

אפיון מערכת מידע להתאמת השיווק הדיגיטלי לאופי העסק עבור ארגוני SMB

מציגות: שרון דואן, לירון ברמן ונוי אברהם | מנחה אקדמי: אברהם מורדוך

בעיה

1 מצאנו כי פרסום דיגיטלי דורש השקעה ראשונית גבוהה והמשך השקעה שוטפת. מרבית עסקי ה-SMB (Small Medium Business) אינם מבינים את העולם הדיגיטלי ועל כן מאמצי הפרסום שלהם כושלים. נמצא כי ארגונים רבים:

משקיעים כסף רב בפרסום לא ממוקד

מפרסמים תכנים שאינם רלוונטיים לקהל היעד

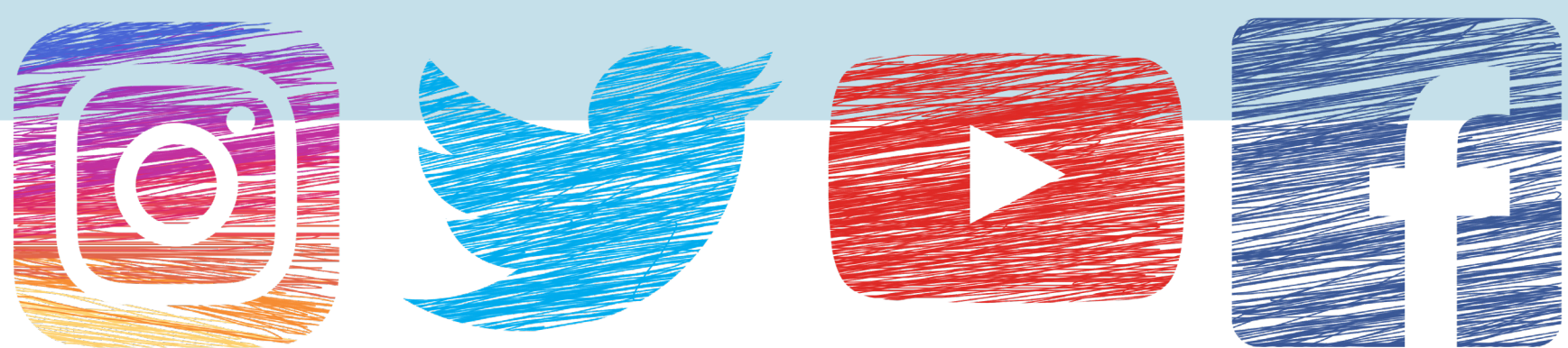
מתקשים להגדיר יעדים לשיווק הדיגיטלי

נמנעים מהשקעת כסף בגלל חוסר הבנה בנושא

רקע

2 בעבר לרוב השתמשו בשיטות פירסום הנקראות מסורתיות - פליירים, עיתונים, שלטי חוצות, רדיו ועוד. בעידן הדיגיטלי, עולם השיווק שינה את פניו וקיבל מימד חדש לחלוטין. כעת יש לעסק יכולת להגיע לקהל היעד שלו בקלות באמצעות הפלטפורמות הדיגיטליות.

בעבודתנו רצינו לעזור ולייעל את ההחלטות האסטרטגיות בנושא השיווק הדיגיטלי של חברות קטנות ובינוניות.

