



תוכנית דיגיטלית שיווקית אולם אירועים

עיר: X

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ
| טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL
סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



תקציר התוכנית

בכוונת היזם לפתוח אולם אירועים אשר יכיל עד 120 סועדים.
תוכנית זו באה לגבש את העבודה הדיגיטלית של העסק ומה המקורות אשר העסק מתבקש לעבוד בהם מאתרי אינטרנט ועד רשתות חברתיות.
תוכנית זו לוקחת בחשבון את גודל המקום ואת מיקומו.
העיר X הינה עיר אשר סך האוכלוסייה בה 230,000 תושבים, בעיר פועלים כ-28 אולמות ומוסדות המבצעים אירועים מחתונות, בריתות וכדומה.
עיקרי הפעילות אשר לה אנו מכוונים בגלל גודלו של המקום, אשר אינו מאפשר לבצע אירועים גדולים התמקדות הינה בריתות, ברית מילה, אירועים פרטיים, אירועי חברה, ימי הולדת וכדומה.
עפ"י הנתונים של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, בעיר יש כ 4,500 לידות בשנה, מתוכן מבצעים כ 53% ברית מילה.
קהל לקוחות זה הינו מתאים בדיוק לאופיו ופעילותו של האולם, לכן התוכנית תביא לידי ביטוי את קהל לקוחות זה כיעד.



זירות שיווק

לשיווק אולם אירועים ישנם 3 מרכיבים:
מרכיב ראשון – הינו שיתופי פעולה, שיתופי פעולה אלה יכולות להגיע לידי ביטוי מול מוהלים, מארגני אירועים ואנשים משפיעים בקהילה כגון רבנים ואחרים.
מרכיב שני – הינו שיווק ישיר בעבודה מול אנשים, יולדות, בתי חולים, חלוקת פליירים ופרסומי חוצות ועיתונות.
מרכיב שלישי – הינו העבודה בתחום הדיגיטל, אנו ממליצים לעבוד ב-4 פלטפורמות שונות:
1. אתר אינטרנט.
2. פייסבוק.
3. אינסטגרם.
4. טיקטוק.
פלטפורמות אלה יתנו מענה לכל קהל יעד הלקוחות אשר שימוש נכון בהם ישרת את הצרכים הנכונים לאולם, כגון: חשיפה, בניית מותג, תדמית ועוד.
מצורף בזאת בתוכנית חלוקה של כל הערוצים, מה הנתונים אשר צריכים להילקח בחשבון ואיך לעשות את זה נכון.



יעדי התוכנית השיווקית

- **הגברת המודעות למותג:** המטרה היא להגביר את הנראות של אולם האירועים ולבסס אותו ברשתות החברתיות כבחירה בקרב לקוחות פוטנציאליים. ניתן להשיג זאת באמצעות טקטיקות כמו פרסום ברשתות חברתיות, יחסי ציבור ושיווק תוכן שעליהן נפרט בהמשך.
- **יצירת לידים:** המטרה היא למשוך לקוחות פוטנציאליים ולייצר לידים לצוות המכירות. ניתן להשיג זאת באמצעות טקטיקות שונות כמו קידום אורגני של האתר למנועי חיפוש ופרסום בתשלום בגוגל ורשתות החברתיות השונות.
- **הגדלת ההזמנות:** המטרה היא להגדיל את מספר האירועים המתקיימים באולם האירועים, ניתן להשיג זאת באמצעות טקטיקות כמו הצעת מבצעים ומבצעים מיוחדים ויצירת חבילות מותאמות לסוגי אירועים ספציפיים.
- **הגדלת הכנסות:** המטרה היא להגדיל את ההכנסות שיוצר אולם האירועים, על ידי מיקוד לקהל המתאים ולהתאים את החבילות והשירותים לפי העדפת הקהל.
- **בניית קהל לקוחות:** המטרה היא לבנות קהל לקוחות נאמן באמצעות שירות לקוחות מעולה, תוך שימוש בטקטיקות השיווק השונות בהתאם לפלטפורמות הפרסום (אתר אינטרנט ורשתות חברתיות).
- **הרחבת טווח הקהל הפוטנציאלי:** המטרה היא למשוך קהל יעד חדש מאזורים רחוקים יותר.





