

## תכנון דף פייסבוק

דף פייסבוק משמש כעוגן עבור העסק ברשת החברתית הגדולה בעולם. הוא המקום בו אנו יוצרים קהילה סביב המוצר או השירות שלנו. אנו מקיימים דו-שיח ער עם אנשי הקהילה ויוצרים מעורבות ומחויבות שלהם עם המותג שלנו. חברות צריכות להיות בקשר עם אנשים מתי שהם רוצים, היכן שהם רוצים ובדרך שהם רוצים ופעמים רבות באמצעות רשתות חברתיות.

### בדיקת התאמה

האם פייסבוק כרשת חברתית מתאימה לנו? עלינו לעמוד באחד או יותר מהקריטריונים הבאים:

1. אנו עוסקים בתחום שיכול לעניין קבוצה של אנשים, יש לכך מימד חברתי ואנו מסוגלים לתת להם ערך מוסף.
2. יש לנו נכונות להשקיע משאבי זמן לא מבוטלים לצורך יצירת עניין באמצעות תכנים ועדכון מתמיד.
3. יש לנו הבנה מעמיקה של הדרכים להצליח ברשת החברתית. זאת מכיוון והרשתות החברתיות מלאות ב"גוויות" של דפים שאינם פעילים.

### מטרות השיווק בפייסבוק

מהן הסיבות העומדות בבסיס ההחלטה שלנו להקים את דף האוהדים:

1. תנועה לאתר האינטרנט;
2. קידום אורגני של האתר בתוצאות חיפוש;
3. חיזוק וחשיפת המותג;
4. קשר ומעורבות עם אנשים;
5. יידוע על ערכי החברה והחזון שלה;
6. הגדלת את העניין בחברה באמצעות קיום דו השיח;
7. למצוא ולתחזק את היתרון התחרותי;
8. ליצור תחושה של אמון בחברה ואינטראקציה אמיתית לאורך כל נקודות המגע עם הלקוחות;
9. להיות קשוב לצרכנים כדי לענות על בקשותיהם וללמוד מהם כיצד ניתן להשתפר;
10. לעודד מכירות של מוצרים/שירותים;
11. אחר \_\_\_\_\_

### בידול

במה אנו שונים ממתחרים אחרים ואיך הדבר יבוא לידי ביטוי בדף שלנו:

## הגדרת קהל היעד

באמצעות ניתוח פרסונות מייצגות:

פרסונה	הצהרה שיווקית	תכנים אפשריים לפרסום
		•
		•
		•
		•

## שיתופי פעולה אפשריים

עם מי ניתן לשתף פעולה בקידום הדף:

עם מי:	איך אפשר לשתף פעולה:

## שם הדף

שם הדף חשוב לצורך חיפושו במנועי החיפוש של פייסבוק וגוגל. הוא גם יופיע בראש כל פרסום של הדף:

## שיווק הדף

מהם האמצעים בהם נשווק את הדף:

1. אימייל לרשימת התפוצה שלנו;
2. תוספת שם הדף לחותמת האימייל שלנו;
3. הוספת שם הדף לדף וורד הרשמי שלנו;
4. תוספת של שם הדף על כל הפרסומים שלנו;
5. הוספת תוסף חברתי באתר הבית שלנו המאפשר הרשמה ישירה לדף;
6. הפניה לדף מדפי אתר הבית שלנו;
7. הזמנת חברים מהפרופיל האישי;
8. אחר \_\_\_\_\_