

הצאת החיפה על-ידי פראוניס

מדריך שימושי לקידום אורגני בפייסבוק



מה שנמצא מאחורי הקלעים

פייסבוק ככלי שיווקי לעצמאיים, הוא מכרה זהב! אפשר להגיע דרכו לקהלים גדולים ומדויקים, וכך להגדיל את אחוזי ההמרה ולהביא הרבה פניות שיהפכו בסופו של דבר ללקוחות משלמים. אבל, פייסבוק הוא עסק לכל דבר שרוצה להרוויח, לכן הוא נותן קצת בחינם ויותר למי שמשלם לו. הדרך שבה פייסבוק יכול לספק את השירות לבעלי העסקים שמפרסמים אצלו ולהעלות את הסיכוי שהמפרסמים יקבלו הרבה פניות, היא לוודא שהקוראים ישארו כמה שיותר זמן בשיטוט בתוך המערכת ובקריאת חומרים, כי אז כל הצדדים מרוויחים - המשתמשים קוראים חומרים טובים ומקבלים מידע שמעניין אותם, והמפרסמים נחשפים לקהל גדול שהמידע שהם נותנים מעניין אותם, ובסופו של דבר הם הופכים גם ללקוחות שלהם.

זו הסיבה שפייסבוק, בעזרת תהליכים ממוחשבים (על-ידי אינספור אלגוריתמים), נותן עדיפות לתוכן ממומן - בהגהה הפייסבוקית זה נקרא "קידום ממומן", והוא גם נותן עדיפות לתוכן שנראה לו שיוצר עניין גדול למשתמשים, גם אם הוא לא בתשלום. לכן זה נקרא "קידום אורגני".

האלגוריתם שדואג לווסת את כמות החשיפה של כל פוסט שנכתב בפייסבוק, עובד לפי כללים מדויקים שגם הם משתנים מעת לעת. נכון ליום כתיבת מדריך זה, החשיפה של פוסטים שעולים בדפים העסקיים ואותם בעל העסק לא מקדם בקידום ממומן, היא באחוזים נמוכים מאוד.



מי שמגדיל לעשות ונעזר בפרופיל האישי שלו כדי לעלות מודעות לעסק וחשיפה של העשייה העסקית שלו, יקבל בפרופיל האישי חשיפה בסדרי גודל של בין 3% ל-8%. זאת אומרת, שבין 3 ל-8 חברים מתוך כל 100 חברים, אולי יראו את הפוסט שלך בפייד שלהם, וגם זה משתנה.

הפרמטר השני שהזכרתי למעלה - כמות העניין שהפוסט מייצר - גם הוא עוזר לאלגוריתם של פייסבוק להחליט אם להגדיל את החשיפה של פוסט מסוים.

איך הוא מודד את זה? על-ידי כמות הרגשות, התגובות, השיתופים והקליקים שלוחצים כדי לקרוא את כולו. התגובות שמחושבות הן התגובות המשמעותיות (מעל ארבע מילים שלא חוזרות על עצמן כמו "וואי, וואי, וואי"). ככל שישתפו את הפוסט יותר ושיתווספו עוד תגובות, האלגוריתם יעלה את החשיפה של הפוסט לעוד חברים וחברים של חברים.

חשוב להכיר שיש הבדל בין התפוצה של הפוסט לבין כמות החשיפות שלו.

כמות התפוצה = מספר האנשים שראו את הפוסט שלכם לפחות פעם אחת.

כמות החשיפה = מספר הפעמים שהפוסט שלכם עלה על מסך. את המספר הזה פייסבוק רק מעריך.

נניח שאותו אדם יראה את הפוסט שלך על המסך שלו 3 פעמים. במקרה כזה, זה יספר כתפוצה אחת, ו-3 חשיפות. למה כדאי לנו לשאוף? בגלל שפייסבוק הוא מרחב ציבורי (שבו יש תחרות גדולה והמידע שמוצע הוא עצום), אלה שקראו וראו אותך מספר פעמים, בין אם באותו הפוסט או במספר פוסטים שונים, התחברו לסגנון שלך ואהבו את מה שיש לך להציע, יהיו אלה שיהפכו בסיכוי גבוה יותר, ללקוחות שלך בהמשך הדרך (הוא יותר "מתחמם"). מהסיבה הזאת, כמות חשיפה גבוהה יותר חשובה מהתפוצה לבדה.

