים להכיר



אֶמְבָּר אַמוּיָאָל | מנהלת שיווק וגיוס, היחידה לשליחות
בוגרת האוניברסיטה העברית במדע המדינה,
תקשורת ועיתונאות. בעבר עבדתי בדוברות משרד
התחבורה, בגיוס ובשיווק של פנימיית בויאר,
כתקציבאית במשרד פרסום ובתפקידי האחרון עבדתי
ב-Gitam IM BBDO שם ניהלתי את תחום שיתופי
הפעולה והפרסום.



מה ראינו כאן?

איזה רגש זה עורר בכם?

מה ניסו למכור לנו?

הסרטון עבד טוב לדעתכם?



Barbie Commercial 2018 - The Dream Gap Project

Tan Family

DREAM  GAP



Watch on  YouTube



מה ראינו כאן?

איזה רגש זה עורר בכם?

מה ניסו למכור לנו?

הסרטון עבד טוב לדעתכם?

בן יש פה מכירה של הזדהות ורגש
הם עוררו בנו רגש (הומור, נוסטלגיה,
זעזוע, שייכות) שמחבר אותנו לרעיון וזהות

אין פה מכירה
של מוצר

**הסרטונים עבדו כי הם חתכו את הרעש.
בעולם שבו כולנו מוצפים בתוכן דיגיטלי,
הסרטונים האלה הצליחו כי הם דיברו
בגובה העיניים, בלי פילטרים ועם המון
אותנטיות ותעוזה.**

אבל רגע לפני..

תפקיד מחלקת הגיוס והשיווק



הוצאה לפועל

ניהול קמפיינים בכל ערוצי המדיה ועבודה מול משרדי פרסום.
הפקות תוכן, אירועי גיוס וניהול הנכסים הדיגיטליים



אסטרטגיה וניהול המותג

בנייה ותחזוקה של מותג "היחידה" בקרב קהלי יעד.
תכנון אסטרטגי וניהול שיתופי פעולה וממשקים
פנים וחוץ ארגוניים



אופטימיזציה ונתונים

ניהול משפך המיון ושיפור יחסי המרה

כמה מושגי יסוד בעולם השיווק





מטרה

**התוצאה העסקית או התנהגותית
הספציפית שקמפיין, פעילות שיווקית או
אסטרטגיה שלמה נועדו להשיג בפרק זמן
מוגדר. במילים פשוטות: "מה נחשב
מבחינתנו
להצלחה, ואיך נמדוד אותה?"**



קהל יעד (Target) (Audience)

**הקבוצה המדויקת של האנשים שעבורם
נוצרו הפעילות או המסר, תוך הבנת
הצרכים והשפה שלהם. שיווק נכון לא
מנסה לדבר אל "כולם", אלא מתאים את
התוכן ספציפית.**

הנעה לפעולה (CTA – Call (To Action



**המשפט או הצעד הספציפי שמבקשים
מהקהל לעשות בסוף המסר. בלי הנעה
ברורה לפעולה, הקהל יכול מאוד ליהנות
מהפוסט או מהסרטון, אבל שום דבר לא
יקרה בפועל.**



המרה (Conversion)

**הרגע שבו אדם בקהל הופך מ"צופה
מהצד" ל"משתתף פעיל" שמבצע את
מה שקיווינו שהוא יעשה.**

בואו נבדוק אם הקשבם והבנתם



בואו נבדוק אם הקשבם והבנתם



בואו נבדוק אם הקשבם והבנתם



בואו נבדוק אם הקשבם והבנתם



כשהשיווק של הסוכנות יפנה אליכם

כשתרצו שאנשים יפגשו איתכם

כשתרצו להתייעץ

כשתרצו להתייעץ

**איפה השיווק יפגוש
אתכם בשליחות?**

כשתייצרו אירועים לקהילה \ לתנועה \
בקמפוס

כשאנחנו נבקש ממכם חומרים על
פעילויות או על עצמכם

בעונת הגיוס הבאה

בשליחות שלכם, המשאב הכי יקר הוא
הזמן והאנרגיה שלכם. שיווק גרוע זה
'לירות לכל הכיוונים' ולהתעייף.

שיווק חכם זה להבין מי הקהל, מה הערך
שאתם נותנים לו, ולפעול בדיוק איפה
שיש אימפקט

סושיאל

קצת עליי



- סיפורו של איש אחד וסושיאל טוב אחד
- 50 כלים לסושיאל
- קצת על הסושיאל של היחידה

Disclaimers

בשליחות (לפעמים) אתם לא עושים סושיאל לבד

אינכם מנהלי סושיאל.

או יוצרי תוכן.

אתם שליחים.

ממלכתיות

עמוד שליח

זהו סיפורו של איש

אחד

איש שגם כולכם מכירים (או לפחות שמעתם עליו)

איש עם אחת הפלטפורמות הכי חזקות בסושיאל

מאות אלפי עוקבים

מליוני חשיפות

אבל

הוא לא משפיע. הוא גם אף
פעם לא ניסה להיות.

בכנות, הפוסטים שלכם לא
ברמה גבוהה בכלל.

העמוד שלו התחיל מכך שהוא רצה לפרסם את דעותיו ומחשבותיו

וגם את התגובות שלו לדברים שקורים סביבנו כל הזמן

ואלו- גרמו לאנשים להתחבר
ולהרגיש חלק ולאט לאט
נוצרה סביבו קהילה אדירה

קהילה שאת הכוח שלה כולם מרגישים

חנוך דאום

עיתונאי, סופר, תסריטאי וקומיקאי – שלא
צריך את הסושיאל בשביל העבודה.
מכירים אותו גם בלי זה.



תכניות קשת / מיוחדים

מתגייסים למילואימניקים: הרשמה לפרויקט המיוחד של קשת 12 וחנוך דאום

קמפיין חדש עלה בקשת 12 בהובלת חנוך דאום ואנשי הערוץ לקידום העסקים של אנשי המילואים. לאחר שנתיים שבהן נקראו לשרת, נועד הפרויקט לשיקום בתי העסק ולעזור בחזרה לשגרה - ובמסגרתו יוענקו תעודות הוקרה שיגבו את ההערכה כלפי אנשי הביטחון. מילואימניקים, לינק להרשמה מחכה לכם בפנים

Hanoch Daum - חנוך דאום6 ימים ·

ארז הצדיק סיים עוד סבב מילואים ארוך בלבנון וחוזר לעשות את מה שהוא הכי אוהב- לטפח את הגינות שלכם!
אני מכיר את ארז אישית- מעבר לזה שהוא טחן עזה ולבנון בלי סוף, וגם הספי... עוד

