



איך לכתוב נכון ברשת?

גיל מרטנס



כללי השיווק
החדש, או מה
קרה לשיווק
הקלאסי?





לקוחות מרושתיים

האם השיווק עובר ללקוחות?

חברת מקינזי - בממוצע 2/3 מנקודות

המגע בזמן שאנחנו חושבים לבצע

רכישה קשורה לפעילויות אנושיות – כמו

עדויות, דרוג של גולשים אחרים, שיחות

מדיה חברתית והמלצות מפה לאוזן.



מה עושים?

- נותנים כבוד ללקוחות
- מספרים סיפורים
- עוברים ל"כלכלת חוויות"
- מדגישים שייכות
- יוצרים שיחות וסיפורים סביב העסק
- נוקטים עמדה





שיווק אחראי – הכוח שלנו כמשווקים

למה חשוב לשווק בצורה אחראית?

- רוב המסרים שמועברים לנו הם שיווקיים.
- מאסנו בלחץ, הפחדות ודחיפות.
- עולם השיווק השתנה. אנחנו כבר לא מאמינים לכל המסרים.



מהו שיווק אחראי?

- שיווק שיש לו אימפקט חיובי
- שיווק נדיב ומפרגן
- שיווק מקיים
- שיווק שמתחשב בפנאי ובפניות של הלקוח
- שיווק שנותן ערך
- שיווק שבמקום ללכוד את תשומת הלב, מרוויח אותה
- שיווק שמנסה למכור ללקוח משהו שהוא באמת רוצה וצריך
- שיווק שמבוסס על חשיבה לטווח ארוך
- שיווק אותנטי



בתוך עולם השיווק מסתתרת לה
נישה אחת מיוחדת...



שיווק באמצעות תוכן.
מאיפה זה הגיע?
ולאן זה הולך?

מה זה שיווק באמצעות תוכן?

גישה שיווקית המבוססת על כתיבה והפצה של תוכן עקבי,
רלוונטי ובעל ערך לקהל מוגדר היטב, כדי להביא אותו,
לבסוף, לפעולה בעלת ערך כלכלי.





Things to do in London

Here's your key to the city. A definitive guide of the best local spots, as told by local Airbnb hosts

מה זה תוכן בעל ערך?

- הוא שם את הקורא במרכז
- הוא מעורר את הקורא
- הוא מסודר, נעים לעין, או בשפה המקצועית "סריק".
- הוא כתוב כמו שצריך
- הוא מעביר מסר אחד, נושא אחד
- הוא מקורי, אותנטי וכן.



Instagram Marketing

What to Post on Instagram: 20 Post Ideas to Spice Up Your Feed

by Ana Gotter • Jul 10, 2018



Productivity

How to Create a Morning Routine that Supercharges Your Productivity

by Richard Lazazzera • Jul 9, 2018

A person wearing a red dress is holding a large bowl of bright orange oranges. The oranges are piled high, and the person's hands are visible at the bottom of the bowl. The background is a soft, out-of-focus grey.

שיווק באמצעות תוכן = שינוי
תפיסתי

מה הלקוחות מחפשים?

