

אסטרטגיית שיווק

בעידן הדיגיטלי

יאן (יאנקו) קוטליארסקי

קצת על עצמי:

- Director of Marketing, accessiBe
- מרצה על שיווק מ-2011
- מנהל את קבוצת "מקצועני פרסום בדיגיטל"
- מנהל את הבלוג yanyanko.com
- בעל הסמכה מטעם תכנית ה- Blueprint של פייסבוק



המטרה:

כיצד בונים תכנית שיווק בעידן הדיגיטלי?

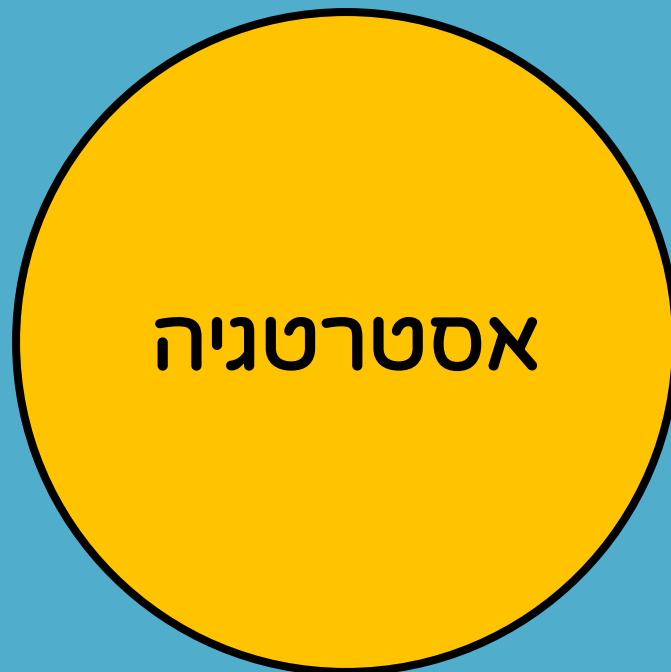
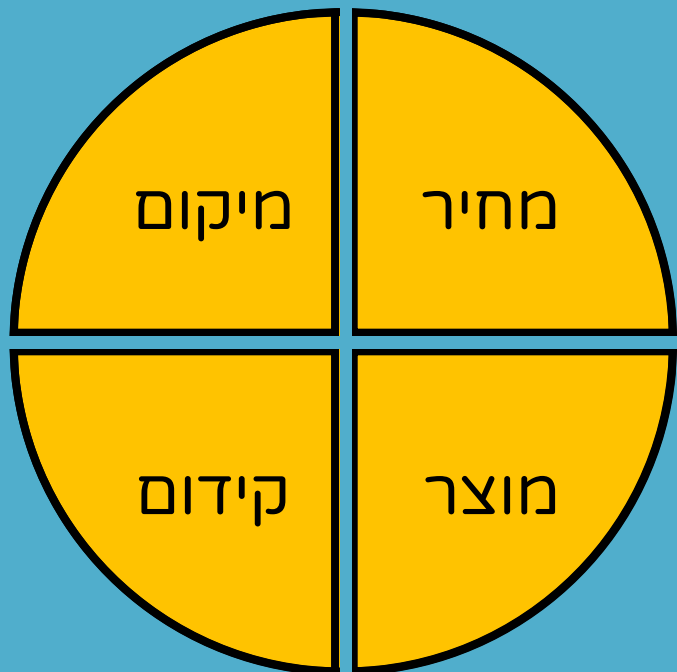
קמפיין לדוגמה

קידום מנויים לקאנטרי

פליירים

- תקציב: 25,000 ₪
- חשיפה: 60,000
- CPM: 415 ₪
- כמות פניות: 800
- אחוז פניות: 1.33%
- עלות לפנייה: 31.25 ₪
- סגירות: 120
- עלות לסגירה: 6.66 ₪
- שווי סגירה: 10,000 ₪
- שווי סגירה כולל: 1,200,000 ₪
- ROAS: 48
- ערוץ פרסום:

תכנית שיווק





8.33%

קידום – מה האפשרויות?

טלוויזיה

פליירים

תוכן

רדיו

דפוס

אימייל

פרסום
בתשלום

דיוור ישיר

פרסום
חוצות

אפיליאציה

אתר

אוטומציה
שיווקית

קידום – מה ההבדלים?

חסרונות:

- רף כניסה יקר
- כמעט לא מדיד
- מיעוט ביכולת סגמנטציה
- אין אינטראקציה עם קהל

יתרונות:

- תת-מודע
- תפוצה רחבה
- חזרתיות

שיווק מסורתי

טלוויזיה

טלפון

דפוס

דיוור
ישיר

פרסום
חוצות

קידום – מה ההבדלים?

חסרונות:

- ריבוי ערוצים
- קושי למדוד ייחוס
- ריבוי עדכונים
- קושי לבלוט

יתרונות:

- ניתן לדיוק רב
- רף כניסה זול
- יכולות לחזור ללקוח בשלבים שונים
- קלות מדידה

שיווק דיגיטלי

אימייל

תוכן

פרסום
בתשלום

אתר

אוטומציה
שיווקית

אפיליאציה

אבל איך בוחרים?



מקרה בוחרן



הלקוח: פיצה צוקי

מרק צוקי החליט שהוא רוצה לפתוח פיצרייה.

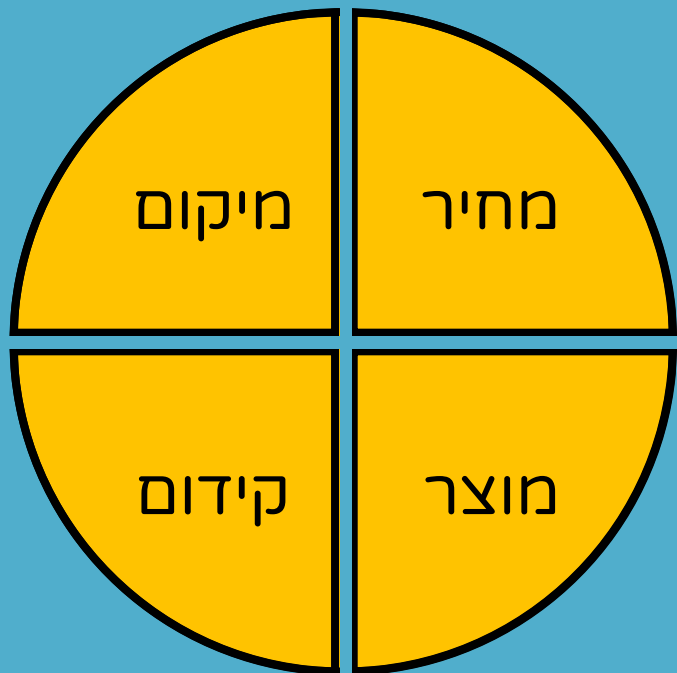
מצא מקום, שיפץ, השקיע, הביא עובדים, ציוד, חומרים ובעוד כמה חודשים יהיה מוכן לצאת לדרך.