היום הוא ממנף את זה לעשייה ענפה למען הקהילה

Hanoch Daum - חנוך דאום6 ביולי ב-11:26 ·

מי שעובר באיזור תל יצחק- זה המקום לאכול בו ❤️
** ... עוד

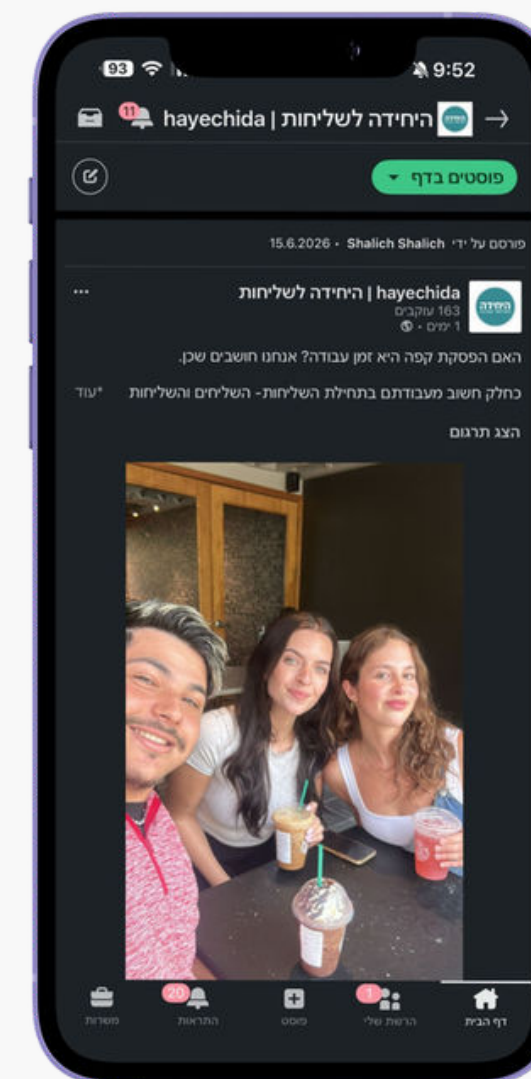
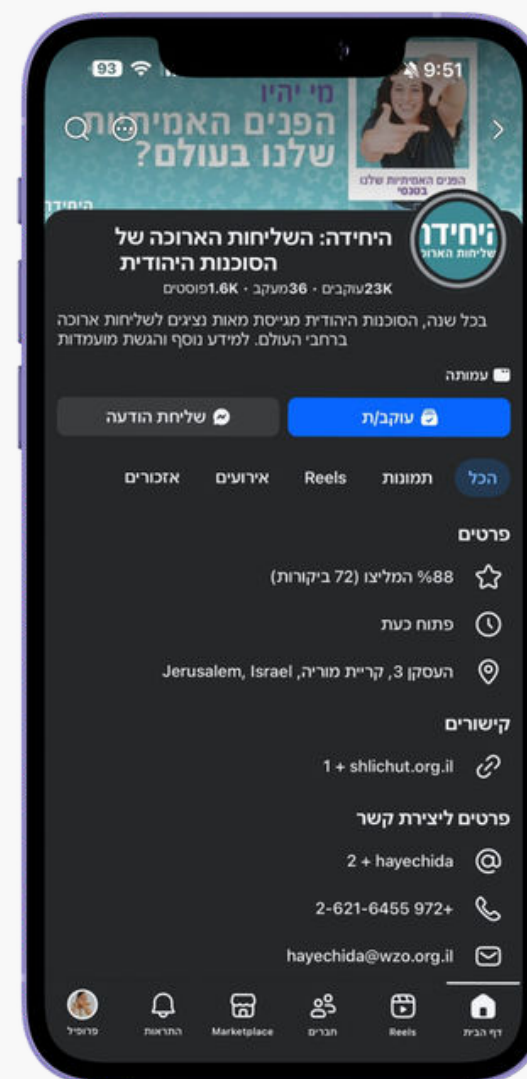
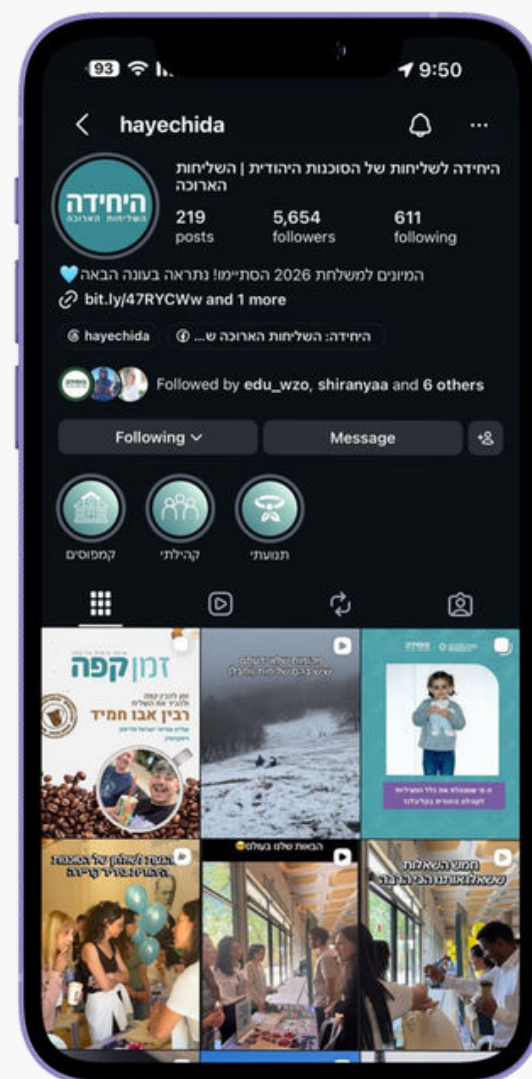
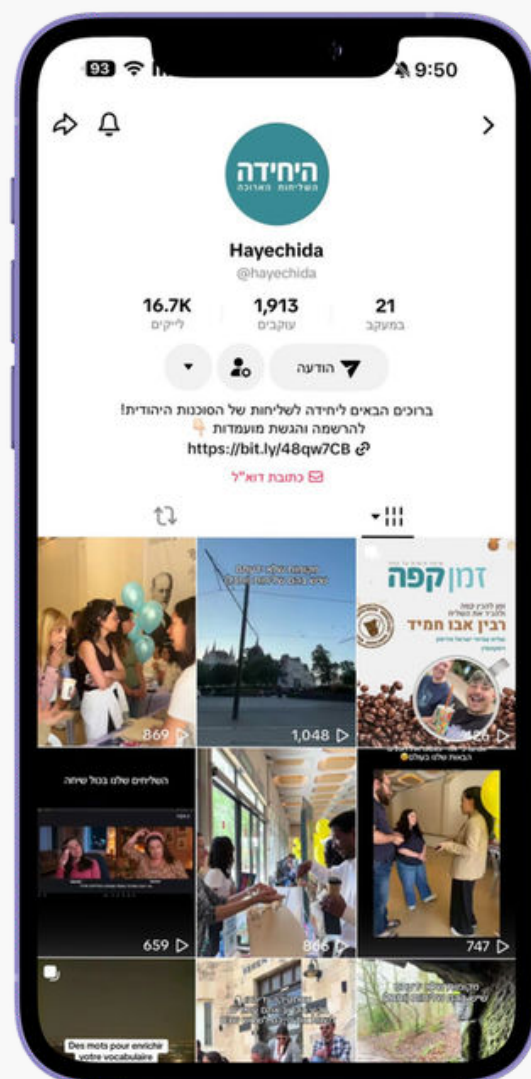
Hanoch Daum - חנוך דאום5 ביולי ב-20:38 ·

תראו איזו בחורה מרגשת
** ... עוד

**סושיאל טוב הוא לא אחד שלא
מפסיקים לעבוד בו.**

**הוא אחד שעושה שימוש חכם
בכלים שלרשותכם**

עמודי היחידה



הדרך לתיוג:

@Shalich

אתם הופכים לדמות ציבורית



לכול דבר שמפרסמים יש

מטרה

כל פוסט, (ובטח שהעמוד) צריך לענות על השאלות:

מי קהל היעד? < מי אמור לראות את זה?