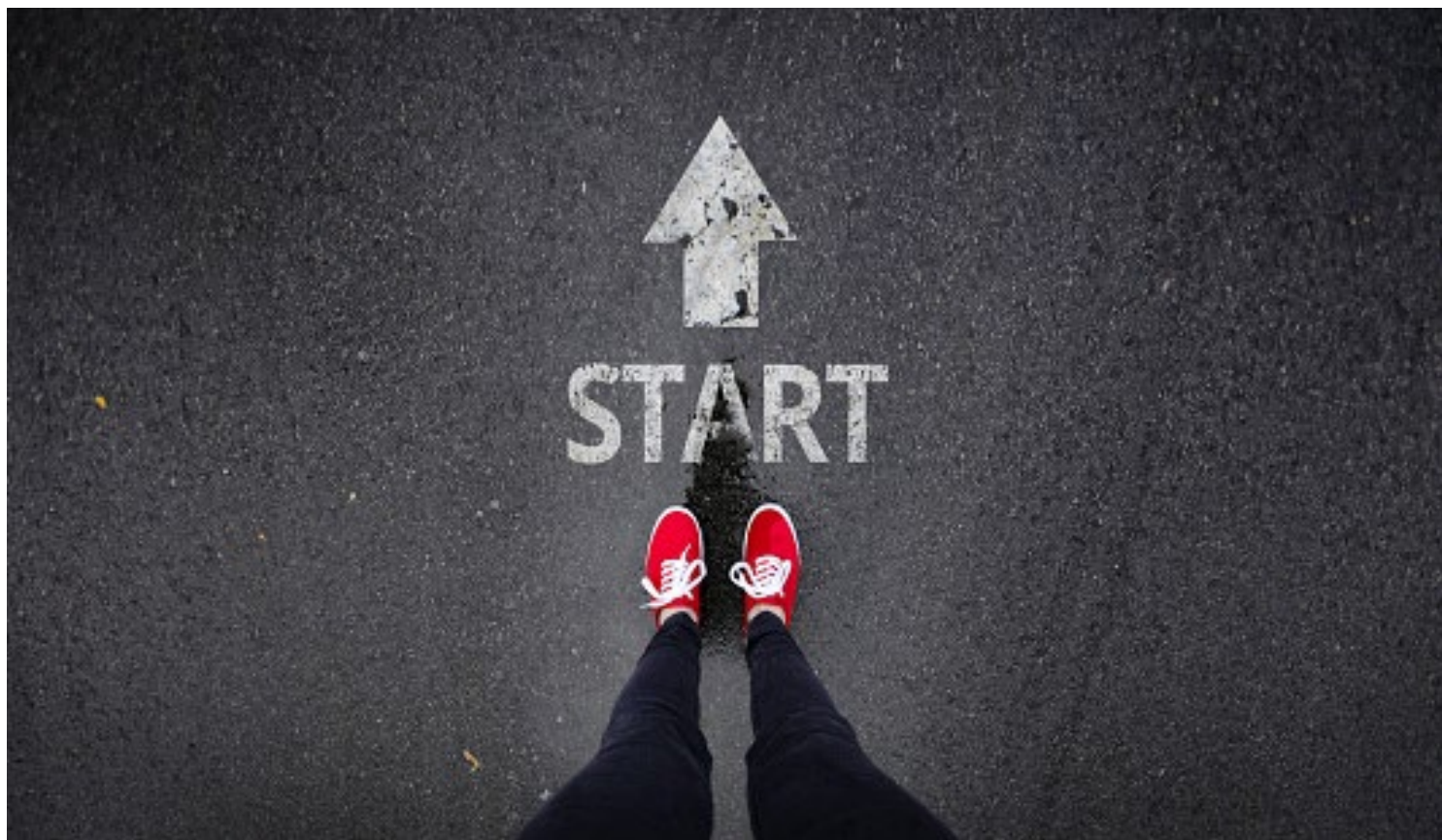
- השראה
- השפעה
- שגורמים להם לזוז
- שיקשיבו להם





איך נוכל לעזור ללקוחות שלנו?

- לחסוך להם זמן
- להפוך אותם לפרודוקטיביים יותר
- לעזור להם להיות בריאים יותר
- לעזור להם להפחית מתח וסטres
- לעזור להם לעבוד פחות ולנוח יותר
- לחסוך להם כסף
- להוריד להם עלויות
- לעזור להם לעשות יותר כסף
- להפוך אותם למאושרים יותר



שלב מקדים

- הבנת המטרות שלנו
- הבנת קהל היעד שלנו
- בניית הצעת ערך ייחודית



אפיון הקוראים

- מאפיינים דמוגרפיים
- העדפות, צרכים
- חלומות
- אהבות, שעות הפנאי
- פחדים ומצוקות
- התנגדויות וחששות

הצעת הערך שלנו

הצעת ערך טובה גורמת לקורא להמשיך לקרוא עליך.

