

היכרות עם המערכת

הקורס שלנו מורכב מסדרת סרטונים שמכסים את כל מה שאתם צריכים לדעת על מערכת הדיוור כדי לשלוח מסרים לקהל שלכם.

אנחנו נתחיל את הקורס שלנו בהיכרות בסיסית עם המערכת - התפריטים והאיזורים השונים שחשוב שנכיר, נעבור יחד על כמה מושגים שחוזרים על עצמם בטרמינולוגיה של מיילצ'ימפ ומשם נעבור להעמיק בכל נושא.

- רשימת התפוצה שלנו ואיך לנהל אותה
- סוגי הקמפיילים השונים שיש למערכת להציע לנו
- אוטומציות ומתי נכון להשתמש בהן
- תבניות הדיוור שלנו והשימוש בהן
- טפסים והטמעות של טפסים
- ויהיה לנו גם שיעור על פרקטיקות - דוגמאות למצבים שונים, פשוטים ומורכבים, לשימוש במערכת ואיך לפתור אותם.

המצגות של כל שיעור יהיו מצורפות לכם כקבצים להורדה ובנוסף גם קובץ המושגים שלנו. אז אנחנו רשמית מתחילים את הקורס שלנו עכשיו, בהצלחה.

מיילצ'ימפ על ספידים

בשיעור הראשון שלנו אנחנו נעבור על כל המערכת בפעם אחת כדי להבין מי נגד מי, כדי שבשיעורים הבאים כשאנחנו נתמקד בכל חלק בפני עצמו זה יהיה לנו כבר מוכר, ברור וקל יותר. ועכשיו, לפני שאנחנו מתחילים להיכנס לתוך המערכת, בואו קודם כל נכיר את מיילצ'ימפ.

המסך הראשון שנראה לאחר שנתחבר למערכת יהיה הדאשבורד שלנו, שם נוכל לראות את תפריט הניווט העליון ובו כל החלקים השונים של חשבון המיילצ'ימפ שלנו

The screenshot shows the Mailchimp dashboard for user Chen Lemonade. At the top, there is a navigation bar with links for Campaigns, Templates, Audience, Reports, and Content Studio. On the right, there are buttons for Create, a user profile icon, and Help. The main content area displays a welcome message: "Welcome to Mailchimp, Chen. Great job! You sent your first email." Below this is a green progress bar indicating "100% complete". A "Bonus: Take your message further" section suggests reaching people across channels, with three options: "Try out your first landing page", "Grow your audience with a Facebook ad", and "Set up an automated welcome email". At the bottom, there is a "Go To My Dashboard" button and a list of completed tasks: "Finish account setup", "Start designing your first email", and "Add your contacts".

קמפיין:

לחיצה על קמפיין תראה לנו את כל הקמפיינים שאנחנו שולחים לרשומים שלנו
קמפיין - שם כולל לכל תוכן שנרצה להפיץ לקהל שלנו דרך מערכת הדיוור. ידוע גם בתור דיוור, ניוזלטר, מסר, הודעה, מייל.

בכניסה לעמוד נוכל לראות רשימה של כל הקמפיינים ששלחנו כולל אחוזי הפתיחה של כל קמפיין.
באזור הזה נוכל ליצור קמפיינים חדשים או לשכפל קמפיינים קודמים לשליחה חוזרת.

מצד שמאל יש לנו תפריט ניווט קטן שעוזר לנו למצוא את הקמפיינים שלנו בצורה מהירה יותר - לפי סטטוס שליחה או לפי סוג.

Recent - קמפיינים אחרונים שנשלחו.

Ongoing - אוטומציות פעילות.

Draft - טיוטות, קמפיינים שעדיין לא שלחנו.

Completed - קמפיינים שנשלחו.

על סוגי הקמפיינים השונים אנחנו נעבור בהרחבה בשיעור שלנו על קמפיינים.

טמפלטים:

טמפלטים / תבניות - עיצוב מוכן מראש שניתן להטמיע בכל קמפיין שניצור.

כשאנחנו רוצים לשלוח מייל בעזרת מיילצ'ימפ אנחנו נתחיל עם תבנית. תבנית עוזרת לנו לשמור על מראה אחיד לדיוור שלנו - מה שיוצר לנו כמותג זהות קבועה.

בעמוד הזה נוכל לראות רשימה של כל התבניות שאנחנו יצרנו לדיוורים שלנו, נוכל ליצור תבנית חדשה, לערוך תבנית קיימת, או לשכפל תבנית. אנחנו נלמד בהרחבה בהמשך הקורס איך ליצור תבנית חדשה. במידת הצורך אפשר גם להשתמש בתבניות המוכנות שמיילצ'ימפ מציעה לנו.

