

תפס
100-7
Case Study



סקירה כללית



01 העסק

חנות פיזית המשווקת כלי עבודה, חומרי בניין ומגוון רחב של מוצרים לתחזוקת הבית

02 חוזקות

מוניטין של בעל העסק כדמות פעילה בעיר וצוות עובדים בעל ניסיון רב בתחום

03 חסרונות

מתחרים רבים באזור

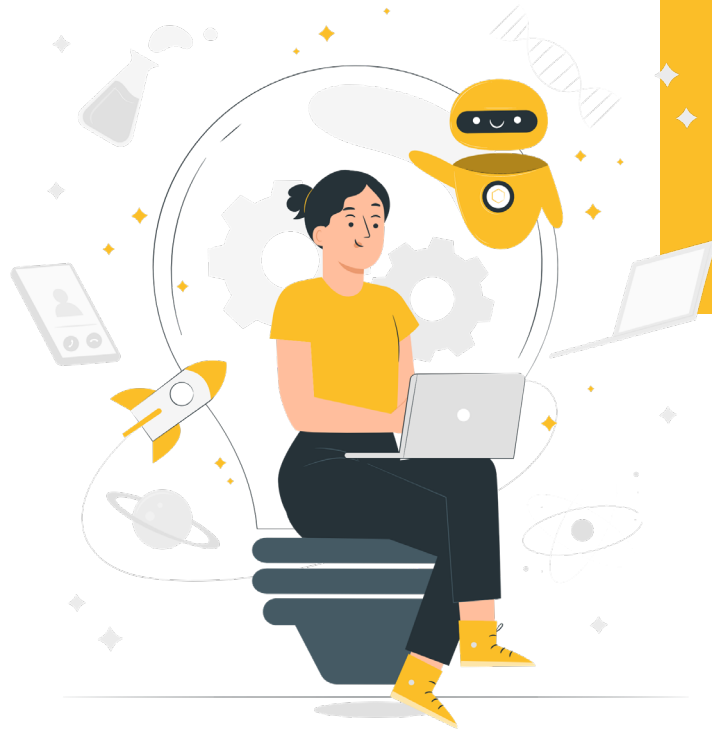
04 נכסים

דף פייסבוק וגוגל

05 פוטנציאל

קהל רחב שטרם נחשף לחנות ובנוסף, מיקום קרוב לאזורי תעשייה בהם מפעלים שהם לקוחות פוטנציאליים

המשימה



להגדיל את קהל הלקוחות של החנות,
ומכאן גם את שורת הרווח מן המכירות
המתבצעות בה.

תכנון וישום

אוגוסט

ממומן בפייסבוק

הוחלט על חודש נסיון בתקציב מינמלי בשתי פלטפורמות כאשר פייסבוק נוסתה ראשונה.

יוני

מיתוג ואירגון מחדש

יצירת לוגו ושפת מותג לצד חיזוק התדמית באמצעות זיקוק של המידע הקיים אודות העסק באינטרנט ופרסום מידע אינפורמטיבי

יולי

ממומן בגוגל

גוגל הינה הפלטפורמה השנייה שנוסתה לפרסום ממומן, אך הביא תוצאות טובות יותר מאשר פייסבוק בתקציב הנתון.

