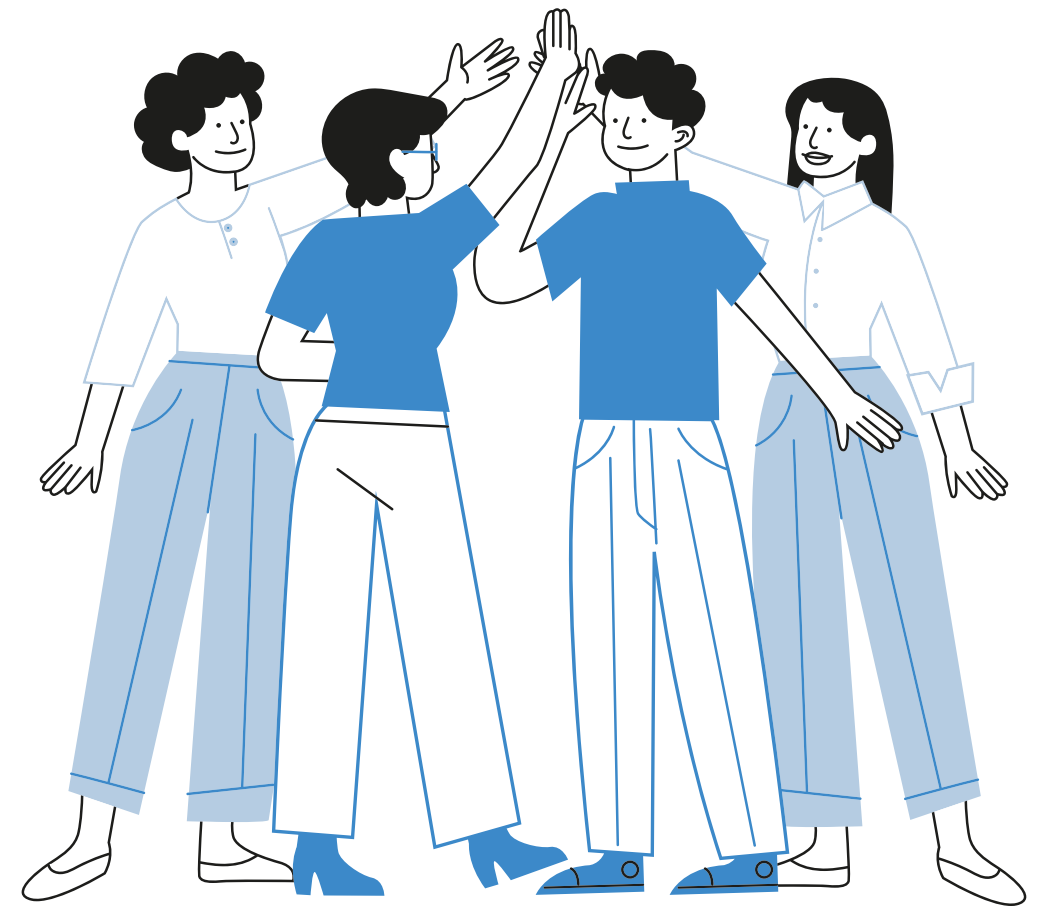




Stand With Us



חלק א' - האסטרטגיה השיווקית וניתוח המזוג

תיאור הקמפיין הדיגיטלי והמותג

הקמפיין מתמקד בצ'אט של StandWithUs, אשר פועל להנגשת מידע אמין על ישראל ולחיזוק ההסברה הישראלית. המותג פונה בעיקר לקהלים יהודיים ופרו-ישראלים, ומציע כלי דיגיטלי מבוסס מחקר שמספק תשובות מדויקות בנושאי ישראל והמזרח התיכון. מטרת הקמפיין היא לשפר את הנראות של הצ'אט בקרב קהלי היעד ולהגדיל את מספר המשתמשים הפעילים בו.



<https://chatgpt.com/g/g-67876e3727e881918150fd2aa0ccd062-chatwithus-by-standwithus>

תעודת זהות

מוצר

בנוסף, יופקו סרטונים לפרסום הצ'אט, אשר יתפרסמו באתר וברשתות החברתיות ויתורגמו לשפות שונות.

המוצר

צ'אט המעניק ידע ממקורות מהימנים על הסברה בישראלית, כולל שאלות בהיסטוריה, אקטואליה ומזרח תיכון עם תשובות בהתאם למקורות מהארגון.

אפיון מותג

הארגון הגדול ביותר בתחום עם תוכניות מגוונות המנגישות ידע דרך פלטפורמות מדיה שונות לאנשים מהארץ ומהעולם

מה המותג?

ארגון StandWithUs ארגון בינלאומי שמטרתו לחנך אודות ישראל ולהילחם באנטישמיות.

המודל האסטרטגי - מודל SWOT

חוזקות:

נגישות 24/7 ושימוש פשוט -
הצ'אט זמין בכל עת ומספק
תשובות מיידיות ללא צורך
ברישום מסובך.

מוניטין חזק של
StandWithUs - המותג
מוכר ומוערך בתחום
ההסברה הישראלית, מה
שתורם לאמון של
המשתמשים.

מידע אמין ומבוסס מחקר -
הצ'אט מתבסס על מקורות
מידע מהימנים של
StandWithUs, דבר המעניק
לו יתרון משמעותי ביחס
למקורות מידע אחרים.

המודל האסטרטגי - מודל SWOT

חולשות:



המודל האסטרטגי - מודל SWOT

הזדמנויות:

עלייה במודעות להסברה ישראלית
הגידול בשיח הציבורי על ישראל
יוצר ביקוש למידע אמין.

שיתופי פעולה עם ארגונים יהודיים
ופרו-ישראלים
הרחבת החשיפה באמצעות
שותפויות אסטרטגיות עם ארגונים
חינוכיים וקהילתיים.

שימוש במדיה החברתית
פלטפורמות כמו אינסטגרם,
פייסבוק וטוויטר מאפשרות הפצה
מהירה של הצ'אט לקהל רחב.

המודל האסטרטגי - מודל SWOT

איומים:

תחרות עם מקורות מידע אחרים

קיומם של אתרים אחרים עלול להקשות על ביסוס מעמדו של הצ'אט.

ביקורת ציבורית ופוליטיזציה

ייתכן שהמותג יתמודד עם התנגדות מגורמים פוליטיים מסוימים.

שינויים פוליטיים

התפתחויות גיאופוליטיות עשויות להשפיע על מידת ההתעניינות בצ'אט.

קהל יעד

לא יהודים אוהבי ישראל

קהל שמונע ממניעים דתיים
ותומך בישראל מתוך אמונה
בערכים משותפים.

צעירים

קהל זה מחפש מידע מהימן על
ישראל ונמצא במרכז השיח
הפוליטי והחברתי.

קהלים
יהודיים

קבוצה זו כוללת אנשים בעלי זיקה
ליהדות ולישראל, המעורבים
בארגונים יהודיים או מוסדות
חינוכיים.

סטודנטי

פרו-ישראלים

ם

קהל יעד

לא יהודים אוהבי ישראל



מענה המותג: חיזוק זהות, חינוך ושיח חיובי על ישראל, הפצת מידע אמין ומאוזן, יצירת חיבור רגשי ותרבותי לישראל.

צעירים



מענה המותג: מידע מאוזן על הקונפליקט הישראלי-פלסטיני, כלים להתמודדות עם לחץ חברתי.

סטודנטים

קהלים יהודיים

מענה המותג: חיזוק זהות יהודית והתמודדות עם שיח אנטי-ישראלי.

פרו-ישראלים

קהל יעד

קהלים יהודיים (פרו-ישראלים)

בעיה עיקרית

הצורך במקורות מידע אמינים להתמודדות עם דיסאינפורמציה על ישראל ותמיכה בנרטיב יהודי-ישראלי.

הצעות להנגשת הצ'אט כוללות:
יצירת תכנים חינוכיים ברשתות החברתיות
קמפיינים ממומנים בקבוצות יהודיות פרו-ישראליות
שיתופי פעולה עם ארגונים יהודיים כמו Hillel ו-AIPAC.

היכן הם נמצאים?

פעילים בקבוצות פייסבוק ותמיכה יהודית.
לוקחים חלק בדיונים פוליטיים ואידיאולוגיים במדיה החברתית.

מאפיינים:

קבוצה זו כוללת אנשים בעלי זיקה ליהדות ולישראל.
הם מעורבים בארגונים יהודיים או מוסדות חינוכיים.
מחפשים מידע אמין שיחזק את הקשר שלהם עם ישראל.

קהל יעד

צעירים וסטודנטים

בעיה/צורך עיקרי:

חשיפה לנרטיבים שגויים על ישראל.
צורך במידע אמין.