ישנן דרכים לקדם אורגנית את הפוסטים שלך בנוסף לפרגונים הדדיים (כמו מענה לתגובות בקבוצות שבו הקהל שלך נמצא, לשלב מבנים שונים של הפוסטים בדף שלך ועוד). כך, או כך, חשוב לגוון ולשלב בין כל האפשרויות, כדי להגיע לתוצאות חשיפה טובות.

מתי משתלם קידום ממומן ומתי כדאי קידום אורגני

קמפיין במסגרת הקידום הממומן, יכול להגדיל חשיפה ולדייק את הקהל שנחשף למודעה (פוסט הממומן), אבל בשביל שהוא יביא את הקהל הנכון שיומר באחוזים גבוהים בהמשך ללקוחות משלמים, חשוב לוודא את הדברים הבאים לפני שמחליטים ללכת ולהשקיע בכיוון הזה, אם לא רוצים לזרוק לטמיון המון כספים:

1 השירות שאותו מקדמים חייב להיות בבשלות נכונה, שזה אומר שכבר שיווקת אותו בצורה אורגנית, הצלחת להביא מתעניינים, מכרת לכמה מהם ועכשיו יש לך עדויות של לקוחות שבפועל קיבלו ממך את השירות הזה והגיעו לתוצאות.

2 יש לך הערכה תקציבית להשקעה בקמפיין שמראה לך את נקודת הזמן שבה ממש תחילי להרוויח מהקמפיין הזה, ביחס להשקעה הכספית שאת מתכוונת להשקיע (כאן [תוכלו למצוא](#) פרטים על קורס ממוקד עם מחשבון שעושה בדיוק את זה)

3 יש לך המלצות על מספר קמפיינים שכבר הרימו וניהלו קמפיינים בתחום של השירות שאותו את רוצה לקדם, לקבל מהם הצעות מחיר ולוודא שזה כולל גם מעקב ארוך טווח לטיוב התוצאות ולא רק הקמת הקמפיין עצמו.

מזל שזו לא הדרך היחידה לבעלי עסקים קטנים להגדיל את החשיפה 😊 לפני כמה שנים, קמה תופעת סולידריות נהדרת שמאפשרת לבעלי העסקים הקטנים להשקיע מהזמן שלהם במקום מהכסף, כדי להגדיל את החשיפה לפוסטים שלהם בדרך אורגנית. במרחבי הפייסבוק קיימות קבוצות שמאפשרות לפרגן אחד לשני בשביל לקיים את תנאי האלגוריתם של פייסבוק שמגדיל את החשיפה, ככל שגודל העניין בפוסט. בעוד שיש לכך יתרון אחד מאוד בולט, ישנם גם כמה חסרונות לדרך הזאת:

- חוסר איזון - בגלל שהטכניקה בנויה על פרגונים הדדיים ולא מחייבים למספר מסוים של קישורים, יכול להיות יום אחד שבו את תשקיעי בפרגונים לאחרים, אבל הפוסט שלך יקבל פחות פרגונים מאחרים. לא דווקא מתוך מקום של רוע או חוסר הדדיות, אלא מהסיבה שאחרים כבר סיימו לפרגן לפני שאת העלית את הקישור בתגובות. כדי להימנע מזה, רצוי לפרסם את הפוסט שלך בתגובות, בדקות הראשונות מהרגע שפוסט הפרגונים עולה בקבוצה (בשביל זה ריכזתי לך בסוף המדריך את השעות בכל קבוצה).
- תגובות לא ענייניות - את בטח מאלה שמשקיעים וקוראים, אבל לא כולם תמיד כאלה. כאן אין הרבה מה לעשות, אלא פשוט להתמיד לפרגן לאחרים מכל הלב. לאורך זמן, זה משפיע גם על האחרים שירצו לפרגן לך בחזרה מכל הלב.
- עיוות קל של "צביעת הקהל" - בקידום ממומן בדף העסקי, ישנה אפשרות להפיץ את המודעה לקהל שהתעניין הכי הרבה בפוסטים שלך בצורה אורגנית ולמי שדומה לו. אם יעד הקהל שלך לא נמצא בקבוצות המפרגנות, כשתרצי לעבור לקידום ממומן הנתון הזה יטרגט חלק מקהל שלא רלוונטי. לדעתי האישית, זה מחיר שהרווח בצידו גדול יותר, כי בסופו של דבר גם בעלי העסקים שמפרגנים, יכולים להיות לקוחות שלנו, וגם אם לא, זה עדיין לא פוגע בכל שאר הקהל שיגיע בסופו של דבר בזכות הגדלת החשיפה.

