

TALK *about*

תוכן ושיווק דיגיטלי

07



המגזין - יולי 2021



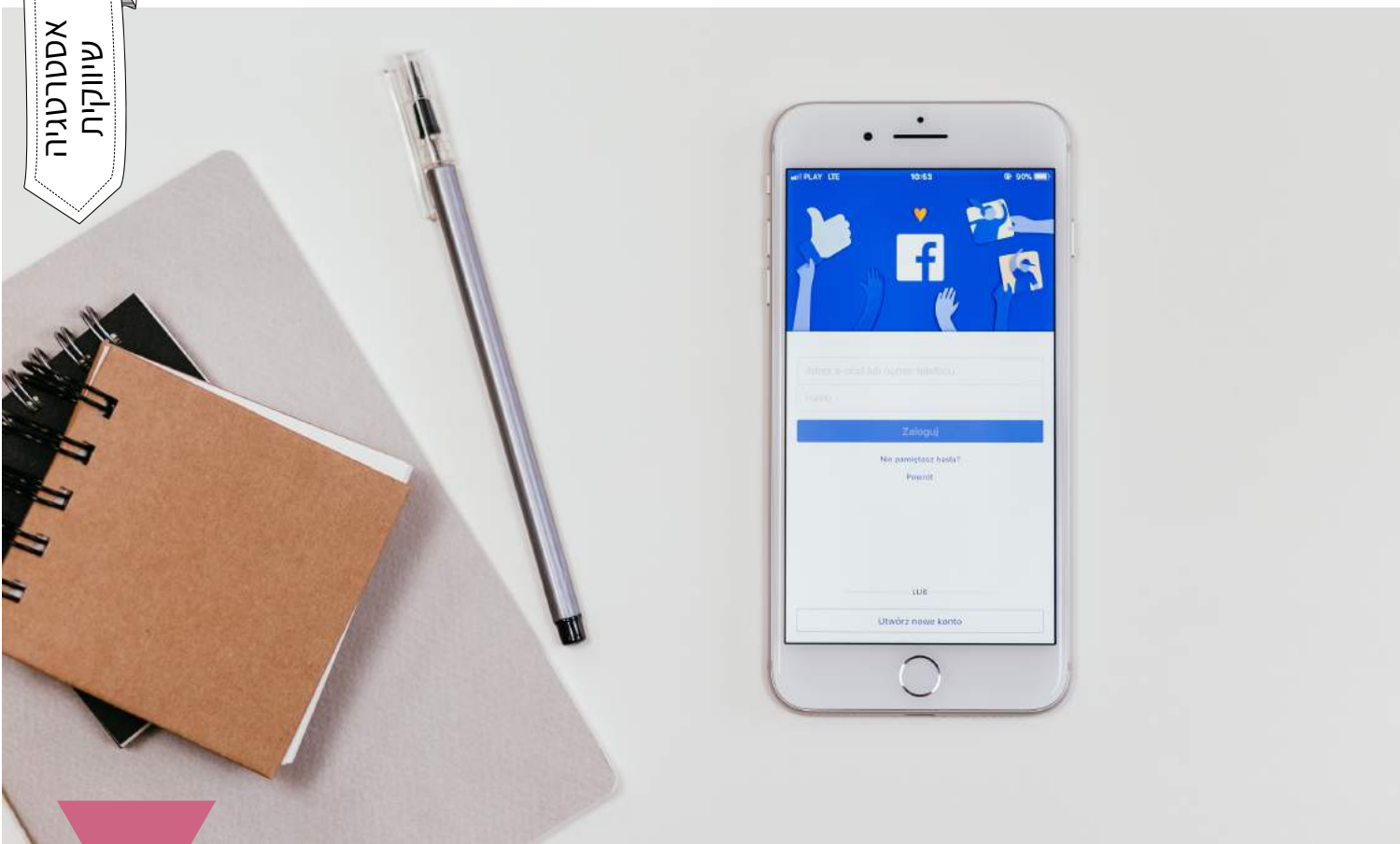
מה יש לנו במגזין החודש:
כל מה שכדאי לדעת על הדף העסקי בפייסבוק,
טיפים מצוינים לשיווק באינסטגרם, איך להיערך
לצילומי תדמית ועוד כמה טיפים על הדרך.