כיצד ננגיש את הצ'אט:
קמפיינים עם משפיענים
שיתוף פעולה עם ארגונים פרו-
ישראלים.
תוכן אינטראקטיבי כמו חידונים
וסרטוני הסברה.

היכן הם נמצאים?

פעילים בקבוצות סטודנטים ופורומים
אוניברסיטאיים.
צורכים מידע באינסטגרם, טיקטוק,
טוויטר ויוטיוב.

מאפיינים:

קהל זה מחפש מידע מהימן על
ישראל.
מעורב בדיונים פוליטיים
וחברתיים בקמפוסים ובמדיה
החברתית.
מושפע מדיסאינפורמציה ורוצה
תשובות ברורות.

קהל יעד

לא יהודים אוהבי ישראל

מאפיינים:

קהל שמונע ממניעים דתיים
ותומך בישראל מתוך אמונה
בערכים משותפים.
כולל נוצרים אוונגליסטים
ואוכלוסיות פרו-ישראליות ברחבי
העולם.

היכן הם נמצאים?

פעילים בקבוצות דתיות וקהילות
תומכות ישראל.
צורכים מידע מאתרי חדשות
בינלאומיים עם זיקה פרו-
ישראלית.

בעיה/צורך עיקרי:

חיזוק ערכים דתיים דרך תמיכה
בישראל.
מידע להצדקת עמדה פרו-ישראלית.

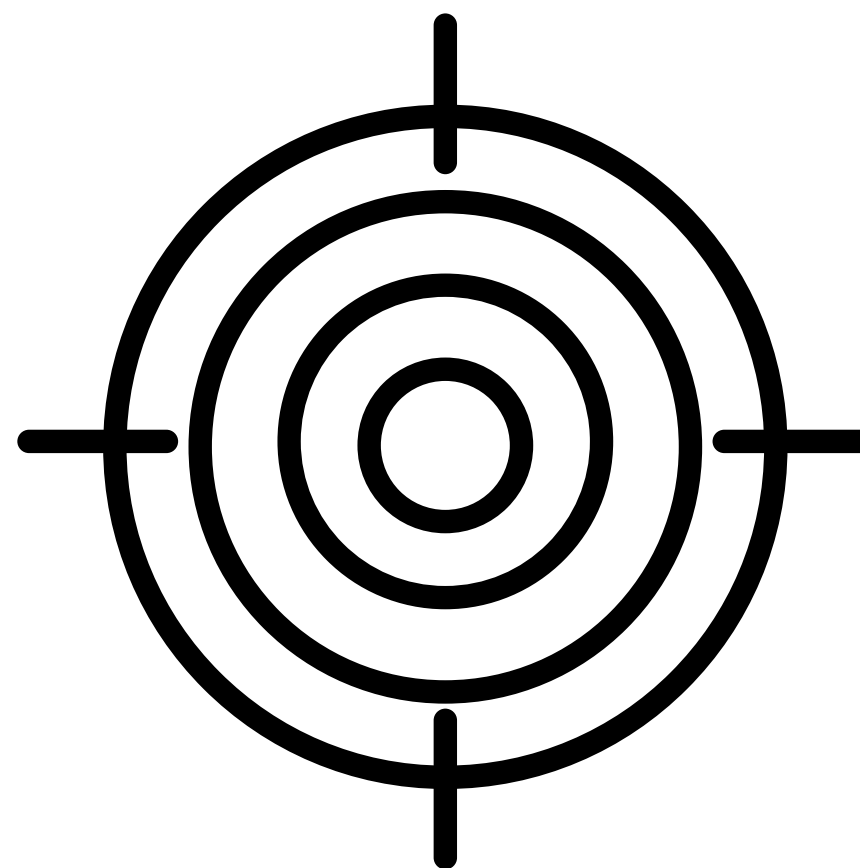
כיצד ננגיש את הצ'אט?
תוכן מותאם לערוצים דתיים.
פרסום באתרים לקהילות
אוונגליסטיות.
שימוש בדמויות מפתח בתקשורת פרו-
ישראלית.

מטרות השיווק ומדדי הצלחה

המטרה המרכזית היא להגדיל את השימוש בצ'אט של StandWithUs ולשפר את מודעות הקהל אליו.

מדדי ההצלחה כוללים

זיהוי הנושאים שאנשים מחפשים באופן
תכוף יותר והתמקדות בהם באמצעות
הרחבת המידע, יצירת תוכן אינטראקטיבי
והנגשתו בדרכים שונות



בדיקת נושאי החיפוש
הכי מבוקשים

בדיקת נושאי החיפוש הכי מבוקשים

תקופת הרצה של חודש

שבוע ראשון:

מתן אפשרות למשתמשים
לחפש נושאים
באופן חופשי תוך מעקב אחרי
דפוסי החיפוש.

שבוע שני:

איסוף וניתוח נתוני החיפוש
הנפוצים ביותר,
זיהוי 5-10 הנושאים המבוקשים
ביותר.

שבוע שלישי:

הרחבת התוכן על אותם
נושאים באמצעות הוספת
סרטונים,
אינפוגרפיקות ומידע מעמיק
יותר.

שבוע רביעי:

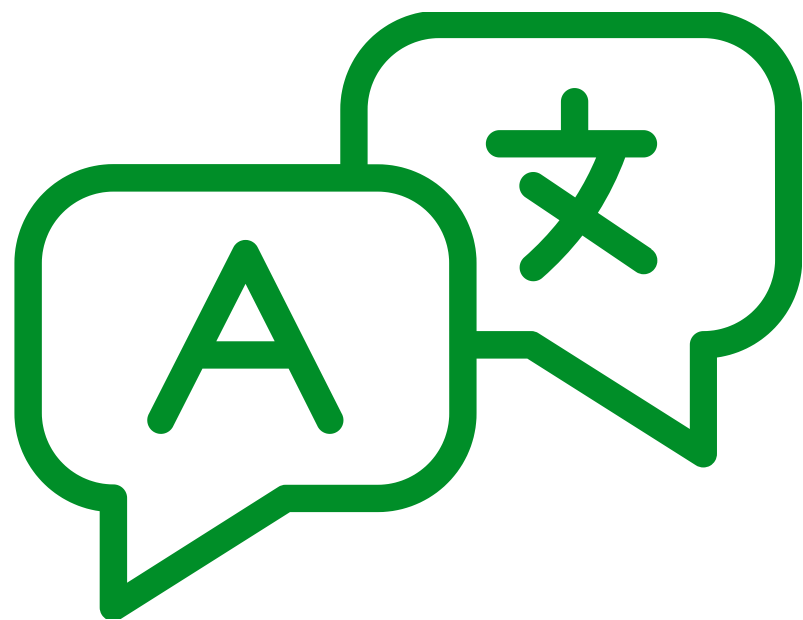
ניתוח תגובת המשתמשים, כולל
מדידת משך זמן השהייה על
התכנים החדשים,
המשך חיפוש קשורים והערכת
האינטראקציות עם החומר החדש

גידול במספר המשתמשים הפעילים בצ'אט

מדידת כמות השיחות והאינטראקציות בצ'אט

 שבוע שני: 30 משתמשים יומיים	 שבוע ראשון: 15 משתמשים יומיים
 שבוע רביעי: 50 משתמשים יומיים	 שבוע שלישי: 45 משתמשים יומיים

ייחודיות המוצר



מגוון שפות



זמינות



אמינות

למה קהל היעד שלנו ישתמש במוצר?



מלחמה
בפייק ניוז



מידע מהיר



צורך במידע
אמין

איפה - מודל C 6



שיתוף פעולה

פוטנציאל לשיתוף
פעולה עם ארגונים
יהודיים, משפיענים
ומוסדות חינוך (AIPC,
HILLEL)

צינורות השיווק

השיווק נעשה
באמצעות רשתות
חברתיות, אתרים
תומכים, אירועים
קהילתיים ופעילות
בקמפוסים.

החברה

הארגון מוכר בהסברה,
מתמקד במתן מידע
רלוונטי וחיזוק הדעה
החיובית על ישראל

התרבות

ישראל נתפסת בצורה
שונה בקרב יהודים
אמריקאים וישראלים.
יש צורך בדיון על זהות
ישראלית בשיח
הציבורי.

