

הקמת פרויקטים בשיווק דיגיטלי

שיווק דיגיטלי הוא הכלי החשוב ביותר עבור פרסום בית העסק שלכם. אמצעי התקשורת והשיווק הישנים פינו את מקומם לטובת ערוצי השיווק הדיגיטליים השונים. קידום אתרים אורגני, קידום ממומן בפייסבוק ובגוגל, פרסום ברשתות חברתיות, פרסום ביוטיוב ובערוצים נוספים.

אמצעי השיווק בעולם הדיגיטלי רבים ומגוונים אך השיטה להקמת פרויקטים משותפת לכולם. הקמת פרויקטים בשיווק דיגיטלי בצורה נכונה תאפשר לכם לנהל באופן מדויק את הקמפיין. במאמר קצר זה נסביר בקצרה את המודל עבור הקמת פרויקטים אותו תוכלו ליישם עבור בית העסק שלכם.

איך מגדירים פרויקט בשיווק דיגיטלי?

פרויקט מוגדר כמאמץ תחום בזמן בשביל לייצר שירות או מוצר או תוצאה ייחודית. לכל פרויקט יש נקודת התחלה ונקודת סיום. כל פרויקט חייב להיות בעל מטרה מוגדרת אליה מכוונים האמצעים השונים. ברגע שהמטרה הושגה הסתיים התהליך. הפרמטרים המשמעותיים ביותר עבור כל מהלך שיווקי כוללים:

- **זמן** : תלוי במשאבים ובתכולה. חוסר משאבים והגדלת תכולה מובילים לאי עמידה בזמנים.
- **תקציב**: עלייה בכמות התוצרים משפיעה על התקציב. חריגה בעקבות עליית התכולה.
- **תכולה**: תוצרים של השיווק הדיגיטלי. משפיעה על הזמן והתקציב אך גם מושפעת מהם.
- **איכות**: פרויקט שעמד בתקציב בזמן ובתכולה אבל הוא באיכות נמוכה הוא פרויקט כושל.

הדבר החשוב ביותר הוא ניהול זמן בצורה יעילה. הסיבות המרכזיות לאי עמידה בזמנים הם חוסר במשאבים זמינים לביצוע המשימה והגדלת התכולה של הפרויקט. אם חל שינוי בהיקף העבודה יש לבצע כנדרש שינוי בלוחות הזמנים.

הפרמטרים האחרים, תקציב, תכולה ואיכות תלויים גם הם במשתנים שונים. אי שמירה על התקציב וחריגה בעלויות נובעים משינוי התכולה, הגדלת כמות התוצרים הנדרשים עבור הפרויקט. התכולה עצמה משפיעה על הזמן והתקציב אך גם מושפעת מהם. האיכות חשובה מאוד עבור התהליך, אם עמדתם בכל הפרמטרים האחרים אך נכשלתם באיכות, לא מימשתם את המשימה.

מחקר מהעת האחרונה שבדק את העניין לעומק גילה שרק 26% מצליחים לעמוד בכל היעדים שהוצבו. 70% אינם מצליחים לעמוד ביעדים. IBM לדוגמה מצליחים לעמוד רק ב-40% מהפרויקטים בכל הנוגע לפרמטרים של זמן, תקציב ואיכות. 57% אחוזים מהנכשלים בניהול פרויקטים לא עומדים בדרישות בגלל תקשורת לקויה.

תקשורת לקויה היא עניין שניתן להתגבר עליו אם יודעים לזהות בצורה מדויקת את נקודות החולשה שלכם. תקשורת היא הבסיס לכל התנהלות בעולם העסקי ובעולם החברתי. תקשורת גלויה בין ספקים ללקוחות ובין כל הגורמים השונים בעסקה היא המפתח להצלחה.

השילבים השונים של ניהול פרויקטים

השילבים השונים בניהול פרויקט כוללים:

- דרישות עסקיות
- אפיון חווית משתמש
- עיצוב
- פיתוח
- השקה

מסמך הדרישות העסקיות כולל את כולל את מטרות הפרויקט, מדדי ההצלחה, לוחות הזמנים הרצויים, תכולת הפרויקט, האם ניתן להגיע לרמת עץ אתר, דרישות אדמין, דוחות ונגישות. מסמך הדרישות העסקיות יעזור לכם לנהל בצורה יעילה את הפרויקט. הגדרת המטרות העסקיות היא שלב הכרחי לפני כל שיווק דיגיטלי.