הצעת הערך – איך אנחנו מתחילים שיחה עם מישהו כך

שנגרום לו לרצות לשמוע עוד, ללמוד עליך.

הצעת הערך חייבת להיות ברורה ומהירה.





תרגיל לחיצת היד

A close-up photograph of a black fountain pen with a silver nib, lying diagonally across a piece of paper with faint, handwritten cursive text. To the left of the pen, there are several small, delicate purple flowers with white centers, some in focus and others blurred in the background. The lighting is soft, creating a gentle shadow of the pen on the paper.

בואו נדבר על
הכתיבה עצמה

מה בין השפה הכתובה והמדוברת?

התקשורת הכתובה
חשובה!



התאמת השפה לנמען

- משלב
- ז'רגון מקצועי
- טון

כתבו אל כל אדם באותו האופן שהייתם מדברים

אליו

התאמת השפה לנמען

ממי, תביא לי פליז קפה למיטה.

א:ו:

תוכל בבקשה להביא לי קפה כשאתה נכנס

לישיבה? תודה!

א:ו:

אשמח מאוד לכוס קפה, אם זו לא טרחה גדולה

מדי עבורך.



מתי לא כדאי
לכתוב בכלל?

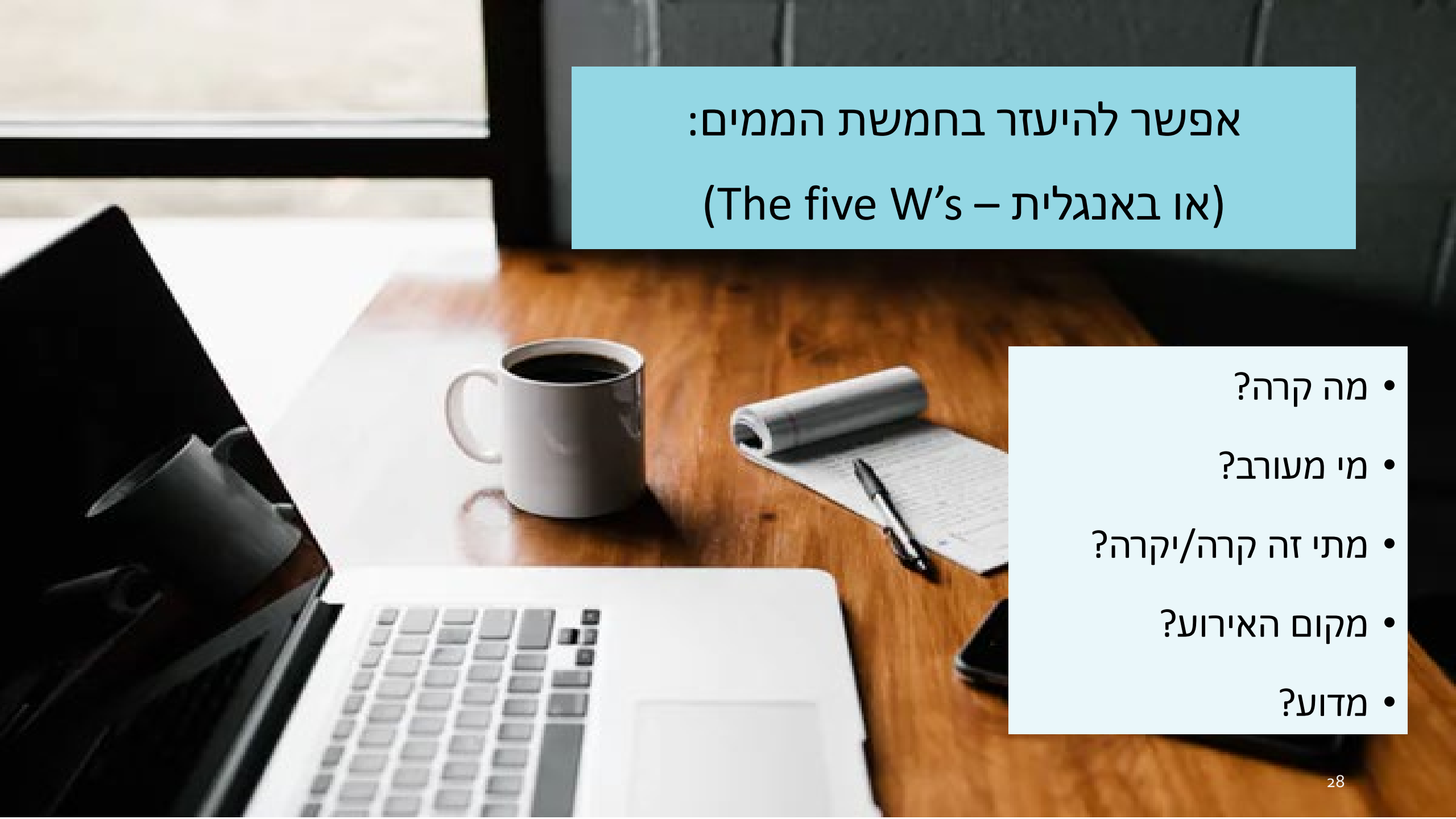
- כשאנחנו כועסים או
נמצאים בסערת רגשות
- כשאנחנו שיכורים