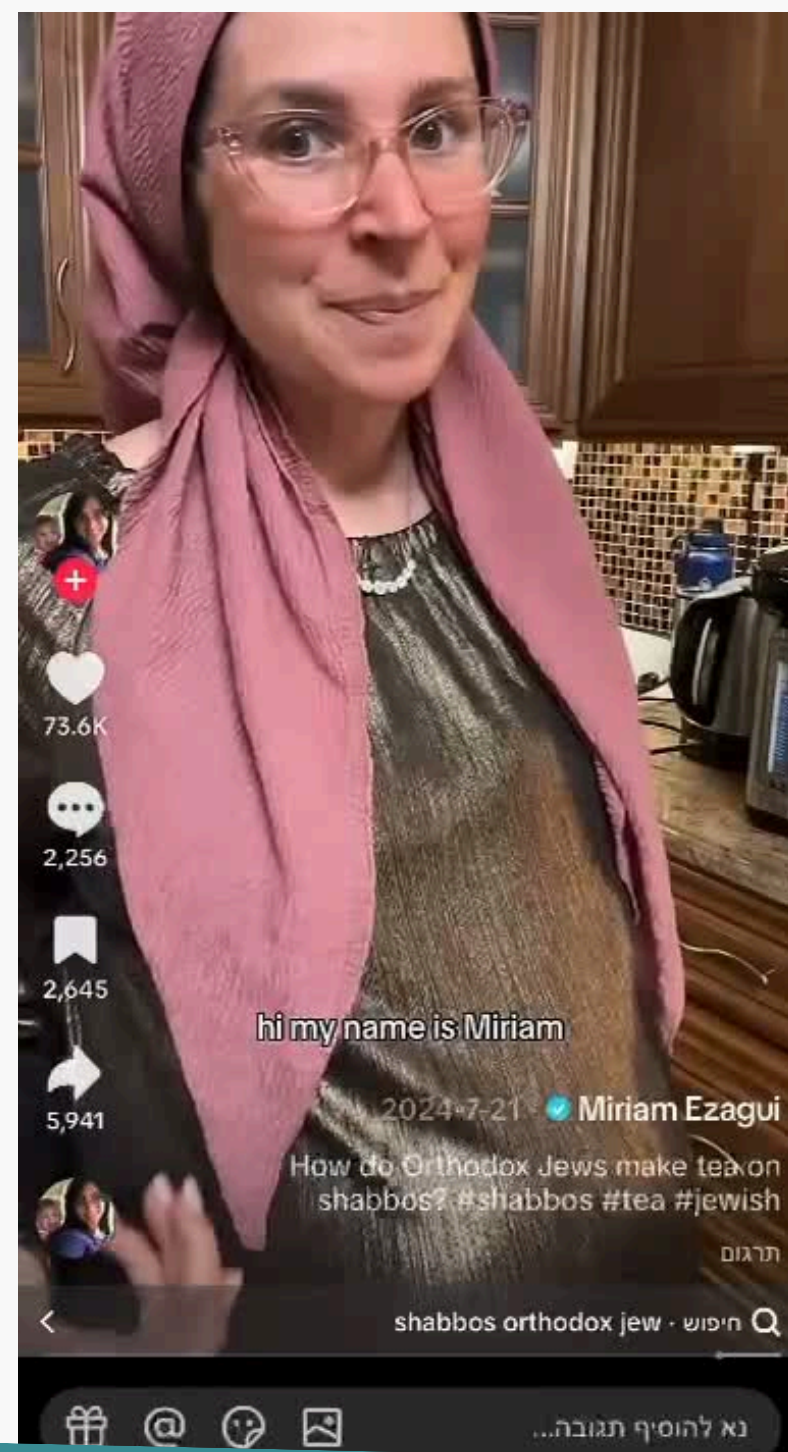
למה הם נכנסים לפוסט? < מה הערך שהם מקבלים או מה הערך

שהעברתי?

איזו פעולה הם אמורים לעשות? < לשלוח לחברים? לשמור את

הפוסט?

אתם הולכים להיות מזוהים עם ערכים מסוימים



יצירה של סימני

זיהוי

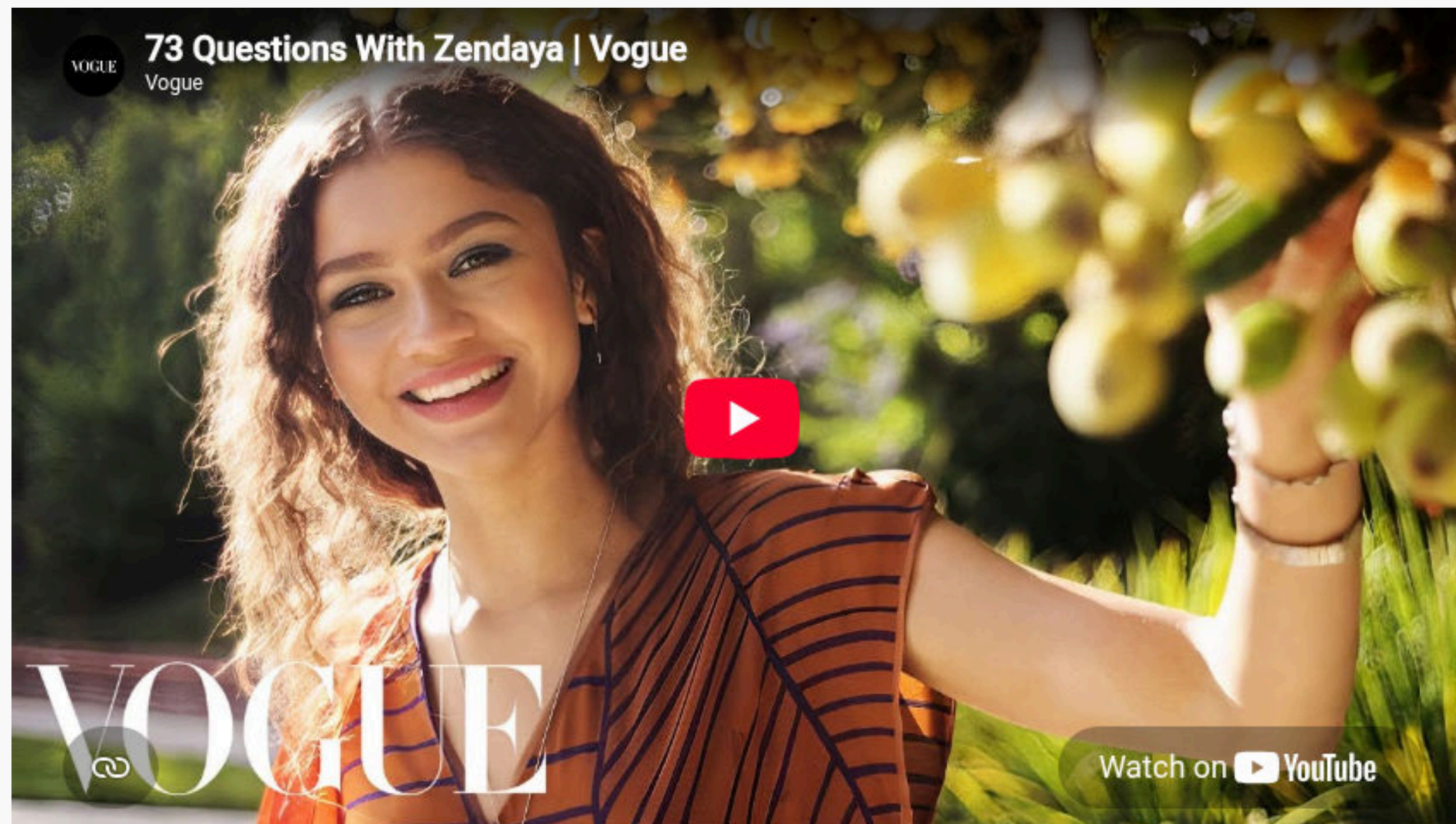
” אה וואי! זה העמוד של השליח!”