צוקי פונה אליו ושואל:

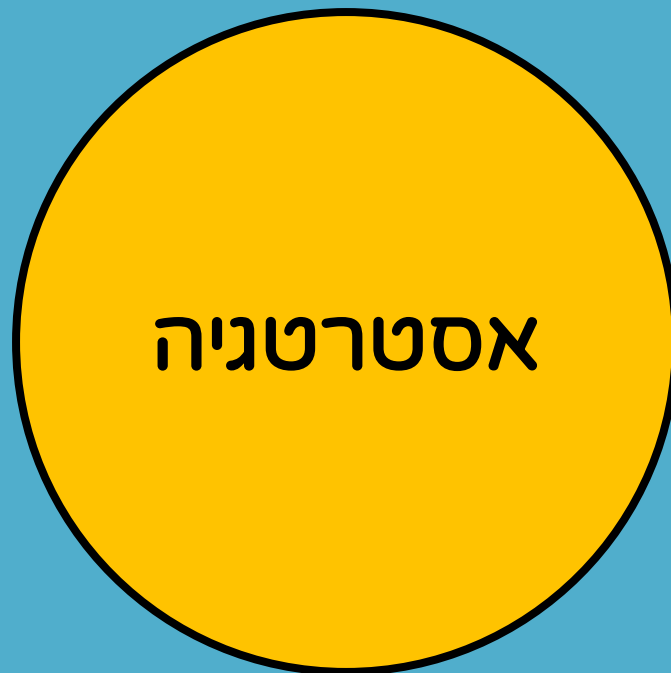
"יאן, אז מה אתה אומר, **אינסטגרם**? **טיקטוק**? נביא **משפיענים** שיאכלו אצלי?

שמעתי ש**פייסבוק** ממש זול! אפשר לעשות **סרטון ויראלי**?

אולי נגרום **לחתול** לאכול פיצה? אולי נעשה **חיפוש קולי**? מה עם **AI**? **VR**? **ROI**???"



איך נגיע לשם?



לאן אנחנו רוצים להגיע?

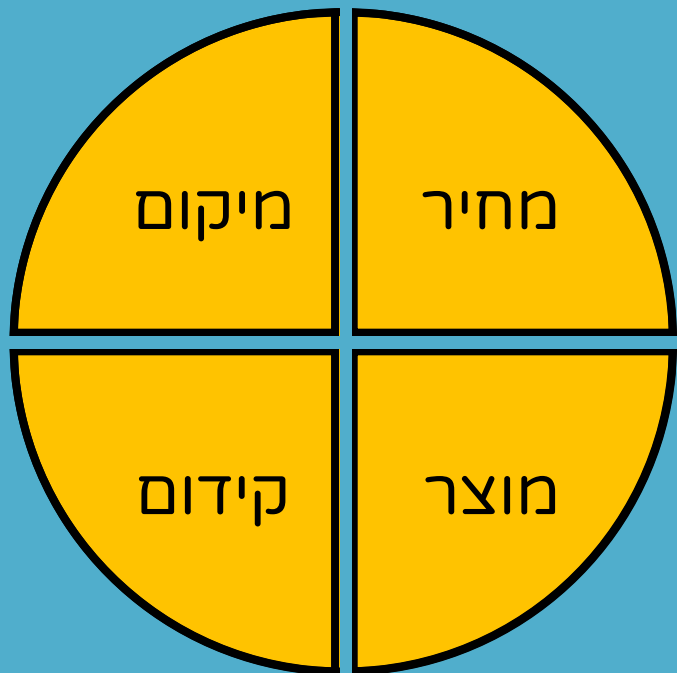


איפה אנחנו עכשיו?

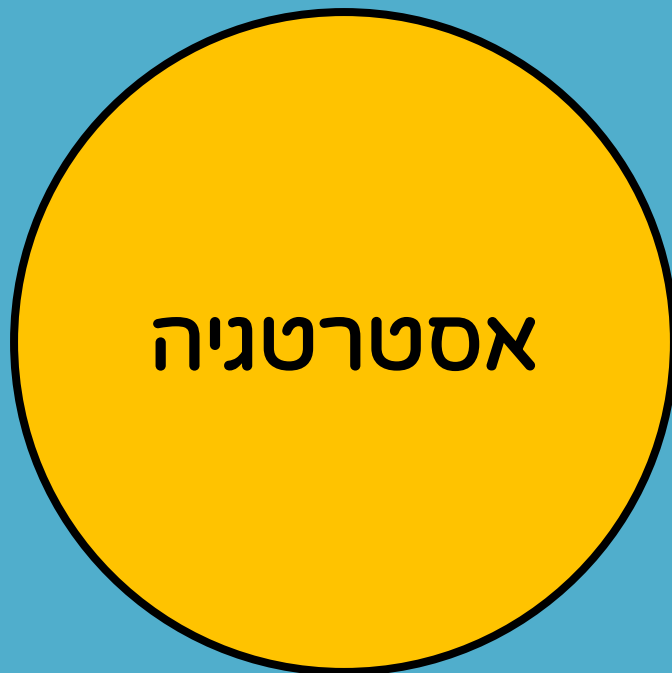
לפני שמתחילים...

הדבר הראשון שכל איש שיווק צריך לדעת

אני לא יודע כלום!



איך נגיע לשם?



לאן אנחנו רוצים להגיע?



איפה אנחנו עכשיו?



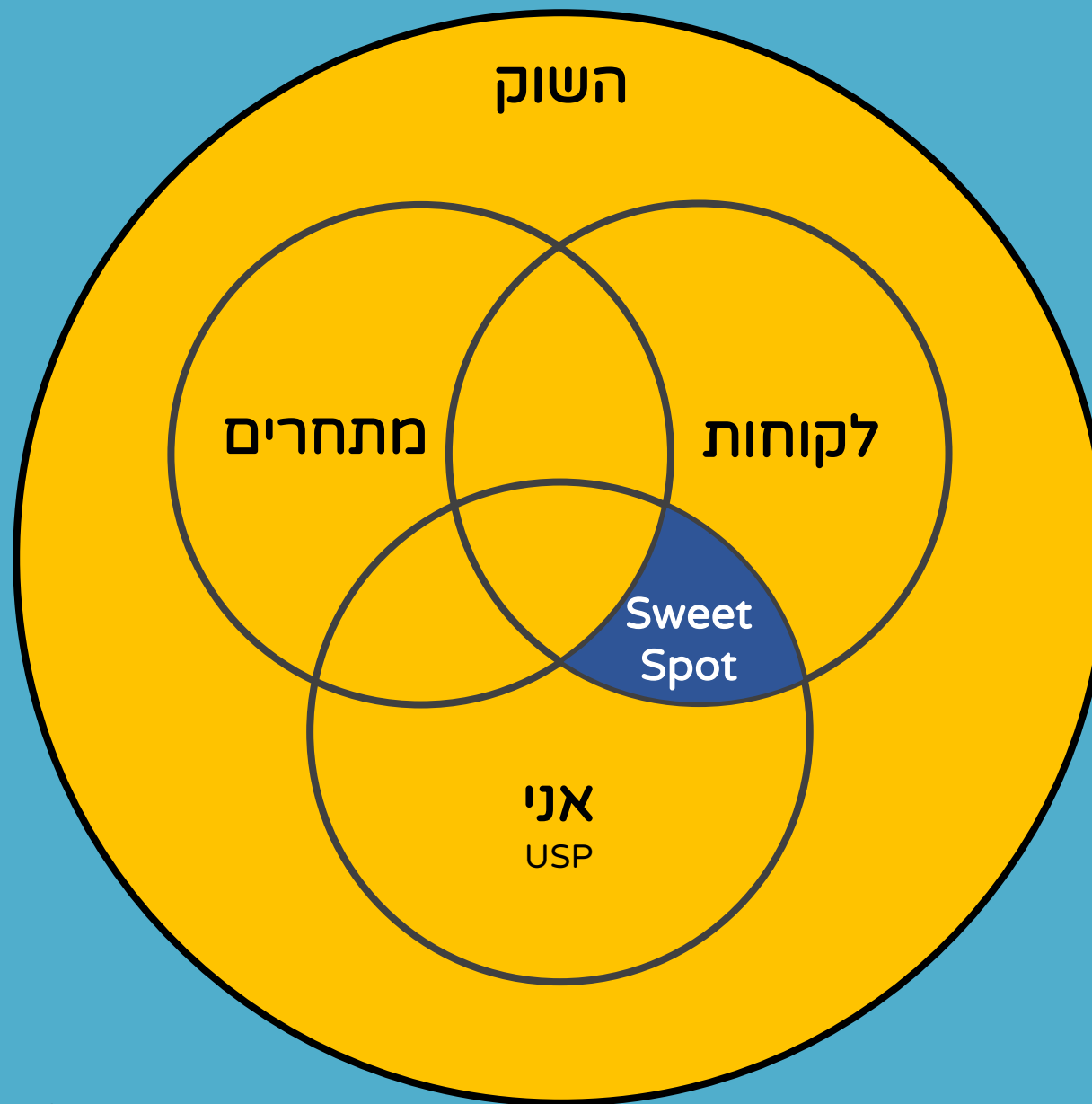
איך נגיע לשם?