טיפ: תמיד עשו הגהה אחת יותר ממה

שנדמה לכם שצריך



A photograph of a wooden desk in a bright, modern setting. On the desk, there is a white laptop, a white mug filled with dark coffee, a rolled-up newspaper or document, and a black pen. The background shows a window with light coming through.

אפשר להיעזר בחמשת הממים: (או באנגלית – The five W's)

- מה קרה?
- מי מעורב?
- מתי זה קרה/יקרה?
- מקום האירוע?
- מדוע?

תרגיל – כתבו במשפט אחד או שניים

- מה קרה?
- מי מעורב?
- מתי זה קרה/יקרה?
- מקום האירוע?
- מדוע?



טיפ: התמקדות בעובדות ולא במה
שחושבים או מרגישים כלפיהן...
(טוב, לפחות בשלב הראשון)

“They say living well is the best revenge but sometimes writing well is even better.”

— James Franco



כללים בסיסיים
לכתיבה נכונה



טיפ: כתבו כמו שאתם מדברים

- שפה גבוהה, משפטית?
- ז'רגון מקצועי?
- סלנג/כתיבה ללא קודים התנהגותיים?

LET'S START

איך כותבים – בואו נעשה סדר?



HOME





- מטרת הכתיבה - מהו המסר?
- למי אני כותב? מה יוצא לו מזה? מהו האמצעי להעברת המסר לאותו קורא?
- חיפוש נתונים + דוגמאות



- ארגון – מבנה (למשל מדריך, רשימה, סיפור וכד')

- טיוטא גסה, מלוכלכת

- לצאת מזה!

- לכתוב מחדש, נקי.



