



**היבטיים שיווקים
בפיתוח וניהול קורס
בקמפוס IL**

תוכן עניינים

1. בחירת שם הקורס 3
2. בחירת תמונת הקורס 4
3. יצירת טריילר לקורס 5
4. בחירת מילות חיפוש לקורס 7
5. צילום טסטמוניאלס 8
6. פרסום הקורס ברשתות החברתיות 10
7. שימוש ברשימות תפוצה לקידום הקורס 11
8. הפצת הקורס באמצעות שותפים 12
9. הפצת הקורס באמצעות קהילות 13

1. בחירת שם הקורס

שם הקורס הוא כרטיס הביקור שלו. שם מוצלח יכול למשוך תשומת לב, לעורר עניין ולגרום ללומדים פוטנציאליים להירשם אליו.

שלבים עיקריים בבחירת השם

1. נגדיר את קהל היעד

למי מיועד הקורס? מה הידע והניסיון שלהם בתחום?

2. נגדיר את נושא ומטרות הקורס

מה נלמד בקורס? מהם היעדים המרכזיים?

3. נקיים סיעור מוחות

נרשום מילים וביטויים רלוונטיים לנושא, המטרות, היתרונות וקהל היעד של הקורס.

4. ניצור שמות

נחבר בין המילים והביטויים שכתבתנו כדי ליצור שמות קולעים. נוודא שהשמות קצרים, מובנים, מסקרנים, נמנעים מקלישאות, ומבוססים על מילות מפתח רלוונטיות.

5. נקבל משוב

נשתף את השמות עם קהל היעד ונבקש את חוות דעתם.

איך אנחנו יכולים לעזור לך?

אנחנו נבדוק שהשם עומד בסטנדרט SEO,

נראה שהוא משתלב ומצליח לבלוט ביחס לשמות של קורסים דומים

ונעזור לך למצוא שם שהוא מושך, מעניין וברור.

טיפים נוספים

- בדקו את השם ביחס לקורסים אחרים בקמפוס IL.
- וודאו שהשם שבחרתם זמין ולא משמש קורס אחר מחוץ לקמפוס IL.
- בדקו ב-Google Trends את שם הקורס ומה החיפושים שמתקשרים אליו.

דגשים טכניים

- שם הקורס צריך לכלול 20-60 תווים לכל היותר, אך ההמלצה היא עד 55 תווים (כולל רווחים).
- יש לקחת בחשבון בבחירת שם הקורס ותיאור הקורס גם שיקולי SEO.

2. בחירת תמונת הקורס

התמונה של הקורס היא גורם חשוב לא פחות משמו – תמונה מושכת תשומת לב, מעוררת עניין ומגדילה את הסיכוי שלומדים פוטנציאליים יתקדמו ויכנסו לדף האודות של הקורס.

שיקולים בבחירת תמונה



1. בהירות ומשיכה

התמונה צריכה להיות באיכות גבוהה, ברורה וקלה לצפייה, גם בתצוגה קטנה. הימנעו מעומס של פרטים וכתוביות.

2. רלוונטיות

התמונה צריכה להכיל אלמנטים שקשורים באופן מובהק לנושא הקורס. ודאו שהקשר ברור וקל להבנה.

3. רגש

עוררו רגש חיובי כמו עניין, סקרנות או השראה באמצעות הבעות פנים, צבעים או אלמנטים אחרים.

4. השתלבות בקטלוג

ודאו שהתמונה משתלבת היטב עם תמונות הקורסים האחרים בקטלוג. בדקו שהתמונה לא נבלעת או דומה מדי לתמונות של קורסים בנושאים דומים.

טיפים נוספים

- בצעו חיפוש בקטלוג עם מילות מפתח רלוונטיות כדי לראות איך התמונה שלכם תיראה לצד תמונות של קורסים דומים.
- בדקו את תצוגת הקורסים ברצועות בעמוד הראשי והעריכו איך התמונה משתלבת שם.
- ודאו שהתמונה חופשית לשימוש או שיש לכם את הזכויות להשתמש בה.

דגשים טכניים

- תמונת הקורס תהיה בפורמט צילום או איור ללא כיתוב ואין להטמיע עליה לוגו.
- תמונת הקורס המופיעה בקטלוג ובדף הראשי תהיה בגודל 500X225 (עד 50 KB).
- באנר דקסטופ (תמונת רקע בראש דף האודות) תהיה בגודל 642X1109 (עד 80 KB).