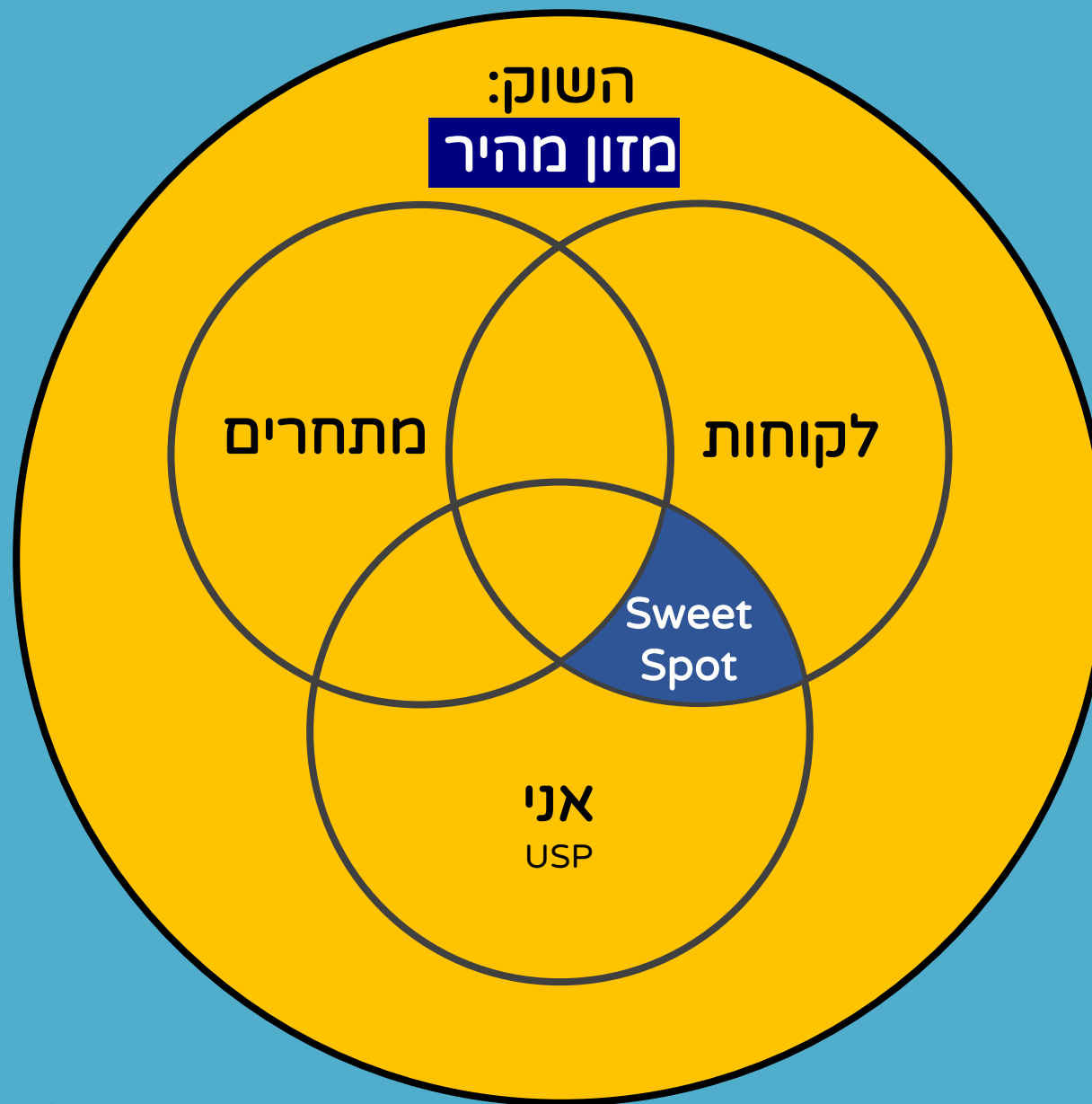


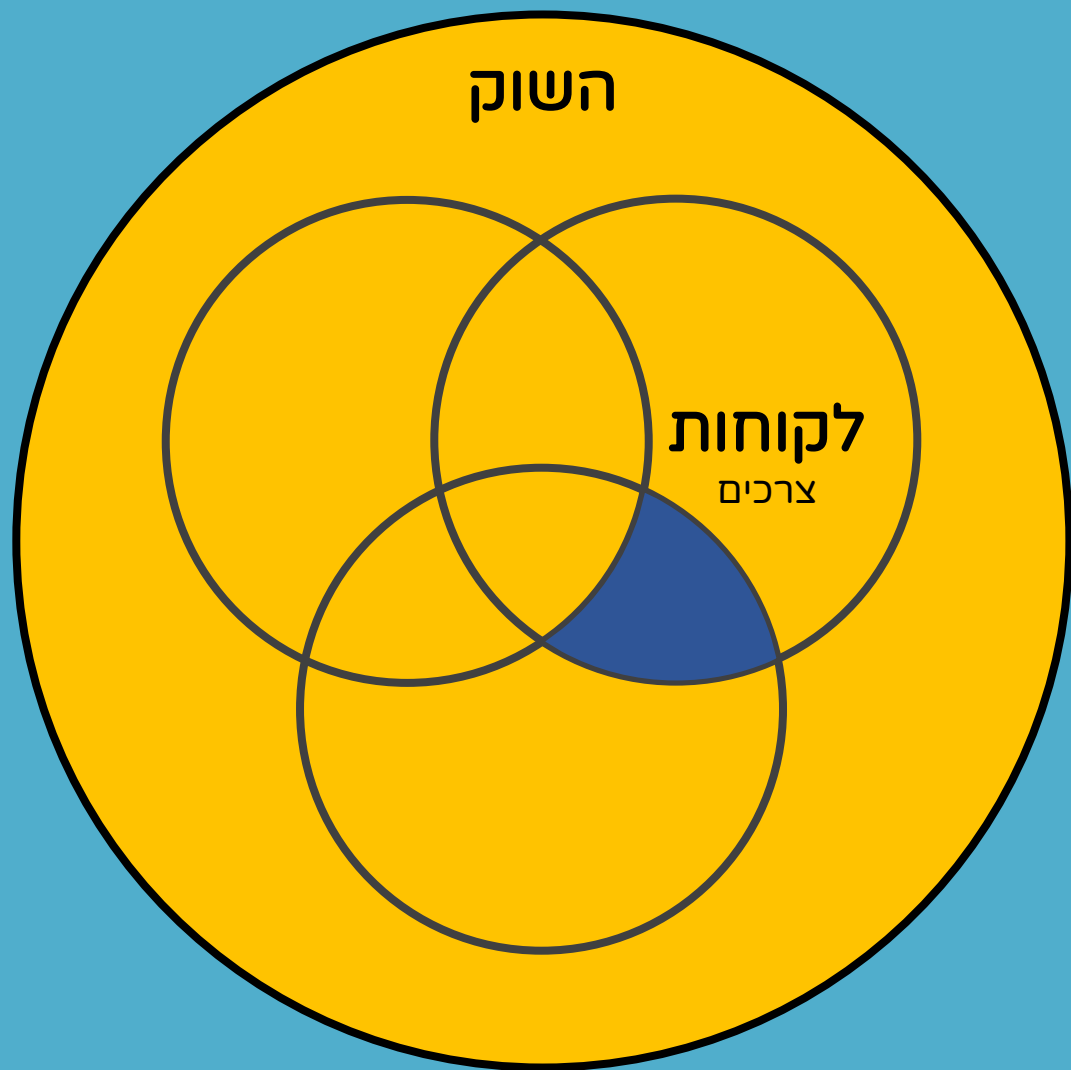
לאן אנחנו רוצים להגיע?