אני מזכירה שאני ממש נהנית לקבל תגובות על
המגזין, אז אני מחכה לך במייל או בוואטסאפ
(-:

מעניין אותך גם להופיע במגזין? כאן המקום
ליצור איתי קשר

שאלים, ז'ליג

תעצרו את הרכבת, אני רוצה לרדת. ככה סיימתי
את חודש יוני ולרגע חשבתי שלא אצליח להוציא
מגזין החודש. זה היה חודש כל כך עמוס,
בעבודה, בחגיגות בת המצווה של הבת שלי
ובמסיבת סוף שנה בבית הספר היסודי. כל אלו
גזלו ממני כל כך הרבה זמן, עד שהזנחתי את
המגזין, אבל ברגע האחרון החלטתי לא להרים
ידיים ולהוציא אותו למען אלו שמחכים לו בכל
חודש. נו, איך אני יכולה שלא, הרי זה חודש של
נתינה, חודש האהבה. חודש של שפע.
אז כרגיל, גם החודש, יש לי במגזין עוברי אורח
מעניינים, השראה ותוכן מלא ערך.
אני מזמינה אותך לקרוא ולקבל השראה.

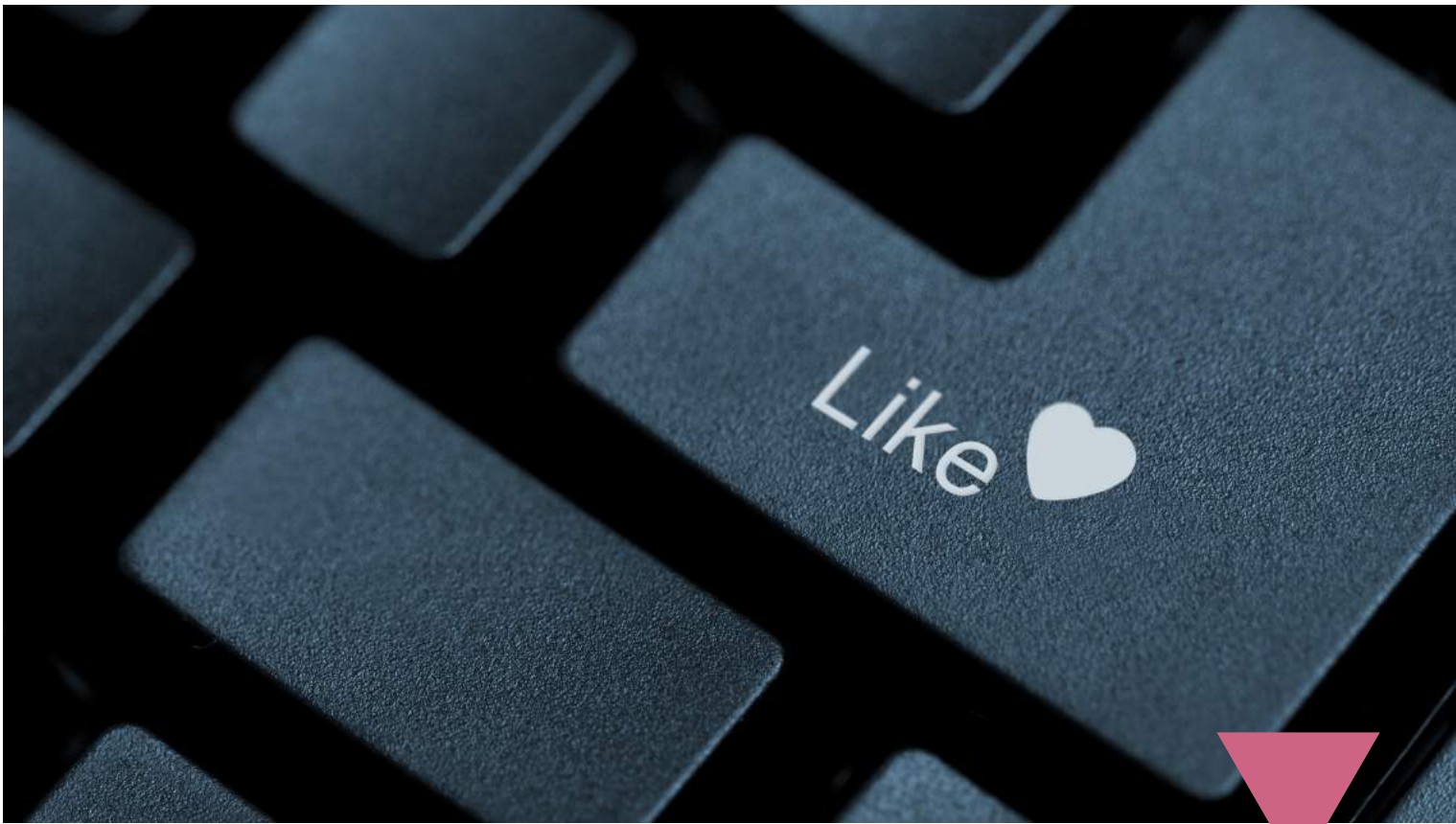


כל מה שכדאי לדעת על דף עסקי בפייסבוק

פתחתם דף עסקי בפייסבוק? בשעה טובה! ומה עכשיו? אחרי שעברתם טוב על כל ההגדרות, הוספתם את השירותים שלכם ובחרתם את הקאבר בקפידה, זה הזמן לזכור שהתוכן הוא המלך (ולא, זו לא קלישאה), אבל לא רק.

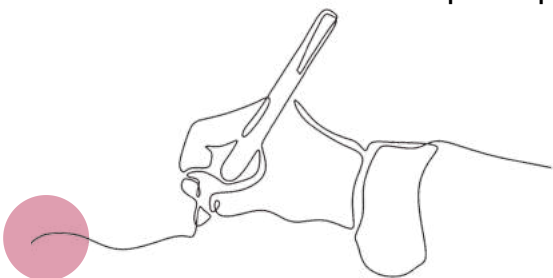
לפניכם 20 נקודות חשובות שכל בעל דף עסקי צריך לזכור:

- תוכן, תוכן, תוכן והרבה ערך לקוראים שלנו = לקוחות פוטנציאליים.