- למצוא כותרת/שורת נושא

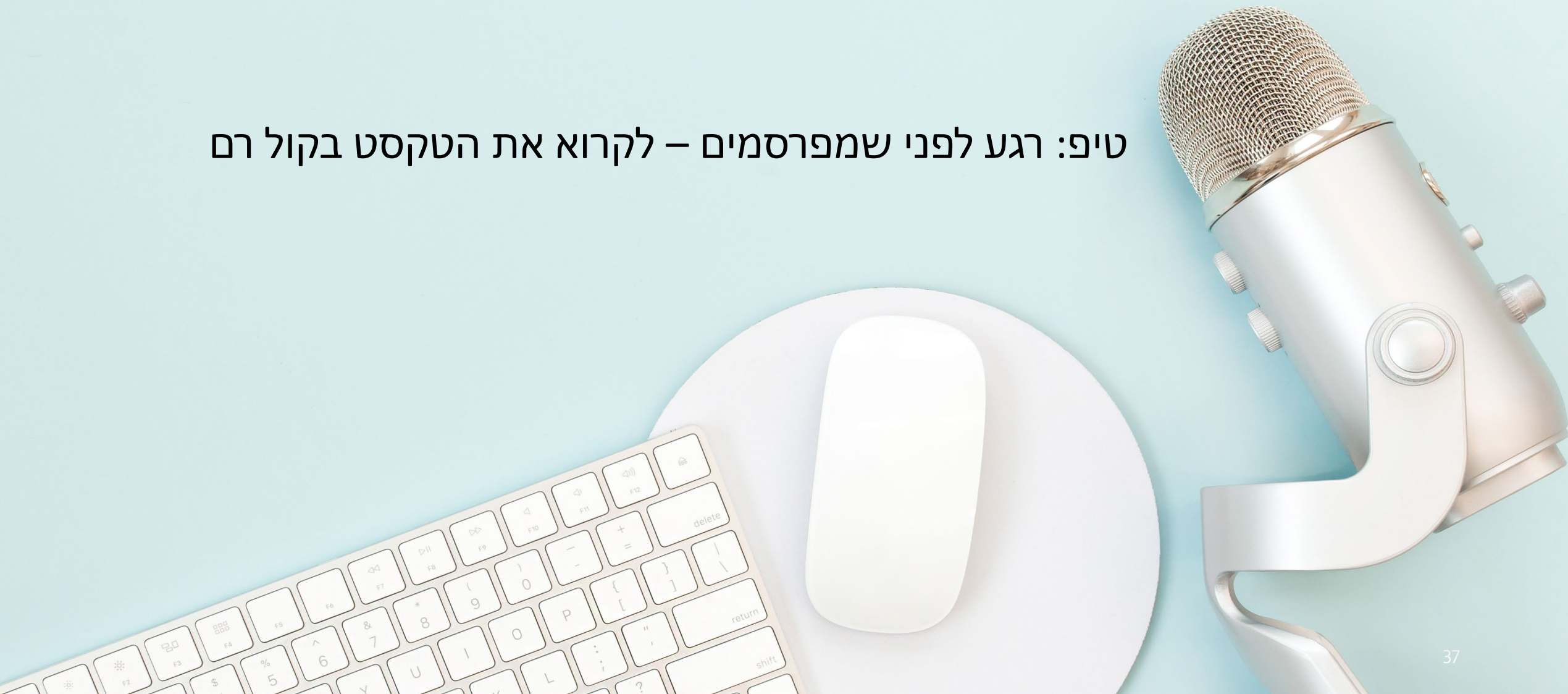
- עריכה

- מבט אחרון

- הנעה לפעולה

- לפרסם/לשלוח

טיפ: רגע לפני שמפרסמים – לקרוא את הטקסט בקול רם



כמה מילים על עריכה

✓זרימת התוכן – קריאה בקול רם

✓נושא אחד, רעיון אחד, מסר אחד.

✓כותרת – האם יש הבטחה שמתקיימת? האם מעצימה את הקורא?

✓תוכן "סריק".

✓פסקת פתיחה, פסקה סוגרת, מבנה.

✓משפט סיום עם הנעה לפעולה?

✓בדיקה חוזרת של הכותרת.

“Write with the door closed, rewrite with the door open.”

— [Stephen King, On Writing: A Memoir of the Craft](#)

מה לא לעשות

בכתיבה?



- מילים מסויגות - בריחה מאחריות
- שגיאות
- ז'רגון מקצועי
- משפטים מסורבלים
- נפלאות הפיסוק
- חפירות

A Spider-Man figure in his iconic red and blue suit is crouching in a stone archway. He is holding an open book and looking at it intently. The scene is backlit by a bright light source, creating a strong glow and lens flare. A teal text box is overlaid on the right side of the image.

פעיל או סביל?