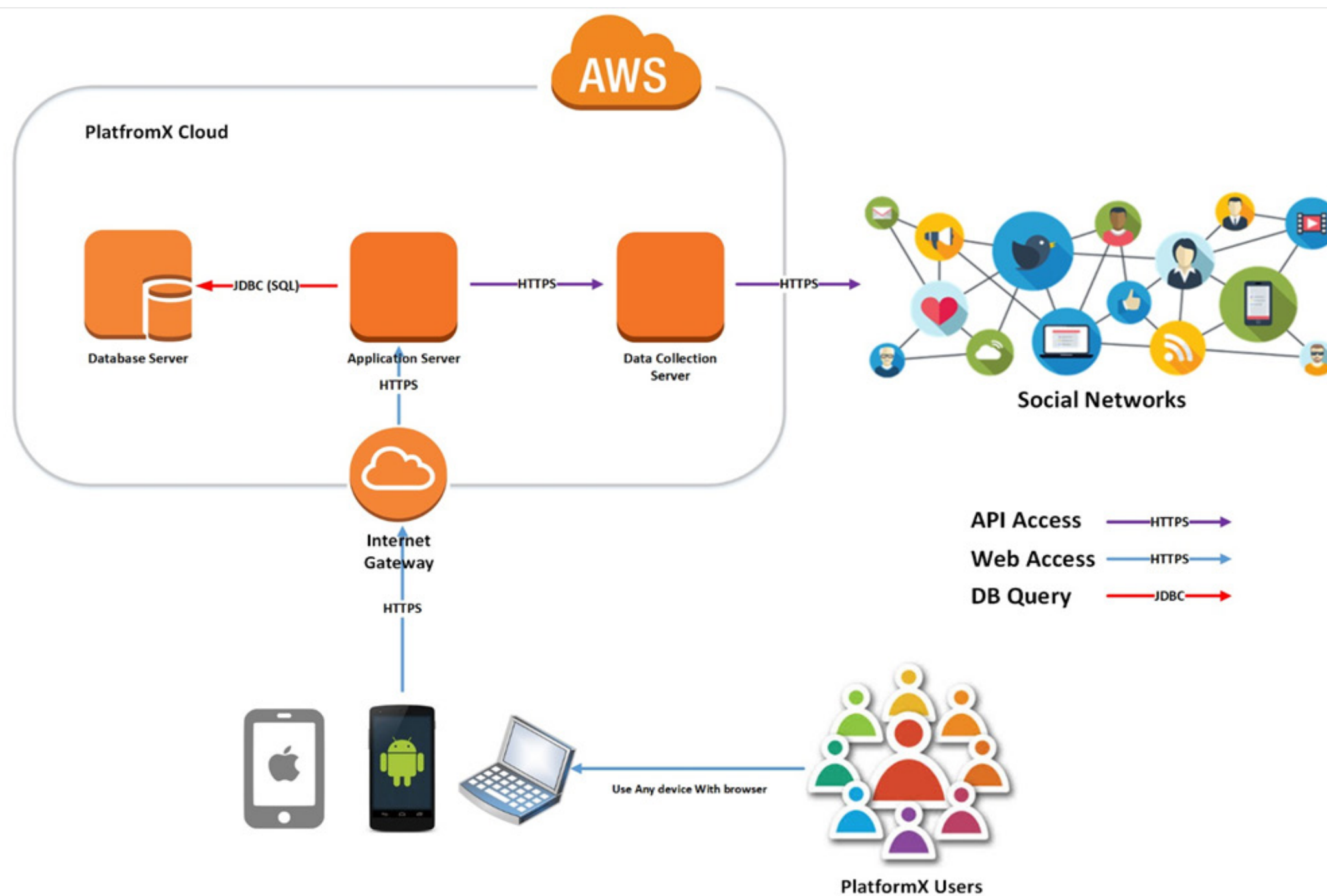


מטרה

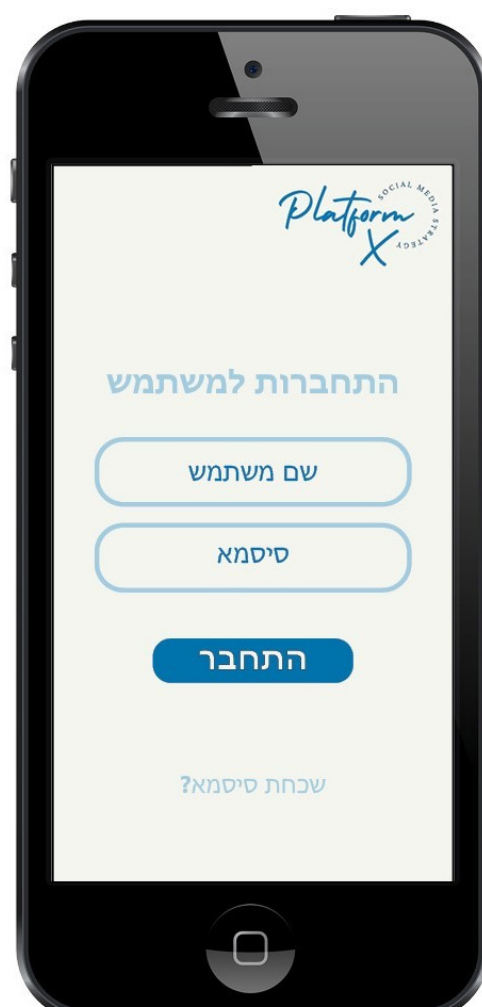
3 מטרת הפרויקט שלנו היא לספק לארגונים בכלל ול-SMB בפרט כלי לבנייה וניהול אסטרטגיית פרסום. אפיון מערכת שתבנה את תהליך השיווק הדיגיטלי בעסק ותנגיש אותו גם לעסקים שעד כה נמנעו מכך או לא צלחו את התהליך.

