



# Video Marketing

קידום סרטוני  
וידאו בפייסבוק

# אודות InforUMobile

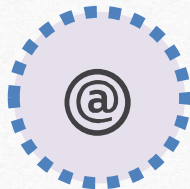
InforUMobile מתמחה במתן פתרונות שיווק ופרסום מתקדמים מעל ל 12 שנים. החברה משרתת מדי יום כ- 6,000 לקוחות עסקיים ממגוון פלחי המשק. בחברה פועלות מספר מחלקות המובילות בתחומן:



מחלקת פיתוח פתרונות טכנולוגיים



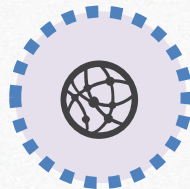
מחלקת עיצוב וגרפיקה



מחלקת דיור בדואר אלקטרוני



מחלקת SMS



מחלקת פרסום

# למה לפרסם בפייסבוק?

✓ מערכות מדידה וניהול קמפיין מתקדמות

✓ מעורבות גבוהה מצד הגולש

✓ השפעות ויראליות

✓ מובייל מובייל מובייל

✓ הוכחה חברתית (נתפס כהמלצה)

✓ כי הקהל נמצא שם והרבה

✓ יכולות פילוח ייחודיות וממוקדות - מסר מותאם אישי

✓ חשיפה גבוהה בפרק זמן קצר

✓ בולטות גרפית

✓ עלויות פרסום זולות

# הידעת?



- ✓ בישראל כ 3.9 מיליון איש גולשים בפייסבוק מידי חודש
- ✓ כ 3.2 מיליון גולשים ברמה חודשית בסלולר
- ✓ 73% גולשים לפייסבוק ברמה יומית
- ✓ לפי מחקר של חברת Hubspot הסבירות שצרכן יבצע רכישה כאשר הוא מגיע לאתר, עולה ב 71% כאשר הוא הגיע מרשת חברתית

# למה לפרסם וידאו בפייסבוק?

65% מהצפיות בסרטונים בפייסבוק הם מהסלולר

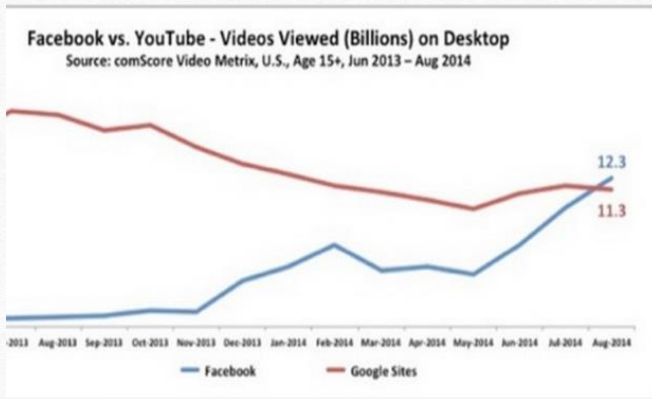
76% מהאנשים מציינים שהמקום שבו הם נחשפו לסרטון היה בפייסבוק

\* להיות במרכז העניינים, במקום שאנשים חוזרים אליו בממוצע 14 פעמים ביום

בכל יום יש בפייסבוק מעל 3 מיליארד צפיות בסרטונים

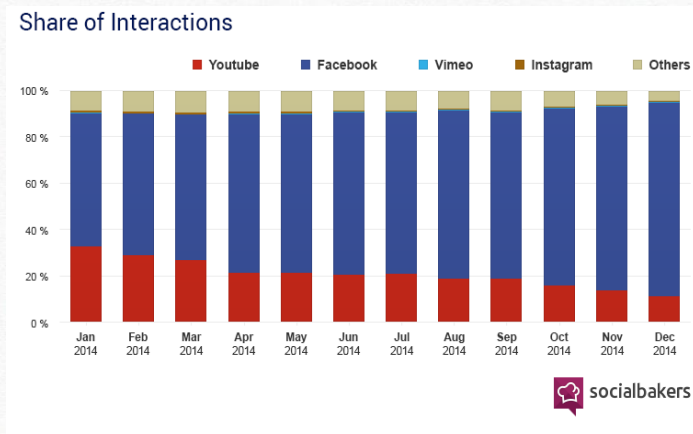
IDC "Always Connected" report, US

# נפילתה של האימפריה! פייסבוק עקפו יוטיוב במספר הצפיות מהמחשב



<http://www.socialbakers.com/blog/2335-facebook-video-is-now-bigger-than-youtube-for-brands>

# דצמבר 2014 - כ 80% מהאינטראקציות עם סרטונים הגיעו מפיסבוק.

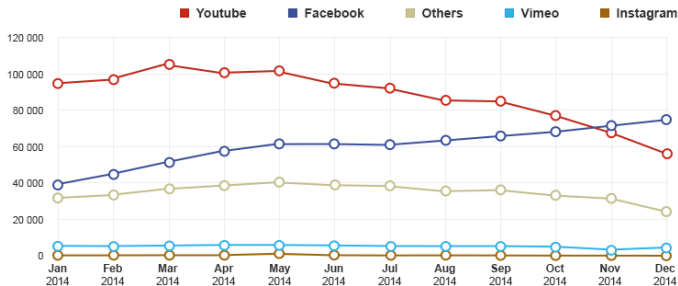


<http://www.socialbakers.com/blog/2335-facebook-video-is-now-bigger-than-youtube-for-brands>