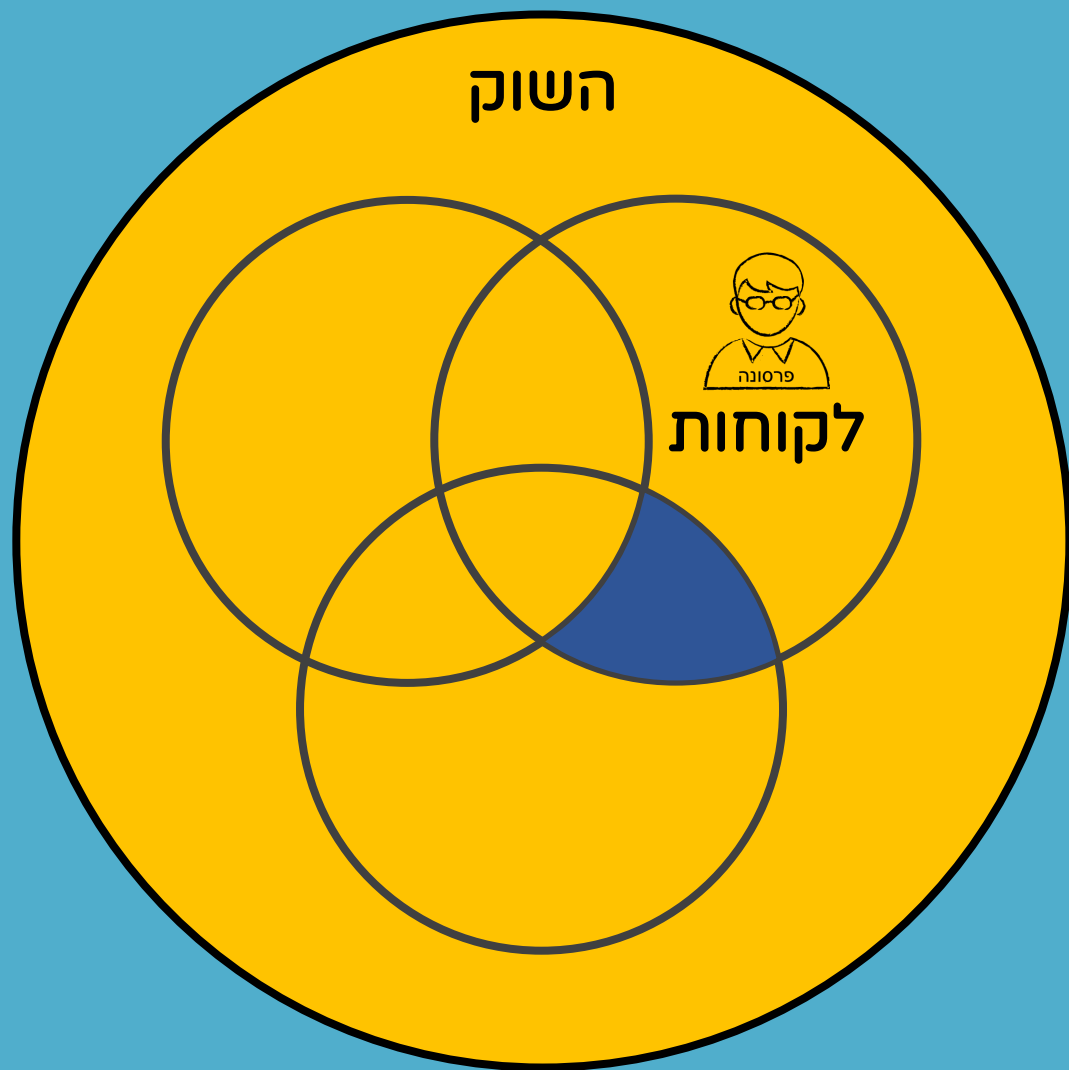


איפה אנחנו עכשיו?