**בכל דבר שתפרסמו אתם רוצים לזכות
ב-3 השניות של החסד שבהם זוכרים שזה
אתם ורוצים להישאר בגלל העניין שבכם**

קרדיט: @brooklyn_shlichut



אתם הופכים להיות משהו קבוע



יצירה של פינות

קבועות

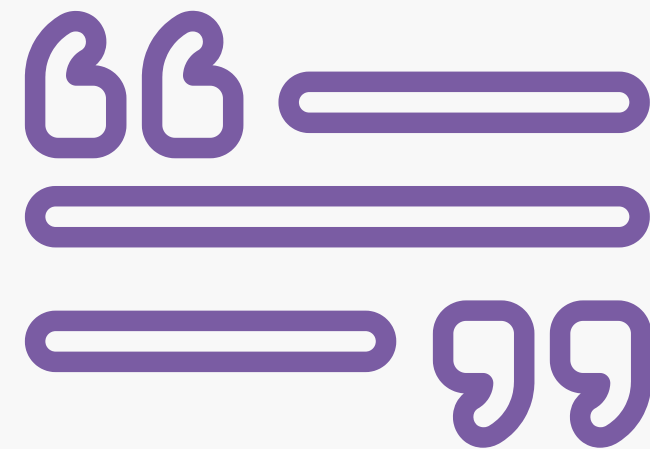
**פינה קבועה יוצרת מימד של ציפייה ומעורבות:
"אני מחכה לפינה/ אולי אופיע בתמונות"**

**וחשוב: להשתמש במה שיש לכם.
(רק ככה זה מקל עליכם)**

דוגמאות



**סיכום החודש
בתמונות**



**חמישה משפטים ששמעתי
השבוע ב-JCC**



**מילת העברית של השבוע
מהתלמידים של כיתה ב**



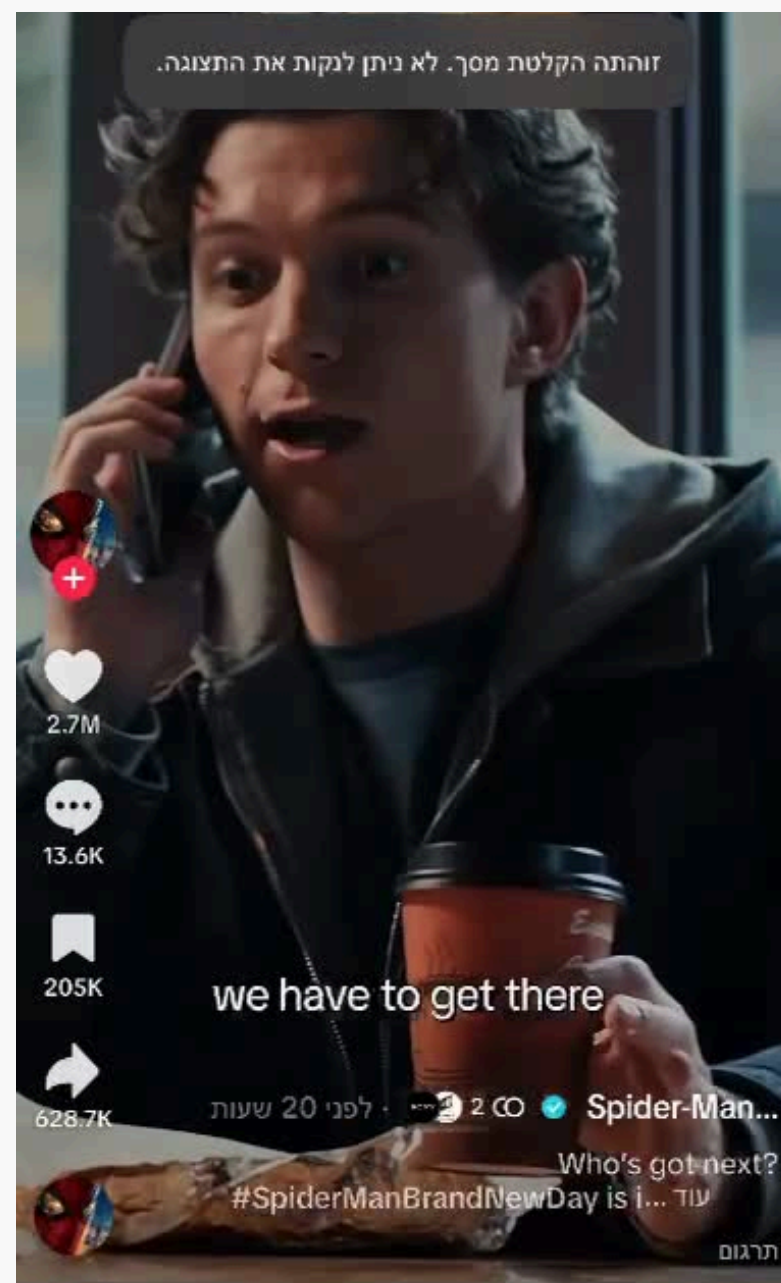
**האירועים שמחכים
לנו השבוע**

אתם תתכוננו לדברים מראש

השחר העולה:



אני יודעת שעומד להיות אירועי מונדיאל

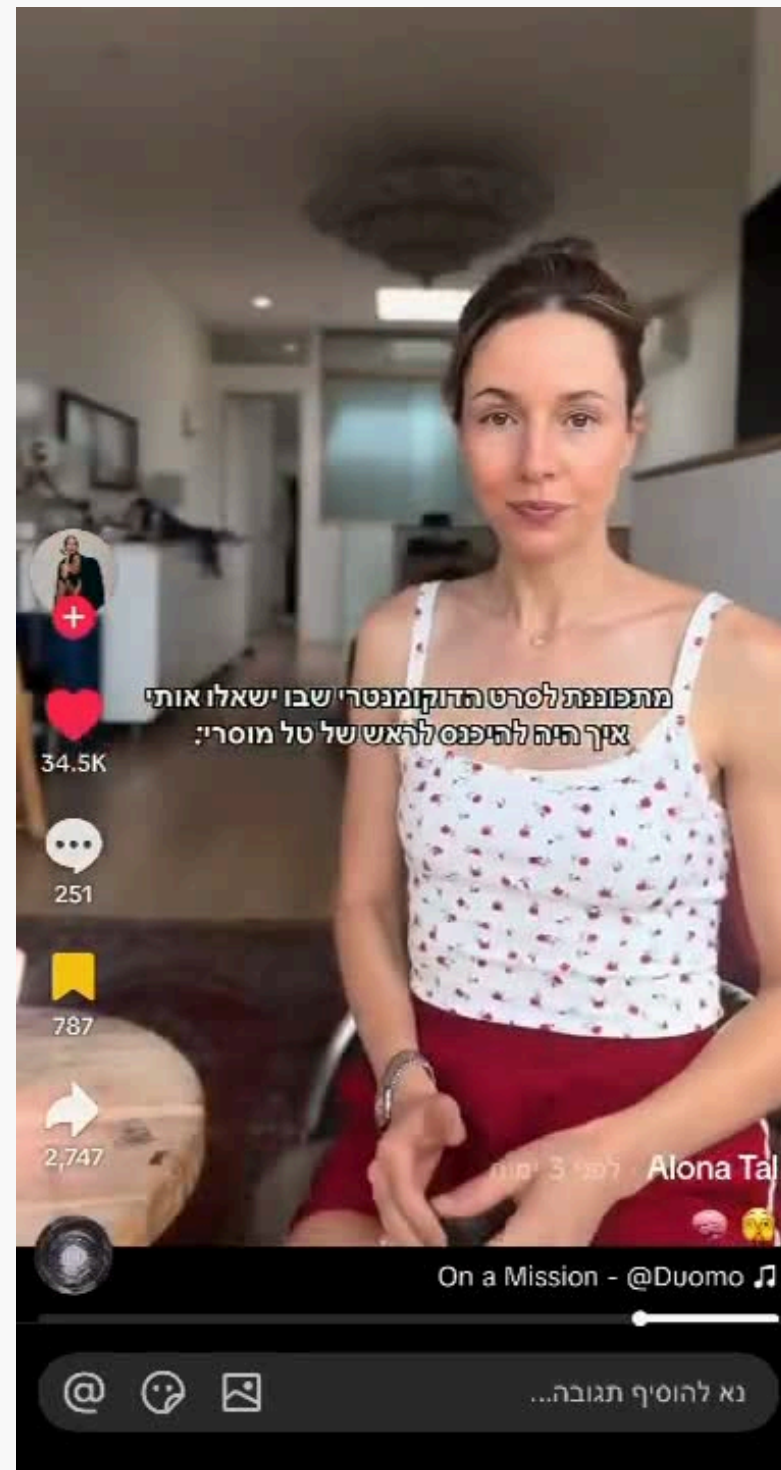


OBM

occasion based marketing

**התכנון מראש יוצר חיבור שלכם
לעשייה מבעוד מועד: ברכת חג שמח,
הכנה של פרשת השבוע והימים
הלאומיים**

אתם הולכים לדעת איך לאלתר בסטייל



RTM

Real time marketing

שמתם לב (או מנהלת הסושיאל שמה לב)
לסאונד שחוזר על עצמו בכל סרטון שני

+

רלוונטי לעולם התוכן שלנו (אף פעם לא בכוח)

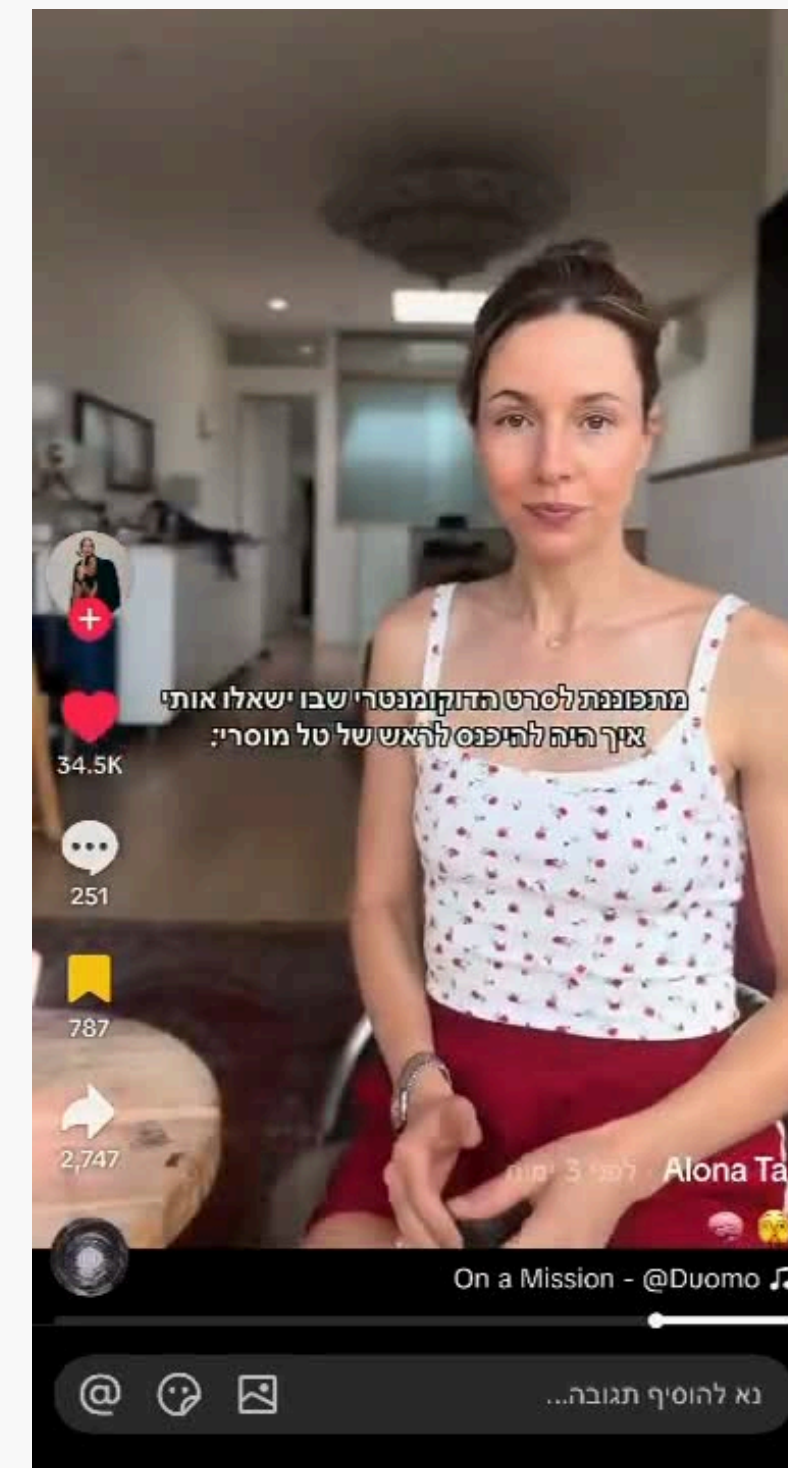
+

הגבתם לפניי שנהיה מאוס (וקרינג'י)

=

RTM מושלם

סאונד ויראלי מאוד בטיקטוק
+
קישור יפה ל"מותג" אלונה טל
+
יצא כמה ימים לפיצוץ הטרנד