קהל היעד

יהודים אמריקאים
תומכי ישראל
ישראלים בתפוצות
אנשים שמחפשים מידע
אמין ורוצים לייצג את
ישראל בחיוב

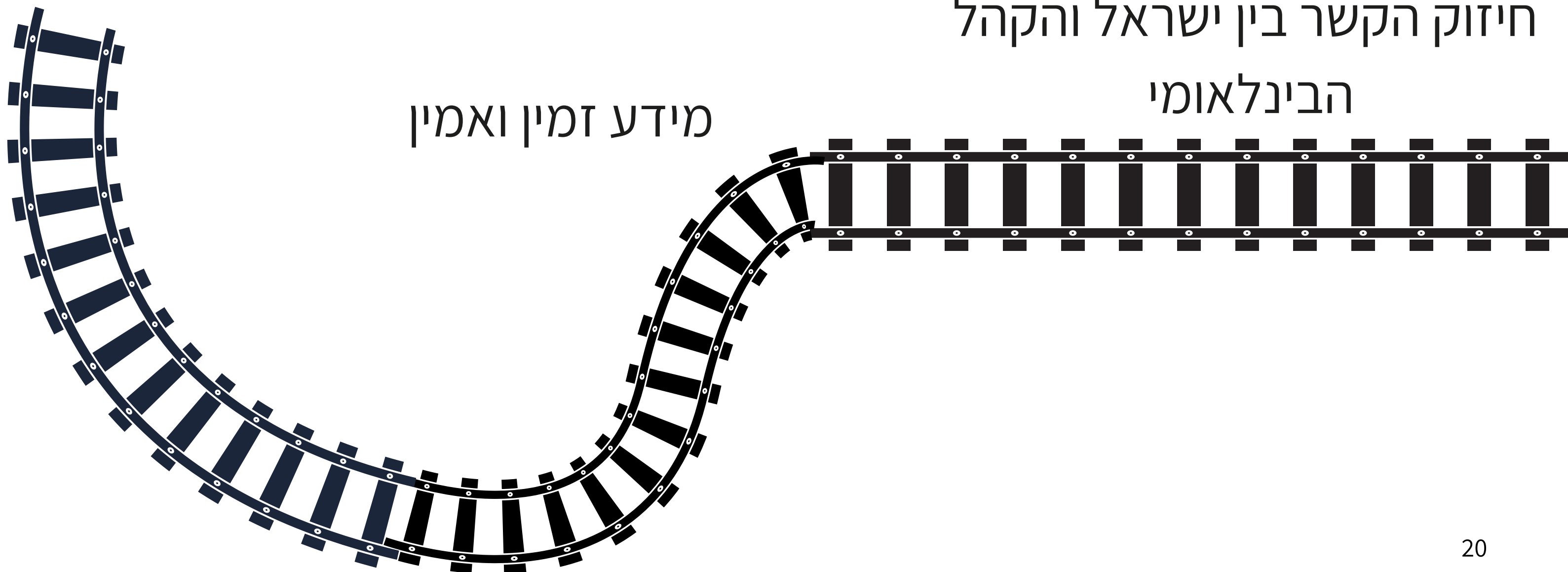
החזון

ליצור שיח חיובי
ומדויק על ישראל

חיזוק הקשר בין ישראל והקהל

הבינלאומי

מידע זמין ואמין



לאן?

הצהרת המשימה

לספק תשובות לגבי אתגרי ההסברה על ישראל והמזרח התיכון

ערכים מרכזיים בתהליך

אמינות, שירותיות, מעורבות קהילתית

יישום בשטח

הצ'אט מתמקד בהגברת נגישות המידע על ישראל ומספק תמיכה לשיח ציבורי בטוח ומבוסס.



מחסומים

ייתכן שחלק מהקהל ייתקל
בקשיים בגישה לצ'אט,
בגלל חוסר מודעות
לפלטפורמה או מגבלות
טכנולוגיות.

מחסום הנגישות

הקהל עשוי להיתקל בהתלבטות
האם הצ'אט הוא הפתרון הנכון
עבורם,
בעיקר אם אינם מכירים
את המותג או את אמינותו.

מחסום קבלת ההחלטה

ייתכן שהקהל אינו מודע
לקיומו של הצ'אט
או שאינו מבין את
התועלת שהוא מספק.

מחסום המודעות

המשתמשים
הפוטנציאליים
לא מודעים תמיד
לחשיבות
של נגישות למידע אמין.

מחסום הצורך

לאחר השימוש בצ'אט,
המשתמשים עשויים לתהות
האם הבחירה בו הייתה נכונה.

תחושת אחר - קניה

ייתכן שחלק מהמשתמשים
יחששו שהצ'אט אינו מתאים
לצרכים או לשאלות שלהם.

מחסום ההתאמה

אם הקהל רואה את
השימוש בצ'אט כיקר מדי,
גם אם זה לא כספי, זה
יכול להוות חסם.

מחסום המחיר

מחסומים - פתרונות

להבטיח נגישות לצ'אט מכל מכשיר
(מחשב, טלפון).
לפרסם לינקים ישירים בפלטפורמות
פופולריות כמו פייסבוק ואינסטגרם.

מחסום הנגישות

חיזוק האמון דרך:
שיתוף עדויות ממשתמשים.
הצגת המוניטין של StandWithUs.

מחסום קבלת ההחלטה

הגברת המודעות באמצעות:
פרסום ממומן במדיה חברתית
שיתופי פעולה עם משפיענים יהודים ופרו-
ישראלים
שילוב הצ'אט באירועים יהודיים וקהילתיים

מחסום המודעות

יצירת קמפיינים חינוכיים המדגישים את
חשיבות ההסברה הישראלית ואת יתרון
הצ'אט כמקור מידע זמין.

מחסום הצורך

מתן משוב לשיפור חוויית המשתמש.
יצירת מסרים חיוביים לחיזוק תחושת
הסיפוק, כמו "תודה שעזרת להפיץ את
האמת על ישראל!".

תחושת אחר - קניה

הצגת דוגמאות לתחומי ידע שניתן
לפתור באמצעות הצ'אט.
יצירת תכנים מותאמים לקהלים שונים:
סטודנטים, פעילים בקמפוסים, קהילות
יהודיות.

מחסום ההתאמה

הדגשת העובדה שהשירות חינמי ונגיש.
הדגשת התועלת מול ההשקעה
המינימלית.

מחסום המחיר

איר

פלטפורמות דיגטליות: שיווק במדיה חברתית.
שיתופי פעולה קהילתיים: עבודה עם ארגונים.
קמפוסים ומוסדות חינוכיים: פריסה באוניברסיטאות.

מדיניות הפצה

תוכן ייחודי ואמין:
ממשק נוח ופשוט
שירות מותאם אישית

מדיניות המוצר

תוכן חינוכי ואינפורמטיבי:
יצירת סרטונים שמסבירים
על השימוש בצ'אט
ועל יתרונותיו.

מיתוג

קמפיינים ממומנים במדיה חברתית
משפיענים: גיוס משפיענים יהודים-
אמריקאים וישראלים

מדיניות קידום

שירות חינוכי המוצע ללא עלות, עם
ערך מוסף גבוה ואיכות גבוהה.

מדיניות מחירים

המשפך השיווקי של הצ'אט



מודעות: קמפיינים ברשתות חברתיות, שיתופי פעולה עם ארגונים, וסרטונים המציגים את הצ'אט.

מעורבות: תכנים אינטראקטיביים, משפיענים, וסיפורים אישיים.

גילוי: קישורים ישירים לצ'אט, הדגמות בכנסים, ניוזלטרים עם מדריך.

שימוש: הדגשת נגישות וחינמיות, חוויית משתמש ידידותית

שימור: תכנים מותאמים אישית, בקשת משוב, מידע רלוונטי ועדכני.

חלק ב' - נוכחות דיגיטלית ומדיה

אתר המותג

http://

אתר אינטרנט – לארגון סטנד ווית' אס יש אתר אינטרנט
בינלאומי שמונגש בעברית ואנגלית שבתוכו יש הסברים על
אודות הארגון, התוכניות השונות של הארגון, תכנים שהארגון
מספק, מידע עדכני על מה שקורה בישראל, מידע חדשותי,
דרכים שונות שבהם המבקרים באתר יכולים לעזור במאמץ
להסברה ישראלית וכו'

אתר המותג

5 נקודות חולשה:

- עיצוב מיושן ביחס לאתרים אחרים, מה שמפחית את האטרקטיביות למשתמשים צעירים.
- חוסר אינטראקטיביות, ללא כלים כמו חידונים או פורומים להגברת המעורבות.
- תוכן ארוך ומורכב, מה שעלול להרתיע משתמשים המחפשים מידע תמציתי.
- היעדר פלטפורמת צ'אט ישירה, הפוגעת בחוויית המשתמש.
- מיקוד בקהלים יהודיים ופרו-ישראלים, לא מתאימים לאוכלוסיות אחרות.