- פוסטים אישיים עובדים הכי טוב. אז קדימה, תרגשו את הקורא.
- ערך לא שווה מכירה. אל תמכרו בכל פוסט שלכם והאמת שחוקה - 20%/80% יעזור לכם לעשות את זה בדרך הטובה ביותר (80% ערך ו- 20% מכירה)
- תזכרו שכשאתם נותנים ערך לקורא, עם הזמן הוא יבין מתוך השורות שאתם אוטוריטה בתחומכם.
- רגע לפני פרסום הפוסט, תקראו אותו, תדייקו את המסר ו"תקצצו במה שלא רלוונטי". אה, ותעברו על שגיאות כתיב, פיסוק ואותיות שברחו.
- שימוש בקריאטור סטודיו יכול להקל על העבודה ולעזור לכם בתזמון הפוסטים.
- האלגוריתם של פייסבוק יודע בדיוק מאיפה הקורא הגיע לפוסט (אם זה דרך לינק ששיתפתם או חשיפה אורגנית)
- תזמינו אוהדים רלוונטיים לעמוד ואל תשכחו שאפשר להזמין גם עוקבים ספציפיים שהגיבו לפוסט מסוים.



- תזכרו שהתוכן הוא המלך, אבל אל תשכחו שהתמונה היא המלכה. תשתדלו להשתמש בתמונות אותנטיות ותבדקו שאכן יש קשר בין התוכן לתמונה.
- יש לכם ספוילר? מעולה. זה תמיד גורם לגירוי אצל הקהל שלנו.
- יש לכם טמפלטים של תוכן? רדו מזה.
- הצצה אל "מאחורי הקלעים" שלכם מדי פעם, אומרת הרבה על העשייה שלכם.
- אל תשכחו שלמרות שאתם בדף העסקי, עדיין מדובר במדיה חברתית. תפתחו שיחה עם האוהדים שלכם ואל "תהרגו" את המעורבות איתם.
- בכל פעם שאתם מרגישים תקועים, תפעלו. רק כך תתקדמו.