קהל:

קהל - רשימת התפוצה שלנו - רשימה של כתובות המייל של הקהל שלנו, אלו שמאמינים בתכנים שלנו ורוצים להמשיך ולשמוע מאיתנו.

בעמוד הזה נוכל לראות מידע סטטיסטי על רשימת התפוצה שלנו - קצב הגדילה של הרשימה, מאיפה הרשומים שלנו מגיעים, מה מידת המעורבות שלהם בקמפיינים שאנחנו שולחים ובאילו טאגים אנחנו משתמשים כדי לסדר ולנהל את הרשימה שלנו.

דרך העמוד הזה גם נוכל להיכנס לתוך רשימת התפוצה שלנו ולראות מי אנשי הקשר שלנו, כיצד הם מתחלקים וכמובן נוכל גם לנהל ולסדר את רשימת התפוצה שלנו.

דוחות - יעזרו לנו לראות את הסטטיסטיקות של הדיוורים שאנחנו שולחים - כמה פתחו, כמה הקליקו על קישורים בתוך הדיוור או כמה הסירו עצמם מהרשימה.

אם בעמוד הקודם ראינו מידע סטטיסטי על המשתמשים שלנו, בעמוד הזה נוכל לראות מידע סטטיסטי על הקמפיינים שאנחנו שולחים.

נוכל גם להיכנס לכל קמפיין ולראות מידע מפורט על הקמפיין - לכמה רשומים הוא נשלח, כמה פתחו, כמה הקליקו ועל אילו קישורים הם הקליקו, כמה רשומים הסירו את עצמם בעקבות הקמפיין, באילו שעות הייתה המעורבות הגבוהה ביותר ומאיפה הקהל שלנו מגיע.

Content Studio - המקום שבו נסדר את הקבצים שלנו לעבודה נוחה ומהירה יותר.

האזור הזה הוא יחסית חדש במיילצ'ימפ אבל מאוד נחמד, והוא מחולק לכמה אזורים -

הקבצים שלנו - כל התמונות והקבצים שאנחנו משתמשים בהן לדיוורים שלנו.

מוצרים - אם יש לכם חנות באתר, ווקומרס למשל, המערכת יכולה להתממשק עם החנות שלכם ולהציג כאן את כל המוצרים שקיימים לכם כך שתוכלו גם אותם להציג בקמפיין.

גיפי - מאגר של קבצי גיפ מגניבים לשימוש בתוך הדיוורים שלכם, מאגר שאני, כחובבת גיפים, מוצאת שימושי במיוחד.

אינסטגרם - יש לנו אפשרות לסנכרן בין פרופיל האינסטגרם שלנו למערכת, כך שכל הפוסטים שאנחנו נעלה לפיד יופיע גם כאן, ואז נוכל להשתמש גם בהם לדיוור שלנו בלי שנצטרך להעלות קבצים למערכת.

לוגו - כאן אפשר להעלות את קובץ הלוגו שלנו, גם שהמערכת תדע לשאוב אותו בצורה אוטומטית לתוך הקמפיינים והתבניות שלנו בלי שנצטרך למקם אותו בכל פעם מחדש.

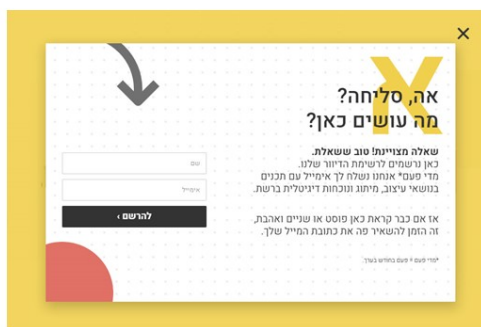
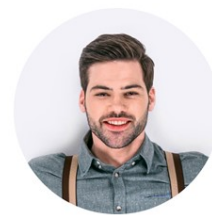
בצד ימין נוכל לראות תפריט נפתח של האזור האישי שלנו - הפרופיל שלנו, אינטגרציות והגדרות. כפתור ה- Create יוביל אותנו ליצירה של קמפיין חדש.

ועכשיו אחרי שראינו את המערכת שלנו בכלליות בואו נתחיל ונתמקד.

איך זה קורה בתכל'ס?

אני מוצאת שהדבר הכי פחות מובן במערכות הדיוור היא ההבנה של איך בעצם הדברים קורים. איך מישהו שגלש באתר שלי נכנס לרשימת התפוצה שלנו? איך הוא מקבל מאיתנו מסרים?

