



טרנדי מרקטינג פרסום ויח"צ



שיווק בעידן הפיוצ'ריסטי

עקרונות, פרקטיקות וטיפים

ניר בהגלי // טרנדי מרקטינג

ינואר 2024



- נשוי + 4 מגן יבנה (מוזמנים לקפה)
- בעלים ומנכ"ל משותף של חברת פרסום
- ליוויתי מעל 400 עסקים בייעוץ עסקי ושיווקי
- עובד עם בתי ספר למיתוג וגיוס תלמידים
- בוגר קרן אייסף למנהיגות חברתית
- אוהב ממש כוסברה



איך לדבר על נושא
כל כך חשוב ומורכב?



ששששש..

אני הולך לספר
לכם כמה סודות
מקצועיים

מה ההבדל בין שיווק למכירות?



שיווק וחינוך?



אתגרים

בשיווק חינוכי

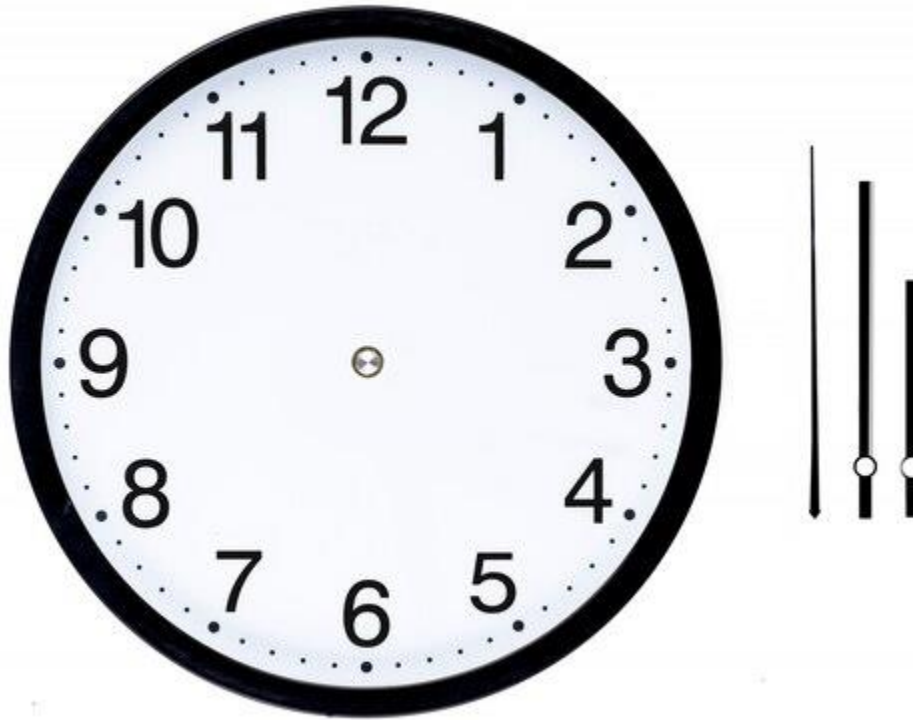
קושי בשיווק פעילות או מוסד חינוכי (זה לא מכיר)



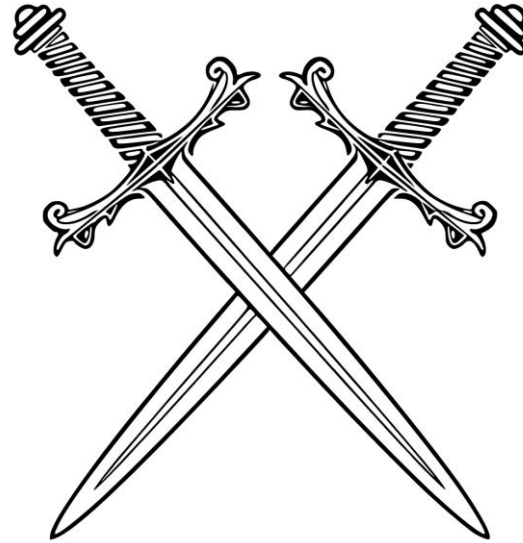
תקציב ומשאבים

פוליטיקה ואגו





משאבי זמן



גורמים חיצוניים

מדוע חשוב וכדאי לפרסם את פעילות הפיוצ'ריסטים?