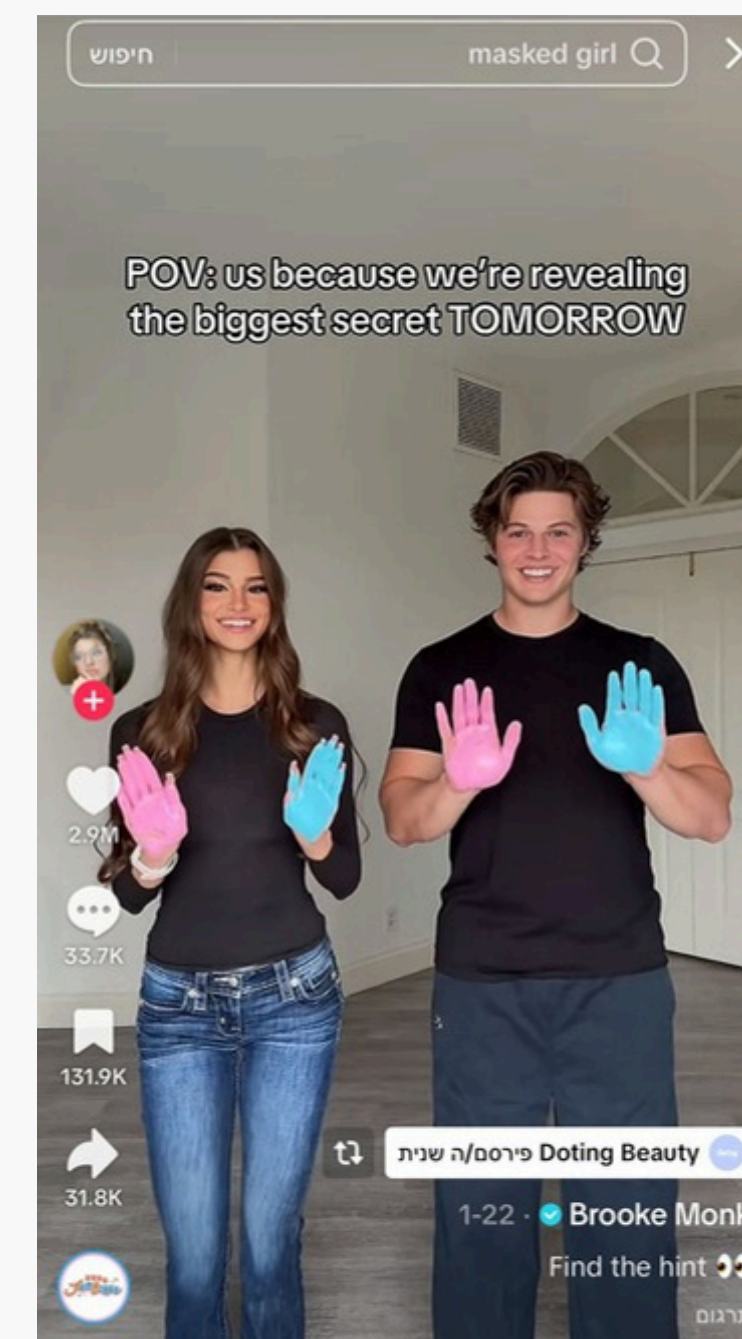
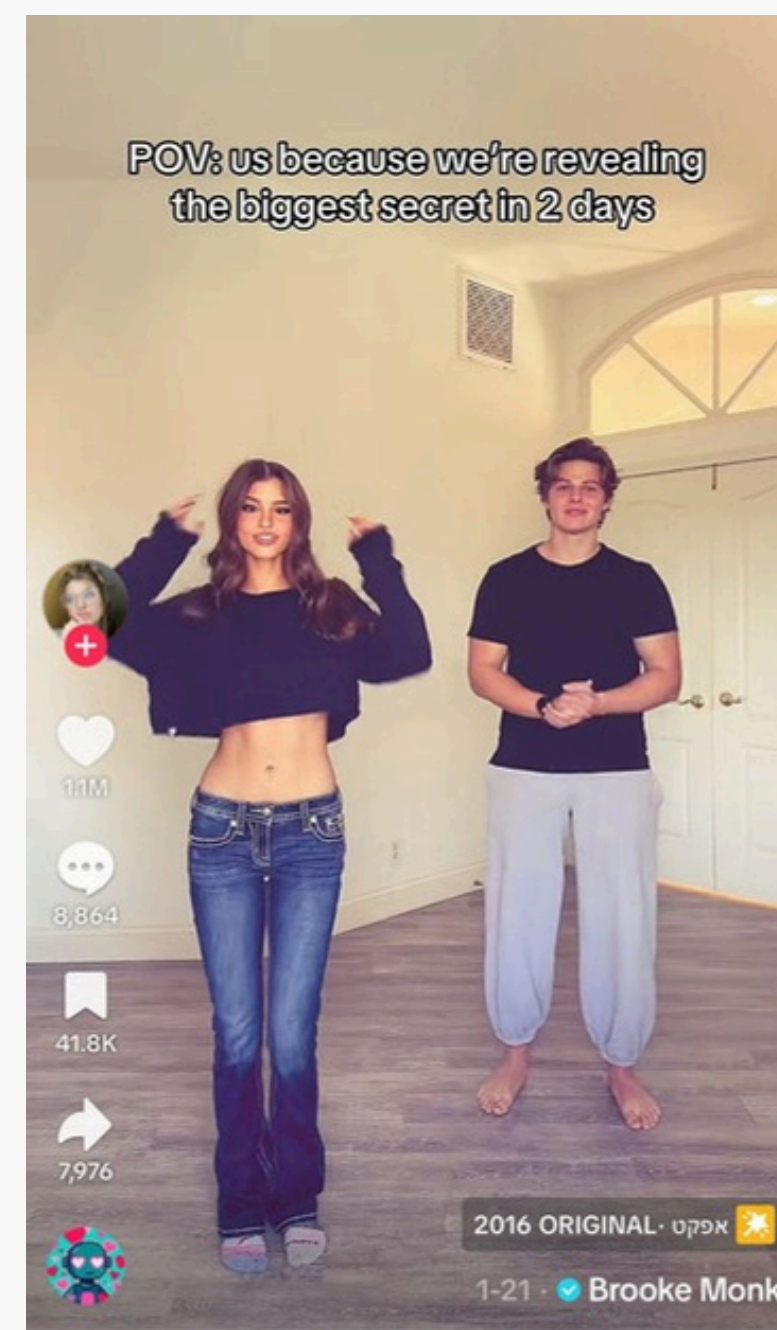