פיסוק. עד כמה הוא חשוב?

A woman without her man is nothing

**Best.
Summer.
Ever.**

A woman, without her man, is nothing.

A woman. without her, man is nothing.

הדרך הכי טובה לדעת איך
לפסק? לקרוא בקול רם.

**Best.
Summer.
Ever.**



מה לעשות כדי שהכתיבה תעבוד? כללים

"The most valuable of all talents is
that of never using two words
when one will do."

— Thomas Jefferson

כלל ראשון – פשטות

"תניחו שהקוראים שלכם לא

מבינים כלום בתחום שלכם, אבל לא

שהם טיפשים".



הכללים של ג'ורג' אורוול לכתובה:

- אל תשתמשו במטאפורות.
- אל תשתמשו במילים ארוכות כשניתן להשתמש בקצרות.
- אם ניתן להוציא מילה מן הכתוב, תוציאו אותה.
- כתבו בשפה פעילה ולא סבילה.
- אל תשתמשו בז'רגון, מילה לועזית או מדעית כשאפשר להסביר במילים פשוטות.
- מדי פעם שברו את החוקים האלו.



כלל שני – פיע'

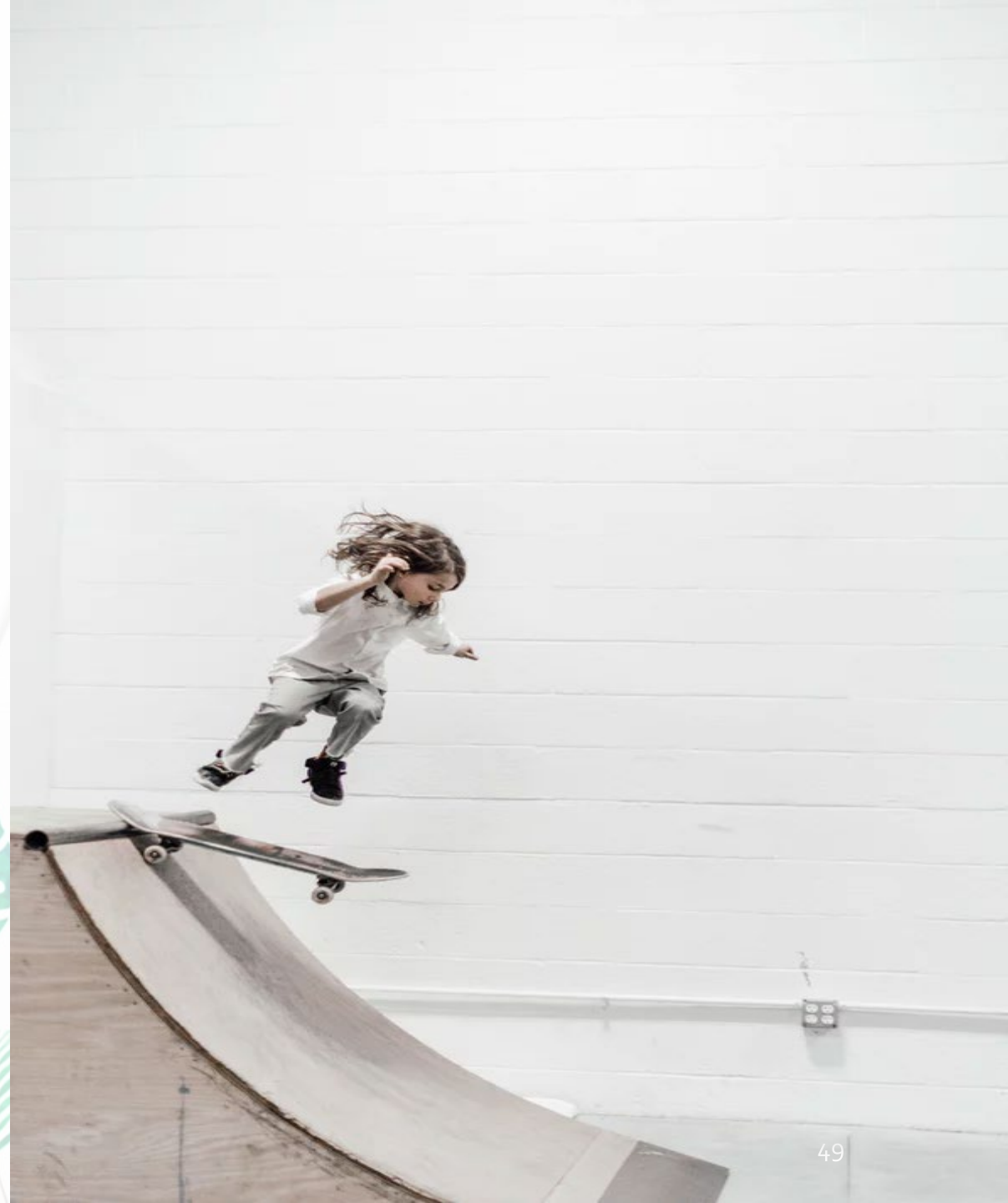
מסר אחד,

נושא אחד!





כלל שלישי – פעולה



כלל רביעי –

מחקר



כלל חמישי – נקודות

מפתח

מפתח



כלל שישי – אורך

הייתי כותב לך מכתב קצר יותר, אבל לא
היה לי מספיק זמן.

- מרק טווין



פוסט בעל מראה מסודר:

- שילוב ויזואל
- פסקאות קצרות
- כותרות משנה
- טבלאות
- נקודות
- ציטוטים
- לינקים
- שאלות ותשובות
- פסקאות פתיחה וסיום



כלל שביעי – מדידה והערכה –

פידבק ושיפור מתמיד

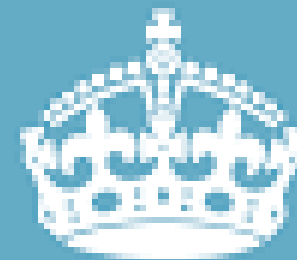
"Measurement is fabulous.