5 נקודות חוזקה:

- תוכן מבוסס ומחקרי: מידע מהימן על ישראל.
- נוכחות גלובלית: רשת תומכים בינלאומיים מגבירה נראות.
- משאבים חינוכיים: כלים מגוונים לסטודנטים ולציבור.
- עיצוב נקי: ניווט ברור וחוויית משתמש נוחה.
- שימוש במדיה חברתית: אינטגרציה עם קמפיינים דיגיטליים.

רשתות חברתיות

סוג התוכן שנמצא הנכסים הדיגיטליים של בית העסק, הוא עקבי ומבוסס על ידי מכוני מחקר, מקורות מידע מהימנים, מקורות ראשונים והוא זהה בכל הפלטפורמות. כמובן, שהתוכן מונגש בצורה המתאימה לכל פלטפורמה בדרך שלה, אבל המידע, המקורות והתוכן זהים בכל האתרים ובכל השפות.

מעבר לכך, התוכן אחיד מבחינת המיתוג- הן מבחינת הפונט כתיבה, לצבעים המונגשים בתוכן עצמו, ללוגו שנמצא בכל אתר ובכל פוסט. התוכן ממקד את בית העסק בכך שאנחנו ממשיכים להפיץ את התוכן של סטנד ווית' אס, זה הופך את בית העסק לנגיש יותר, המנוגש במגוון שפות על ידי המידע הייחודי שרק הארגון מספק.

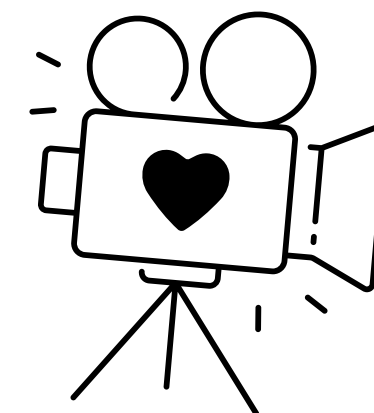
משוב

המטרה שלנו בסופו של דבר, היא שאנשים ישתמשו בצ'אט כמנוע חיפוש קבוע בהקשר של פרטים ומידע על מדינת ישראל.

הבעיה היא, שלפעמים השימוש יכול להיות חד פעמי מצידם של אנשים והם לא ימשיכו להשתמש בו לאחר מכן. מעבר לכך, שבגלל העובדה שמדובר בצ'אט והוא מבוסס על תוכן של הארגון, חסרה אינטראקטיביות (סרטונים, תמונות וכו'). המשתמשים מקבלים רק מידע כתוב מה שיכול "להמאיס" עליהם את השימוש.

חלק ג' - בניית תוכנית פרסום

מסרים שיווקיים איך להעביר את ערך המותג?



סרטונים – הדרך החזקה ביותר לספר סיפור

משפטים חזקים – מיתוג באמצעות מסרים קצרים וקליטים

אנושיות ואמינות – אנשים מתחברים לאנשים, לא למותגים יבשים

נגישות – הצ'אט שלנו זמין 24/7, בכל שפה, בכל מקום בעולם

סרטונים – הדרך לספר את הסיפור של המותג

1. כתוביות בשפות שונות – הרחבת קהלי יעד גלובליים

2. דמויות אמיתיות שמעבירות רגש – אנשים מתחברים לפנים וסיפורים אישיים

3. עריכה קצרה, מסר ברור, הנעה לפעולה – 10-20 שניות שמבהירות את הערך

דוגמאות לסרטונים:

"חושבים ששמעתם פייק ניוז על ישראל? תראו את האמת!"

"איך עונים לטענות אנטי-ישראליות? הצ'אט שלנו כאן עם התשובות!"

"תומכים בישראל? קבלו את כל העובדות בלחיצת כפתור!"



משפטים חזקים – מיתוג זכיר וקליט

"כל התשובות שלך על ישראל – בלחיצת כפתור!"

"פייק ניוז? יש לנו את העובדות!"

"איך עונים למיתוסים על ישראל? הצ'אט שלנו נותן לך את הכלים!"

"תומכים בישראל? הגיע הזמן לשמוע את האמת!"

"הדרך הקלה ביותר לדעת מה באמת קורה – שאלו אותנו!"

מיקום המסרים:

✓ כותרות פוסטים ומודעות ממומנות

✓ תיאורי סרטונים ביוטיוב, פייסבוק ואינסטגרם

✓ באנרים עם הנעה לפעולה

שימוש באנושיות ואמינות

סיפורים אמיתיים, לדוגמה:

"דניאל שאל אותנו איך להסביר את המציאות הישראלית.
שלחנו לו תשובה - עכשיו יודע שיש לו עובדות לנהל שיח
נכון על ישראל!"

איך יוצרים אמון?

תוכן מבוסס סיפורים (Storytelling) – שימוש בדוגמאות מהחיים
תגובות אמיתיות של משתמשים – שיתוף חוויות מתוך הצ'אט
הדגשת שקיפות ומקורות אמינים

הצגת הנגישות כגורם מפתח

למה נגישות היא קריטית?

אנשים מחפשים תשובות מהירות, פשוטות ונוחות, מידע אמין בכל שפה ובזמן אמת.

איך מדגישים את הנגישות בפרסום?

"חבר ללימודים מספר לך שישראל עושה פשעי מלחמה ואתה יודע שלא? שלח הודעה לצאט והוא יעזור לך בדיבייט!"

"כל מה שרצית לדעת – בכל שפה, בזמן אמת!"

"בלחיצת כפתור – כל התשובות על ישראל!"

דרכים ליישום המסר:

באנרים עם הכיתוב "לחצו כאן לשיחה עם צ'אט שלנו"

סרטוני דמו שמציגים את הצ'אט בפעולה

מודעות ממומנות עם קישורים ישירים לצ'אט

עכשיו לפרקטיקה

איך מחברים את הכל יחד?

סרטונים קצרים ומניעים לפעולה
מסרים חזקים שקל לזכור ולשתף
סיפור שמעורר רגש וחיבור אישי
הנגשת המידע בצורה ידידותית לכל משתמש

שלבים:

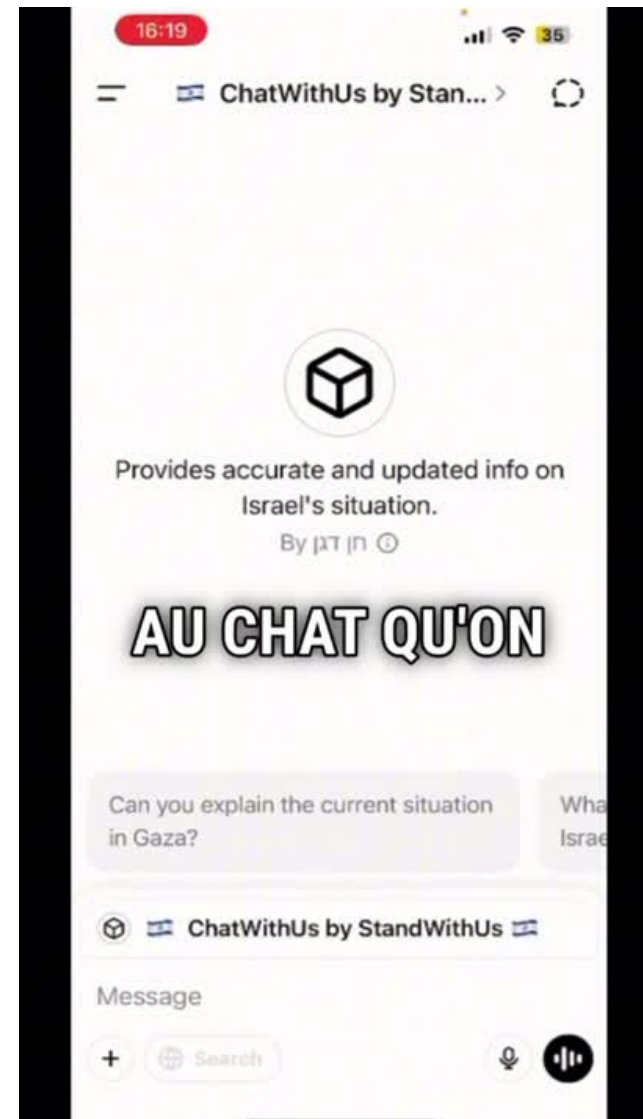
ליצור טיוטות ראשונות של סרטוני הפרסום
לבדוק אילו מסרים מתחברים הכי טוב לקהל היעד
להתחיל בפרסום ולבצע התאמות לפי ביצועי המודעות

לוגו



לוגו נוצר ע"י Al Leonardo

סרטונים עם כתוביות בשפות שונות לקהל הרחב



סרטונים נוצרו ע"י תוכנות cap cat ותוכנת captions

מודעת גוגל

מילות מפתח באנגלית:

- Irreliable information about Israel
- fake news about Israel
- facts about Israel
- how to explain Israel
- how to respond to anti Israel claims
- Israeli Palestinian conflict explained
- what is happening in Israel
- Israel advocacy
- online antisemitism
- Israel and the Middle East

מילות מפתח בעברית:

1. מידע אמין על ישראל
2. פייק ניוז על ישראל
3. עובדות על ישראל
4. איך להסביר על ישראל
5. איך לענות לטענות נגד ישראל
6. הסכסוך הישראלי פלסטיני הסבר
7. מה קורה בישראל
8. הסברה ישראלית
9. אנטישמיות ברשת
10. ישראל והמזרח התיכון

קמפיין 1 גוגל

מיועד לקהל הרוסי שנמצא בארה"ב



יצירת הקמפיין הראשון שלך

דף נחיתה

כתובת URL סופית

<https://chatgpt.com/g/g-67876e3727e881918150fd2aa0ccd062-chatwithus-by-standwithus>

שדה חובה

בדיקת הנכסים

3/15 כותרת

Fake news? We've got the facts

30 / 30 שדה חובה

Support Israel? hear the truth

30 / 30 שדה חובה

The easiest way to know - ask

30 / 29 שדה חובה

כותרת

30 / 0

הצגת הצעות

כותרות ארוכות 1/5

חזרה

הבא

מיקומים

בחירת מיקומים גיאוגרפיים בקמפיין

כל המדינות והטריטוריות

ישראל

מיקומים בהתאמה אישית

מיקומים גיאוגרפיים (1)

ארצות הברית מדינה

פוטנציאל

החשיפה

306,000,000

מיקום שיש לכלול או להחריג

חיפוש מתקדם

לדוגמה: מדינה, עיר, אזור או מיקוד

שפות

באילו שפות הלקוחות שלך משתמשים?

אפשר להתחיל להקליד או לבחור שפה

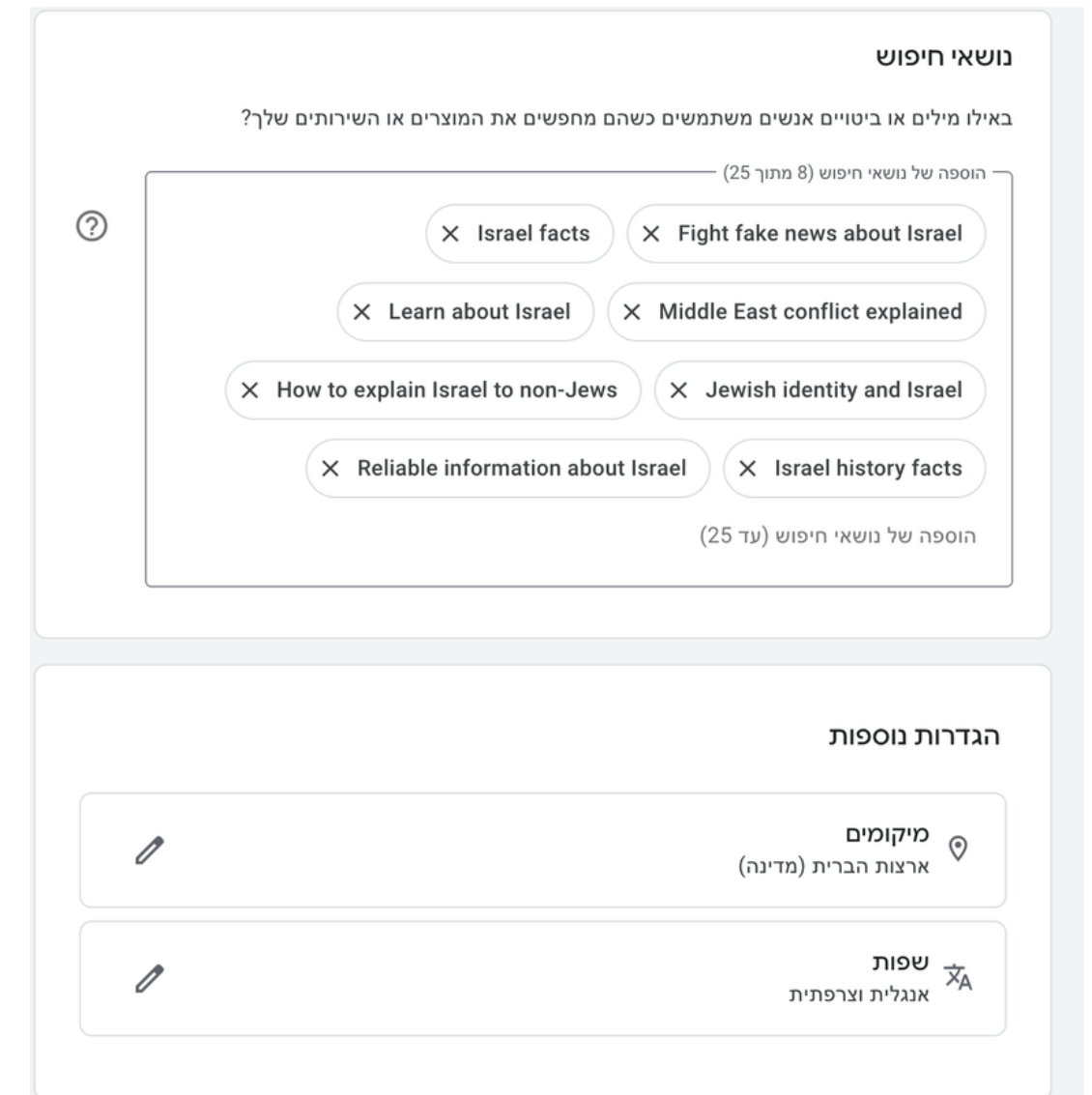
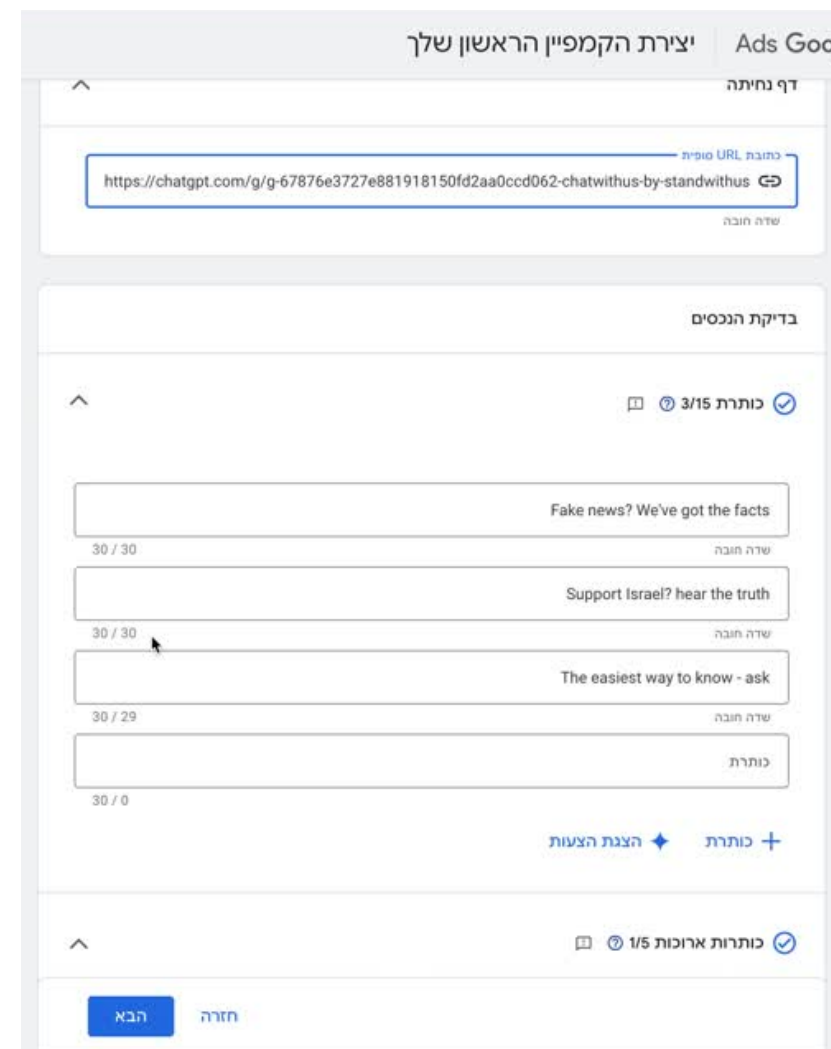
אנגלית