החלופה הנבחרת

4 הקמה מלאה של תשתית השרתים הנחוצה להתפעול המערכת בסביבת הענן של אמזון, שימוש במוצרי תשתית והגנה הקיימים בשירותי הענן. לא מצריך רכישה מראש של ציוד וגדילה והתרחבות נעשית בצורה פשוטה ואפשרי גם אוטומטית.



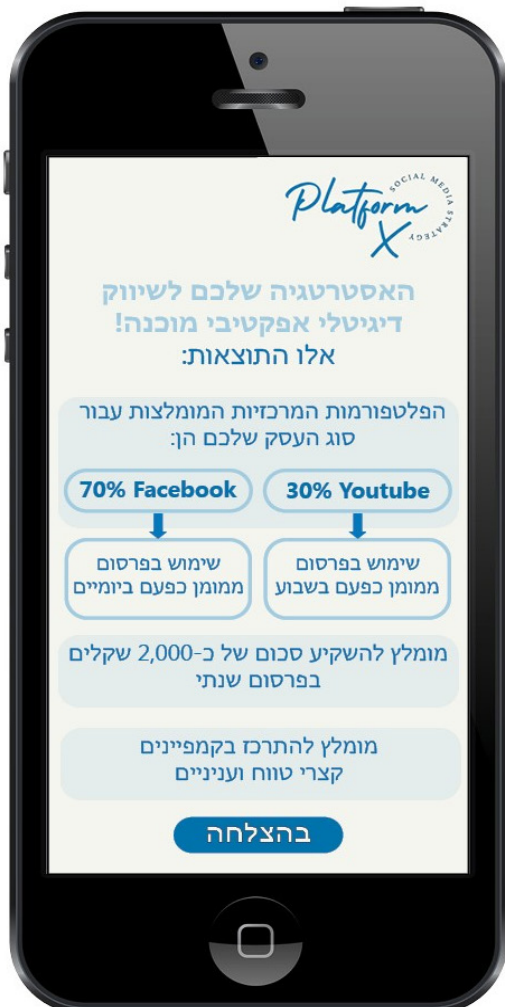
התחברות



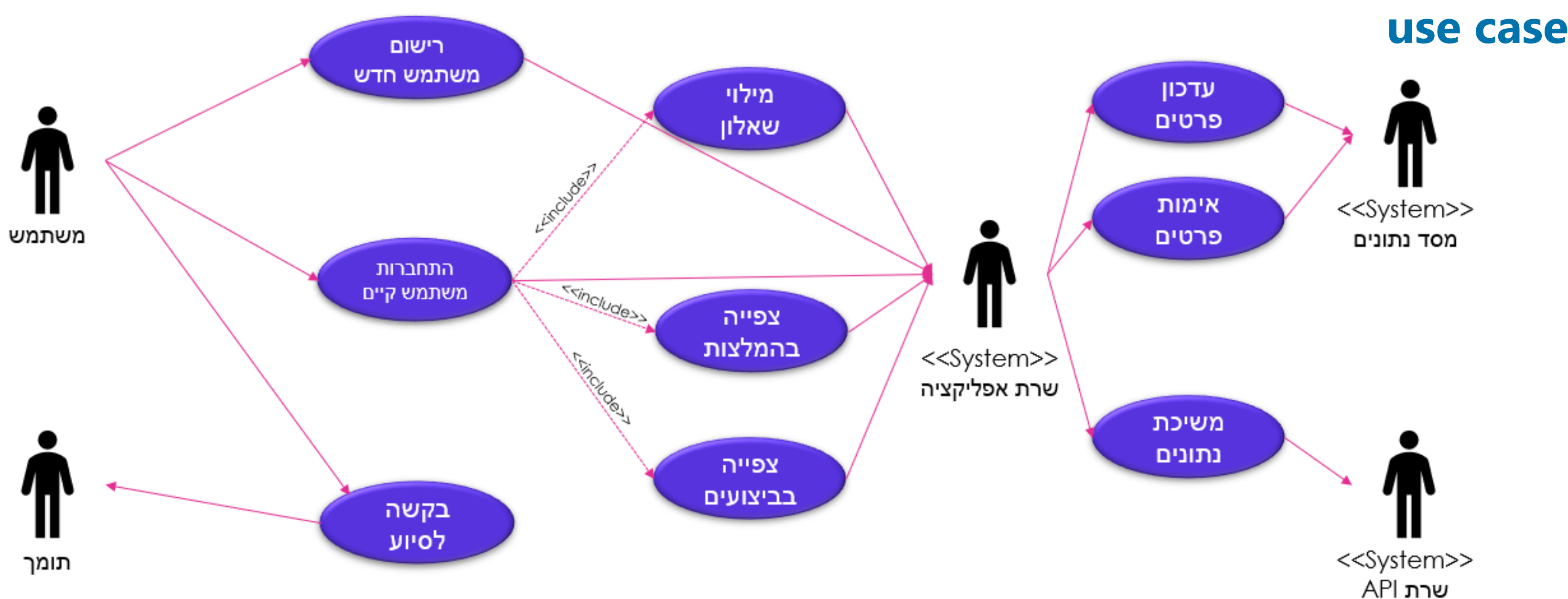
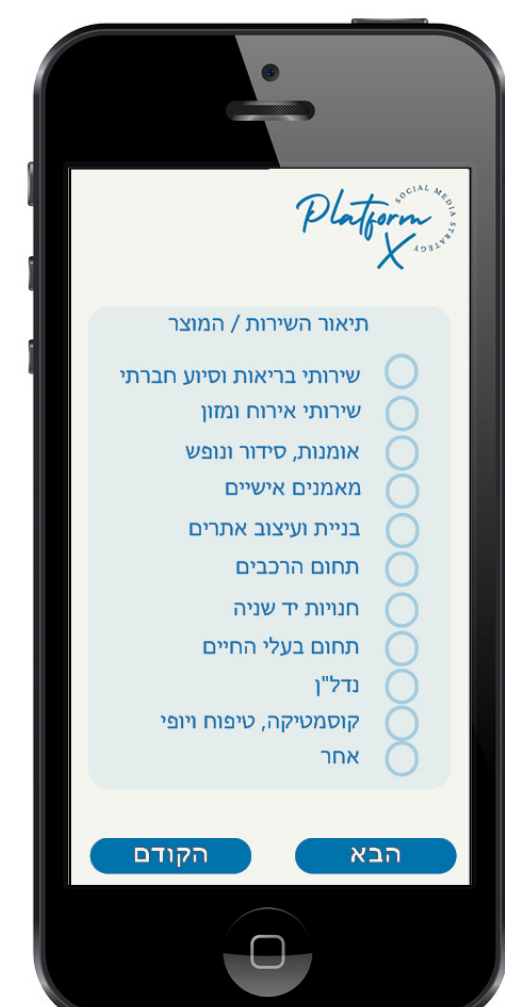
מסך בית