- סיכוי לירידה בחשיפה - בנוסף לכל אלה, האלגוריתם של פייסבוק יודע לזהות את הפרגונים על-ידי כך שהוא מזהה שהמקור של הכניסות לפוסט שלך מגיעות מאותו המקור (הפוסט של הקבוצה המפרגנת) ואז הוא מוריד את החשיפה שלו. בשביל להקטין את הסיכוי לכך, חשוב לפרגן לפחות בש-2 קבוצות במקביל וגם להביא עוד כניסות ממקורות נוספים (כמו קבוצות שלך בוואצאפ ועוד).

כמה נקודות שחשוב להכיר לפני שמתחילים לפרגן:

- צריך לבקש להצטרף לכל אחת מהקבוצות לפני שאפשר להגיב בפוסטים האלה - אפשר לעשות את זה כבר עכשיו (עדיף לא לחכות ליום הפרסום).
- כדאי להיות בין עשרות הראשונים להעלות את הקישור שלכם לפוסט שאתם רוצים לקדם, כדי שתוכלו לקבל מספיק פירגונים מאחרים (מי שמעלה מאוחר, הסיכוי לקבל פירגונים לפוסט שלו פוחת). לכן הוספתי כאן שעות (גם בסביבות השעה) של העלאת הפוסטים האלה.
- כל קבוצה מפרטת בפוסט את הכללים של שרשור הפרגון. איזה קישורים אפשר להעלות (רק מהדף עסקי, כל פוסט שקשור לעסק ועוד), לכמה קישורים צריך לפרגן לפחות ובאיזה אופן מפרגנים. **חשוב לקרוא** את ההוראות המדויקות **ולמלא** אחריהן.
- מי שלא עומד בכללים שמפורטים בפוסט, "יענש". מהורדת התגובה, הודעת נזיפה ועד הוצאה מיידית מהקבוצה **בלי אפשרות להיכנס חזרה**.
- אין חובה על מי שפרגנת לו שיפרגן לך בחזרה. אותו הדבר גם להפך.
- חשוב לקרוא כל פוסט שנכנסת אליו ולפרגן בכמה מילים שאכן קשורות לתוכן. אם התוכן לא מצא חן בעיניך, לא חובה לפרגן לו. אפשר תמיד לעבור לקישור הבא ולמצוא את התוכן שיהיה לך קל לפרגן לו מכל הלב.
- אחרי שסיימת לפרגן לאותו קישור שנכנסת אליו, צריך לחזור לפוסט **בקבוצה** ולהגיב לאותו אדם במילה או שתיים/אימוג'י, כדי שידעו שפרגנת לו. לא לכתוב את המילה "הגבתי" בתגובה שלך. יש לפייסבוק אלגוריתם שמזהה את זה וככה "צובע" את הפוסט הזה כפירגון אורגני (שמעתי שנסגרו בעקבות זה כמה קבוצות).
- בתגובה עם הקישור לפוסט שלך - מומלץ לשים משפט אחד מסקרן לפני הקישור של הפוסט, כדי שאנשים ירצו להיכנס ולפרגן (לא מעבר למשפט אחד או שניים).
- אחרי שפרגנו לך - חשוב להתייחס בתוך הפוסט שלך ולרשום תגובה לכל אחד מהמגיבים. תגובה עניינית ולא "העתק הדבק". לא לשכוח שהם כבר נכנסו לדף שלך וזו הזדמנות נפלאה לפתח כאן קשרי ידידות ועסקים. וחץ מזה, ככל שיהיה "שיח מתגלגל" בתוך התגובות, החשיפה של הפוסט שלך תמשיך ותעלה.
- בפייסבוק הכל עניין דינאמי. קבוצות נפתחות, קבוצות נסגרות או שרק סוגרות את פוסט הפירגון שלהם או משנות את שעת הפרסום של פוסט שרשור הפרגונים, לכן חשוב להתעדכן מדי פעם.
- אגב, חלק מהקבוצות מאפשרות גם קידום פוסטים באינטסגרם, כך שאם יש לך גם פעילות שיווקית באינטסגרם, יש אפשרות לפרגן לפי הכללים שלהן גם שם (בפוסטים ייעודיים לכך או באותו הפוסט).