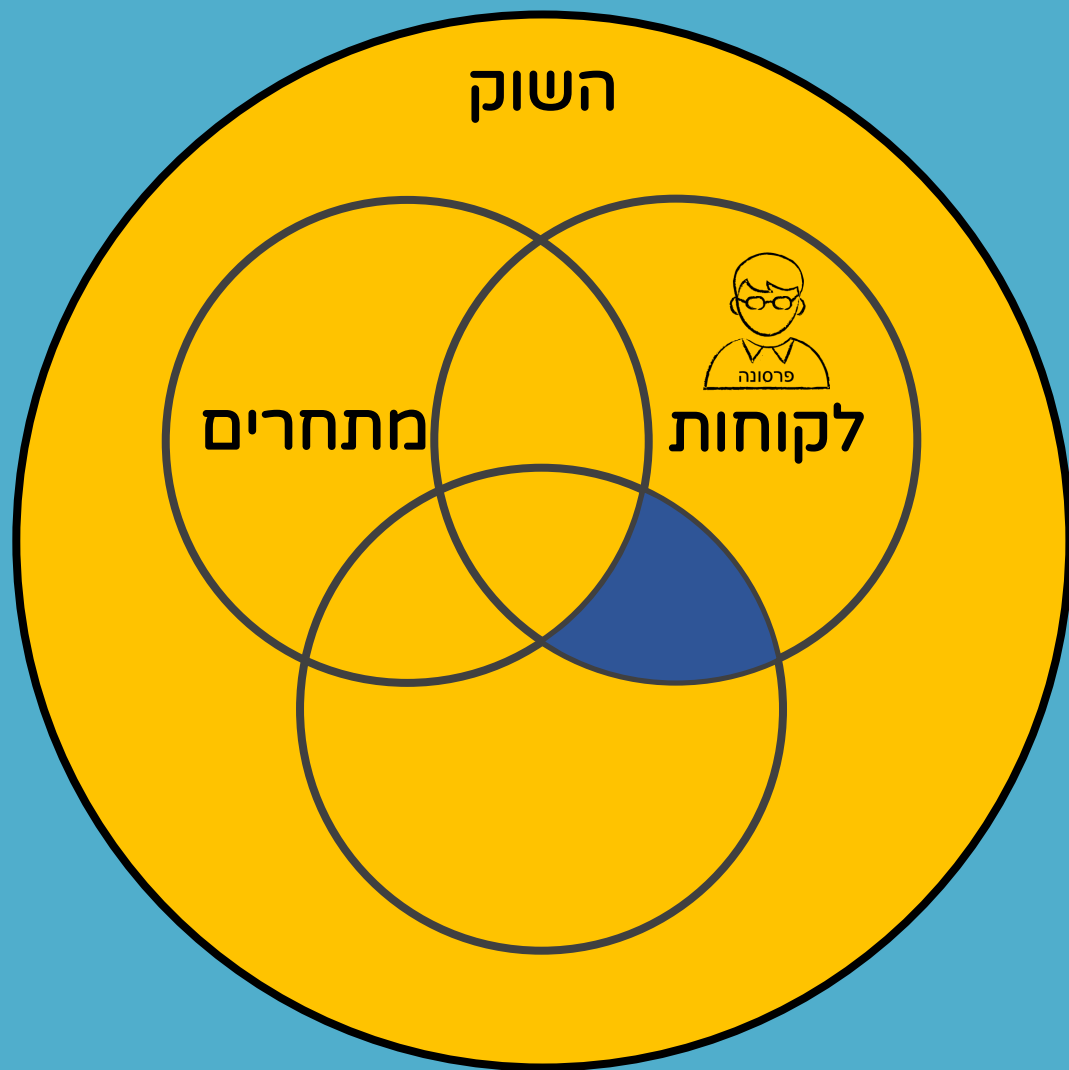






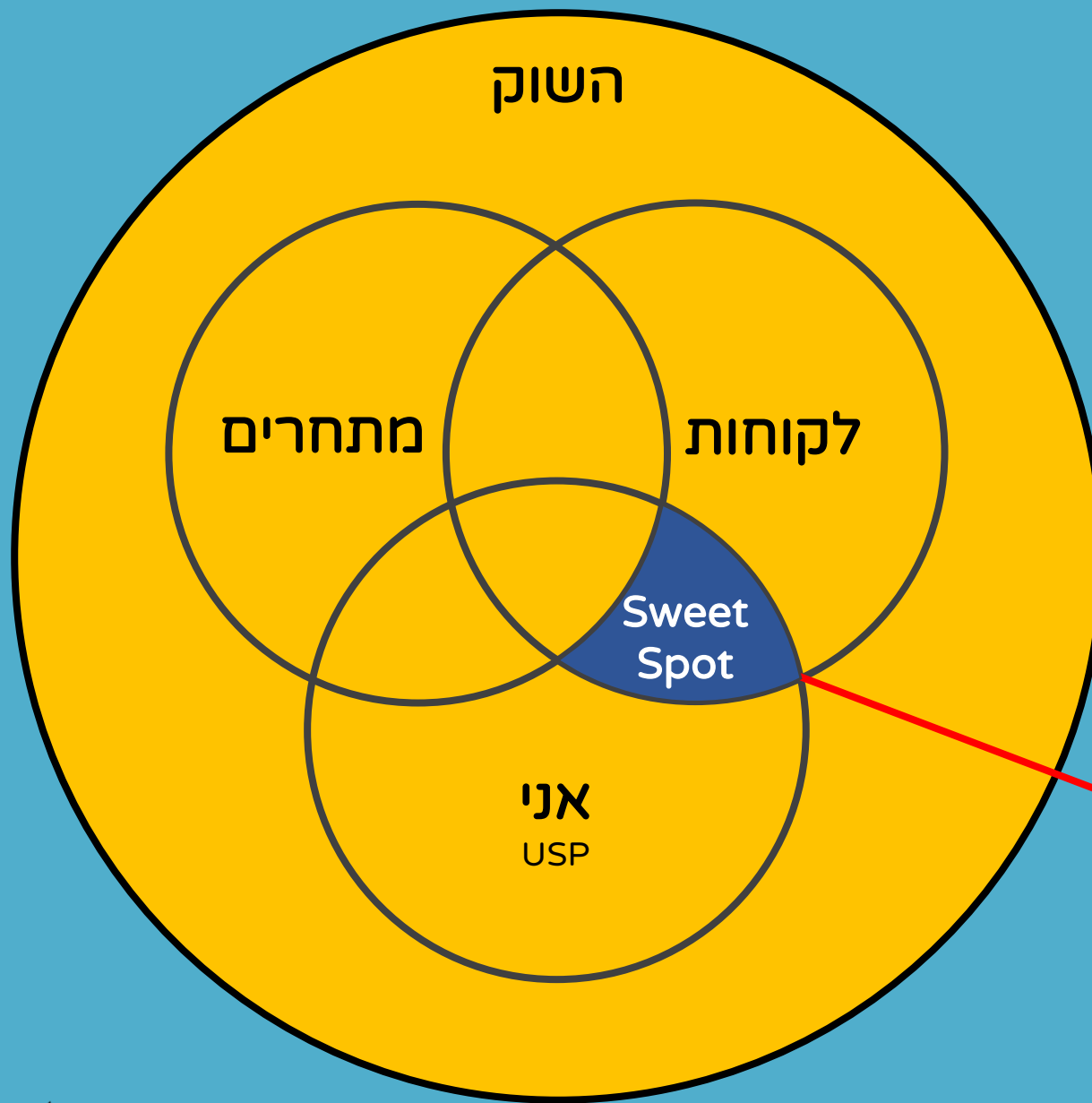
נלמד את הלקוח שלנו:

- מאיפה הם מזמינים?
- ממה הם מרוצים?
- ממה הם פחות מרוצים?
- איך הם מחפשים?
- מה יגרום להם לנסות משהו חדש?



נבחן את המתחרים:

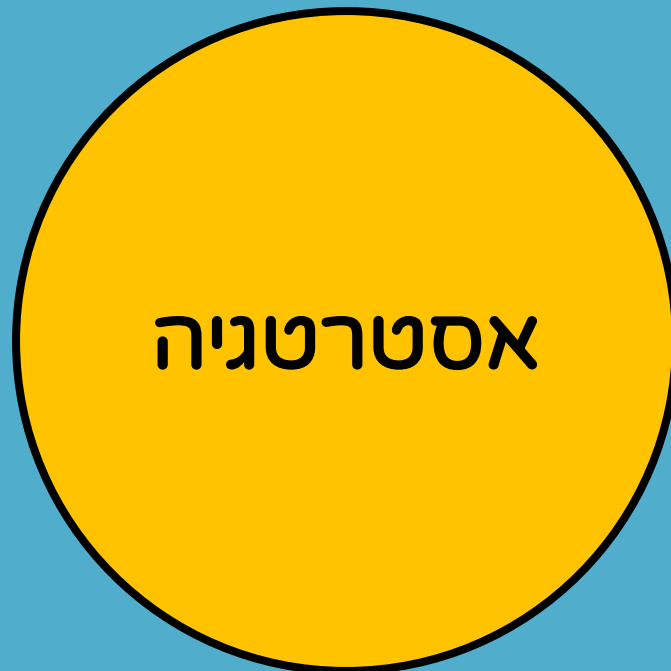
- מהירות משלוח
- טעם
- טיב שירות לקוחות
- מחירים
- תמורה למחיר
- מרחק משלוח



מה הדבר המיוחד שלנו
שיכול לגרום לאנשים לשים
לב אלינו



איך נגיע לשם?



לאן אנחנו רוצים להגיע?



איפה אנחנו עכשיו?

אסטרטגיה

איך?