- קרדיט ומיצוב לפועלכם, לתלמידים ולבית הספר
- שינוי תדמיתי וחשיפת הפעילות בפני בעלי העניין
- פיימינג – מתן פומבי לנושאים טובים וחיוביים
- פיתוח קשרי קהילה – תעשייה, אקדמיה, עמותות, רשות מקומית, הורים, בוגרים ותלמידים
- גאווה יחידה של בעלי העניין
- תהליך לשיפור מתמיד
- פיתוח קשרים וחיזוק הקשר עם בעלי העניין



מרכיבים במשפך השיווקי

- חומרי פרסום
- קהל יעד ובעלי עניין
- אמצעי פרסום
- תקציב
- הנעה לפעולה
- ניתוח ומדידה



ההבדל בין פרסום חינוכי לפרסום מסחרי



חשוב לדעת!

- לא כל פרסום עולה כסף
- לא כל פרסום זה פייסבוק אינסטגרם
- טיקטוק
- כדאי לאמץ שיטות שיווק אופליין
- ואונליין
- שיווק פנימי חשוב לא פחות מחיצוני

8 עקרונות שכדאי ליישם בשיווק הפיוצ'ריסטי

1

צוות שיווק ופרסום

הקימו צוות שיווק



מעקרון למשימה

- רתמו לצוות מורים, הורים, תלמידים
- סיעור מוחות – העלו רעיונות לשיווק הפעילות, אחריות, תדירות, פלטפורמות
- SWOT – נתחו את ההזדמנויות והחוזקות
- פתחו קבוצת ווטסאפ – ועדכנו את יתר

הגורמים בבית הספר

חומר פרסומי , תיעוד ותוכן

לא תיעדתם? אבוי

2



מעקרון למשימה

- **טקסט** על הפעילות
- **תמונות** המתארות את האירוע
- **וידאו** המתעד את הפעילות



זמרת העשור, עדן בן זקן, ממשיכה להפתיע!

רגע לפני יציאת אלבומה החמישי והמסקרן ב- 5.5.21 היא משיחררת הבוקר
שיר חדש MOABET, שיתוף פעולה ראשון שלה עם נס איתי גלז בלהיט קצבי
חדש, סוחף ומרים!

נתראה באמפי קיסריה 13/5 (סולד אאוס), 15/5 ב- 2 מופעים חגיגיים.

לפרטים נוספים:

עופר מנחם תקשורת ויחסי ציבור

050-7-286538

menachem.ofar@gmail.com



לימדו לכתוב קומינקט מעניין ואפקטיבי

הדרך שבה תגרמו ל-CTA

3

מעקרון למשימה

5 המ"מים

■ **מה?** מה תוכן הפרויקט / האירוע, במובן של מה קורה

שם ו/או מה זה עושה

■ **מי?** קהל היעד שאליו מיועד הקומיניקט

■ **מדוע?** מה המטרה של האירוע / הפרויקט מה הסיבה

לכל זה?

■ **מתי?** מתי הדבר עומד להתרחש? מתי זה קורה? עד מתי?

■ **מקום?** היכן הדבר עומד להתרחש, היכן מוצע השירות?

לא לשכוח!

- לתת קרדיט למי שצריך
- להעביר את המסר שאנו רוצים להעביר
- לוודא שאין טעויות ניסוח וכתיב
- לצרף תמונות או וידאו
- להניע לפעולה

העברת המסר

אל תתארו את הפעילות, במקום זה תארו למה
הפעילות טובה בשביל ההורים, הילדים והקהילה
ומה יוצא לכם מזה.

אמיל"י

'הלקוח הפוטנציאלי' מעדיף לשמוע למה זה
טוב בשבילו ולא תיאור משעמם של מה

שאנחנו עושים.





זהו את
קהל היעד
ובעלי
העניין
למי אנחנו בעצם פונים?