- משתפים פוסטים בקבוצות? תפיצו בקבוצות רלוונטיות, תשקיעו בקוראים ותכתבו את הפוסט מחדש.
- רוצים ליצור הד לפוסטים שלכם בקבוצות השונות? צרו אינטראקציה עם חברי הקבוצה, גם בימים בהם לא פרסמתם כלום.
- גיוון זו מילת המפתח. הקהל שלנו מגוון, תדאגו לתוכן בנושאים מגוונים.
- רשימות תופסות את העין ומס' אי זוגי תמיד עובד טוב יותר, אבל גם המספר 10.
- האנשה זה נהדר. חברו מושגים מעולם תוכן אחר לתחום שלכם.
- אל תבלבלו את הלקוחות שלכם. תדאגו שכל פוסט שלכם יהיה בנושא אחד ולא בכמה נושאים.





הדרך להעריך את זמן העבודה שלכם

אתם יודעים להעריך כמה זמן אתם עובדים על כל פרויקט שלכם? כמה שווה הזמן שלכם? יש לכם מעקב על העבודה שלכם מבחינת שעות עבודה? הכלי שלפניכם לא יאמר לכם איך לנהל את הזמן שלכם, אבל יעזור לכם להרוויח עבור הזמן שלכם

בעזרת Toggl אני יודעת בדיוק איזו עבודה רווחית לי יותר ואיזו פחות, אני יכולה לייצא דוחות ויש לי שליטה מלאה על הזמן שלי. אני ממליצה להוריד גם את האפליקציה מאחר וניתן להתחיל מעקב מהדפדפן ולעצור את הטיימר בטלפון. כמובן שכל הרשומות מסונכרנות.

הכלי מצוין למי שעובד מהבית ולמי שעובד בצוות. בעזרתו תוכלו לשפר את הפרודוקטיביות שלכם, להיות גמישים יותר וליצור איזון טוב יותר בין העבודה לחיים. אם עדיין לא הכרתם, אני מאמינה שאח"כ עוד תודו לי.

לינק לאתר: [/https://toggl.com](https://toggl.com)

טוגל הוא אתר מצוין לניהול זמן, שבאמצעותו אני יודעת בדיוק כמה זמן לוקחת כל עבודה שלי. היום אני יודעת בדיוק כמה אני משקיעה נטו בעבודה ואני לא צריכה לספור אח"כ את מספר השעות שעבדתי על כל פרויקט. אני יודעת בדיוק כמה זמן אני משקיעה בכל לקוח ובכל פרויקט וכמה שווה הזמן שלי. העבודה ב - Toggl נעשית ע"י חלוקה ללקוחות וע"י חלוקת פרויקטים ומשימות לכל לקוח.

**Time tracking for
better work,
not overwork**



6 טיפים חשובים לשיווק אורגני באינסטגרם

חן אסולין

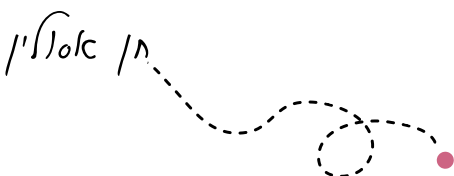
- איך אפשר לקבל חשיפה גדולה יותר על ידי האלגוריתם של אינסטגרם? על האלגוריתם להבין שהחשבון שלכם מעניין ובזכותו אנשים נשארים באפליקציה. איך הוא ידע אם החשבון שלכם מעניין? בזכות מספר תגובות רב, בזכות מעורבות גבוהה בסטורי ובדיירקט, בזכות שימוש בכל הכלים שהאפליקציה מאפשרת - IGTV, רילס, סרטונים, מדריכים, פוסטים של מניפה, בזכות כך שאנשים שומרים את הפוסטים שלכם או משתפים אותם לסטורי. תוסיפו שירים שאינסטגרם מציעה לכם, הם הפופולריים כרגע וזוכים למירב ההקלקות.
- איך ליצור תוכן מעניין? כדי שאנשים אכן יתעניינו בתוכן שלכם, הוא צריך להיות מעניין ומגוון. תוכלו לקבל השראה מחשבונות מתחומים שונים לאו דווקא מהתחום שלכם. אל תעתיקו אלא תיקחו את זה לעולם התוכן שלכם ולפרשנות שלכם, שיגרמו לכם לגוון קצת את התוכן ולא להישאר כל הזמן עם תכנים קבועים.

בעלי עסקים רבים הבינו שהם חייבים להיות בפלטפורמה השיווקית והתוססת של אינסטגרם, הרשת החברתית שרבים מהמשתתפים שלה מתחרים בה על עוקבים ולייקים.