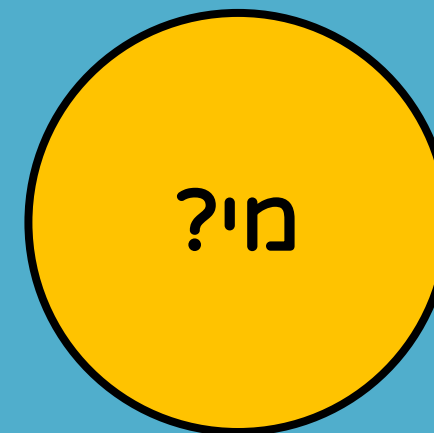
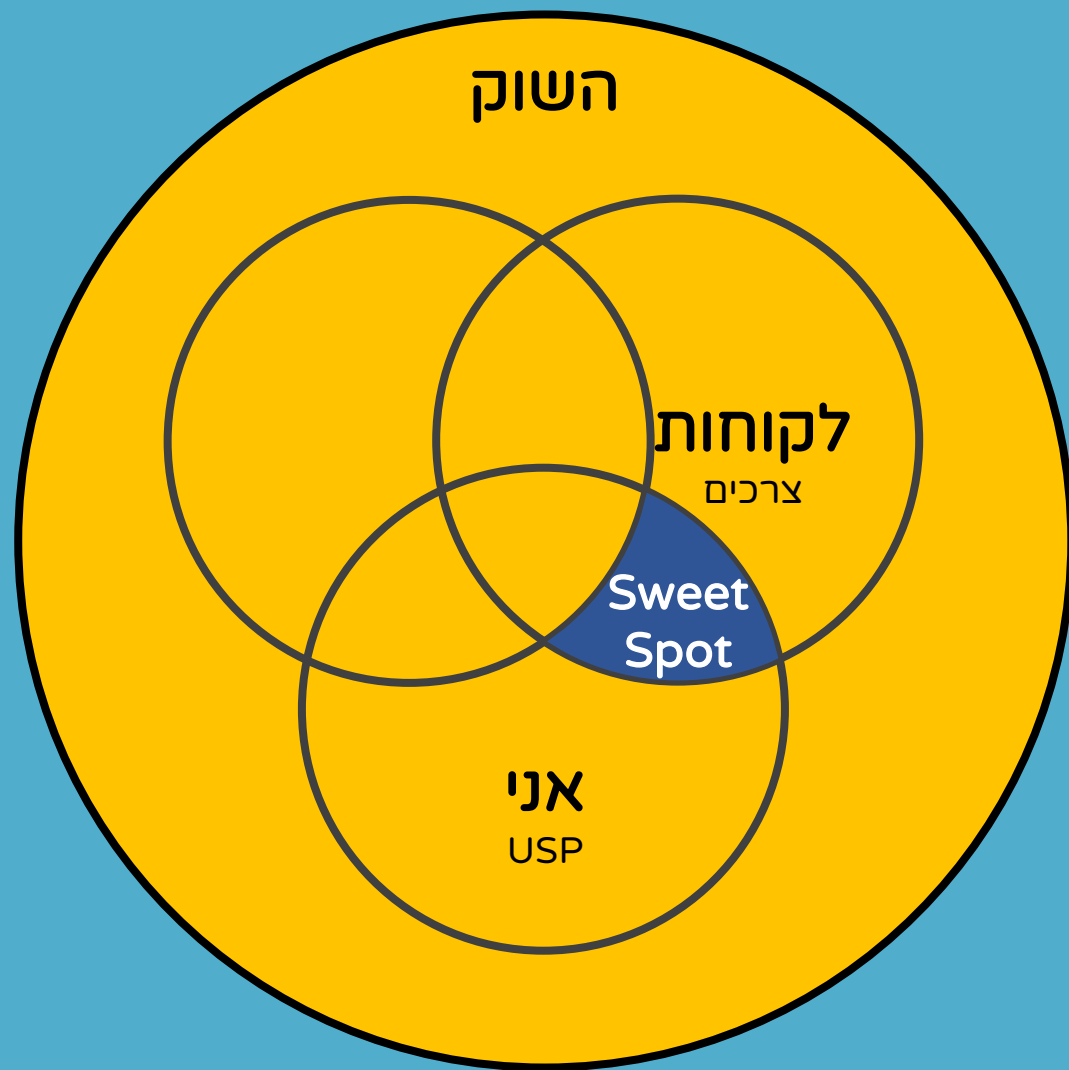
איך נשכנע /
מה המיצוב?

מה?

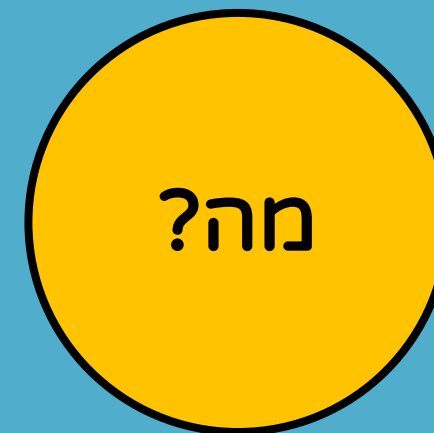
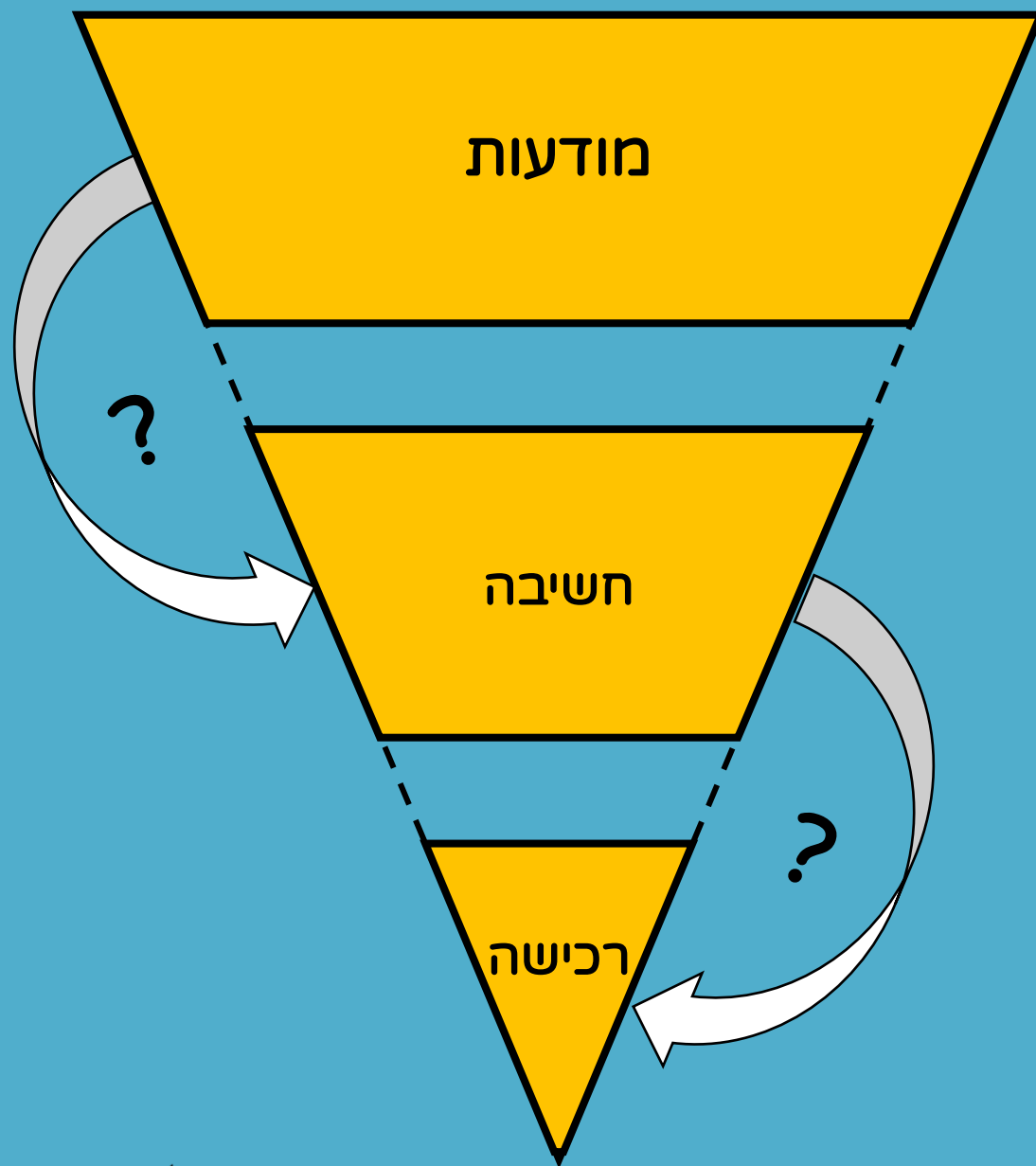
מה היעדים?