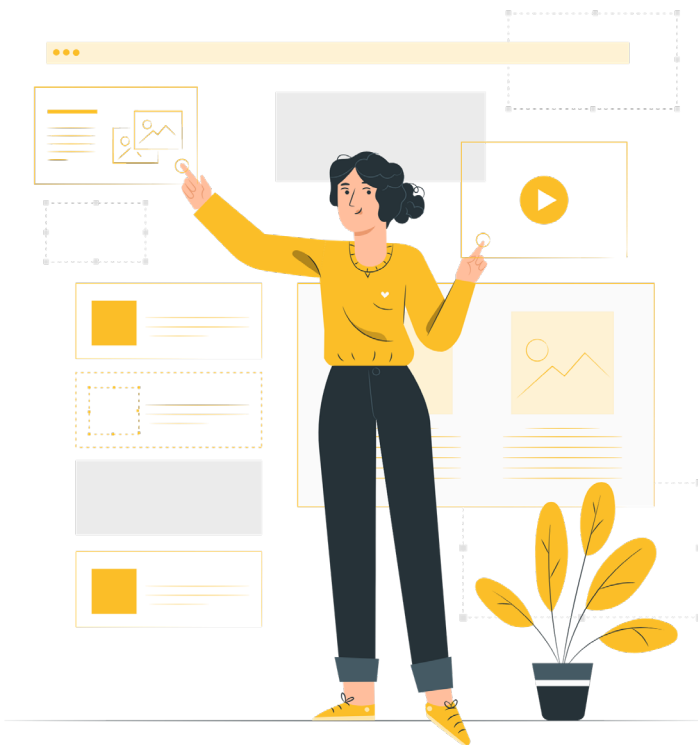
תוכן אוגרני

יצירת תוכן אוגרני שמשמש להצגת שירותי העסק ומוצריו באמצעות הרשתות החברתיות וגוגל

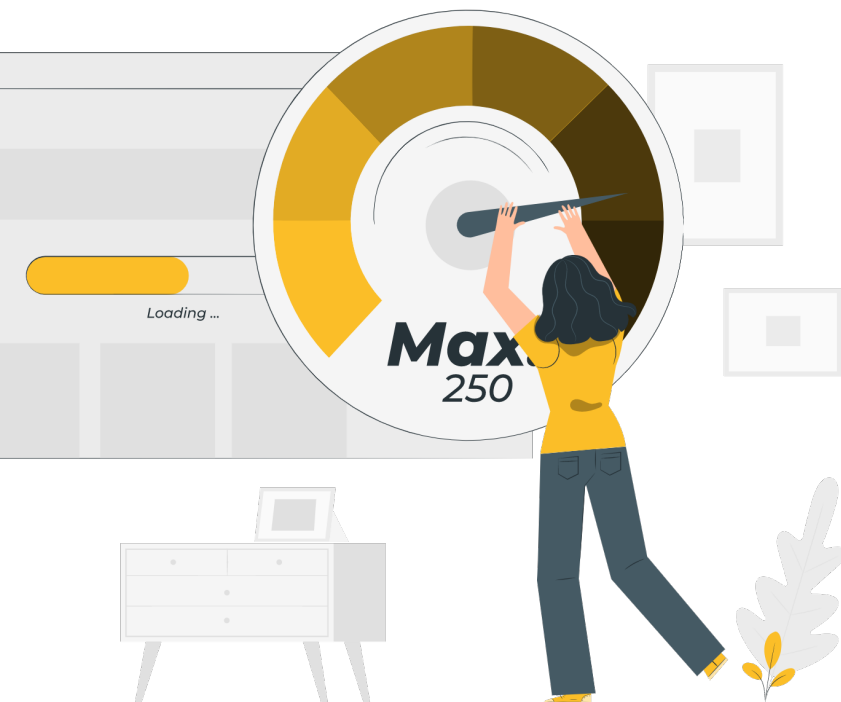
מאי

תהליך המיתוג

מחקר מתחרים	בכדי לתת את התוצאות הטובות ביותר, התחלנו את התהליך ממחקר שוק של המתחרים הקיימים, המצליחים ביותר, וקרובים ביותר פיזית. כל זאת על מנת ללמוד את קהל היעד ולזהות את הבידול של העסק.
לוגו	תהליך יצירת לוגו בשיתוף פעולה מלא עם בעל העסק ע"פ קריטריונים שזיהינו שרלוונטים לתחום.
שפה גרפית	יצירת שפה גרפית שתאחד את כלל העיצובים העתידים הנוגעים לעסק ע"פ- קריטריונים שנקבע מראש בהתאם לעיצוב הלוגו של העסק.
דפוס	פרסום פיזי באמצעות שלט לחנות, שלט באזור התעשייה הפונה לכביש הראשי לכיוון העיר ומגנטים לפיזור בין הלקוחות בו מצויינים כלל בפרטים ליצירת קשר.
דיגיטל	יצירת תוכן דיגיטלי (פוסטים מעוצבים, מודעות, סרטונים וניוז לטרים) המופצים ברשתות החברתיות ופלטפורמות רלוונטיות כמו גוגל ואיזי.



אופטימיזציה



פלטפורמה

מבין הפלטפורמות שנוסו, גוגל הביא תוצאות טובות יותר: הפרסום בו הגדיל את אחוזי הפניות אלינו באופן ישיר בטלפון, ואף את הפניות באמצעות עמוד הפייסבוק שהופיע כעמוד העסק הראשי בחיפוש.

קהל יעד

המערכת של גוגל זיהתה בתקופת זמן קצרה יותר את הקהל הממוקד ביותר של העסק ואת נקודות האינטרקציה של קהל זה עם העסק. המשך מעקב ובחינה מתמשכים עוזרים למיקוד יעיל אף יותר של קהל היעד ושיפור ביצועים.