3. יצירת טריילר לקורס

טריילר מושך וקולע לקורס דיגיטלי יכול להיות גורם משמעותי בהגדלת מספר הנרשמים. טריילר מוצלח יעביר את המסרים החשובים על הקורס בצורה מעוררת עניין ויסקרן את הצופים ללמוד עוד.

שלבים עיקריים ביצירת טריילר

1. פיצוח הסיפור

- הגדירו את קהל היעד, נושא הקורס, מטרת הקורס ויתרונותיו.
- בנו סיפור שיתאים לקהל היעד ויעורר בו עניין.
- השתמשו בסיפורים שמעוררים רגשות כמו סקרנות, השראה או אתגר.
- התמקדו בחלקים המעניינים ביותר בקורס.

2. כתיבת התסריט

- כתבו תסריט קצר וקולע הכולל הן את הטקסט שיופיע בסרטון והן תיאור של מה שרואים בסרטון.
- התחילו בכתיבת הטקסט ואחר כך הוסיפו את מה שנראה.
- הקפידו על שפה מדוברת וקלה להבנה.
- ודאו שהטריילר נמשך לכל היותר דקה וחצי (יותר קצר – יותר טוב).

3. הפקת הטריילר

- שכרו צוות מקצועי הכולל במאי, צלם, אנשי תאורה ועורכים.
- הקפידו על איכות גבוהה של הצילום והסאונד.
- ודאו שהטריילר זורם בצורה חלקה ושאינן השהייה בין הסצנות.
- הוסיפו אלמנטים גרפיים באיכות גבוהה שתואמים את נושא הקורס.

4. קבלת משוב

- שתפו את הטריילר עם נציגים מקהל היעד שלכם לקבלת משוב.
- עשו שינויים בטריילר בהתאם למשוב שקיבלתם.



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

אנחנו ניתן פידבק על התסריט הראשוני ועל הסקיצה המצולמת בהתאם לניסיון הרב שצברנו.

טיפים נוספים

- התחילו את הטריילר בהוק חזק שיתפוס את תשומת הלב של הצופה.
- סיימו את הטריילר בקריאה לפעולה, שתעודד את הצופים להירשם לקורס.
- השתמשו במוזיקת רקע נעימה ומתאימה.

דגשים טכניים

- אין לצרוב כתוביות על הסרטון, אלא לצרף בנפרד קובץ כתוביות בפורמט .srt.

- מפרט טכני:

Codec: H.264

Container: .mp4

Resolution: 1920x1080

Frame rate: 29.97 fps

Aspect: 1.0

Bitrate: 5Mbps VBR

Audio codec: AAC 44.1KHz/192 Kbps

4. בחירת מילות חיפוש לקורס

מילות חיפוש הן המילים והביטויים שאנשים מקלידים במנוע החיפוש של קמפוס IL. מילות חיפוש רלוונטיות לקורס חשובות כדי להגדיל את הסיכוי שקהל היעד שהגדרת ימצא את הקורס בקלות.

כללים לבחירת מילות חיפוש

- **נחשוב כמו קהל היעד שלנו**
 נשאל מה המילים והביטויים שהם צפויים לרשום כאשר הם מחפשים קורס בנושא של הקורס שלך.
- **נשתמש בכלים לניתוח מילות מפתח**
 קיימים כלים רבים וחינמיים באינטרנט שיכולים לעזור לנו למצוא מילות חיפוש רלוונטיות ופופולריות.
- **נוודא שהקפדנו על ספציפיות**
 ככל שמילות החיפוש יהיו ספציפיות יותר, כך הסיכוי שקהל היעד שלנו ימצא את הקורס גבוה יותר. ספציפי אין משמעותו קצר, אלא מדויק!
- **נשתמש גם בביטויים ארוכים**
 ביטויים "ארוכי זנב" הם ביטויים ספציפיים המכילים 3 מילים או יותר. ביטויים אלו נוטים להיות פחות תחרותיים ורלוונטיים לקהל היעד שלנו.
- **נעדכן את מילות המפתח באופן קבוע**
 טרנדים משתנים, ולכן חשוב לעדכן את מילות החיפוש באופן קבוע כדי לוודא שהן רלוונטיות לקהל היעד.