דרכים להקל על עבודת הפרגונים

להיכנס לקבוצות, לפרסם את הפוסט שלך, להיכנס לחמישה, שישה ואפילו שמונה לינקים אחרים כדי לקרוא את הפוסטים ולהשאיר להם תגובות ענייניות - זו לא עבודה קלה, וזו רק הייתה בקבוצה אחת. מה אם תרצי להגדיל את החשיפה במספר קבוצות במקביל? מדובר על קריאת עשרות פוסטים וכתובת עשרות תגובות.

אני תמיד אומרת ללקוחות שלי: "כשאתם מתחילים את התהליך הזה כדי להגדיל את החשיפה שלכם, תזכרו שלוש תועלות מאוד חשובות שאתם מקבלים מזה":

להגיד מילה טובה לאנשים שמכירים רק דרך הדיגיטל, זה לא דבר קל, אבל ברגע שעושים את זה, זה ממלא באנרגיות חיוביות גם את המקבל וגם אותנו.

לתרגל את שריר הפרגון שלך 🙌

למרות המסך, אפשר לקרוא בפוסטים שאת נחשפת אליהם על ההתמודדיות שלהם, על הערכים שלהם ועל הדעות שלהם.

להכיר באמת את האנשים שמאחורי ה"פרצוף ספר" (Face 🗨️ Book)

לרוב, גם בעלי עסקים יכולים להיות לקוחות נפלאים של בעלי עסקים אחרים, ומי יודע, אולי גם שלך.

לחבר אליך עוד לקוחות בדרך עקיפה

בסופו של דבר, בשביל שהתהליך הזה יניב פירות, צריך שהחשיפה תהיה שיטתית ולאורך זמן. להפוך את זה לשיטה, זה בעצם רק עניין של תיחום זמן והפיכה להרגל. מומלץ לבחור יומיים בשבוע (לכן החלוקה בטבלה לפי ימים) בו הפוסטים החשובים שלך יעלו בדף שלך ואז להתחיל להפיץ את הקישור שלהם בקבוצות האלה. ההפצה, והפרגונים שלך צריכים לקחת בין חצי שעה לשעה בכל פעם (תלוי במספר הקבוצות שבהם את בוחרת לפרגן). מה שאומר, שההשקעה שלך בהגדלת החשיפה ללא עלות היא מקסימום שעתיים בשבוע.

אפשר לראות דוגמאות של תוצאות החשיפה בפרופיל הפייסבוק שלי

רגע לפני הטבלה המרכזת, יש לי בקשה -

הקבוצות לפעמים משנות את השעות, את הכללים ולפעמים כל הקבוצה עצמה משנה כיוון, מצטרפת עוד קבוצה, יורדת קבוצה אחרת. הדבר דינאמי כמו הרבה דברים אחרים בפייסבוק. אם קרה שקיבלת את המדריך הזה לידיים שלך וראית שחסר בו מידע או שיש מידע שצריך לעדכן, אני יותר מאשמח לקבל ממך הודעה קצרה, בלחיצה על הכפתור הזה: 🗨️, עם כל הפרטים שידועים לך, כדי שהמדריך הזה יישאר עדכני ומועיל לבאים אחריו.



