



שיווק דיגיטלי למתחילים

תיאור הקורס:

שיווק דיגיטלי הוא חלק מהותי בכל אסטרטגיה עסקית מודרנית. עם עליית המהפכה הדיגיטלית, הרשתות החברתיות והעולם המקוון הפכו לכלי מרכזי עבור חברות, עסקים וסטרטאפים המעוניינים לבנות נוכחות דיגיטלית חזקה ולהצליח.

הצלחה דיגיטלית מאפשרת יצירת חשיפה, הגעה לקהלים רלוונטיים, ניהול קמפיינים שיווקיים אפקטיביים, ניתוח נתונים ולמידה מתמשכת לצורך שיפור תוצאות.

קהל יעד:

הקורס מיועד למתחילים המעוניינים להיכנס לעולם השיווק הדיגיטלי, בעלי עסקים, יזמים, עצמאיים ואנשים ללא ניסיון קודם, המעוניינים לרכוש הבנה מעשית של עולם הדיגיטל, בניית מותג ויצירת נוכחות שיווקית אפקטיבית.

סילבוס נושאים:

מודול 1: יזמות אינטרנטית

- סוגי יזמים
- מודלים של יזמויות
- היכרות עם ערוצי רווח בעולם הדיגיטלי
- מחקרי שוק ומתחרים
- מחקר קהלים
- דוגמאות לשווקים וקהלים
- מרכיבי מפתח של יזמות דיגיטלית
- מודל SMART
- דוגמאות למטרות SMART
- איזו יזמות מתאימה לי
- אסטרטגיות דיגיטל ומשפכי שיווק
- מיינדסט של יזם דיגיטלי

מודול 2: כתיבה שיווקית

- איך לאפיין פרופיל לקוח אידיאלי
- הגדרת ובחירת קהל יעד
- פסיכולוגיית השיווק והצרכנות
- עקרונות מעולם השכנוע
- איך לעורר רגש כדי להניע לפעולה
- בידול עסקי
- בניית מיתוג ומיצוב נכון
- בניית הצעת חדירה - HOTDOG
- תודעת קהל רלוונטי
- טמפרטורה של קהל
- ניתוח SWOT
- דוגמאות לניתוח SWOT לעסקים
- USP - למה דווקא אתה
- יצירת הקול הייחודי של המותג
- בחירת אוטאר וניתוחו לפי שאלות מנחות
- שימוש ברגש, מוטיבציה, אמונות ופחדים לצורך הנעה לפעולה
- אמונות מגבילות ושפה סודית
- ניתוח התמרה
- נוסחת XYZ
- דוגמאות לשיעורי בית

מודול 3 : סטוריטלינג

- ערכו של סיפור – למה סיפורים חשובים
- מה הופך סיפור לחזק וזכיר
- מהו סיפור ומה הסיפור שלי
- איך לספר סיפור
- תדלוק רגשות בסיפור
- שמירה על פוקוס בסיפור
- אותנטיות בסיפור ואינטגריטי מותגי
- היכן ואיך למצוא סיפורים טובים
- תבלינים מחזקים : אנלוגיות, טרמינולוגיות, מטאפורות והשוואות
- שימוש בסטוריטלינג להבלטת המותג ויצירת הזדהות
- סיפורים של חברות גדולות
- סיפורי לקוחות ויצירת הזדהות

מודול 4 : בניית מותג

- זהות מותג ובניית זהות מותג
- הכוח של מותג
- חוויית משתמש במותג (רפרנס לשיעור בסוף הקורס)
- מרכיבי המותג
- בניית מותג ודוגמאות למותגים