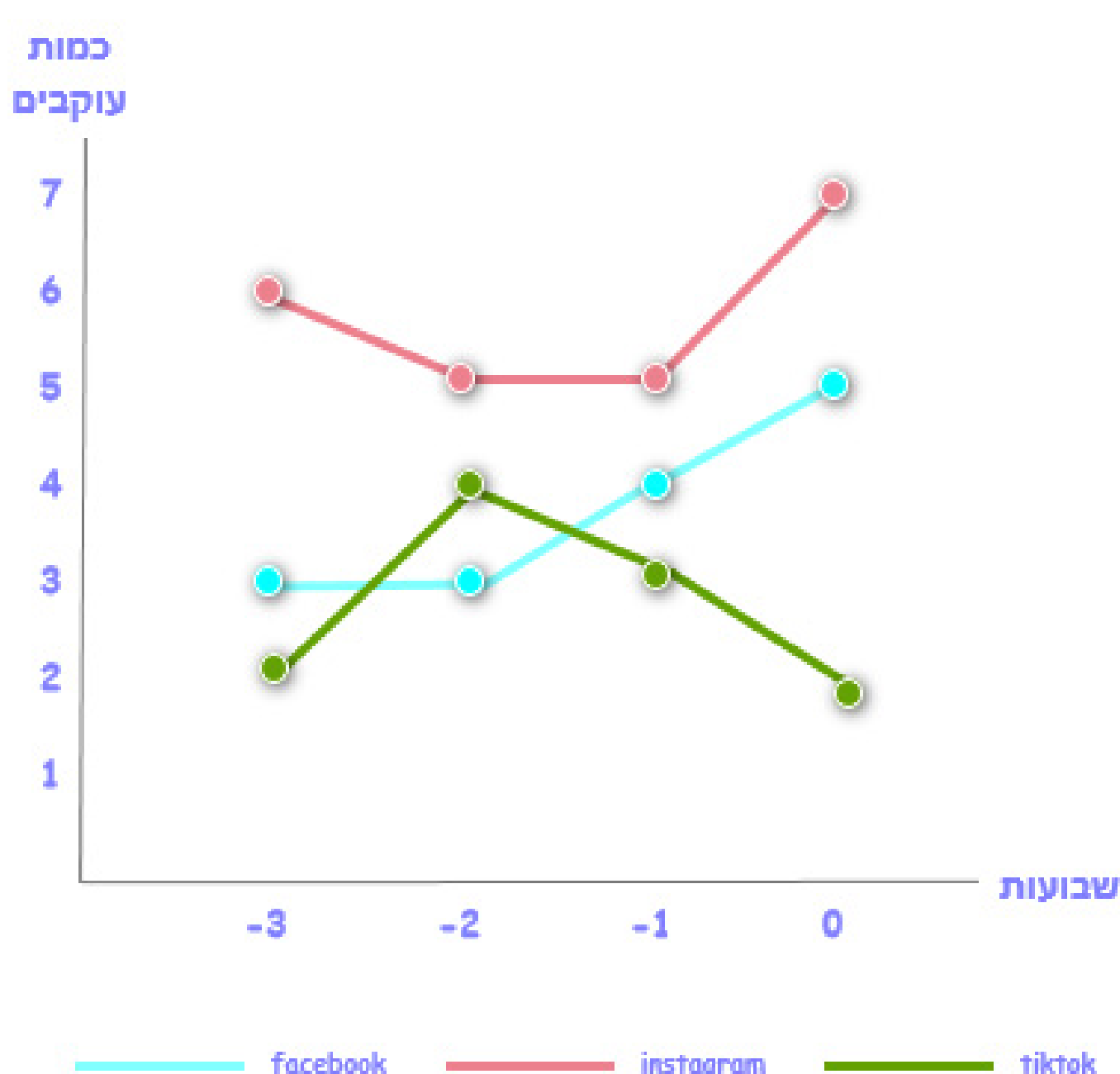
מסך תוצאות



שאלון (דוגמה)



מעקב שינוי כמות עוקבים



תוצרים

5 אפיינו את המערכת אשר תוכל לעזור ביצירת האסטרטגייה, ע"י מילוי שאלון קצר. ממשק משתמש קל לשימוש והבנה, שיוביל בסופו להצגת התוצאות של האסטרטגייה המומלצת. המערכת תציע במסכי התוצאות בין היתר את ההמלצות הבאות (דוגמה):

"מומלץ להשקיע סכום של עד 1,000 שקלים בפרסום"

"הפלטפורמות המרכזיות הן: Instagram 70%, Facebook 30%"

נתוני מעקב אחר פעילות ברשתות החברתיות.

הצעות שיפור ביצועים, השוואות רמת פעילות לשבועות קודמים.