פלטפורמות פרסום במדיה החברתית

פלטפורמות המדיה החברתיות הפופולריות שאלהן אולם האירועים צריך לבסס נוכחות הן:

פייסבוק:

פייסבוק היא פלטפורמה מצוינת להגעה לקהל רחב, ויכולה להיות יעילה במיוחד למיקוד לאנשים שמתכננים אירועים. באמצעות הפייסבוק תוכל לשתף תמונות וסרטונים מהאירועים הקודמים וכמו כן מידע עדכונים אודות האולם.

אינסטגרם

אינסטגרם היא פלטפורמה פופולרית בקרב קהלים צעירים ויעילה במיוחד למיקוד לאנשים שמתכננים אירועים. אנו ממליצים לשתף תמונות וסרטונים יפים של אולם האירועים, כמו גם כדי ליצור קשר עם לקוחות פוטנציאליים באמצעות הערות והודעות ישירות.

טיקטוק

טיקטוק היא פלטפורמת שיתוף וידאו, שיכולה להיות דרך מצוינת להראות את אולם האירועים ולספק מבט מאחורי הקלעים של אירועים ותפאורה.

טיקטוק יכול להיות גם מקום מצוין להציג את האישיות של אולם האירועים שלך ולמשוך קהל צעיר יותר שנמשך לפלטפורמה.

עם זאת, חשוב לזכור שבסיס המשתמשים של טיקטוק מורכב בעיקר ממשתמשים מתחת לגיל 30, כך שזו לא הפלטפורמה הטובה ביותר להגעה לקהלים מבוגרים.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL

סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



פייסבוק - אסטרטגיה שיווקית הילל אירועים

תקציר פעילות

פרסום אולם האירועים בפייסבוק יכולה להיות דרך יעילה להגיע לקהל גדול וממוקד. עם קרוב ל 6.35 מיליון משתמשים פעילים כל חודש בישראל, פייסבוק מציעה פלטפורמה רחבה ומגוונת לקידום העסק שלך, הגעה ללקוחות פוטנציאליים ובניית המותג שלך. בנוסף, אפשרויות המיקוד המתקדמות של פייסבוק, כגון מיקוד דמוגרפי ומיקוד מבוסס עניין, מאפשרות לך להגיע לקהלים הספציפיים, שסביר להניח שיתעניינו בשירותים שאולם האירועים מציע. דבר אשר יכול לעזור למקסם את ההחזר על השקעת הפרסום שלך.

ביצוע התוכנית

כדי ליישם את האסטרטגיה השיווקית של אולם האירועים בפייסבוק, יש לבצע את הצעדים הבאים:

- **הקמת עמוד עסקי:** יש ליצור עמוד עסקי בפייסבוק לאולם האירועים בא, ולהקפיד למלא את כל המידע הרלוונטי, כמו מיקום אולם האירועים, פרטי התקשרות ושעות הפעילות.
- **הגדרת קהל היעד:** לפני שניצור את התוכן אשר נעלה או הפעלת פרסומות כלשהן, חשוב להבין מיהו קהל היעד. עבור אולם אירועים, קהל היעד עשוי לכלול זוגות המחפשים מקום לביצוע הברית, מתכנני אירועים עסקיים ומתכנני מסיבות המחפשים מקום לאירוח אירועים כמו ימי הולדת וימי נישואין.
- **יצירת אסטרטגיית תוכן:** ברגע שהכרנו את קהל היעד שלנו, צריך לייצר אסטרטגיית תוכן שתדבר לצרכים ולתחומי העניין של קהל היעד.

אסטרטגיית תוכן שתוכל ליישם בעמוד הפייסבוק שלך:

1. **הצגת אולם האירועים:** אנו ממליצים לשתף תמונות וסרטונים של אולם האירועים מתוך אירועים שונים שנערכו בעבר, כגון בריתות, אירועי חברה, מסיבות ועוד. התמונות וצילומי הוידאו צריכים להיות באיכות גבוהה.
2. **שיתוף המלצות:** אנו תמיד ממליצים לכל לקוח לשתף המלצות מלקוחות עבר בעמוד הפייסבוק. זה יכול ליצוא אמינות ולעזור ללקוחות פוטנציאליים לקבל תחושה של איך זה לקיים אירוע באולם האירועים ולהבין את רמת השירות שניתן.
3. **שיתוף טיפים (מידע מקצועי) ורעיונות לתכנון אירועים:** אנו ממליצים לשתף טיפים ורעיונות לתכנון סוגים שונים של אירועים. זה יכול לכלול מידע על נושאים, עיצוב, קייטרינג ובידור. זה ימצב את אולם האירועים כסמכות במרחב תכנון האירוע, ויעזור למשוך לקוחות פוטנציאליים שמחפשים עזרה והשראה בתכנון האירוע שלהם.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL | סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