מי?

מי הלקוח?



מי הלקוח?



מה היעדים?

Specific

Measurable

Achievable

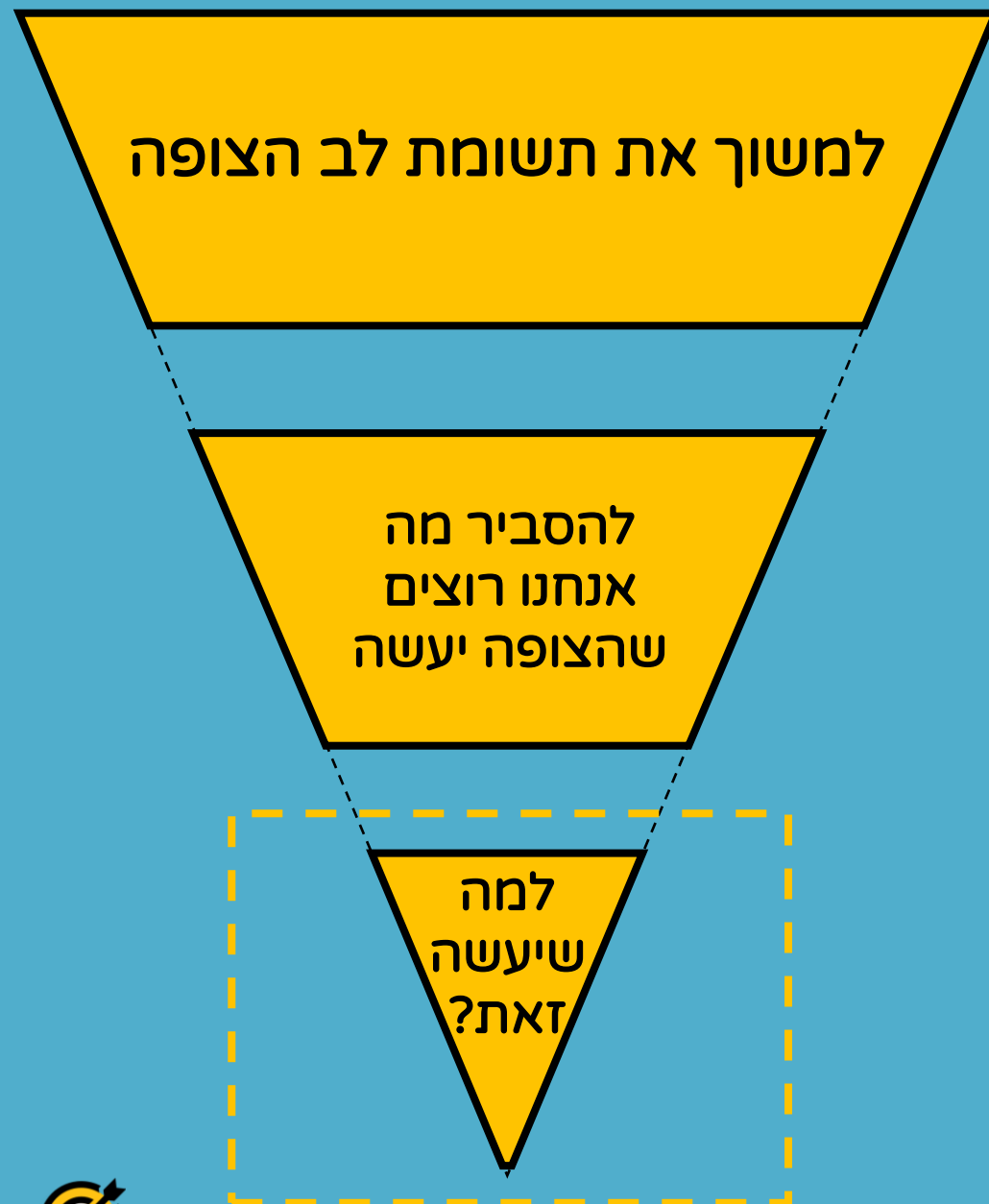
Relevant

Time-Bound

להעלות את ההזמנות מקרב עסקים
מקומיים ב-25% עד סוף 2020.



מה היעדים?



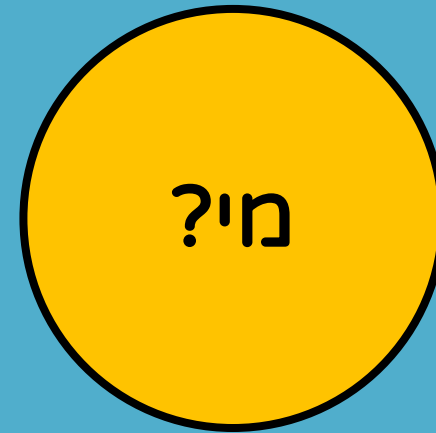
איך נשכנע?



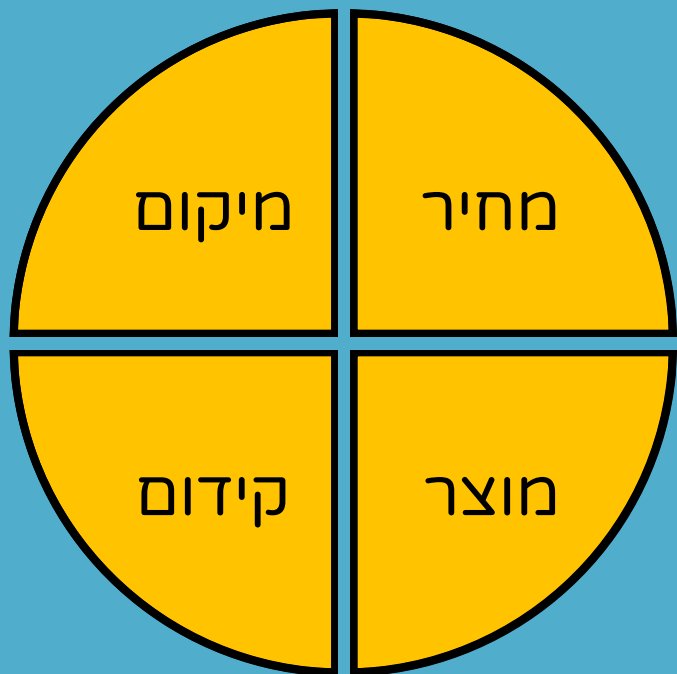
איך נשכנע?