כדי להבין את העיקרון של איך המערכת עובדת בואו נראה את המסלול שאנשי הקשר שלנו עוברים:



משתמש גלש באתר שלכם
ונתקל בטופס הרשמה

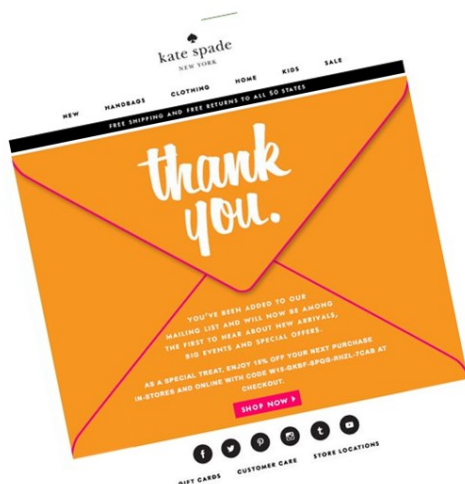
זה גיא, גיא גלש באתר שלנו, קרא כמה תכנים ראה את המוצרים או השירותים שלנו, היה לו ממש מעניין ורוצה להמשיך לעקוב אחרינו ואחרי התוכן שאנחנו מציעים. באתר שלנו הוא נתקל בטופס הרשמה לתפוצה. נהדר!

גיא מכניס את הפרטים שלו לטופס ולוחץ שלח - עכשיו הוא רשום. מאחורי הקלעים הפרטים של גיא נשלחים מהטופס אל חשבון המיילצי'מפ שלנו ושירות לתוך רשימת התפוצה שלנו. כשאנחנו נרצה לשלוח דיוור לרשומים שלנו, אותו דיוור ישלח גם לגיא.

הדיוור הזה נקרא דיוור רגיל.

אבל יש עוד סוג של דיוור - אוטומציה. אז מה זה דיוור אוטומטי?

כשגיא הכניס את הפרטים שלנו בטופס הרישום שבאתר שלנו הוא קיבל למייל שלנו הודעה שאומרת - תודה שהצטרפת לרשימה שלי! ההודעה הזו נשלחת בצורה אוטומטית כי ככה אנחנו הגדרנו אותה במערכת.



לאחר ההרשמה
המשתמש קיבל
לתיבת הדואר שלנו
מייל "תודה שהצטרפת"

יצרנו דיוור אוטומטי שאומר שבכל פעם שגולש מכניס את הפרטים שלו לטופס ההרשמה שבאתר שלנו ובכך מצטרף לרשימת התפוצה שלנו נשלח אליו מייל שאומר תודה שנרשמת. ההגדרה מהצד שלנו היא חד פעמית וממשיכה לפעול בצורה אוטומטית בכל פעם שמתממש חדש נרשם לרשימת התפוצה שלנו.

בהמשך הקורס אנחנו נלמד איך אנחנו יוצרים אוטומציות כאלו ואחרות.

אז דיי סיימנו לעבור על המערכת, ועכשיו אתם תיקחו נשימה לקראת השיעורים הבאים שבהם אנחנו ניכנס לכל חלק במערכת ונבין אותו בצורה רחבה יותר.

בנתיים יש כמה דברים שאני ממליצה לכם לעשות:

תעברו בין האתרים שאתם אוהבים לגלוש בהם ותראו למי מהם יש רשימת תפוצה. תצטרפו לרשימות שמעניינות אתכם ותנסו לראות אילו סוגי דיוורים מגיעים אליכם מהם ובאיזו תדירות.

במידה ונתקלתם בדיוור מוצלח שהתחברתם אליו תשמרו לכם צילום מסך של אותו קמפיין ותכתבו לכם בצד למה ומה אהבתם באותו הדיוור.

תתחילו לשים לב לעיצוב של הדיוורים שמגיעים אליכם. אם אתם לא מוצאים דיוור שמושך אתכם מבחינת העיצוב אז תוכלו להיכנס לפינטרסט ושם לחפש דוגמאות לדיוורים מעוצבים יותר.

כשאתם בוחנים דיוורים שנשלחים אליכם תבדקו האם המותג שעומד מאחורי הדיוור נאמן לשפת המותג שלו? האם הוא משתמש בסקאלת צבעים אחידה? האם התוכן שלו כתוב ומנוסח בצורה שמשרתת את המותג שלו? האם אפשר לגשת מהדיוור הזה לכל הנכסים הדיגיטלים של המותג - אתר, פייסבוק, אינסטגרם?