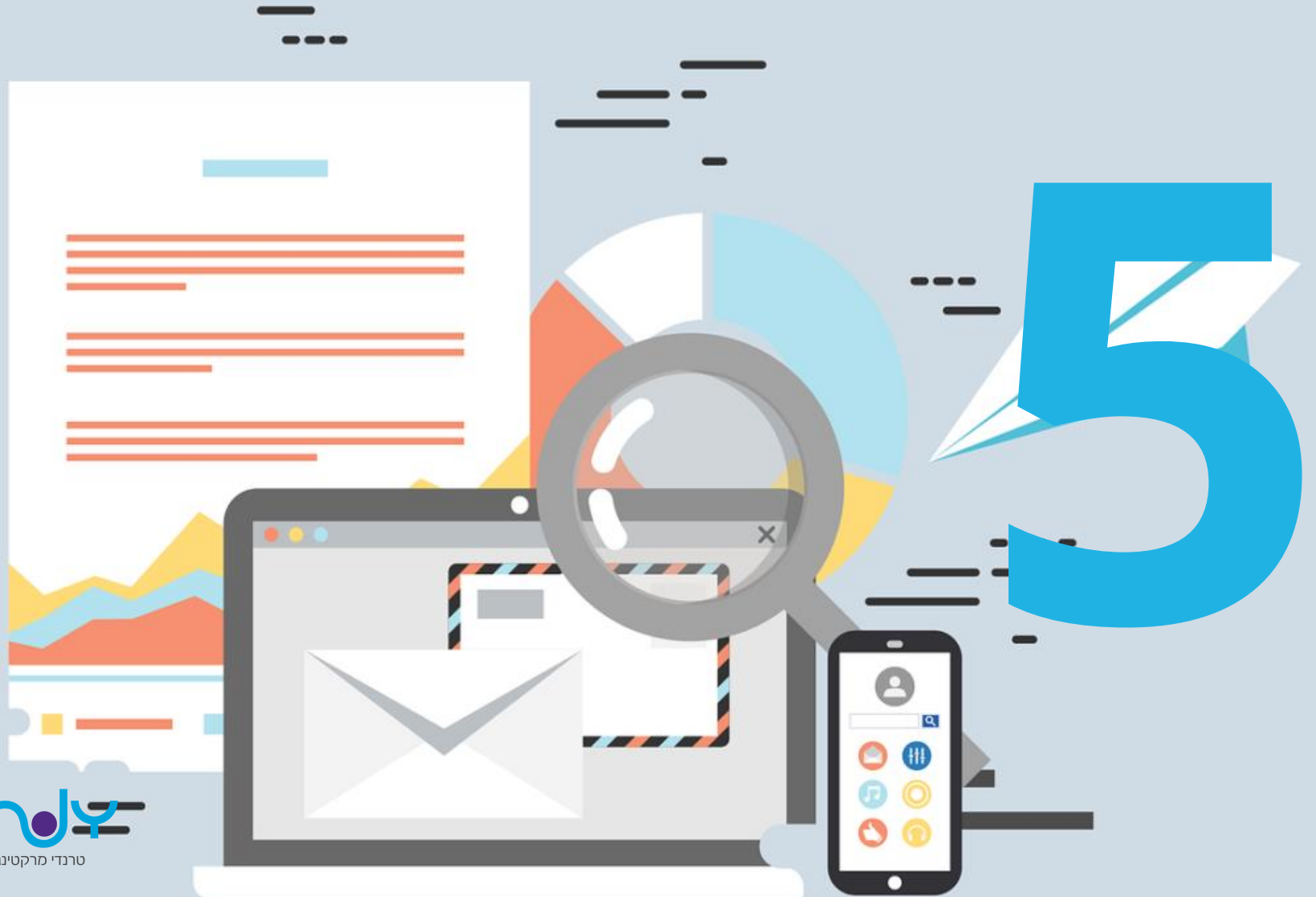
4

מעקרון למשימה

- זהו את קהל היעד מבין בעלי העניין שסקרנו כבר
- חשבו היכן הם צורכים תוכן טיזר לטיפ הבא 😊
- התאימו את התוכן כך שיתאים לקהל
- זהו פוטנציאל לכמה אנשים תרצו להגיע בהתאם לקהל שהגדרתם