חן אסולין, קולגה ומנהלת שיווק דיגיטלי בפייסבוק ובאינסטגרם לחברות ועסקים כתבה לנו 6 טיפים חשובים לשיווק אורגני באינסטגרם

- להיות שם. אינסטגרם היא פלטפורמה חברתית במלוא מובן המילה. אם תימצאו בה כחצי שעה ביום, ובזמן הזו תיצרו אינטראקציה עם לקוחות פוטנציאליים, עם העוקבים הקיימים ועם אושיות מהתחום שלכם, מהר מאוד החשבון שלכם יגדל ותתחילו לקבל פניות עסקיות ממנו.
- מה הכוונה לייצר אינטראקציה? להגיב בתגובות עמוקות וארוכות שמעידות כי קראתם את התוכן והתחברתם, לצפות בסטורי ולהגיב בדיירקט, לפתח שיחה עם מי שהגיב על הפוסטים שלכם ולא להסתפק ב"תודה".

• **מחקר האשטגים** - הדרך להצמחת החשבון היא ההאשטגים. ההמלצה היא לשים בכל פוסט עד 20 האשטגים - שלא יהיו קטנים מדי. פחות מ-5000 תמונות זה נחשב קטן, אך גם שלא יהיו גדולים מדי. אם החשבון שלכם הוא בסדר גודל של עד 2000 לייקים אל תשמשו בהאשטגים שיש בהם יותר מ-500,000 תמונות, פשוט מיותר וזה לא ייתן לכם את אפקט החשיפה שאתם מחפשים. כל האשטג שבכוונתכם להשתמש תיכנסו אליו, תראו איזה תמונות מעלים שם, לפעמים תופתעו שהתוצאות הן לא מה שאתם רוצים שהפוסט שלכם יהיה מזוהה איתו. תעשו איזשהו תמהיל של האשטגים - חלק קטנים חלק וגדולים, חלק בעברית וחלק באנגלית ולכל תחום שאתם מפרסמים תשמרו רשימה ספציפית של האשטגים. כך בכל פעם שתבואו להעלות פוסט הזמן שלכם באפליקציה יהיה יעיל יותר. תצטרכו לשלוף את ההאשטגים הרלוונטיים ולהעלות את הפוסט שהכנתם מבעוד מועד ולייצר אינטראקציה בחצי שעה-שעה מרגע העלאת הפוסט, שזה הזמן הקריטי ביותר שיקבע אם הפוסט שלכם מעניין בעיני האלגוריתם של אינסטגרם.

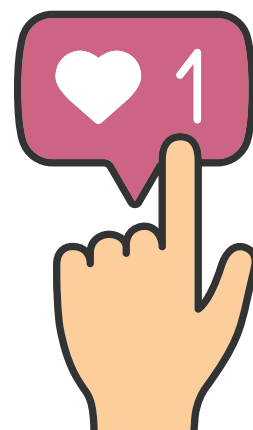


אני מזמינה אתכם לעקוב אחרי חן:

- [בעמוד הפייסבוק](#) 
- [קהילת השיווקיסטים](#) 
- [באינסטגרם](#) 

תגונו את התוכן שלכם - פעם בסרטון שיעלה בפיד, פעם בסרטון קצר עם טיפים ברילס, פעם סרטון ארוך ומעמיק שיעלה ב-IGTV, פעם לייב ואפילו תוכלו לארח קולגות בלייב כדי לקבל גם את החשיפה שלהם וגם רעיונות חדשים ותוכן חדש. מדי פעם תעלו פוסטים של מניפה - ניתן לבנות מדריכים מעניינים, לפעמים משפט השראה עם גרפיקה מעניינת, סטוריז יצירתיים ואקטואליים, תתייחסו לימים המיוחדים המצחיקים האלה ותנסו לחבר את זה לעולם התוכן שלכם. זה תמיד מעניין ולפעמים אפילו מצחיק. מדי פעם תעלו תמונות של עצמכם - הדגש הוא במינון ואיזון. הקפידו על כך שלא כל תמונה בפיד תהיה תמונה שבה רואים אתכם, אבל גם אל תגיעו למצב שהעוקבים לא יודעים איך אתם נראים וקשה להם להתחבר אליכם.