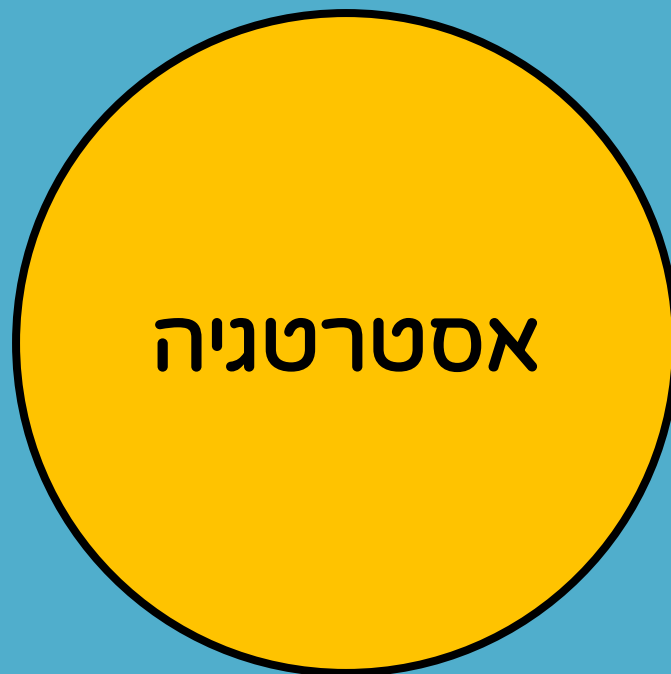
מה היעדים?



מי הלקוח?



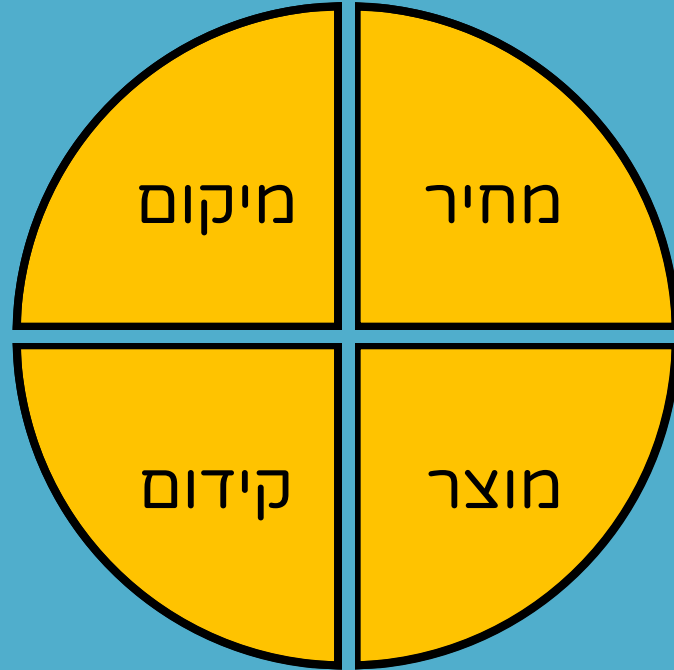
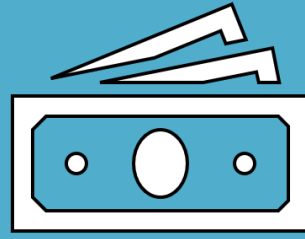
איך נגיע לשם?



לאן אנחנו רוצים להגיע?



איפה אנחנו עכשיו?



טלוויזיה

פליירים

תוכן

אימייל

רדיו

דפוס

אתר

פרסום
מקוון
בתשלום

דיוור ישיר

פרסום
חוצות

אפיליאציה

אוטומציה
שיווקית

פליירים או פייסבוק?



גם וגם

Multi-Channel Communication



1 Channel
29%

 **ANALYTIC
PARTNERS**

3,200 Campaigns 2010 - 2015

טלוויזיה

פליירים

תוכן

אימייל

רדיו

דפוס

אתר

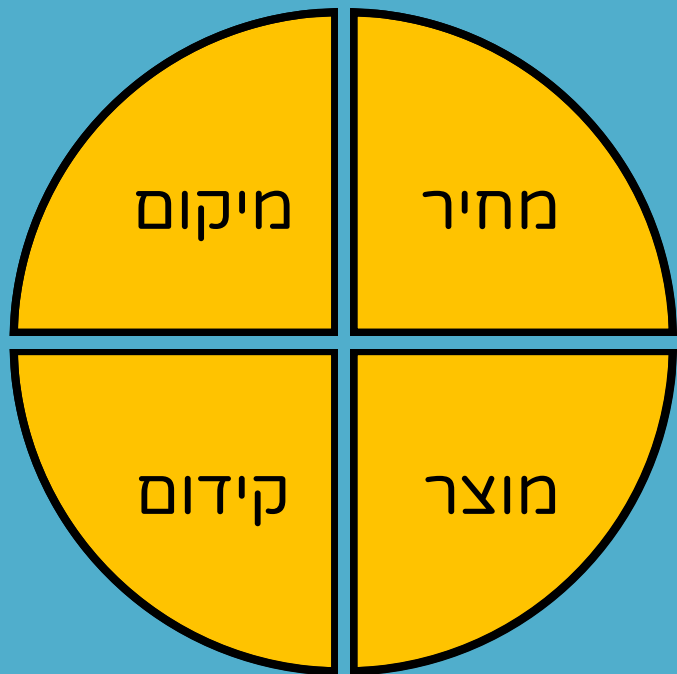
פרסום
מקוון
בתשלום

דיוור ישיר

פרסום
חוצות

אפיליאציה

אוטומציה
שיווקית



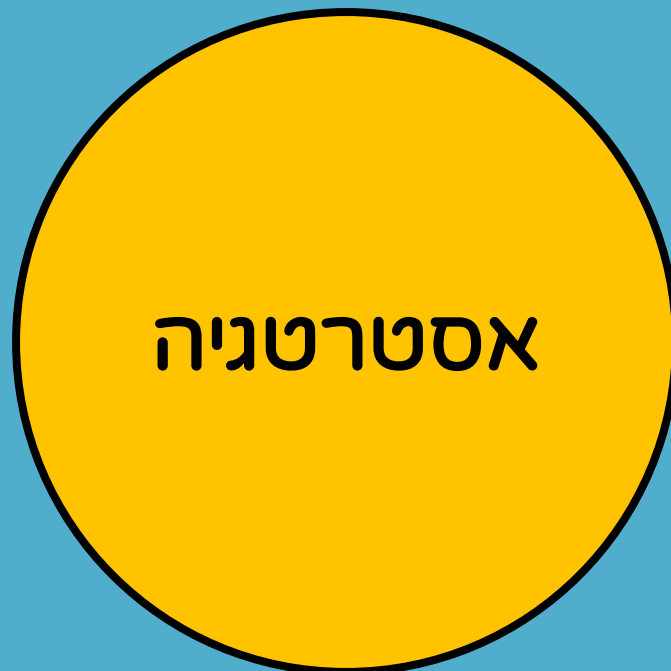
איך נגיע לשם:

✓ המוצר שנציע

✓ התמחור

✓ איפה נקדם

✓ כלי הפרסום בהם נשתמש



SMART:

✓ מה אנחנו רוצים להשיג?

✓ ממי?

✓ תוך כמה זמן?



איפה אנחנו עכשיו:

✓ הלקוח

✓ המתחרים

✓ מה כדאי לנו להציע

שאלות?

תודה 😊