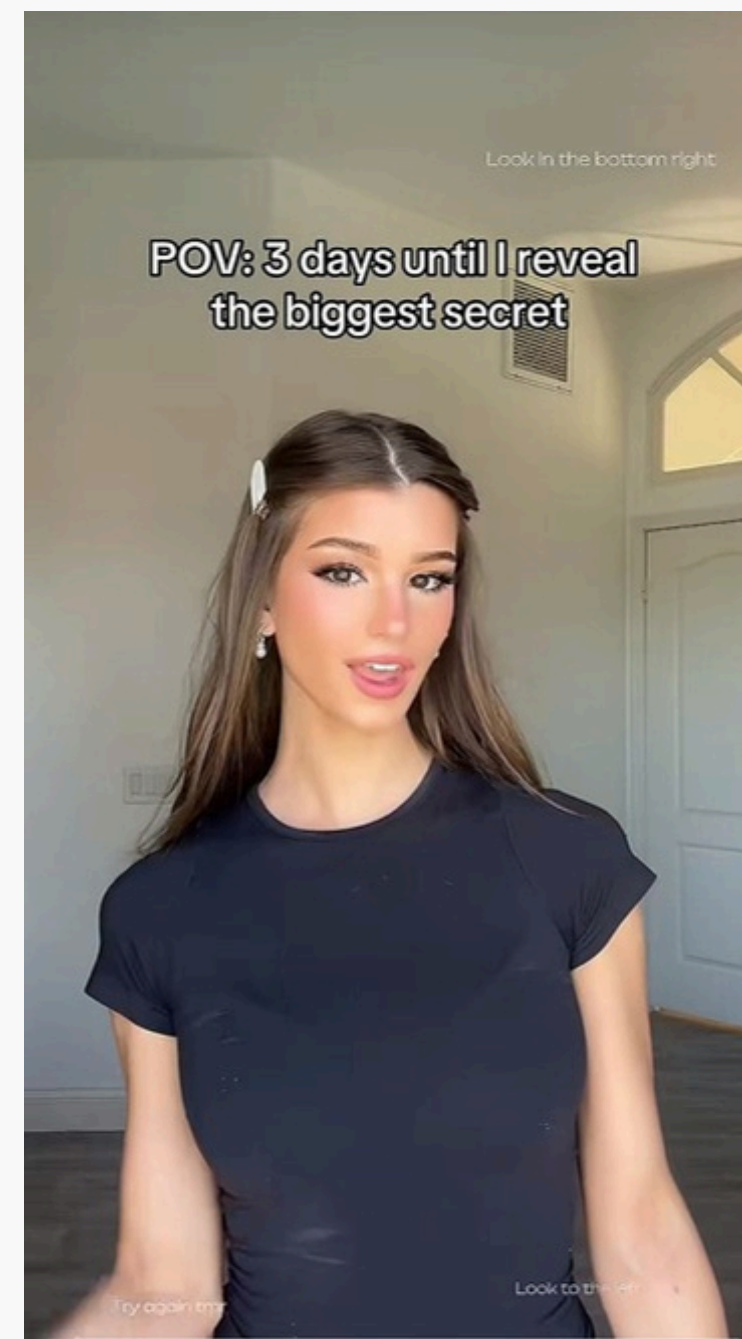
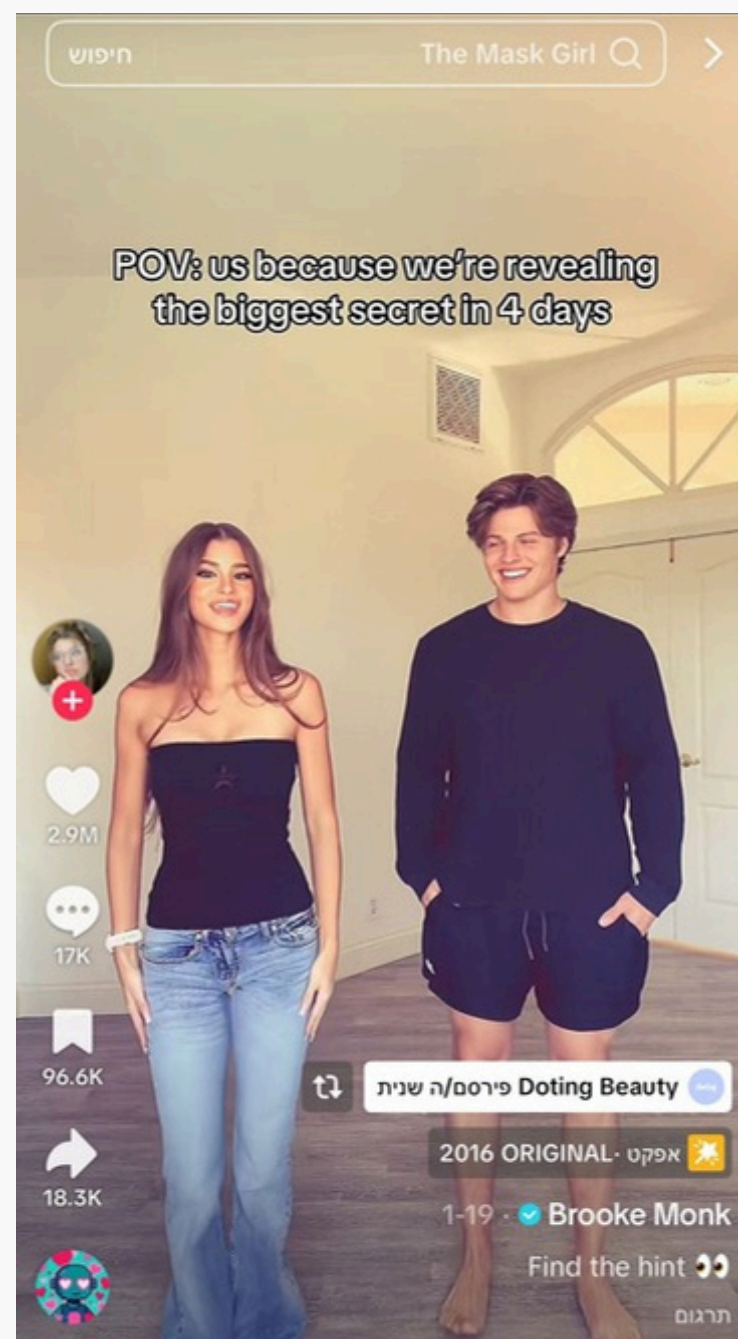


