

# המדריך המהיר לניהול קמפיין משפיענים ללא כאוס

שלו לוי

# היום זה כבר לא עובד

בעבר:

כשיש מבצע -

1. קמפיין מהיר עולה לאוויר

2. רימרקטינג, תחומי עניין

ולוקאלייק

3. \$\$\$

## מי הם משפיענים?

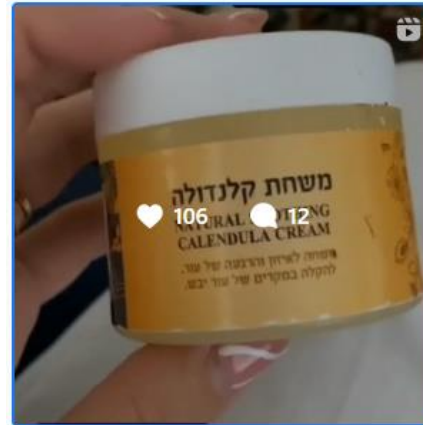
- יוצרי תוכן
- אנשים עם מוניטין בתחום מסוים
- אנשים שקהל היעד שלכם כבר עוקב אחריהם

## מה אפשר לעשות איתם?

- לייצר תוכן איכותי
- להשתמש במהימנות של גוף אחר כדי לצבור מוניטין
- לייצר תפוצה מול קהל היעד



## לייצר תוכן איכותי



# להשתמש במהימנות של גוף אחר כדי לצבור מוניטין





## לייצר תפוצה מול קהל היעד



## מה ניסינו ולא עבד:

- כלים לחיפוש וסינון
- סוכנויות ומשרדי פרסום

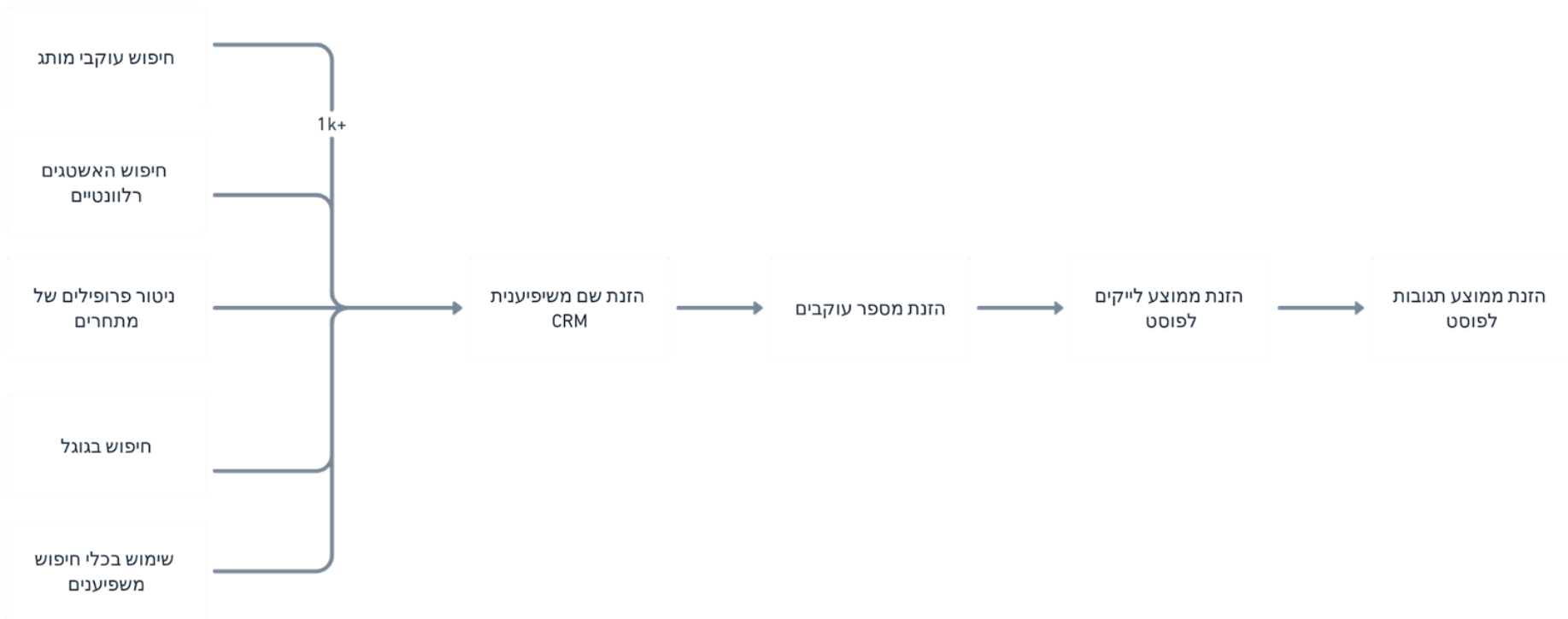
## למה לא מצאנו פתרון:

- אמברגו - הודעה מתוזמנת
- תכנון חפיפת קהלים

תהליך מסודר לאיסוף, ניהול ומחקר כל  
המשפיענים



# איסוף לידיים



# הצעה

"היי, אשמח לדעת אם מעניין אותך שיתוף פעולה".

## מעל לטרשהולד

- מו"מ על תשלום ותמורות:
- אישור פרסום ממומן
  - סבבי תיקונים על תכנים
  - סרטוני פולואפ

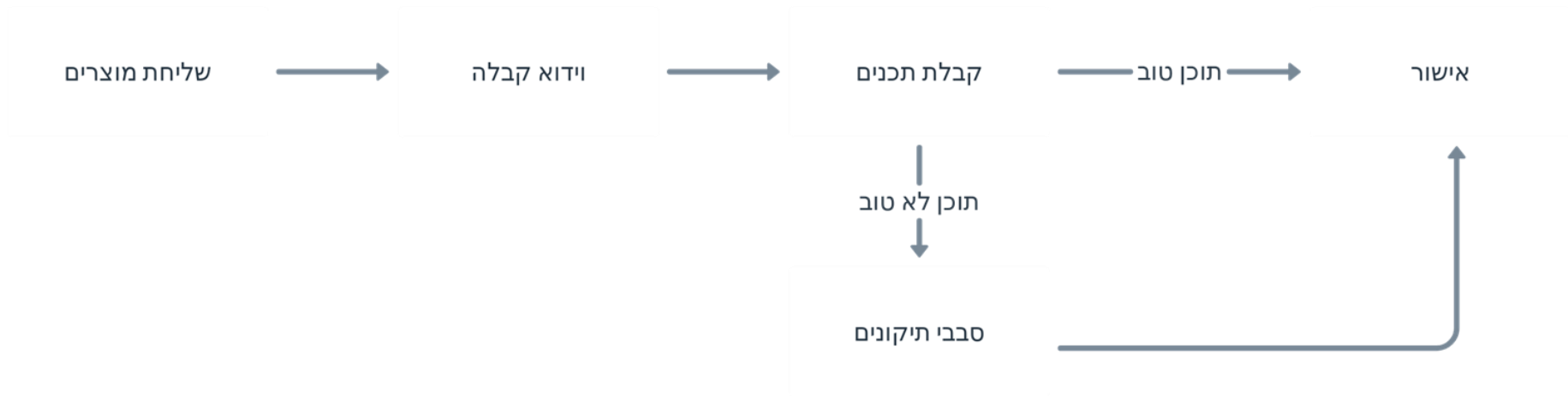
## מתחת לטרשהולד

- מו"מ על מוצרים בחינם ותמורות:
- אישור הצגת חומרים באתר
  - אישור פרסום ממומן

# תיאום ציפיות

- אף משפיען שאני עובד איתו לא מעלה תוכן ללא אישור
- רישיון שימוש בלתי מוגבל - כדאי לעגן בהסכם אחרי שעובדים עם יותר מ-20 משפיענים קבועים
- תגמול וקופונים - עדיף שלא, אף פעם לא בפעם ראשונה
- אם התוכן לא מתאים - עדיף שלא יעלה

# המרה



- כמות לידיים
- כמות צפיות
- אחוז סגירה
- ערך מוצרים שנשלחו
- כמות סבבי תיקונים פר משפיענית
- ...
- קופונים
- לינק אפילייט redtrack -

# מילה על מבצעים

- התחלת תכנון - לפחות חודש לפני
- אישור חומרים שבוע לפני
- עליה לאוויר יום לפני המבצע
- אחידות במסר ובקופונים