4. שיתוף מידע על השירותים המוצעים: מידע על השירותים שמציע אולם האירועים, כגון קייטרינג, תכנון אירועים והשכרת ציוד. דבר זה ייתן ללקוחות פוטנציאליים הבנה ברורה למה הם יכולים לצפות כשהם מזמינים אירוע באולם האירועים.

- **שימוש בפרסום ממומן**: השתמש בפרסום ממומן כדי להגיע לקהל היעד שלך בפייסבוק. ניתן להשתמש במודעות פייסבוק כדי לקדם את אולם האירועים לאנשים שהתארו או התחתנו לאחרונה, כמו גם למתכנני אירועים ארגוניים.
- **יצירת מעורבות עם הקהל**: כל בעל עסק חייב להגיב להערות ולהודעות בזמן מצד הלקוחות, זה יגרום לקהל להרגיש שמישהו מתייחס אליו ומספק שלו שירות מהיר.
- **שמירה על עקביות!** עקביות היא המפתח ביצירת מותג מוכר ואמין, כל בעל עסק חייב להיות עקבי ולשמור על תזמון הפרסומים.
עמוד פייסבוק לא מעודכן יכול ליצור הרגשה של חוסר רלוונטיות.

חשוב לציין שיצירת עמוד פייסבוק היא רק הצעד הראשון, היא דורשת עקביות וניהול קבוע כדי לראות תוצאות.





אינסטגרם - אסטרטגיה שיווקית לאולם אירועים X

תקציר פעילות

אינסטגרם היא פלטפורמה ויזואלית עם למעלה 4 מיליון משתמשים פעילים חודשיים בישראל, מה שהופך אותה למקום אידיאלי להציג את השירותים הייחודיים של אולם אירועים.

על ידי פרסום באינסטגרם, אולם האירועים יכול להגיע לקהל גדול ומעורב, ולאפשר לו להגביר את המודעות למותג ובסופו של דבר להביא ליותר הזמנות. אפשרויות המיקוד של אינסטגרם מאפשרות לעסקים להגיע לקהל המתאים, כולל אנשים שמתעניינים באירועים, בריתות ושירותים דומים.

ביצוע התוכנית

כדי ליישם את האסטרטגיה השיווקית של אולם האירועים באינסטגרם, יש לבצע את הצעדים הבאים:

- **הקמת עמוד עסקי:** יש ליצור עמוד עסקי באינסטגרם לאולם האירועים בא, להקפיד למלא את כל המידע הרלוונטי, כמו מיקום אולם האירועים, פרטי התקשרות ושעות הפעילות.
- **הגדרת קהל היעד:** לפני יצירת תוכן כלשהו, חשוב להבין מיהו קהל היעד. עבור אולם אירועים, קהל היעד עשוי לכלול זוגות המחפשים מקום לביצוע הברית, מתכנני אירועים עסקיים ומתכנני מסיבות המחפשים מקום לאירוח אירועים כמו ימי הולדת וימי נישואין.
- **יצירת אסתטיקה מושכת מבחינה ויזואלית:** אינסטגרם היא פלטפורמה אשר מונעת מוויזואלית, לכן חשוב לוודא שהפוסטים נעימים ויזואלית ועקביים מבחינת נושא ומיתוג. אנו ממליצים להיות עקביים בשפה העיצובית אשר בחרנו למותג.
- **שימוש בתמונות וסרטונים באיכות גבוהה:** אנו ממליצים לשתף תמונות וסרטונים באיכות גבוהה של אולם האירועים מתוך אירועים הנערכים במקום, כגון בריתות, אירועים עסקיים, מסיבות וכו'.
- **שיתוף תוכן שנוצר על ידי הלקוחות:** תוכן זה שנוצר על ידי הלקוחות כגון תמונות של אירועים באולם או המלצות של לקוחות מרוצים. זה יכול לעזור ליצור תחושה של קהילה סביב המותג, וגם מאפשר להדגיש את הלקוחות המרוצים.
- **שימוש באפשרויות פרסום ממומן:** ניתן להשתמש באפשרויות הפרסום הממומן של אינסטגרם כדי להגיע לקהל גדול יותר ולמקד נתונים דמוגרפיים, תחומי עניין והתנהגויות ספציפיים. זו יכולה להיות דרך מצוינת למשוך לקוחות חדשים.