# המפרסמים מצביעים ברגליים!

בסוף שנת 2014 פייסבוק עברו את יוטיוב בכמות הסרטונים ששותפו ברשת

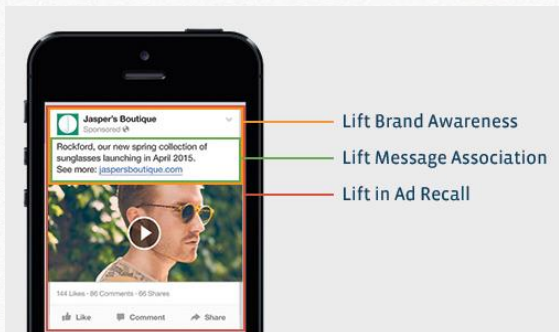
Share of Number of Video Posts



<http://www.socialbakers.com/blog/2335-facebook-video-is-now-bigger-than-youtube-for-brands>



# השפעת הצפייה במודעות וידאו בפייסבוק על המותג?



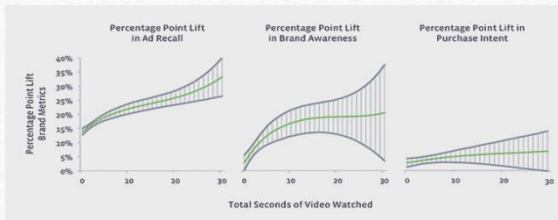
אנשים מגיבים באופן שונה לסרטוני וידאו. חלקם לא צופים כלל, חלקם צופים בפרקי זמן שונים, חלקם מגיבים וחלקם לא, אז איך מודדים את השפעת הפרסום בוידאו על המותג?

חברת **Nielsen** בדקה את השפעת הפרסום של מודעות וידאו על מותג במדדים של:

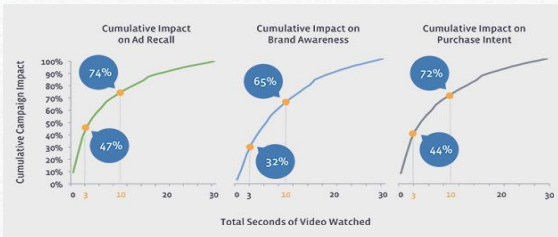
1. מודעות למותג
2. זכירות המודעה
3. כוונת הקניה

<https://www.facebook.com/business/news/value-of-video>

# מה היו תוצאות המחקר?



היתה השפעה על כל אחד מהמדדים גם במקרים שבהם הלקוח לא צפה בסרטון אלא רק נחשף אליו ✓

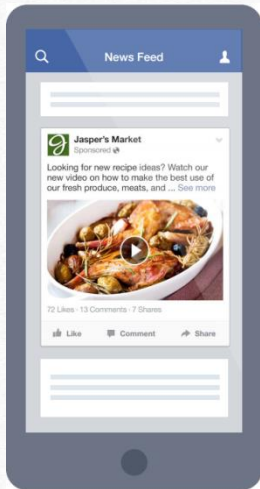


עד 74% מהשפעת קמפיין הוידאו על המותג מגיעה מאנשים שצפו בסרטון פחות 10 שניות ✓

## מסקנה מרכזית מהמחקר:

קמפיין וידאו מעלה את הערך והמודעות למותג גם אם הגולשים לא צופים בכל אורכו של הסרטון

# היתרונות בניהול קמפיין וידאו בפייסבוק



✓ הפצת תכנים בזמן קצר ויצירת מעורבות עם הקהל

✓ ניגון אוטו של וידאו

✓ לינק הנעה לפעולה עם הפניה לאתר/דף הנחיתה

✓ קמפיין רימרקטינג לגולשים שצפו מעל זמן מסוים בסרטון  
(התמקדות בקהל הרלוונטי ביותר)

✓ הצגת הפרסום במובייל, במחשב בפייד ובצד

✓ מערכת דוחות מתקדמת ביותר

# למה הפרסום של וידאו בפייסבוק עובד?



# חשיפת הוידאו לקהל הרלוונטי ביותר



ניתן להגיע לקהל מפולח לפי מאפיינים מדויקים  
באופן שאפשרי רק בפייסבוק, לדוגמא:

פרסום ללקוחות החברה לפי רשומות קיימות ✓

פילוח דמוגרפי, גיל, מין, השכלה ✓

פילוח לפי מאפיינים נבחרים ואירועים מיוחדים:  
לקוחות שיש להם יום הולדת, לקוחות מאורסים,  
הורים לילדים וכדומה