• **תכנון** - הרבה אנשים אומרים לי שבחצי שעה הם לא מספיקים גם לייצר אינטראקציה וגם לכתוב ולהעלות את הפוסט עצמו - אני ממליצה לכם בחום, לעשות תכנון חודשי מראש. במסגרתו תחליטו מה יהיה הוויז'ואל ותדאגו שהוא ישתלב עם יתר הפיד. אם זה תמונה או סרטון שצריך לצלם, תחשבו מראש מה יהיה כתוב בכל פוסט, תעשו מחקר האשטגים מראש, וכמובן, תחברו את האינסטגרם והפייסבוק, כדי שלא תבזבזו על זה כל פעם זמן.





איך להיערך ליום צילומי תדמית?

ליטל מיאלי

אני שומעת הרבה משפטים כמו: "אני לא פוטוגנית", "אצטלם כשארד במשקל", "אני לא יודעת להצטלם". המשפטים האלה הן מחשבות שנמצאות בראש שלנו ומונעות מאיתנו לעשות צעד חשוב ואמיץ לטובת העסק והקידום שלנו. בסופו של דבר אנשים צריכים להכיר ולראות אותנו.

מניסיון רב כמאפרת, החלטתי לרכז עבורך 5 טיפים חשובים שיעזרו לך להתכונן ליום הזה:

- מה את רוצה להעביר ולשדר בתמונות?

חשוב שתדעי, את צריכה להביא ולהראות את עצמך בצורה הכי אותנטית שיש, שמשקפת אותך, כדי שיוכלו להתחבר אלייך. זה מה שיביא לך את הלקוחות המדויקים לך! הכי נכון יהיה, אם תשדרי בתמונות קלילות ופאן לצד מקצועיות, לא תמיד צריך להראות רצינית.

חיוך מוסיף לאישיות שלנו, מרכז את המבט ומקרב אלינו אנשים - אל תוותרו על החיוך! (חשוב שלא יראה מאולץ וגדול מידי)

דיברנו כבר על שפת גוף ודיברנו על סטיילינג, היום נדבר על משהו לא פחות חשוב. צילומי תדמית לעסק, כי כולנו זקוקים לתמונות שישדרו את התדמית הנכונה שלנו וישרתו את העסק שלנו. ליטל מיאלי, מאפרת ומנחת סדנאות איפור, כתבה לנו כמה המלצות לקראת יום הצילומים הבא שלכם.

יום הצילומים מגיע עוד מעט ואת לא יודעת איך להיערך? נשים שמדברות איתי לפני יום צילומים שואלות שאלות חשובות ומשתפות אותי בחששות ובהתלבטויות שלהן. הרי לא כולנו הצטלמנו בעבר ורובנו לא יודעות למה לצפות ואיך להתכונן. כן! צריך להתכונן.

עם הזמן, הבנתי ממה נשים חוששות ביום הזה, הרי לא נולדנו דוגמניות ואנחנו לא בהכרח יודעות לעמוד מול מצלמה או מרגישות בנוח מולה, איזה בגדים להביא או איזה סגנון ללבוש.

• איך ואיזה בגדים לבחור?

את הכי יפה כשנח לך, זה לא סתם סלוגן של 'טבע נאות'. תבחרי בגדים נוחים ונכונים. סגנון הלבוש היומיומי שלך מול הלקוחות, ייצג אותך בצורה הכי נכונה ואמיתית. זה מה שהם יראו כשיגיעו אלייך, חשוב שיראו אותך ולא מישהי שאת לא. תמיד אפשר להוסיף משהו שיראה יותר רשמי או שמח, צבעוני, קליל.

לא לשכוח אקססוריז מתאימים ומשלימים (תיק, נעליים, תכשיטים, ג'קט).

כדי למקסם את זמן הצילומים שלך, ממליצה להצטלם עם מכנס ניטרלי ולהחליף יותר חולצות ואקססוריז, זה יגרום לך לקבל לוקים שונים בזמן קצר.

מניסיון, אני ממליצה לך להביא בגדי קיץ וחורף, שהתמונות ישמשו אותך בלי הגבלה של עונה.