עקביות היא המפתח, צריך לשמור על תזמון פרסום עקבי ושמירה על הקו העיצובי של המותג.

חשוב לציין שיצירת עמוד אינסטגרם היא רק הצעד הראשון, היא דורשת עקביות וניהול קבוע כדי לראות תוצאות.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL

סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



טיקטוק - אסטרטגיה שיווקית לאולם אירועים X

תקציר פעילות

שיווק העסק בטיקטוק יכול להיות יעיל מאוד, מכיוון שזוהי פלטפורמה אשר צומחת במהירות עם בסיס משתמשים גדול ומעורב. על ידי יצירת תוכן ויצירתי בטיקטוק, העסק יוכל להגיע לקהל צעיר יותר ולהגביר את המודעות למותג. טיקטוק הוא כלי רב ערך לעסקים אשר מעוניינים להרחיב את טווח ההגעה שלהם ולהתחבר לקהל רחב יותר.

ביצוע התוכנית

כדי ליישם את האסטרטגיה השיווקית של אולם האירועים בטיקטוק, יש לבצע את הצעדים הבאים:

- **יצירת חשבון עסקי:** יש לפתוח חשבון עסקי בטיקטוק לאולם האירועים ולכלול את השם, המיקום, האתר ופרטי ההתקשרות של אולם האירועים שלך בביוגרפיה של העמוד.
- **שיתוף תוכן:** מומלץ לתכנן מראש את התוכן שיש לפרסם, תוך שימוש בשילוב של סרטונים ותמונות כדי להציג את אולם האירועים. אנו ממליצים לכלול סיורים וירטואליים באולם, אירועי עבר שנערכו, צילומים מאחורי הקלעים המתארים את אופן התארגנות לפני האירוע וצילומי וידאו המתארים את תפעול האירוע.
- **יצירת מעורבות עם הקהל:** כל בעל עסק חייב להשיב להערות ולהודעות של הלקוחות על מנת ליצור אמון, זמינות שירות לקוחות ברמה גבוהה.
- **שימוש בפרסום ממומן:** באמצעות השימוש באפשרויות הפרסום הממומן של טיקטוק, תוכל להגיע לקהל רחב יותר של לקוחות פוטנציאליים.

כפי שצינו באסטרטגיה השיווקית של כל אחת מהפלטפורמות, חשוב מאוד להיות עקביים בפרסום. יש לזכור כי טיקטוק היא פלטפורמה מהנה ויצירתית וחשוב להיות מעורב, יצירתי ואותנטי בעת יצירת התוכן, דבר אשר יעזור לך לבנות קהל עוקבים ולהגדיל את הנראות של עסק אולם האירועים בטיקטוק.



אתר אינטרנט – טופס איפיון

מטרות האתר

המטרה העיקרית של אתר אינטרנט לאולם אירועים היא לספק ללקוחות פוטנציאליים מידע על השירותים, גודל האולם והזמינות של אולם האירועים. אתר אינטרנט יכול לשמש גם ככלי שיווקי יעיל, כדי להציג את המאפיינים הייחודיים של המקום, לעזור לבנות אמון עם לקוחות פוטנציאליים, ובסופו של דבר להביא ליותר הזמנות.

מהם היעדים העסקיים שהאתר צריך להשיג?