בסוף המדריך, מחכה לך בונוס... אז שווה לך לקרוא עד הסוף



רשימת קבוצות הפייסבוק שמאפשרות פירגון הדדי לקידום אורגני

שם וקישור	שעה	מס' פירגונים	הערות	
יום א'	פרגוניישן - שיווק הדדי לעסקים	08:00	3	רק מהדף העסקי, לא משנה מאיזה יום הפוסט. בקבוצה הזאת עולה פוסט לפרגון כל יום*. אפשר גם לצרף קישור לאינסטגרם.
	מגשימניות חיות ברשת	00:00	5	בקבוצה הזאת עולה פוסט לפרגון כל יום*, ומי שרוצה להרחיב, יש גם פוסטים נפרדים של פרגונים באינסטגרם ובבלוגים.
יום ב'	קהילת פשוט עצמאיים*	משתנה	5	כל פוסט שבא לך לקדם.
				** הקבוצה הזאת היא בהובלת מירי גד מסיקה - מומחית לשיווק - שגרה בקיבוץ בארי וב-7/10 נהרס לה הבית כליל. מהסיבה הזו, הקבוצה שלה כרגע פחות פעילה, אבל אני רוצה להמשיך ולפרגן לה על פועלה, ולכן אני שמה כאן גם את הקישור לקבוצה שלה. תעקבי ותראי מתי היא תחזור לפעילות מלאה. ממליצה על התכנים שלה בחום.
יום ג'	עסקים והחיים	משתנה	3	מהדף העסקי או מהפרופיל האישי שקשור לקידום העסק. עדיף מהיום.
	קהילת "היהלום" לעסקים שרוצים יותר	משתנה	3	מהדף העסקי בלבד. עדיף פוסט מקדם מכירה. צריך להגיב לאחרים לפני העלאת פוסט משלך.
	נשים עסקים והשראה	07:00	5	מהדף העסקי או מהפרופיל האישי שקשור לקידום העסק. עדיף מהיום.
יום ד'	קהילת פשוט עצמאיים**	משתנה	5	כל פוסט שבא לך לקדם.
	נשים עסקים והשראה	07:00	5	מהדף העסקי או מהפרופיל האישי שקשור לקידום העסק. עדיף מהיום.
יום ה'	כולנו קבוצת מעצמאיות	07:30	6	רק פוסט מהדף העסקי. עדיף מהיום.
	עסקים והחיים	משתנה	3	מהדף העסקי או מהפרופיל האישי שקשור לקידום העסק. עדיף מהיום.



עכשיו הכל מוכן בשבילך לפרגן בראבק ולא לשכוח! יש כאן בהמשך את הבונוס שמגיע לך...



הבנוס

מטרת המדריך הזה היא לעזור לך להגדיל חשיפה ללא השקעה כספית, אבל יש חלק נוסף בשיווק שחשוב לכל עסק וזה – פרסום. ישנן קבוצות בפייסבוק שמאפשרות לבעלי עסקים לפרסם את השירותים שלהם.

יש קבוצות שמאפשרות את הפרסום כתגובה לפוסט קבוע (שזה פחות אפקטיבי ולכן אני לא מתייחסת אליהן במדריך הזה), ויש קבוצות שמאפשרות לך להעלות פוסט פרסומי לגמרי משלך, על הקיר של הקבוצה במועדים מסוימים.

בשני המקרים, אין צורך לפרגן לפוסטים אחרים, אבל במקרה השני, זו תהיה ג'סטה נחמדה מצדך, אם תגיבי לכמה מהם כדי שהפוסטים שלהם יקבלו עוד חשיפה בקבוצה (בדיוק מה שיקרה לפוסט שאת תעלי, כשחברי קבוצה אחרים יגיבו לך).

רשימת קבוצות הפייסבוק שמאפשרות פרסום על קיר

שם וקישור	מועד להעלאת הפוסט	הערות
פרגוניישן - שיווק הדדי לעסקים	מיום שישי בבוקר ועד מוצאי שבת	כדאי לצרף תמונה מושכת את העין ולבקש מחברים להגיב כדי שהפוסט שלך יחזור ויחשף לעוד חברים בקבוצה.
הבית של העצמאיות	בימי ראשון מ-07:00 עד 24:00	צריך למחוק את הפוסט עד סיום היום. פוסטים שיישארו ואז יעלו שוב ביום שהוא לא יום א', כי מישהו הגיב להם בתגובות ביום אחר, ימחקו, והכותב שלהם יורחק מהקבוצה (לשבוע בפעם הראשונה, לתמיד בפעם השניה).
קהילת פשוט עצמאיים**	מיום שישי בבוקר ועד מוצאי שבת	כדאי לצרף תמונה מושכת את העין ולבקש מחברים להגיב כדי שהפוסט שלך יחזור ויחשף לעוד חברים בקבוצה.

אם נראה לך שיש עוד משהו שאני אוכל לעזור לך בעניין של פייסבוק או שיווק בכלל, אפשר לקבוע איתי שיחת התאמה כדי שנכיר יותר טוב ונחליט יחד איך הכי נכון לך להתקדם.

כל מה שצריך זה למלא [כאן את השאלון הראשוני](#) שיכין אותי טוב יותר לשיחה איתך ואז לקבוע ביומן שלי לפי הזמן שמתאים לך (הקישור ליומן יופיע לך בסיום מילוי השאלון).

רוצה לפרגן לי ולתת לי פידבק על המדריך הזה? אני אשמח לקבל ממך תגובה [בדף התגובות בלחיצה כאן](#).