רוסית

הפרסום נכתב בשפה הרוסית כך שאנשים שנמצאים בארה"ב ואינם דוברים אנגלית בצורה טובה יצליחו להבין את הנאמר בסרטון ולגשת לקישור

קמפיין 2 גוגל

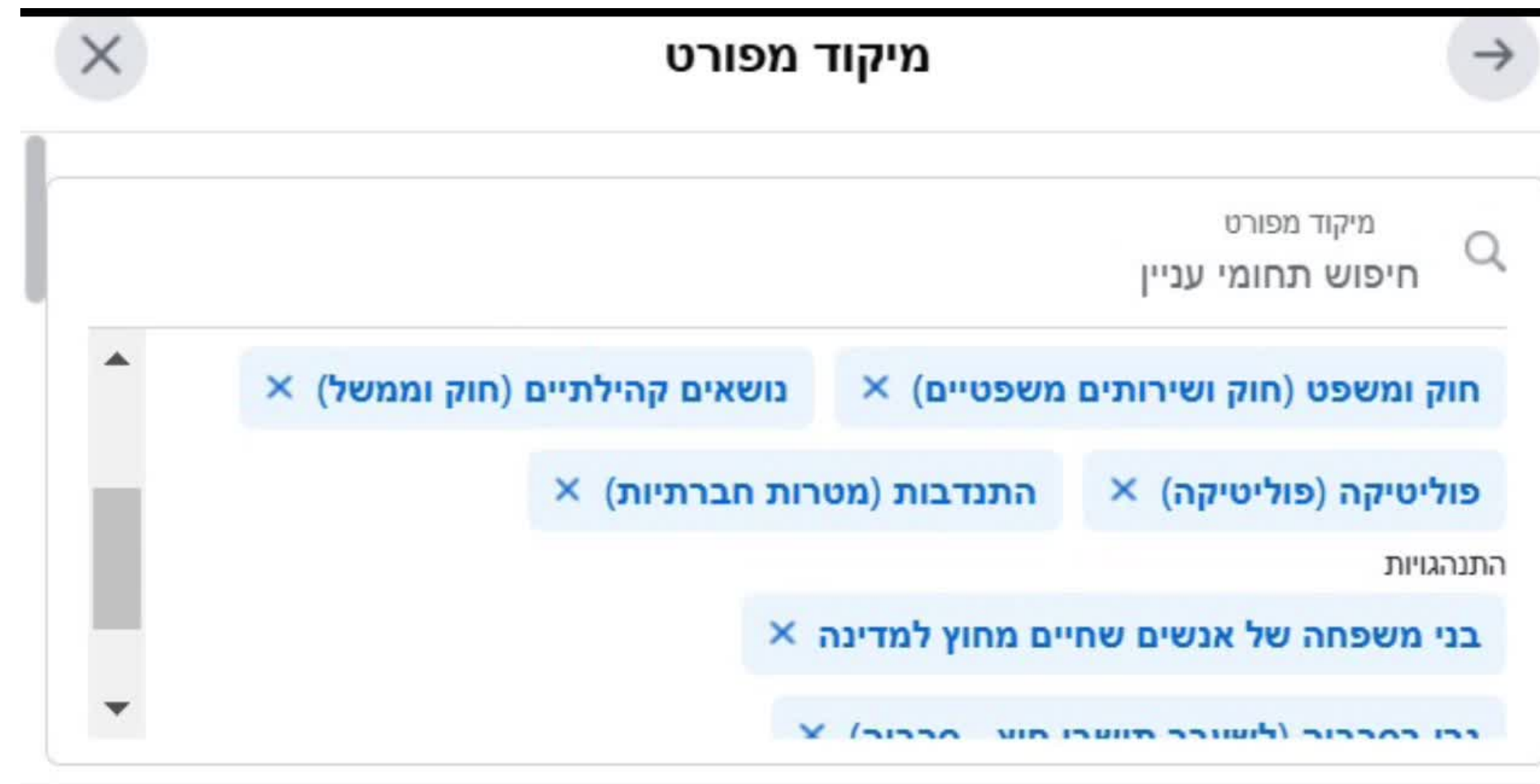
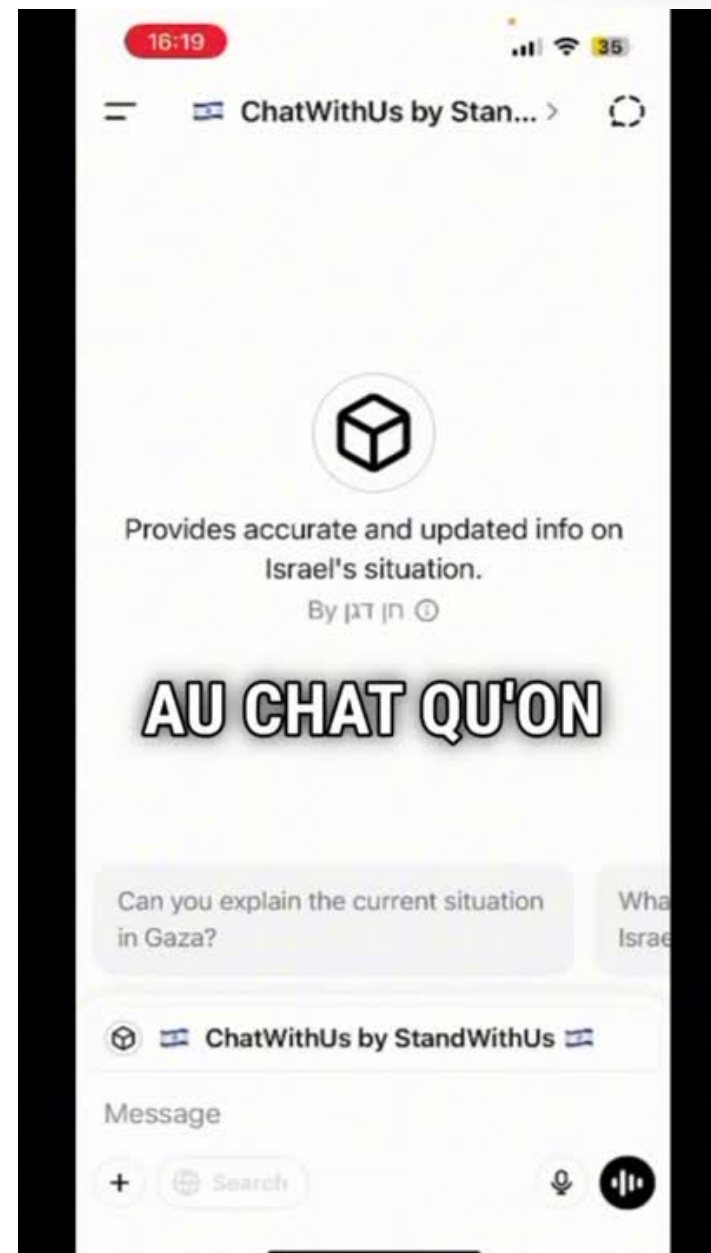
מיועד לקהל הצרפתי בארה"ב



הפרסום נכתב בשפה הצרפתית כך שאנשים שנמצאים בארה"ב ואינם דוברים אנגלית בצורה טובה יצליחו להבין את הנאמר בסרטון ולגשת לקישור