אתר אינטרנט לאולם אירועים צריך להיות מתוכנן להשגת מספר מטרות עסקיות, כולל:

- **יצירת הזמנות:** המטרה העיקרית של האתר היא לייצר הזמנות, על ידי אספקת כל המידע על האולם ללקוחות פוטנציאליים.
- **בניית אמון עם לקוחות פוטנציאליים:** אתר אינטרנט צריך לכלול סקירות של לקוחות, המלצות ומידע מפורט על השירותים והיכולת של אולם האירועים כדי לעזור לבנות אמון עם לקוחות פוטנציאליים.
- **הגברת הנראות ברשת:** אתר אינטרנט צריך להיות מותאם למנועי החיפוש, על מנת להגביר את הנראות של אולם האירועים ולהגיע לקהל רחב יותר. ניתן להשיג זאת על ידי יישום שיטות עבודה מומלצות לקידום אתרים. לתחום זה קוראים קידום אורגני בגוגל.
- **שיפור חווית הלקוח:** האתר אמור לספק חוויה ידידותית ללקוחות פוטנציאליים, עם ניווט ברור, מידע מפורט ומערכת הזמנות קלה לשימוש.
- **יצירת נוכחות מקוונת:** באמצעות אתר אינטרנט, אולם האירועים יכול לבסס נוכחות מקוונת ולהפוך אותו לנגיש יותר עבור לקוחות פוטנציאליים למצוא את האולם.
- **ייעול תהליך המכירה:** אתר אינטרנט יכול לייעל את תהליך המכירה, על ידי כך שיאפשר ללקוחות פוטנציאליים לקבל את כל המידע ללא צורך לפנות ישירות לאולם האירועים.
- **איסוף נתונים:** אתר אינטרנט יכול לאסוף נתונים על ידי מעקב אחר התנהגות מבקרים ומעורבות באתר בהם ניתן להשתמש כדי לשפר את האתר ואת מאמצי השיווק של האולם בעתיד.
- **ביסוס זהות מותגית:** אתר אינטרנט מעוצב וידידותי למשתמש יכול לסייע בביסוס הזהות המותגית של אולם האירועים ולהבדיל בינו לבין המתחרים.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL | סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13

בשל גודלו של האולם, חשוב שהאתר יעביר בצורה ברורה את יכולות האולם ומגבלותיו ללקוחות הפוטנציאליים.

קהל היעד של אתר אולם אירועים הוא:

- **מתכנני ומארגני אירועים:** קבוצה זו כוללת אנשים שמתכננים אירועים כמו בריתות, אירועי חברה ומסיבות, ומחפשים מקום מתאים לאירועים מצומצמים.
- **עסקים:** עסקים עשויים לחפש מקום לאירוח אירועים כגון כנסים ותערוכות.
- **אנשים פרטיים:** אנשים מסוימים עשויים לחפש מקום לאירוע אישי כגון מסיבת יום הולדת, מפגש משפחתי או סוגים אחרים של מפגשים.

חשוב להבין את קהל היעד בעת יצירת אתר לאולם אירועים, על מנת לעצב אתר שיענה בצורה אפקטיבית על צרכיו וייתן מענה לחששותיו. ניתן לעשות זאת על ידי יצירת דפים או קטעים ספציפיים באתר המותאמים לכל קבוצה, ושימוש בשפה קלה להבנה.

בנוסף, מיקומו ויכולתו של אולם האירועים ישפיעו גם על קהל היעד. חשוב שהאתר ימצא בקלות על ידי קהל היעד ויהיה אינפורמטיבי וקל להבנה למי שלא מכיר את התחום.

מיתוג אתר לאולם אירועים כרוך ביצירת אסטרטגיה ויזואלית והעברת מסרים המתקשרת ביעילות את הזהות הייחודית של האולם, הצעת הערך וקהל היעד. הצעדים שצריך לנקוט כדי למתג אתר לאולם אירועים הם:

- **הגדרת הזהות והערך של המותג:** לפני שמתחילים לעצב את האתר, חשוב להגדיר בצורה ברורה את הזהות והצעת הערך של אולם האירועים. זה כולל קהל היעד, המסר שברצונכם להעביר והחוזקות שלכם.
- **יצירת שפה עיצובית:** בחירת צבעים וטיפוגרפיה (סוג ואופן הכתב) היא היבט חשוב במיתוג. פלטת הצבעים צריכה לשקף את זהות האולם והטיפוגרפיה צריכה להיות קלה לקריאה ומושכת חזותית.
- **שימוש בתמונות ובסרטונים באיכות גבוהה:** תמונות וסרטונים באיכות גבוהה הם חלק חשוב במיתוג אתר אינטרנט. הם צריכים להיות מושכים ויזואלית ולשקף את הזהות הייחודית של אולם האירועים.
- **עיצוב לוגו:** לוגו הוא מרכיב חשוב במיתוג. זה צריך להיות מושך חזותית, קל לזהות ולשקף את זהות אולם האירועים.
- **שימוש במדיה חברתית:** יש ליצור נוכחות ברשתות חברתיות לאולם האירועים ולהשתמש בה לקידום האולם ולבניית קהילה.