Unless you're busy measuring
what's easy to measure as
opposed to what's important" -
Seth Godin.





כותרות

הבטחה שחייבת להתקיים



KEEP
CALM
AND
WRITE BETTER
HEADLINES

כותרות. מה לא עובד?



- כותרת שלא מעידה על הכתוב
- משפטים מסורבלים
- מילים מקצועיות
- הבטחות שלא מתקיימות
- כותרות ארוכות מדי
- יותר מדי סימני פיסוק

כותרת טובה

11 טעויות בפרסום ממומן בפייסבוק

מרץ 21, 2017 /// אין תגובות

מעל חמש שנים אני עוסקת בפרסום ממומן בפייסבוק מה שאומר שטעיתי, נפלתי, קמתי, למדתי, התמקצעתי ועכשיו אני יכולה לומר בביטחון שאני יודעת דבר או שניים על פרסום ממומן. בחצי השנה האחרונה החלטתי לתת פוש בנושא ולהנגיש אותו לכמה שיותר בעלות עסקים בצורה כמה שיותר ברורה ובהירה ובעיקר לנסות למנוע טעויות קריטיות שחוזרות על עצמן שוב ושוב ובמקום לייצר הכנסה גורמות לבזבוז מאכזב של כסף.

פרסום בכלל ופרסום בפייסבוק בפרט הם לא מדע מדויק. אבל יש רעיונות, עקרונות וכללים שחשוב מאוד להקפיד עליהם כדי שהפרסום הממומן יצליח. לאחרונה הכנתי הדרכת וידאו שכוללת את מרבית הטעויות הנפוצות עליהן שמעתי שוב ושוב מבעלות עסקים.

• תופסת את תשומת הלב

• מייצרת התלהבות

• מייצרת ציפייה

“I'm fully aware that if I were to change professions tomorrow, become an astronaut and be the first man to land on Mars, the headlines in the newspapers would read: `Mr. Darcy Lands on Mars.’”