קמפיין 1 פייסבוק

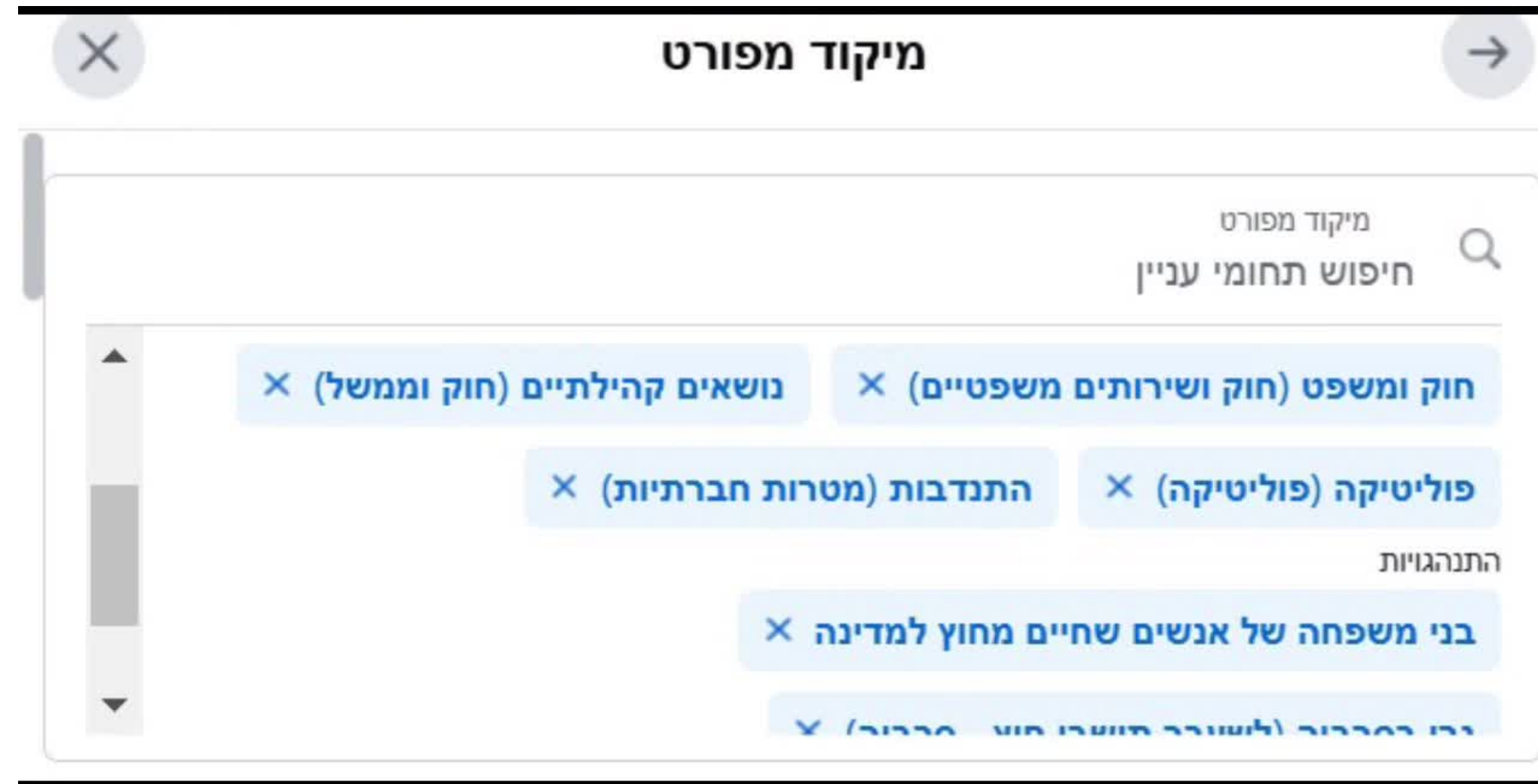
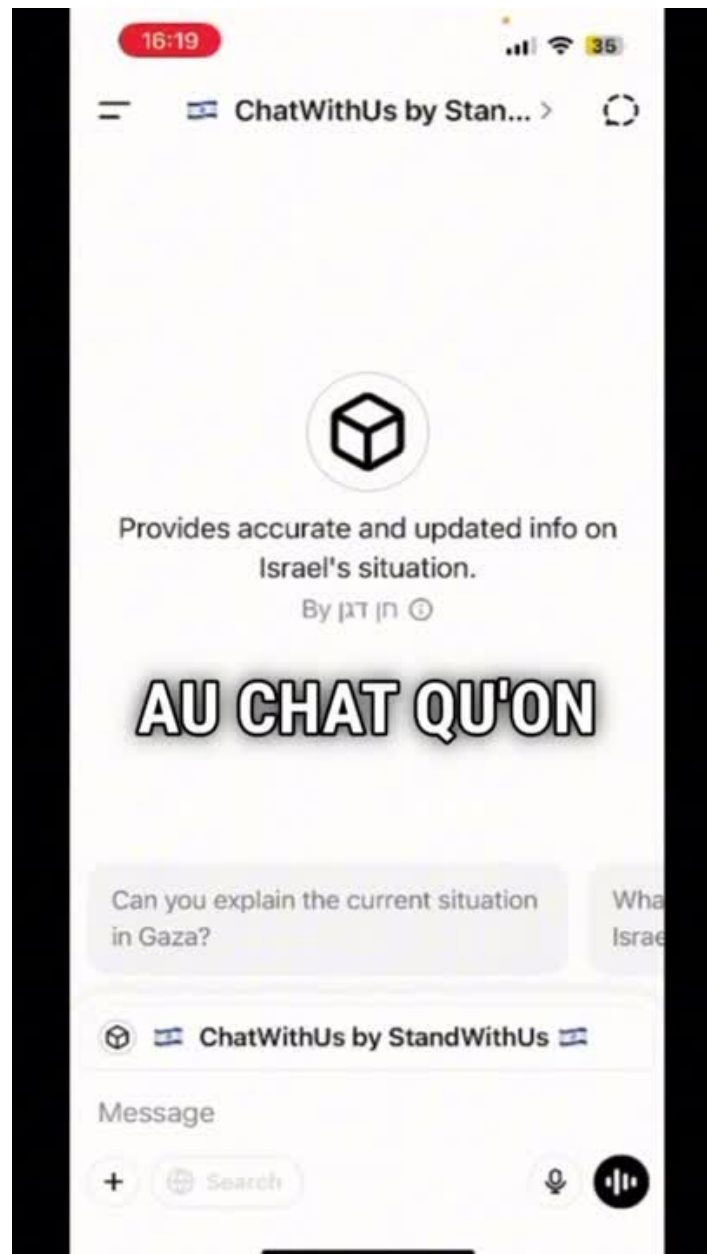
מיועד לקהל הרוסי בארה"ב



הפרסום נכתב בשפה הצרפתית כך שאנשים שנמצאים בארה"ב ואינם דוברים אנגלית בצורה טובה יצליחו להבין את הנאמר בסרטון ולגשת לקישור

קמפיין 2 פייסבוק

מיועד לקהל הצרפתי בארה"ב



הקמפיין

המטרה המרכזית היא ליצור כמה שיותר הקלקות וכניסות לצ'אט של StandWithUs על מנת להנגיש מידע אמין על ישראל לסטודנטים אמריקאים ממוצא צרפתי ורוסי.

באינטראקציות (תגובות, שיתופים, לייקים) בהשוואה לקמפיינים קודמים

החלטנו להתמקד ביצירת כמות גדולה של הקלקות ולא רק חשיפות, מתוך ההבנה שסטודנטים אמריקאים, במיוחד אלה שמגיעים ממוצא צרפתי ורוסי, פעילים ברשתות החברתיות ומחפשים מידע בקבוצות אידיאולוגיות הקשורות לנושאים חברתיים ופוליטיים.

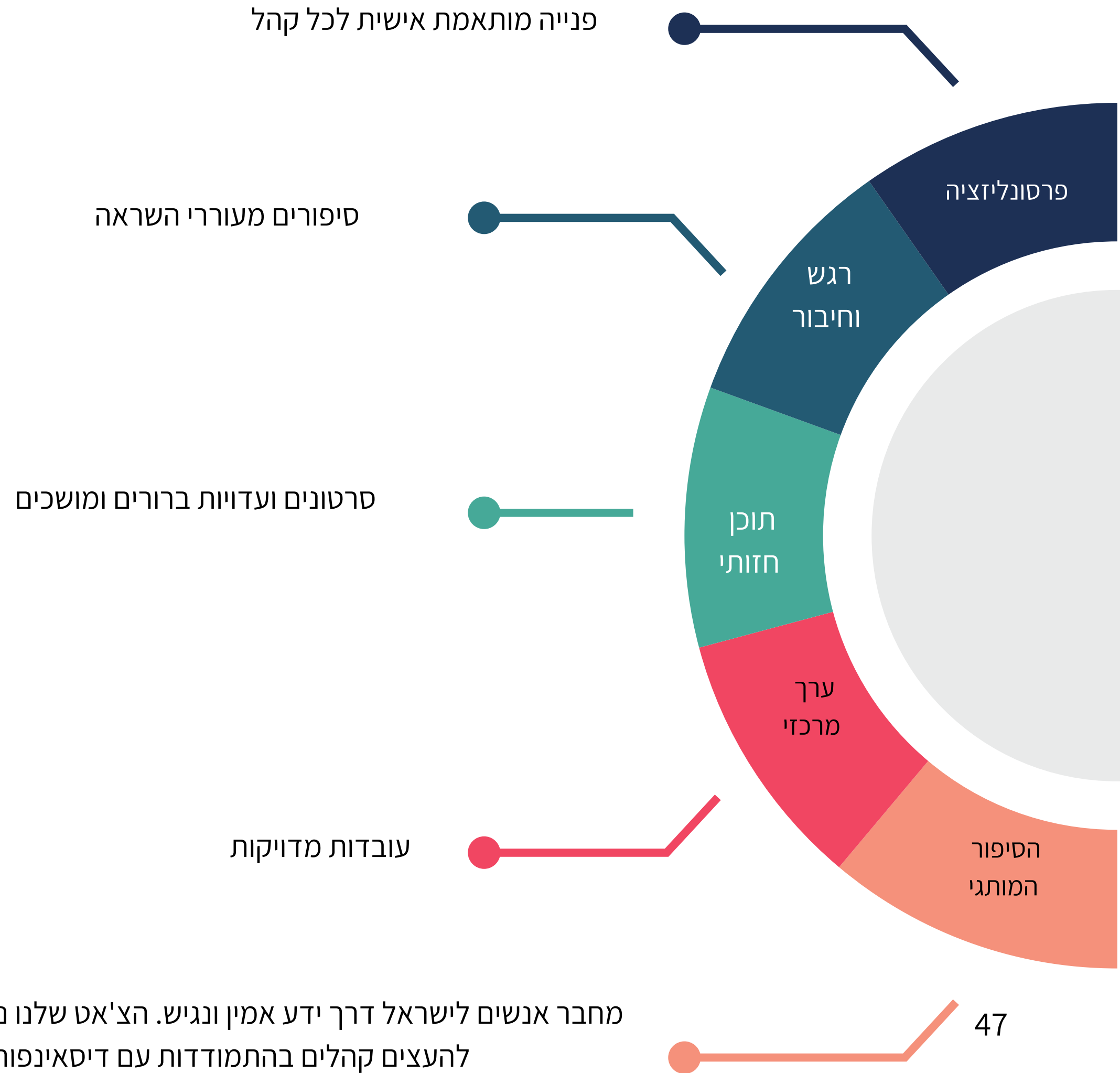
למה סטודנטים? – הם מחפשים מידע, מעורבים בשיח הציבורי ורוצים מקורות אמינים.

