

מסמך זה מטרתו לשמש את משתתפי הסדנאות בנושא "שיווק באינטרנט" המועברות ע"י אריאל הוכשטדט. מומלץ לקבוע גורם אחראי לכל פעילות ולו"ז לביצוע, ולעקוב אחר ההתקדמות

Action Items – שיפור יחס ההמרה והגברת תנועת הגולשים באתר האינטרנט

משימה	לביצוע על ידי...	לוח זמנים לביצוע
1. לתקשר ה- USP באתר		
2. להגדיר תגובות רצויות לכל דף ו"למכור" את התגובות הרצויות		
3. להתאים הטקסט באתר לשפת האינטרנט		
4. לתת כותרת שתספר את התועלת שבאתר/דף		
5. לפזר מילות כח שיעניקו לאתר אווירה רצויה ויכניסו את הגולש ל- Mind Set הרצוי		
6. לוודא כי האתר מדבר אל ועל הלקוח ולא אל ועל החברה		
7. לוודא כי התועלות של המוצרים ולא רק התכונות שלהם מוצגים באתר		
8. לוודא כי איש ה- SEO שלך לא פוגע באתר באמצעות טכניקות פסולות שיתגלו ע"י גוגל, וכי התועלת מפעילותו תישמר לאורך זמן		
9. לזהות את חסמי הקנייה של הגולשים באתר שלך ולמצוא פתרונות עבור כל חסם		
10. לשאול את איש מערכות המידע מהי תוכנת המידע הסטטיסטי המותקנת באתר, ולוודא כי התוכנה רצינית ומקיפה – אחרת להתקין תוכנה טובה יותר לצרכיך		
11. לחשב שווי מבקר, נוכחי ועתידי – על פי חישוב זה יש לקבוע את תקציב הפרסום		
12. לשכור איש קידום אתרים או ליזום פעולות בעצמך – דוגמת חילופי קישורים וכדומה		
13. לפרסם בשיטת PPC – <ul style="list-style-type: none"> • מי שלא פירסם בעבר - יש להתחיל לפרסם עכשיו, ולאט לאט ללמוד את התחום. • מי שפרסם בעצמו - לבדוק אם התקציב לא מתבזבז על מילים מיותרות. • מי שמפרסם באמצעות חברה חיצונית – לקבל דו"ח מסודר מחברת הפרסום עימה אתה עובד, ולהראות להם כי אתה מבין בנושא וכי אתה מצפה לתוצאות טובות יותר (לקוח שמבין, מקבל מחברת הפרסום יותר) 		
14. לחשוב: כיצד ניתן להשתמש בדואלים לביסוס מערכת יחסים עם הגולש. מומלץ: - לגלוש לאתר רב- מסר ולהירשם לשירות בכדי לקבל המחשה טובה יותר: www.responder.co.il		
15. במידה וקיים ניוזלטר לארגון- לעבור עליו ולוודא כי הוא משרת את מטרותיך וכי הוא מעניין את הגולש. בנוסף, לוודא כי הניוזלטר מקבל חשיפה נאה באתר		
16. לבחון האם נכון לקיים פעילות שיווק ויראלית לאתר, ולחשוב על דרכים לביצוע עצמאית או באמצעות חברה חיצונית		