— Colin Firth

כותרות

מה עובד?

חדשות מדע וסביבה

מה יקרה אם לא נפסיק לבזבז מזון

אם יימשכו הבצורות והמחסור בדגנים, נמצא עצמנו חוצים קו סמלי - בעולם יחיו יותר ממיליארד בני אדם רעבים. איך נלחמים במשבר המזון?

• כותרות של איום

• כותרות שרוכבות על

מותג או אישיות

• כותרות טעות



איך לפתוח בלוג ב-15 דקות בלי להשתגע

- "איך ל..."

- רשימות

- סודות, כוח, מוניטין

The 7 Worst Marketing Emails You've Ever Seen - HubSpot Blog

<https://blog.hubspot.com/blog/.../the-7-worst-marketing-emails-you-ve-ever-seen.aspx> ▼

Nov 15, 2011 - Marketing shouldn't make people cry. Do **you** get marketing **email** that makes **you** want to punch your fist through your computer in hopes of actually connecting with the person that sent it.

- הבטחה אמיצה
- "למה"? ובכלל שאלות
- הטוב ביותר והרע ביותר

• קוויקי

• שימוש במספרים

יש לכם 10 דקות? כך תכינו ארוחת ערב מושקעת

לקום בבוקר, לארגן את הילדים, ללכת לעבודה, לאסוף ולהסיע לחוג, לעבור בסופר, להוציא את הכלב - אורח החיים הישראלי משאיר מעט מאוד מקום לסטייה מלוח הזמנים. אז איך אפשר בכל זאת לאכול ארוחות ערב בריאות ומושקעות? בקלות! - הנה כמה מתכונים נפלאים שנכנסים בדיוק ללו"ז שלכם

למה בכלל לכתוב?

- על נפלאות הכתיבה.

- קידום העסק או הארגון - גורם ללקוחות או עובדים פוטנציאליים למצוא אתכם, ולא אתם למצוא אותם.

- יצירת מאגר גדל של ידע.

- מיתוג ואמינות.

- יצירת קהילה.



לסיכום

- מהי המטרה שלנו?
- למי אנחנו כותבים?
- מהו המסר המתאים?
- איזו במה מתאימה למסר הזה?
- מהו המבנה המתאים?

לסיכום

- חיפוש רעיונות, ידע, מחקר.
- כתיבה, תוך הנאה ותשוקה.
- מציאת כותרת מתאימה.
- עריכה, ושחרור הכתוב לאוויר העולם.
- מדידה, הערכה ושיפור מתמיד.

טיפים נוספים לכתיבה בפייסבוק

- חשיבה על התועלת לעוקבים/חברים
- ויזואל חזק
- להימנע מקלישאות
- דיאלוג, פירגון למגיבים
- תיוגים רלוונטיים



טיפים נוספים לכתיבה בפייסבוק

- כתיבה בגובה העיניים
- זמן הווה – כאן ועכשיו
- לא לדבר ישירות על המוצר/שירות
- להעדיף לשון רבים
- להשתמש בסיפורים



טיפים נוספים לכתיבה בפייסבוק

- המסר החשוב – לפני ה"קרא עוד"
- שימוש נכון באייקונים, אימוג'יז, חלוקה לפסקאות
- Real Time Marketing – RTM
- Occasion Based Marketing - OBM



דיון בפייסבוק

- שאלות מערבות (מה הייתם עושים, למה הייתם עושים, כמה פעמים...)
- ניתוח פסיכוגרפי של הקהל
- מדיה עשירה
- להשאיר מקום לתגובות וידע מהגולשים
- להפעיל את החברים



ועכשיו? שאלות





רוצים צ'קליסט לכתובת תוכן בעל ערך?

[בואו לכאן 😊](#)

תודה רבה!

גיל מרטנס 054-4290574

gill@blocal.co.il

<http://www.blocal.co.il/>