בסופו של דבר מיתוג אתר לאולם אירועים דורש גישה אסטרטגית ומגובשת לעיצוב והעברת מסרים נכונה. על ידי הגדרה ברורה של זהות האולם והערך המוסף שלו, שימוש בתמונות וסרטונים באיכות גבוהה ויצירת מראה ותחושה עקביים ברחבי האתר, תוכלו ליצור נוכחות חזקה באינטרנט המתקשרת ביעילות את הזהות הייחודית של האולם ואת הצעת הערך ללקוחות הפוטנציאליים.



תוכן האתר

בעת הקמת אתר אינטרנט לאולם אירועים, חשוב לכלול תוכן המעביר בצורה יעילה את התכונות והיכולות הייחודיות של האולם, וכן מידע שיועיל ללקוחות פוטנציאליים. להלן כמה סוגי תוכן מרכזיים שכדאי לכלול באתר אולם אירועים קטן:

- **עמוד הבית:** עמוד זה צריך לכלול טקסט קצר הנותן אינפורמציה ראשונית על האולם, תמונות מהאולם ומאירועים שהתרחשו, איזה "שירותים" אתם מספקים כמו אירועים לבריתות, אירועים לאנשים פרטיים, לעסקים וכו', לקוחות ממליצים ופרטי יצירת קשר.
- **עמוד אודות:** זה צריך לכלול מידע כגון קיבולת האולם, הפריסה והמתקנים, כמו גם כל מאפיינים ייחודיים המייחדים את האולם ממקומות אחרים. מידע על האזור המקומי, כגון מלונות בקרבת מקום, מסעדות ואפשרויות תחבורה, כדי לעזור ללקוחות פוטנציאליים לתכנן את האירוע שלהם.
- **תמונות וסוירים וירטואליים באיכות גבוהה:** השתמשו בתמונות ובסוירים וירטואליים כדי לתת ללקוחות פוטנציאליים תחושה כיצד נראה האולם וכיצד ניתן להשתמש בו לסוגים שונים של אירועים.
- **לוח אירועים ומערכת הזמנות:** אפשר ללקוחות פוטנציאליים לצפות בתאריכים פנויים לאולם האירועים ולהזמין את המקום ישירות מהאתר.
- **ביקורות והמלצות של לקוחות:** כלול ביקורות והמלצות של לקוחות כדי לעזור לבנות אמון עם לקוחות פוטנציאליים ולתת להם מושג למה לצפות בעת אירוח אירוע במקום.
- **שאלות נפוצות:** דף שאלות שיענה על שאלות נפוצות שעשויות להיות ללקוחות.
- **בלוג:** בלוג באתר כדי לספק מידע ומשאבים נוספים, כגון טיפים לתכנון אירועים או עדכונים על אירועי האולם.
- **פרטי יצירת קשר וטופס יצירת קשר:** כלול טופס יצירת קשר ברור ופרטי יצירת קשר מדויקים, כגון מספר טלפון, דוא"ל וכתובת, כדי להקל על לקוחות פוטנציאליים ליצור קשר.

חשוב לזכור שהאתר צריך להיות להכיל מידע שיענה על הצרכים הספציפיים של קהל היעד, ויספק לו את כל המידע הדרוש לו כדי לקבל החלטה מושכלת לגבי הזמנת האולם לאירוע שלהם.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL

סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



עיצוב האתר

עיצוב אתר לאולם אירועים מצריך התייחסות הן לקהל היעד והן לתכונות והיכולות הייחודיות של האולם עצמו. עיצוב האתר צריך להתייחס לדברים הבאים:

- **פשטות:** לאולמות אירועים קטנים יש לרוב תחושה אינטימית יותר מאשר מקומות גדולים יותר, ולכן חשוב לשקף זאת בעיצוב האתר. יש לשמור על עיצוב פשוט ולא עמוס, תוך התמקדות בהצגת התכונות והיכולות הייחודיות של האולם.
- **תמונות באיכות גבוהה:** תמונות באיכות גבוהה הן חיוניות לאתר אולם אירועים. יש להשתמש בתמונות ברזולוציה גבוהה של האולם, כולל החוץ והפנים, וכן תמונות של אירועים שנערכו בו. במידה ואפשר, יש להכניס לאתר את האופציה להשתמש בסוויטות וירטואליים, כדי להעניק למבקרים חוויה סוחפת של האולם.
- **הדגשת תכונות ייחודיות:** לאולמות אירועים קטנים יש לרוב מאפיינים ייחודיים שיכולים להבדיל אותם ממקומות אחרים. יש להקפיד להדגיש את התכונות הללו בצורה בולטת באתר כדי לעזור למשור לקוחות פוטנציאליים.
- **דגש על שירות לקוחות:** לאולמות אירועים קטנים יש לרוב יחס אישי יותר ממקומות גדולים יותר, ולכן חשוב לשים דגש על שירות הלקוחות של האולם. כלול טופס יצירת קשר ברור ופרטי יצירת קשר מדויקים, כמו גם דף שאלות נפוצות כדי לענות על שאלות נפוצות.
- **מערכת הזמנות מסודרת:** יש להקל על לקוחות פוטנציאליים להזמין את אולם האירועים על ידי אספקת לוח שנה עדכני של תאריכים פנויים ומערכת הזמנות פשוטה. יש לוודא שהתהליך ברור וקל לביצוע.

יש לזכור כי לא מדובר בגודל אולם האירועים, אלא בחוויה. על ידי הדגשת הייחודיות והמגע האישי של אולם האירועים הקטן ומתן חוויה ידידותית וחלקה, נוכל למשוך לקוחות פוטנציאליים ולבנות איתם אמון.

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL | סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



פונקציונאליות ופעילות הגולשים באתר

- האתר ייבנה בשפה העברית
- האתר ייבנה על מערכת ניהול תוכן בקוד פתוח: וורדפרס. (WordPress)
- עיצוב אתר מקצועי עם הכוונה של UI UX, על פי תבנית וורדפרס HTML5 מתקדמת
- וחדשנית המראה הוויזואלי של האתר, האסטטיות והפונקציונאליות שלו, צריכים להיות מרשימים, ויחודיים.
- רספונסיביות - כל עמודי האתר יותאמו לפעילות אופטימאלית ברזולוציות מסך שונות ועל גבי התקנים שונים, על ידי בנייתם באמצעות עיצוב רספונסיבי וכן הקפדה על תפקוד תקין של הפונקציות וההתנהגויות השונות עבור ההתקנים השונים.
- אופטימיזציה לתוכן לצורכי קידום אורגני עפ"י מחקר מילות מפתח
- התקנת גוגל אנליטיקס וכלים מתקדמים לקידום.
- טלפון קליקבילי לגולשים
- יהיה חיבור לרשתות החברתיות





קידום אורגני – חקר מילות מפתח

קידום אורגני SEO - ראשי תיבות של "אופטימיזציה למנועי חיפוש". זהו תהליך של אופטימיזציה של אתר אינטרנט כדי לשפר את הנראות והדירוג שלו בדפי תוצאות מנועי החיפוש.

המטרה של קידום אתרים היא להגדיל את כמות ואיכות התנועה לאתר ממנועי חיפוש כמו גוגל, בינג או יאהו על ידי הגדלת הסיכוי שהאתר יופיע בראש תוצאות מנועי החיפוש כאשר אנשים מחפשים מילות מפתח או ביטויים קשורים לתוכן האתר.

חקר מילות מפתח לקידום אורגני הוא תהליך זיהוי מילים וביטויים שאנשים משתמשים בהם בעת חיפוש מוצרים או שירותים הקשורים לעסק שלך בגוגל. לאחר מכן ניתן להשתמש במילות מפתח וביטויים אלה כדי לבצע אופטימיזציה של האתר והתוכן, מה שהופך את הסיכוי שהאתר שלך יופיע בראש תוצאות מנועי החיפוש כאשר אנשים מחפשים מילות מפתח אלו.