טיפים נוספים

- השתמשו במילות המפתח שבחרתם לאורך כל דף האודות: כותרת, תיאור קצר ותיאור הארוך.
- הוסיפו תגיות רלוונטיות לדף האודות.
- קבלו קישורים מאתרים אחרים לדף האודות שלכם.

איך אנחנו יכולים לעזור לך?

אנחנו נבדוק באמצעות צוות ה-SEO שלנו שלא פספסתם מילים חשובות וביטויים נפוצים.

תוכלו להיעזר בנו גם לטובת סימון תגיות רלוונטיות לקורס.

5. צילום טסטמוניאלס

טסטמוניאלס הן המלצות מצולמות של תלמידים מרוצים מהקורס שלכם. הן כלי רב עוצמה לשכנוע תלמידים פוטנציאליים להירשם לקורס, מכיוון שהן נותנות תוקף חיצוני לאיכות הקורס ומעבירות מסר אותנטי ואמין יותר מאשר פרסום עצמי.

למה טסטמוניאלס עובדים כל כך טוב?

• אמינות

אנשים נוטים לסמוך יותר על דעות של אחרים מאשר על פרסום. טסטמוניאלס מציגים המלצות אמיתיות של אנשים שעברו את הקורס ונהנו ממנו.

• הזדהות

טסטמוניאלס מצולמים משדרים תחושה של אותנטיות וקשר אישי, מה שמקל על תלמידים פוטנציאליים להזדהות עם הממליץ ולדמיין את עצמם בקורס.

• גיוון

שימוש במגוון טסטמוניאלס מתלמידים שונים יכול לעזור לכם לפנות לקהל רחב יותר ולמשוך תלמידים עם רקעים וצרכים שונים.



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

צוות הסושיאל שלנו צבר נסיון עשיר בצילום טסטמוניאלס.

תוכלו לדבר איתנו לפני צילום הסרטון כדי לקבל טיפים מותאמים לאופי הקורס ואופי הממליצים.

כיצד ניצור טסטמוניאל מוצלח

• נבחר את הממליצים הנכונים

חפשו תלמידים שמרוצים מהקורס ומוכנים להמליץ עליו בחום וודאו שהממליצים מייצגים את קהל היעד שלכם מבחינת גיל, רקע וניסיון.

• נכין את הממליצים מראש

שתפו את הממליצים עם המטרות של הטסטמוניאל ועם השאלות שתרצו לשאול אותם. עודדו אותם לדבר מהלב ולשתף את החוויה האישית שלהם מהקורס.

• נשאל את השאלות הנכונות

מי אתם ומה הרקע שלכם? מה למדתם בקורס? מהם היתרונות של הקורס עבורכם? איך הקורס השפיע עליכם? למה אתם ממליצים עליו?

• נקפיד על "קצר וקולע"

טסטמוניאל מוצלח צריך להיות קצר ותמציתי, רצוי לא יותר מדקה. התמקדו בנקודות החשובות ביותר והעבירו את המסר בצורה ברורה וקולעת.

- **נשתמש באיכות שמע ותמונה טובה**
ודאו שהסאונד ברור והתמונה חדה.
- **נבצע עריכה מקצועית**
עריכה מקצועית יכולה לשדרג משמעותית את הטסטמוניאל ולגרום לו להיראות מושך יותר. עם זאת, חשוב לשמור על האותנטיות של הממליץ ולא לערוך את הסרטון יותר מדי.
- **נשתמש במגוון טסטמוניאלס**
ככל שיש לכם יותר טסטמוניאלס, כך הקורס שלכם ייראה אמין יותר. השתמשו בטסטמוניאלס מתלמידים עם רקעים שונים ועם חוויות שונות מהקורס.
- **נקבל אישור מהממליצים**
ודאו שהממליצים חותמים על מסמך המאשר לכם להשתמש בטסטמוניאל שלהם לצורך פרסום.

דגשים טכניים

- מומלץ לצלם את הסרטון בצילום אופקי.
- מפרט טכני - KB253, X253 pixels בודדים.

פרסום הקורס ברשתות החברתיות 6.