למה פייסבוק? – זו פלטפורמה מרכזית בה מתקיימים דיונים אקטואליים, קבוצות דיון ותמיכה אידיאולוגית.

הסיפור של המותג

StandWithUs מחבר אנשים לישראל דרך ידע אמין ונגיש. הצ'אט שלנו נועד להעצים קהלים בהתמודדות עם דיסאינפורמציה ולהפיץ עובדות מדויקות.

הסיפור של המותג



רימרקטינג

למשוך מחדש משתמשים שביקרו באתר אך לא התחילו שיחה בצ'אט, ולגרום להם לחזור ולהשתמש בו.

1. איסוף נתונים והגדרת קהל יעד לרימרקטינג: התקנת Facebook Pixel באתר מאפשר מעקב אחר מבקרים ולטרגט אותם מחדש.

2. יצירת קמפיין רימרקטינג ממוקד בפייסבוק. מודעת קרוסלה – הצגת כמה מסרים שונים (פייק ניוז, מידע היסטורי, עובדות על ישראל) "קבלו תשובות מהירות ומדויקות על כל שאלה – הצטרפו לצ'אט עכשיו וגלו את האמת!".

3. שיפור: אם CTR נמוך – לשנות כותרות או עיצוב המודעה.
אם יחס ההמרה נמוך – לבדוק את הסרטונים ולשפר את חוויית המשתמש בדף הפייסבוק.
לאחר חודש – להרחיב את התקציב לקמפיין המוצלח ביותר ולהפסיק מודעות חלשות.

קרייטיב

שפה חזותית

קריאה לפעולה

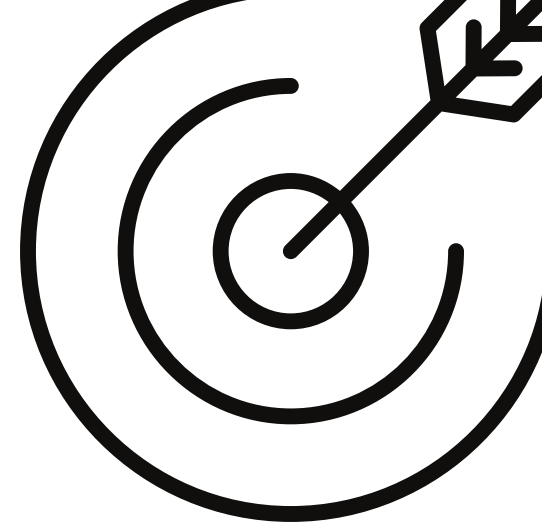
כל התשובות שלך
על ישראל
בלחיצת כפתור

תוכן שמעורר חיבור
לערכי ישראל

מסר מוביל

שינוי השיח מתחיל
במידע נכון

חלק ד' - מדידה והערכת הצלחת הקמפין



הגדרת מטרה ותכנון מטרת התוצר

המטרה המרכזית של שילוב בינה מלאכותית בקמפיין היא
להגביר את הדיוק, היעילות והמעורבות של המשתמשים
בצ'אט של StandWithUs.

המוצר יתפקד ככלי דיגיטלי חכם שיאפשר הנגשה מותאמת
אישית של מידע, יזהה נושאים פופולריים ויציע תוכן
אינטראקטיבי ואפקטיבי יותר למשתמשים.

הגדרת מטרה ותכנון האופן שבו ישתלבו הכלים

ניתוח נתונים שיטתי: באמצעות כלים מבוססי AI, נאסוף מידע על הנושאים הפופולריים ביותר שמחפשים המשתמשים בצ'אט ובאתר.

יצירת תוכן מותאם אישית: שימוש ב-AI ליצירת תכנים דינמיים, כמו סרטונים, תמונות ומידע רלוונטי לכל משתמש.

שיפור חוויית המשתמש: שילוב צ'אטבוט חכם שידע להכווין את המשתמשים לתוכן הרלוונטי ביותר עבורם, ויספק מענה מדויק ומהיר.

הגדרת מטרה ותכנון

כיצד השילוב בין הכלים מחזק את האסטרטגיה השיווקית הכוללת?

- יצירת מעורבות גבוהה יותר על ידי התאמה אישית של המידע לכל משתמש.
- זיהוי מגמות ונושאים חמים לשיפור אסטרטגיית התוכן של הצ'אט והאתר.
- שיפור האמינות והנגישות של הצ'אט, כך שהוא יהיה מקור מידע עיקרי לכל מי שמעוניין בהסברה ישראלית.

שימוש בכלים

נבחרו שלושה כלים מרכזיים המבוססים על בינה מלאכותית

Google Analytics + AI-Based Insights

מטרת הכלי: איסוף נתונים וניתוח דפוסי התנהגות של משתמשים בצ'אט ובאתר.

כיצד הכלי תורם לתהליך?

מזהה את הנושאים שהמשתמשים מחפשים הכי הרבה ומנתח אילו נושאים זוכים לעניין הרב ביותר.

מספק נתונים על משך השהייה באתר ומדד הנטישה (Bounce Rate).
מאפשר לנו להתאים את התוכן לצרכים האמיתיים של המשתמשים, מה שמעלה את שיעור המעורבות.

שימוש בכלים

Chatbot AI – צ'אטבוט מבוסס בינה מלאכותית

**מטרת הכלי: יצירת מערכת חכמה שתספק תשובות מדויקות
ושימושיות לכל שאלה של המשתמשים**

כיצד הכלי תורם לתהליך?

מספק תשובות מותאמות אישית על בסיס השאלות הפופולריות ביותר.
מנתח את דפוסי השאלות של המשתמשים כדי לשפר את חוויית הצ'אט.
מפנה את המשתמשים לתכנים מעמיקים יותר בהתאם לצרכים שלהם.

ניהול וביקורת

מדדי הצלחה להערכת הכלים

כדי לוודא שהכלים משפרים את ביצועי הקמפיין, נבצע מדידה ובקרה שוטפת

מדדי ביצועים מרכזיים (KPIs)

עלייה של 25% במעורבות המשתמשים בצ'אט בתוך חודשיים.

שיפור של 30% בשיעור ההמרה – מדידת מספר המשתמשים שחוזרים להשתמש בצ'אט שוב.

הגדלת זמן השהייה הממוצע על התכנים המורחבים ב-20%.

בדיקת איכות התוכן – האם המשתמשים חיפשו מידע נוסף בעקבות השימוש בצ'אט?

ניתוח ושיפור

A/B Testing – השוואת ביצועי סוגי תוכן שונים (כתבות, סרטונים, אינפוגרפיקות) וזיהוי מה

הכי משפיע על המשתמשים.

ניתוח שיעור חזרה של משתמשים – כמה מהם חוזרים לצ'אט לאחר חשיפה ראשונית.

סמשוב ישיר מהמשתמשים באמצעות סקרים ושאלוני שביעות רצון.