תוכן

באמצעות המעקב בפייסבוק יכולנו לזהות איזה תוכן מעורר יותר מעורבות שבסופו של דבר מתרגמת לרכישה פיזית בחנות.

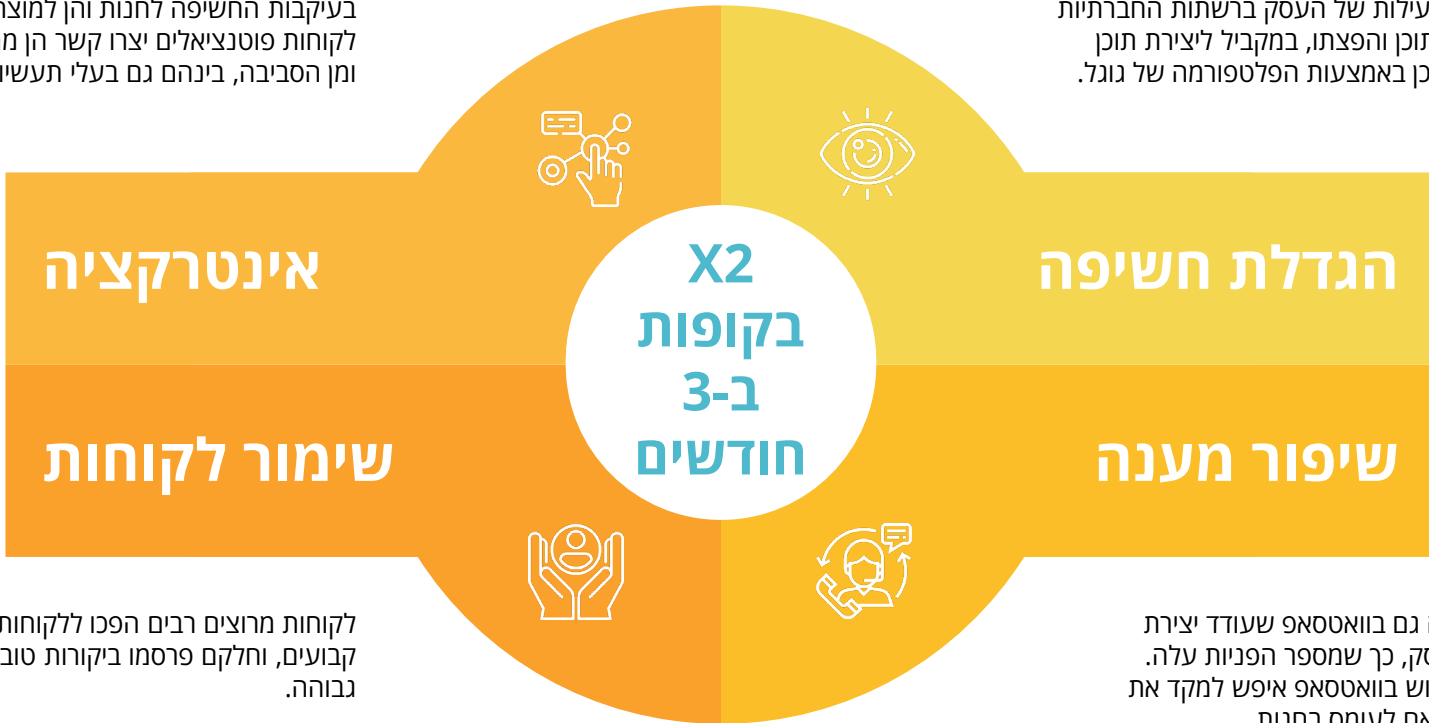
מענה

באמצעות הפלטפורמות של גוגל ופייסבוק יכולנו לעודד פניות ישירות לבית העסק באמצעות הטלפון או הוואטסאפ ולשפר משמעותית את המענה בהם.

מדידת תוצאות

בעיקבות החשיפה לחנות והן למוצריה, לקוחות פוטנציאליים יצרו קשר הן מתוך העיר ומן הסביבה, ביניהם גם בעלי תעשיות.

הגדלת הפעילות של העסק ברשתות החברתיות ע"י יצירת תוכן והפצתו, במקביל ליצירת תוכן וקישור לתוכן באמצעות הפלטפורמה של גוגל.



לקוחות מרוצים רבים הפכו ללקוחות חוזרים ואף קבועים, וחלקם פרסמו ביקורות טובות עם דירוג גבוה.

הוספנו מענה גם בוואטסאפ שעודד יצירת קשר עם העסק, כך שמספר הפניות עלה. בנוסף, השימוש בוואטסאפ איפש למקד את המענה בהתאם לעומס בחנות.