אנחנו בקמפוס IL נדאג לקדם את הקורס שלך ברשתות החברתיות כאשר הוא עולה לאוויר במידה והוא רלוונטי לקהל לומדים רחב. אנחנו ממליצים שפרסום על הקורס יופיע גם בנכסים הדיגיטליים של הארגון שלך כך שיכלול את השפה העיצובית והטון של הארגון.

שלבים מרכזיים בפרסום

- **נגדיר את קהל היעד**
ככל שתדעו טוב יותר למי אתם פונים, כך תוכלו לטרגט את הפרסום בצורה מדויקת יותר.
- **נשתמש בפלטפורמות בתבונה**
לא כל פלטפורמה מתאימה לכל קהל יעד. בדקו היכן קהל היעד שלכם נמצא.
- **ניצור תוכן איכותי**
תוכלו להשתמש בסרטונים מתוך הקורס וטסטמוניאלס. הימנעו מלהשתמש בתמונות גרורות ובתמונות שנוצרו ב-AI ושמרגישות מזויפות.
- **נבצע קרוסינג**
שתפו את הפוסטים של קמפוס IL על הקורס שלכם, ולהיפך.
- **נעקוב אחר התוצאות**
חשוב לעקוב אחר התוצאות של הפרסום שלכם ולראות מה עובד ומה לא. לאחר סיום הקמפיין נתחו את הנתונים המרכזיים: חשיפה, מעורבות והמרה. תוכלו להיעזר בנו כדי להבין כיצד להעלות את המדדים בקמפיין הבא.



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

צוות הסושיאל שלנו עוסק בפרסום ברמה יום יומית.

אנחנו ממליצים לפנות אלינו כדי לייצר יחד תמהיל שיווק מנצח!

טיפים נוספים

- השתמשו בהאשטאגים רלוונטיים.
- עודדו את העוקבים שלכם לשתף את הפוסטים שלכם.
- ענו על תגובות ושאלות של גולשים.

7. שימוש ברשימות תפוצה לקידום הקורס

רשימת תפוצה איכותית היא כלי שיווקי רב עוצמה.

רשימה מוצלחת תאפשר לך להגיע לקהל יעד רלוונטי בצורה ישירה ואישית, להגביר את המודעות לקורס שלך, ליצור עניין ולרשום תלמידים חדשים.

טיפים לשימוש ברשימות תפוצה

• נשתמש ברשימות תפוצה קיימות

ייתכן שיש בארגון רשימות תפוצה של אנשים שעשויים להתעניין בקורס שלכם. בדקו זאת עם מחלקת השיווק, הדוברות ומנהלי אגפים רלוונטיים.

• נכתוב כותרות מושכות

הכותרת היא הדבר הראשון שקופץ למקבל המייל מול העיניים ולכן היא צריכה להיות קצרה, ברורה ומעוררת עניין. הכותרת חייבת לכלול "HOOK", ביטוי שיתפוס את מקבל הדיור ויגרום לו ללחוץ ולהעמיק בתוכן.

• נתייחס לאירועים אקטואליים:

נשתמש ב-RTM (Real Time Marketing) כדי להתייחס לדברים שקורים בזמן אמת. לדוגמה, אם הקורס עשוי להשפיע על הצלחת סטודנט במבחן, נשלח דיור לקראת סוף הסמסטר כשסטודנטים מתכוננים למבחנים.

• נשתמש בפורמט נכון לכל פלטפורמה

בדיור במייל לא נכביד בתמונות שכן הן עשויות לא להיפתח ולפגום בחווית השימוש של מקבל הדיור. בדיור בווטסאפ, נשתמש בהודעות קצרות וגרפיות.

• נעקוב אחר התוצאות

נעדיף להשתמש במערכת דיור עם סטטיסטיקות כדי לראות כמה אנשים פתחו את המייל, לחצו על קישורים ועוד. חשוב להשתמש במידע כדי לשפר את הקמפיינים העתידיים.



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

רשימות התפוצה שלנו ושל השותפים שלנו עשירות ומגוונות.

מומלץ ליצור איתנו קשר כדי לחשוב על פרסום באמצעות רשימות התפוצה בהתאם לתמהיל השיווק של הקורס.