אפיון חווית משתמש מוגדרת באמצעות UX ו-UI. UX הוא השלב בו אתם מתכננים את חווית המשתמש בצורה מלאה ושלמה. נניח שאתם מעוניינים לנהל קמפיין בנוגע למוצרים לטיפוח הגבר. בשלב בניית הUX עליכם לחשוב על כל הפרמטרים הנדרשים לאתר בתחום. עליכם להיכנס לנעליו של הלקוח הפוטנציאלי ולראות איך הוא היה רוצה להשתמש באתר. UI הוא תרגום של החוויה לעולם הפרקטיקה. תכנון נכון של כל הכפתורים הנדרשים ועיצובם המתאים.

אפיון חווית משתמש הוא שלב משמעותי ביותר בכל הנוגע להקמת פרויקטים בשיווק דיגיטלי. סוכנויות למיקרו קופי מספקות בדרך כלל את כל הנדרש בתחום.

עיצוב הוא בסופו של דבר עניין של טעם אבל יש דרכים לנהל את התחום בצורה ייחודית. ישנם תחומים שונים בתוך התחום בהתאם לצרכים של כל לקוח. עיצוב גרפי מטפל בכל הנושא של שילוב בין טקסט לתמונה בשביל להעביר מסר מסוים. עיצוב אתר אינטרנט מספק פלטפורמה שלמה לבניית הצד החזותי של האתר. תחום עיצוב האתרים כולל גם עיצוב ממשק משתמש והוא מותאם לכל האמצעים הדיגיטליים. העיצוב הוא השלב החשוב ביותר

מבחינה אסתטית ובהתאם לצורך שלכם תוכלו כיום לבנות אתרי אינטרנט אטרקטיביים במיוחד.

תהליך הפיתוח מבחינת לוחות הזמנים הוא בדרך כלל לאחר סיום של 50% מכלל הפרויקט. בשלב זה תוכלו לבדוק האם אתם מתקדמים בהתאם ללוחות הזמנים. אם אתם עובדים עם חברה מקצועית חשוב מאוד להיות מעורב בכל שלבי הביניים של הפיתוח. פיתוח אתרים בעצם הוא שם כולל ליצירת אתר אינטרנט משלב התכנון עד להקמה של האתר עצמו. השלבים השונים כוללים, פיתוח מבנה האתר, כתיבת תכנים ועיצוב. מומלץ ביותר להתמקד בפיתוח בפני עצמו ולהפריד את התחום מעיצוב אתרים. מפתחי אתרים מחברים בין התוכן לבין העיצוב תוך שימוש ב-HTML השפה שבה מוצג המידע ברשת האינטרנט.

כותבי התוכן הם הליבה של האתר ובאמצעות תוכן איכותי תוכלו לשווק את עצמכם בצורה יעילה. גם כאן ישנם מומחים לעניין. החלוקה לתפקידים שונים יכולה לעזור לכם לנהל את הפרויקט בצורה איכותית יותר. לפעמים עדיף לבחור חברה שתבצע עבורכם את כל השירותים אך הפרדת רשויות היא בדרך כלל יעילה יותר. כל זאת כמובן אם יודעים איך להגיע אל אנשי המקצוע הנכונים.

שלב ההשקה הוא השלב המרגש ביותר עכשיו האתר שלכם יוצא אל אוויר העולם. בשלב ההשקה זמן התגובה של כל המעורבים בעניין חייב להיות מהיר יותר. עליהם להיות זמינים לטיפול בתקלות דחופות. לאחר השקת האתר תבקשו ממשתמשים באתר לתת לכם פידבקים זהו כלי יעיל בשביל לבדוק שהכל עובד כמו שצריך.

לאחר שעמדנו בפרויקט ויש לנו את כל הפרמטרים הנדרשים לפרויקט מוצלח, עמדנו בזמנים, בתקציב ובתכולה ויש לנו פרויקט איכותי הגיע הזמן לבצע אופטימיזציה, SEO, לשם קידום האתר שלכם אל ראש טבלת החיפוש.