עמוד מבוסס RTM

**מגיב על הכול בזמן אמת:
על המלחמה, על הדחה
באח הגדול, על סרט
חדש שיוצא**



אתם הולכים ללמוד אין לספר סיפור



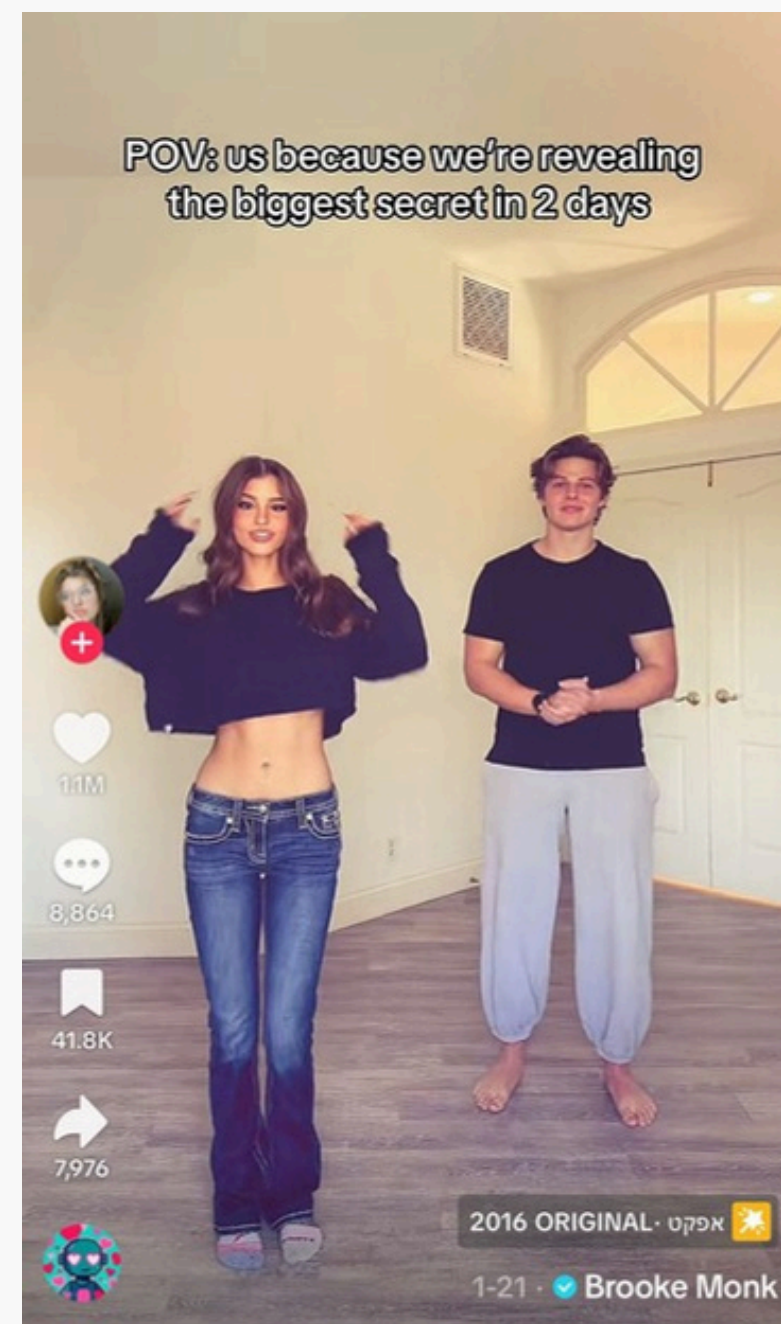
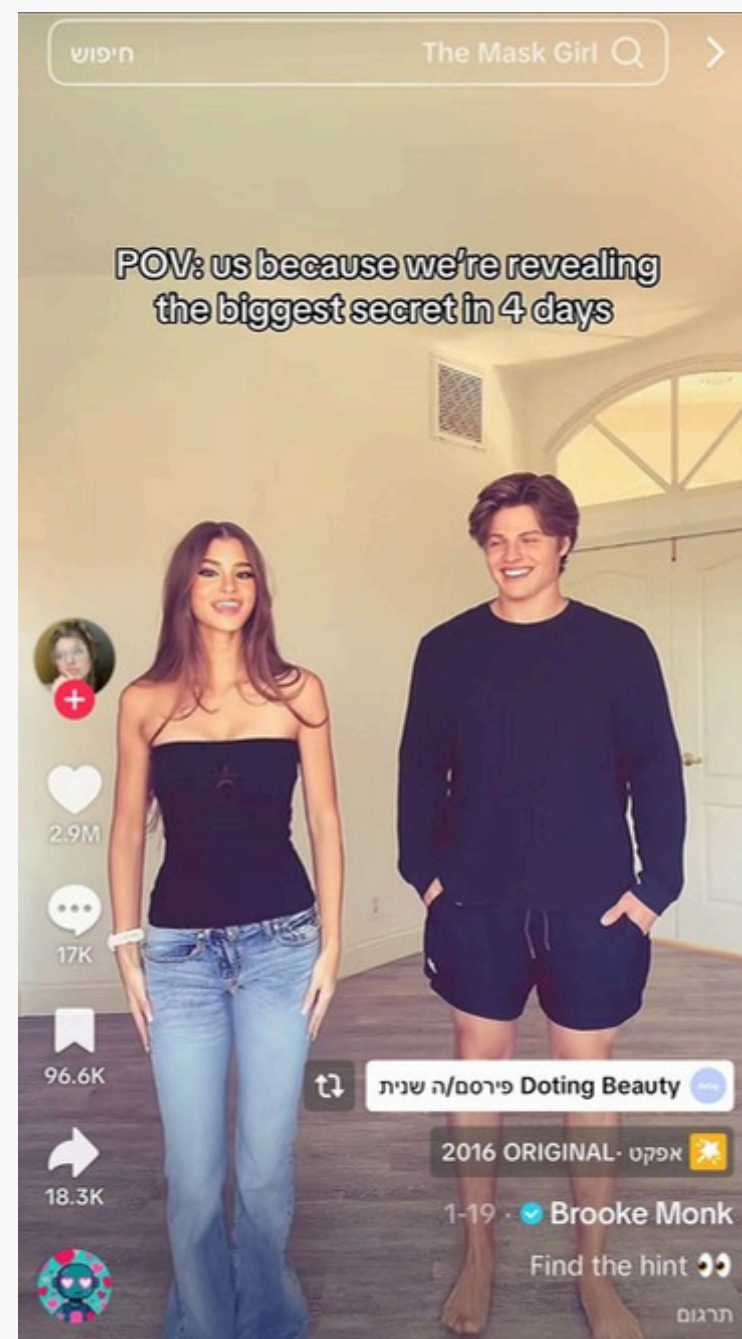
החשיבות המכרעת של

הוקים

לעורר סקרנות, לעורר רגש לתת ערך

דוגמאות:

**הרשימה, הווידוי, תנועה שנרצה
לראות אותה מסתיימת**



**"אני מתרגשת לספר לכם
את הסוד שלי עוד X ימים"
היא מופיעה עם חבר שלה
בסרטון הם מתחילים ריקוד**

**ביצירת תוכן בשליחות
צריך לעבוד חכם ויעיל:
לכו על מה שפשוט, קל
והוא הכי אתם!**

ללא קשר למקום ולזמן השליחות – סושיאל

טוב הוא סושיאל קשוב לעוקבים!

קחו זמן לענות, להגיב – ולגרום לקהילה

שלכם להרגיש חלק

פשוט לעשות!
אתם השגרירים שלנו בשטח:
מה שתציגו הוא גם מה שנראה

וקצת על הסושיאל

ביחידה



איך
זה
נראה?

הפרוייקטים המיוחדים

הפינות הקבועות שלנו:



קווים אדומים

- אין לפרסם שם מלא
- אין לפרסם מיקומים ספציפיים או דרכי הגעה אליהם
- אין לפרסם תמונות או סרטונים של ילדים ללא רשות הורה
- אין לפרסם מידע על שירות צבאי/ מילואים/ מדים
- אין לפרסם פרטים אישיים
- יש להפעיל שיקול דעת- אם יש ספק אין ספק

בואו נתרגל

Marketing Pitch

אתגר ה-12 דקות

מתחלקים ל-3 קבוצות
כל קבוצה תקבל כרטיסייה שבו יהיה כתוב אירוע שתצטרכו
לייצר עבורו קמפיין שיווקי שמפעיל את הרגש.

כל קבוצה תקבל 90 שניות בלבד על הבמה כדי להציג את הרעיון שלה לחדר
(בתוכן חי, משחק תפקידים או סרטון קצר).
מדד הניצחון (המרה): הקבוצה שתצליח לגרום להכי הרבה אנשים בחדר לקום
פיזית מהכיסא – מנצחת בקמפיין!

- טלפונים: בשביל לצלם סרטון קצר, להשמיע סאונד או טרנד מוכר, או להקריא משהו.
- אביזרים מהסביבה המיידית: הכיסאות (כדי לבנות מיצג או במה), כוסות קפה, עטים, תיקים, או הבגדים שלכם.
- המשאב הכי חזק – **אתם עצמכם!**

**יש לכם 12 דקות בלבד מדויקות! תחשבו
מהר, תהיו יצירתיים ותשתמשו בכל מה
שיש לכם בחדר.**

ב-ה-צ-ל-ח-ה

ערב ניתוח טקסטים או שירה ישראלית
ערב עיון וניתוח של מילים, שירים או סלנג ישראלי (למשל איך שירים של רביד פלוטניק מסבירים את התרבות הישראלית)

הרצאה על היסטוריה אדריכלית / תכנון עירוני
"איך ארכיטקטורה ישראלית ותכנון העיר תל אביב/ירושלים
משפיעים על מצב הרוח של התושבים"

הרצאת כלכלה / חדשנות אקדמית ממוקדת
איך המצאת מערכת הטפטוף של 'נטפים' שינתה את הגיאופוליטיקה
והיחסים הדיפלומטיים של ישראל עם אפריקה

דברו איתנו



תודה!

היחידה
שליחות חינוכית ציונית



הסוכנות היהודית
לארץ
THE JEWISH AGENCY
FOR ISRAEL



ההסתדרות הציונית
העולמית
THE ZIONIST ORGANIZATION
WORLD