פרסום לפי תחומי עניין: אופנה, ספורט, נדל"ן,  
דיאטות וכדומה ✓

פרסום ללקוחות שנוטים לצפות בסרטונים ✓

# פרסום לקהל חדש בעל מאפיינים דומים ללקוחות הקיימים



✓ פרסום לקהל חדש ומוקד (Look Alike):  
פייסבוק ינתח את המאפיינים של הלקוחות הקיימים על בסיס: גיל, מין, אזור מגורים, תחומי ענין, דפוס התנהגות ועוד מאות מאפיינים דומים נוספים ויציע קהל לקוחות דומה ללקוחות אלו שאליו ניתן לפרסם

✓ ניתוח הקהל הקיים מבצע על בסיס רשומות טלפון, מיילים, חברים בעמוד העסקי, קהל שהגיב לקמפיין, קהל שצפה בסרטוני וידאו מעל פרק זמן מסוים ועוד

✓ ניתן לפנות לקהל שדומה במאפיינים שלו לקהל שכבר צפה בוידאו של החברה בעבר

# Reach & Frequency - האלטרנטיבה לקניית מדיה בטלוויזיה או ברדיו



## שימוש ב Reach & Frequency מאפשר למפרסם:

- ✓ קניה מראש של מדיה בפייסבוק וכך לתכנן מראש את הקמפיין ואת פרק הזמן שהוא ירוץ
- ✓ תשלום רק עבור מי שנחשף בפועל (בשונה מרדיו וטלוויזיה) - ניתן להציג באנרים או סרטוני וידאו
- ✓ פניה לקהל הרלוונטי ביותר
- ✓ הגדרת מדויקת של כמות האנשים שיחשפו לקמפיין
- ✓ הגדרת מספר פעמים שכל גולש ייחשף למודעה
- ✓ פתרון מעולה להפצת מוצר בפרק זמן קצר

# סיפור הצלחה – חברת Coca-Cola



SPONSORED  Create an Ad

 You and Ilham Mezyan like Coca-Cola.

RELATED POST

 **Coca-Cola**  
Vous avez raté le film exceptionnel produit par Ridley Scott sur nos adorables ours polair...



 12,653 ·  625 · Like

Write a comment...



*'With over three million fans of Coca-Cola in France, Facebook was naturally at the heart of our campaign strategy. Today, with this campaign, we now also know that beyond just creating conversations Facebook's targeting capabilities and engaging ad units also make it an efficient sales channel.'*

Manuel Berquet-Clignet, Marketing Director, Coca-Cola France

✓ קוקה קולה צרפת יצאה בקמפיין "משפחת דובי הקוטב" המשלב פרסום בטלוויזיה וקמפיין בפייסבוק

✓ מטרת הקמפיין - חיזוק המותג, יצירת מעורבות של הקהל והגדלת מכירות

✓ עפ"י מנהל השיווק של קוקה קולה צרפת הקמפיין בפייסבוק הביא תוצאות מדהימות:

- על כל 1 יורו שהושקע בפייסבוק היה החזר של 2.74 יורו
- ה-ROI בפייסבוק פי 3.6 יורו גבוה מאשר בטלוויזיה
- 18% מהלקוחות הפוטנציאליים נחשפו לקמפיין שרץ בפייסבוק



# מה הופך אותנו לסוכנות המובילה את הפרסום בפייסבוק בישראל?

## פתרונות גרפיקה In House

סטודיו גרפי בתוך החברה המאפשר גמישות בניהול הקמפיינים, הוזלת עלויות ללקוח, ומתן תגובה מהירה לצרכי הלקוח



## ידע נצבר בשיווק ופרסום

מומחיות בהקמה וניהול של מאות קמפיינים מוצלחים בפייסבוק. צוות קריאייטיב מוביל בעל ניסיון רב בשיווק



## טכנולוגיה ייחודית לניהול קמפיינים ומעקב החזר השקעה.

פיתוח מערכת ייחודית לניהול אופטימיזציה של קמפיינים, המאפשרת קבלת תוצאות טובות יותר והוזלת עלויות



## מערכת דפי נחיתה מובילה

מערכת ייחודית מתקדמת בשוק להקמת דפי נחיתה לקמפיינים. התממשקות לשאר המערכות בחברה למתן פתרון שיווקי מקיף



## השירותים ניתנים במתכונת של One-Stop-Shop

וכוללים: שירותי פרסום, גרפיקה, פתרונות SMS, פתרונות דיור באינטרנט, פיתוחים מיוחדים לצרכי הלקוח ועוד



## קשר ישיר לפייסבוק

נציג אישי בפייסבוק לטיפול מהיר בבעיות ולייעוץ, החברה נהנית מגישה לכלים ייחודיים בטרם נחשפים לכלל השוק



# InforUMobile - שילוב של ידע, ניסיון, טכנולוגיה ומשאב אנושי



שי ונציה - מנהל מחלקת פרסום



שלוחה 550 / 9415550 - 03



053-7714663



073-2224559



shai@inforu.co.il