לדוגמה: תצטלמי עם חולצה קצרה (לקיץ), תוסיפי מעליה עליונית כלשהי וקיבלת מראה חורפי. (הרי לא נכון להעלות תמונה עם מעיל בקיץ). כדאי לדעת! אם את לא בתפקיד ניהולי את לא חייבת להיות מחויטת ורשמית, אם את לא מתלבשת ככה ביומיום שלך.

• מה לעשות ולהביא חוץ מהבגדים?

מספר ימים לפני הצילומים, מציעה לך לשבת ולכתוב איזה תוכן תירצי להעלות במדיה השיווקית, על איזה נושאים תרצי לכתוב מהתחום שלך (ויש הרבה).

תרשמי לך רעיון מרכזי במשפט אחד לכל פוסט, זה יעזור לך לחשוב על אלמנטים ועזרים שתוכלי להוסיף לתמונה (דוגמה בהמשך). זה בסדר שיהיו גם תמונות עם פוזות של "דוגמנית", כי באת לעשות פאן, אבל תזכרי שיותר חשוב לצלם תמונות "שידברו" את העסק שלך ולמקסם את יום הצילומים לטובת העסק.

דוגמה נוספת היא עבור מי שבתחום העיצוב למשל. מאחר ומדובר בתחום יצירתי אפשר להתפרע מבחינת צבעוניות וגזרות מעניינות שממגנטות אנשים, משדרות יצירתיות וסקרנות. התמונות יגרמו ללקוחות להיכנס ולקרוא את הפוסטים שלך ואולי אפילו לרכוש ממך. עזרים כמו מחשב נייד, פלאפון, ספל קפה הם קבועים ורגילים, תחשבי מחוץ לקופסה.

לדוגמה: אם את יועצת משכנתאות, תצטלמי עם שטרות של כסף, זכוכית מגדלת (כי חשוב לקרוא את האותיות הקטנות), שעון (כי זה הזמן לקנות בית), חוזה רכישה שתחזיקי ביד, כוס יין להראות על סגירת עסקה, לחיצת יד שיראו את הידיים ועוד רעיונות מעניינים ומגניבים כאלה, בהתאם למה שיהיה בפוסט שלך.

חשוב להשקיע בזה זמן וחשיבה כדי למקסם את התוצאה ולהתארגן עם הציווד הנלווה.

• להתאפר או לא להתאפר?

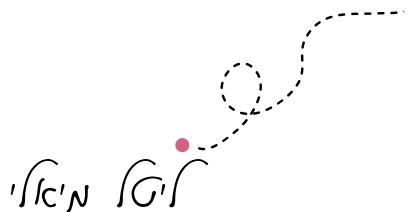
בתמונות שלך חשוב שתהיי את! תרגישי בנוח עם עצמך. אבל, גם אם את לא רגילה להתאפר ביומיום שלך, חשוב וכדאי שתהיי מאופרת (באופן מקצועי). זה משלים את התמונה ואת המראה הכללי, נראה מקצועי ומושקע יותר, ומעלה את הרמה העסקית שלך.

אפשר ורצוי להתאפר בצורה עדינה וטבעית שידגיש ויטשטש מה שצריך. לי כמאפרת, חשוב להקשיב לרצון ולצורך של הלקוחה ולהתאים לה את מה שנכון ויחמיא לה מבחינה מקצועית, ולשלב את הטעם והסגנון האישי שלה.

חשוב לדעת היכן מתקיימים הצילומים כדי להתאים את האיפור (בחוץ או בסטודיו). יש דברים שחשוב לדייק באיפור בצילומי חוץ/סטודיו. רצוי לדעת מה צבעי הבגדים כדי לשלב את הצבעים הנכונים באיפור.

חוץ מזה, אל תהיי קפואה! תזוזי. תעשי תנועות קטנות עם הידיים, תזוזי קצת עם הרגליים, תעבירי משקל ביניהן. את לא חייבת בכל תמונה להסתכל למצלמה. את יכולה להסתכל על אביזר מסוים (כמו שעון, מחשב נייד), להסתכל לאופק, לצד, וכשהצלמ/ת יקראו בשמך, תפני אליה/ו מבט רך, כי היא בדיוק מצלמת אותך :) (מניסיון שלי, הצלמ/ת צריכה לדעת להנחות אותך, להעמיד אותך בזווית הנכונה שתחמיא לך ולקלוט את הצד הטוב ביותר שלך, הכי חשוב שיגרמו לך להרגיש בנוח ולהיות משוחררת. נכון, יש מצב שהצילומים בהתחלה יהיו נוקשים ורציניים, אבל בהמשך את תיפתחי ותשתחררי. תיראי שבסוף אפילו תהני והצילומים יראו טוב יותר.