בחירת פלטפורמות

איפה נפרסם ונפיץ את המידע



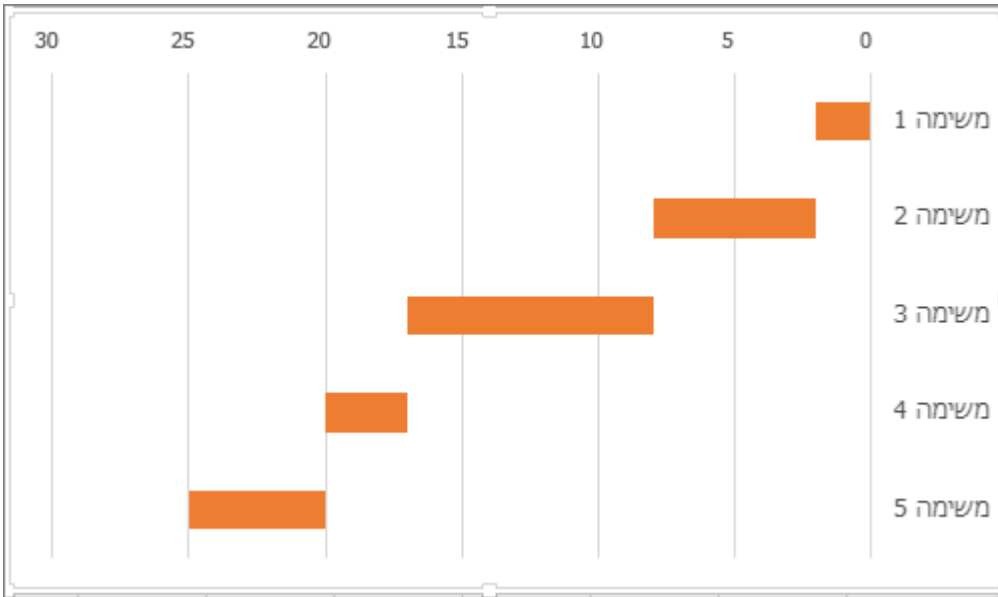
ערוצי התקשורת

פרסום	קידום מכירות	יח"צ	מכירה אישית	שיווק ישיר
• פרסום דפוס • כרזות • עלונים • שלטי תצוגה • שלטי חוצות • סמלים ולוגו • סרטוני וידאו • שת"פים	• תחרויות • והגרלות • מתנות • דוגמיות • תערוכות • הדגמות • ימים פתוחים • תלושים • הנחות	• הודעות לעיתונות • הרצאות • ימי עיון • חסויות • קהילה • אירועים	• פגישות מכירה • כנסים	• קטלוגים • דואר • שיווק טלפוני • אתרי מסחר • דיוור דיגיטלי • ווטסאפ • פייסבוק • אינסטגרם • טיקטוק • יוטיוב • גוגל • אינטרנט • אפליקציה • פודקאסט

7

גאנט -תכנית עבודה, ניטור ובקרה

בקרו את הפרסומים באמצעות
תכנית עבודה



מעקרון למשימה

- שגרת פרסום השתדלו לשמור על שגרה שיווקית
- בדקו אפקטיביות היכן הפרסומים עבדו טוב יותר
- בצעו מעקב שיווק אחת לחודש
- בעלי עניין וודאו תמיד שאתם זוכרים את השותפים, מעדכנים אותם ונמצאים איתם בקשר
- שיווק נטוורקינג כל מפגש וכל שותף יכול לסייע בחשיפה או לחבר
- שיווק פנימי וחיצוני בצעו תמהיל שיווקי רלוונטי

תכנית עבודה

הגדרת יעדים: 2 פרסומים בשבוע בערוצים
פנימיים / 2 אייטמים בחודש חיצוני

שם האייטם	פלטפורמה	פנימי / חיצוני	תאריך	הערות

תרגיל בית

תרגיל בית

בנו תכנית שיווקית – גאנט עד סוף שנה – כמות פרסומים
פנימית וחיצונית ובאילו פלטפורמות

אתרו 6 פלטפורמות שיווק רלוונטיות עבורכן

1. 1 תקשורת מקומית כתובה ו/או דיגיטלית
2. 1 תקשורת ארצית
3. 1 פנים ארגונית
4. 1 רשות מקומית
5. 2 מה שבא לכם

כתבו קומיניקט על פי הכללים

בעוד שבועיים אנחנו רואים אייטמים באוויר!!

תודה על ההקשבה!
(קהל שבוי שלי)

מה לקחתם מהסדנה?



האמת ידעתי
הכול!



פשפש אתה
לא מבין איך
חידשת לי.



תראה א..
אהבתי את
ה.. נו ה..זה



בחיית.. לא
בא לי לפגוע
בך