המטרה של חקר מילות מפתח לקידום אורגני היא לזהות מילות מפתח בעלות נפח חיפוש גבוה (כלומר שהרבה אנשים מחפשים אותם).

לצורך כך, ערכנו סקירה של חקר מילות המפתח המתאימות לאולם אירועים בא עם נפח החיפושים שלהם:

מילות מפתח	נפח חיפושים חודשי
אולם אירועים X	130
אולם אירועים בא	170
אולמות אירועים בא	210
אולמות בא	130
ברית בא	30
אולמות לברית בא	30

תוכנית עסקית – המפתח לשירותים פיננסיים בע"מ

טלפון: 054-5430452 | מייל: OFFICE@HAMAFTEAH.CO.IL | אתר: WWW.STARTIP.CO.IL

סניף אשדוד: הבנים 5, אשדוד | סניף תל אביב: בית עובד 13



סיכום איפיון אתר אולם אירועים

האתר צריך להיות בעיצוב נקי ומודרני המשקף את הסגנון והאווירה של אולם האירועים. הוא צריך להיות רספונסיבי ומותאם לכל המכשירים, כולל מחשבים שולחניים, מחשבים ניידים, טאבלטים וסמארטפונים.

האתר צריך לכלול תפריט ניווט ברור וקל לשימוש המאפשר למבקרים למצוא במהירות את המידע הדרוש להם.

האתר צריך להציג בצורה בולטת תמונות ו/או סרטונים באיכות גבוהה של השירותים והמרחב של אולם האירועים, כדי לאפשר למבקרים לקבל תחושה טובה של המתקן. האתר צריך לספק מידע מפורט על קיבולת אולם האירועים, תכניות הקומה ותעריפי ההשכרה וכן כל שירותים נוספים שאולם האירועים מציע (כגון קייטרינג, תפאורה, ציוד אורקולי וכדומה).

האתר צריך לכלול מדור המלצות של לקוחות ו/או גלריה של אירועים קודמים, כדי לספק הוכחה חברתית ללקוחות פוטנציאליים.

יש לכלול טופס יצירת קשר או טופס הזמנה מקוון, אשר אמור לאפשר למבקרים לברר על זמינות אולם האירועים, לשאול שאלות או להזמין את האולם לאירוע שלהם.

האתר צריך לכלול מידע על מיקום אולם האירועים, זמינות החניה וכל שירותים נוספים שהאולם מספק ללקוחות כמו שירותי הסעות וכו'.

צריך להיות תוכן מותאם SEO לאתר, עם כותרות עשירות במילות מפתח ותיאורי מטא שיקלו על אנשים שמחפשים אולמות אירועים למצוא את האתר.

יש להיעזר באנשי המקצוע המתאימים בתחומי עיצוב האתר, כתיבת התוכן ובנייתו.

האתר צריך להיות משולב עם Google Analytics כדי לעקוב אחר מבקרים ושימוש באתר.



עלויות

טבלה זו מביאה לידי ביטוי את עלויות ההקמה ואת התפעול השוטף של האתר ושל הרשתות החברתיות.

יש לציין כי עם הקמת האתר יש לדאוג לקידומו בצורה אורגנית על ידי הזנת תכנים חדשים בכתיבת תוכן על פי מילות מפתח.

קידום אורגני הינו הכרחי ועדכון שוטף של האתר ורשתות החברתיות חייב להתבצע. ניתן לתחזק את הרשתות החברתיות עם הכשרה מעוטה באופן עצמאי, אך עם זאת את האתר יש לקחת איש מקצוע אשר יתחזק ויקודם אורגנית.

אנו ממליצים כי בשלב ראשון יש לבצע קידום ממומן גם בפייסבוק וגם בגוגל על מנת להיכנס למודעות ולהביא לקוחות כבר משלב א'.

להערכת גורמי מקצוע, קידום אורגני יביא לתוצאות רק אחרי שנה.

פירוט	עלות הקמה	עלות תפעול שוטף + קידום אורגני	עלות פרסום ממומן
אתר אינטרנט	10,000	2,000	2,500
פייסבוק	1,000	1,500	2,500
אינסטגרם	1,000	1,500	
טיקטוק	1,000	1,500	