חשוב לציין, שלא בהכרח כל התמונות יהיו טובות, אבל שיהיו לך לפחות 2-3 תמונות טובות מאותו סשן של בגדים ולכן כדאי להצטלם עם כמה סגנונות לבוש.



אני מזמינה אתכם לעקוב אחרי ליטל:

[בעמוד הפייסבוק](#) 

[באינסטגרם](#) 

בנימה אישית:

אם יש לך מגוון צבעים בבגדים/ אקססוריז, עדיף איפור בצבעים טבעיים וניטרליים. קחי בחשבון, שהצבעים והאיפור מבעד לעדשה (במצלמה) יראו עדינים יותר ממה שיראו במציאות. תבקשי מהצלמ/ת לעשות טסט (צילום) לאיפור ותיראי אם את אוהבת, עדיף לתקן את האיפור לפני הצילומים מאשר להצטער בדיעבד.

רצוי לעשות טאצ' אפ לאיפור בין לבין הצילומים ולמנוע הברקות לא רצויות.

• מרגישה לא פוטוגנית?

את לא אוהבת/ יודעת להצטלם? אם את לא דוגמנית מקצועית, ברור שלא תדעי! חשוב שבזמן הצילומים תהיי משוחררת ונינוחה, הכי טבעית שתוכלי. תחשבי על חיי היומיום שלך בעבודה, כאילו את שם. יחד עם זאת, אל תשכחי להיות זקופה, להכניס את הבטן ולפתוח את בית החזה (משדר ביטחון עצמי).

חשוב שתסבירי לצלמ/ת מה את פחות אוהבת בעצמך ומצד שני מה את כן אוהבת, כמו כן תגידי מה חשוב לך להעביר בצילומים ובתמונות. חשוב לבקש תמונות לאורך ולרוחב, שיתאימו לך לכל המדיה והרשתות.





אתם שאלתם

מה ההבדל בין חשבון יוצר לחשבון עסקי
באינסטגרם?

ההבדל היחיד הוא במספר השירים והצלילים שתוכלו למצוא במוסיקה. אם המוסיקה חשובה לכם, זה הזמן לשנות את הפרופיל מעסקי ליוצר. כל השאר ממש אותו הדבר.

איך אפשר לקדם פוסט בקבוצה?

מאחר ובארץ עדיין לא ניתן לקדם קבוצות, הדרך הקלה והפשוטה ביותר היא לקדם פוסט על הקבוצה מתוך הדף העסקי שלך. חשוב לא לשכוח לתייג את הקבוצה בפוסט ולהבהיר מה הערך שלה עבור הקורא.

יש לכם שאלה ותרצו לשתף אותנו?
מוזמנים לפנות אלי למייל:

galit@talk-about.co.il

אני מתאיצה את אצטני ואסמני קינוד אוד



אאהוד אג אצמני א הגחלה של רומן אכל רחיים

אלסקי ווייל

Galit Zer-Bason
פחרונת שיוק לעסקים

ג"ו 2א2 אנה

Talk About

זו לא עוד סתם מודעת פרסומת

יבצג שהמציין הטה פוגג כולו בקנה? ה?
הוגה לבצג איני?

אני מזמינה אותך להצטרף לסדנאות שיחסכו לך את

עלויות העיצוב לעסק שלך.

כן, זה אפשרי. כל הפרטים כאן

"האמת היא שאף אחד לא קורא מודעות פרסומת.
אנשים קוראים את מה שמעניין אותם. לפעמים, מדובר בפרסומת"

הווארד זאק ג'סיץ'

רוצה לקבל את המגזין למייל?

[זה המקום להירשם](#)

רוצה גם מגזין מעוצב עבור הלקוחות שלך?
זה המקום לשלוח לי הודעה



2021 TALK *about*
כל הזכויות שמורות לגלית זר-בסון



טל': 052-2313856
www.talk-about.co.il