8. הפצת הקורס באמצעות שותפים

שיווק באמצעות שותפים (B2B2C) מאפשר להרחיב את החשיפה לקורס ולהגיע לקהלים מגוונים שאנו מתקשים להגיע אליהם באמצעות הנכסים הפרטיים שלנו (כמו רשתות חברתיות ורשימות תפוצה).

טיפים להפצה באמצעות שותפים

- **נמפה שותפים הפוטנציאלים**
 חשבו על ארגונים שיש להם קשר לקהל היעד - ייתכן שיהיו אלו גופים עסקיים, עמותות, מוסדות ציבוריים, רשויות מקומיות ועוד.
- **נשתמש במוניטין שלנו כדי למשוך שותפים**
 שם המוסד יכול להיות כלי רב עוצמה בשיווק. כדאי למנף את המוניטין של הארגון ובמקביל להדגיש את היתרונות הייחודיים של הקורס, למשל היותו קורס חינמי או אופציות הלימוד ההיברידיות שלו.
- **נשקול שיתופי פעולה היברידיים**
 שיתופי פעולה אלו יכולים לכלול שילוב של הקורס עם שירותים נוספים שמציעים השותפים שלכם. לדוגמה, עמותה יכולה להציע את הקורס כחלק מתוכנית חזרה לשוק העבודה.
- **קמפוס IL יכול לעזור לכם למצוא שותפים**
 לצוות קמפוס IL יש קשרים נרחבים עם מגוון ארגונים מסקטורים שונים. פנו אלינו כדי לחשוב על שיתופי פעולה פוטנציאליים.

טיפים נוספים

- ודאו שיש לכם הסכם ברור עם כל שותף.
- קבעו יעדים מדידים עבור שיתופי הפעולה שלכם.
- עקבו אחר התוצאות והתאימו את האסטרטגיה שלכם בהתאם.
- טיפחו את מערכת היחסים שלכם עם השותפים שלכם.



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

אנחנו בקמפוס IL נהנים מרשת שותפים עשירה ומגוונת.

מומלץ לפנות אלינו כדי לחשוב יחד על חיבורים מעניינים.

הפצת הקורס באמצעות קהילות 9.

קהילות הן ערוץ שיווקי רב עוצמה. הן מאפשרות לכם להגיע לקהל יעד ממוקד מחד ומגוון מאידך. פרסום בקהילה נחשב לאמין ומצליח ביחס לערוצי שיווק אחרים שכן חברי קהילה נוטים לסמוך יותר על זה ועל המלצות של חברים.

טיפים להפצה באמצעות קהילות



איך אנחנו יכולים לעזור לך?

צוות ניהול הקהילות שלנו יכול להנחות וללוות אותך משלב החשיבה על ניהול הקהילה ועד לשלב התפעול שלה.

- **נאטר קהילות רלוונטיות לקורס**
 נחזור להגדרת קהל היעד של הקורס ונמפה את כל הקהילות ברשתות החברתיות שקשורות לקהל היעד של הקורס. כדאי להגדיר מראש קריטריונים לרלוונטיות.

לדוגמא, לא נכנס לקהילות שכוללות פחות מ-1000 חברים או שעולים בהן פחות מ-5 פוסטים ביום.

- **נשתלב בקהילה בצורה אורגנית**
 בהתאם לשיקולכם האישי, כניסה לקהילה דרך הפרופיל האישי שלכם יכולה להגדיל את האפקטיביות של הפרסום. טרם הפרסום, נסו להיות פעילים ולהגדיל את האמינות שלכם בקרב חברי הקהילה. רק לאחר שצברתם אמון המליצו על הקורס שלכם.

שימו

כדאי להיכנס לקהילות בשלב פיתוח הקורס. באמצעות פעילות בקהילה תרכשו תובנות שיוכלו להשפיע על טיב הקורס.

- **נשתף פעולה עם מנהלי הקהילה**
 הציעו להעביר הרצאות, וובינרים או סדנאות לחברי הקהילה. כמו כן, שתפו פעולה בקידום אירועים משותפים.

- **נשקול להקים קהילת לומדים משלנו**
 צוות קמפוס IL יכול לעזור לכם בבנייה ובניהול של קהילה כזו. פנו אלינו לשמוע פרטים נוספים.