

המדריך השלם

לעיצוב פוסטים שמושכים את העין ברשתות החברתיות

בעלי עסקים ומשווקים יקרים,

אנו גאים להעניק לכם את המדריך לעיצוב ויצירת פוסטים שמושכים את העין ויוסיפו תהודה ועוצמה לקמפיינים שלכם ברשת.

לרגל השקת המדריך אנו מציעים לזמן מוגבל את קורס **"פוטושופ בלי קשקושים" - 6 מפגשים ואתם בעניינים** של ההוריקן בהנחה משמעותית!

אנו מאחלים לכם למידה נעימה והצלחה רבה בעסקים.

מכולנו בהוריקן.

לצפייה אופטימלית בסמארטפון
סובבו את התצוגה לרוחב.



7 עקרונות עיצוביים

עיצוב גרפי הוא מקצוע מרתק הטומן בחובו עולם של ידע, טכניקות ואמצעים. בעלי עסקים רבים מנסים לחסוך בהשקעה במעצב שילווה אותם מתוך הנחה ש"כל ילד יודע לצייר" אז "מה כבר כל כך קשה?". האמת היא שעיצוב גרפי הוא מקצוע מורכב וקשה מאין כמוהו, ולא מומלץ לנסות לבד לבצע משימות עיצוביות מורכבות שמצריכות איש מקצוע כמו עיצוב של לוגו או אתר שאמורים לתת תוצאות מיתוגיות ועסקיות לטווח ארוך.

יחד עם זאת, בשנים האחרונות נוצרו צרכים חדשים, מידיים ופשוטים שבעזרת הכוונה טובה גם בעלי עסקים שאינם מעצבים מקצועיים יכולים לרכוש לעצמם מיומנויות בסיסיות שמספיקות כדי לזרז תהליכים שיווקיים, לטפל טיפול בסיסי במיתוג שיצר עבורם איש מקצוע ולשמור על נראות גבוהה ברשת.

מדריך זה נוצר על מנת להכיר לכם מקרוב את העקרונות החשובים שכל משווק או בעל עסק חייב לדעת כשהם ניגשים לעצב לעצמם את התוצרים למדיה החברתית. בעזרת עקרונות אלו תוודאו שכל פוסט שאתם מוציאים מאפשר מקסימום נצילות ומשיכת תשומת לב וכמובן ויראליות ו...מכירות!

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #1 ויז'ואל

”תמונה שווה 1000 מילים” הוא משפט שכל ילד מכיר ופוסט שעלה לרשת ללא תמונה או סרטון הוא פוסט שחסרות בו לפחות 1000 מילים.

אבל האם מספיקה הוספה של תמונה לפוסט כדי שיצליח לעורר פעילות שיווקית ולמשוך את העין? ממש לא. על התמונה להיות בסטנדרט גבוה, לאפשר הבנה מהירה של המסרים החזקים של הפוסט ולהיראות מקצועית.

הנה כמה טיפים חשובים בנושא הויז'ואל שלכם:

1. בחרו וצלמו תמונות באיכות. תמונה ”מפוקסלת” היא תמונה מכוערת וכנראה תשדר בדיוק הפוך ממה שרציתם. לצורך פרסום המוצר שלכם צלמו תמונות איכותיות בעצרת צלם מקצועי או מצלמה כזו, אם אין לכם תמונות הורידו מבנקים בתשלום או כאלו חינמיים שמאפשרים הורדת תמונות איכותיות לשימוש מסחרי כדוגמת PEXELS או PIXABAY.

2. חשוב להוסיף את הלוגו שלכם לתמונות, על מנת לחבר גולשים עם הפרסום שלכם. כדי לעשות זאת תצטרכו תוכנת עיצוב שכבתי כמו פוטושופ.

3. כיתבו את המסר שלכם בתמונה. חישבו על המסר הכי חשוב בפוסט והבליטו אותו בעזרת כיתוב בולט במיקום מרכזי בתמונה.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #2 קונטרסט

אומרים שהאור איננו יכול להתקיים ללא החושך. זה נכון.

ניגודיות היא חלק חשוב בהעצמת מסרים ובתפיסת העין של הצופה, המוח האנושי רואה וסופג מסרים מהסביבה בעזרת אור, אבל רק אור לא יסייע כדי להבדיל בין הפרטים וככל שיש בתמונה ניגודיות רבה יותר בין האור והצל כך למוח קל יותר לזהות פרטים בה ולהבין מה מופיע בה.

טקסטים, למשל, **חייבים קונטרסט** אם הם נמצאים שם כדי להעביר מסרים (יש מצבים שבהם משתמשים בטקסט כרקע שמשתלב בעיצוב ואז אין בו צורך של העברת מסרים), בלי ניגודיות אין אפשרות מחשית לקרוא את הטקסט וזה די מסבך את המוח של הגולש שמנהל מלחמת חורמה מול ריבוי מסרים וישמח לוותר על המסר שלכם ולהתמקד במסרים ברורים יותר.

גם מסרים שיווקיים חייבים קונטרסט כדי לעבור את הגנות הברזל של המוח. לדוגמא, כדי לקדם מוצר מומלץ להציג את היתרונות שלו - אבל כדי להעצים את יתרונותיו נוכל להשתמש בעקרון הקונטרסט ולהשוות בין יתרונות אלו למגרעות של המוצר המתחרה... בקיצור קונטראסט זה מאסט!

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #3 התינוק

אם יש לכם תינוק בבית התמונה הבאה איננה זרה לכם: הוא משחק בצעצוע מסויים ואחרי כמה דקות זונח אותו לטובת צעצוע חדש שגילה. אבל אז קורה משהו מעניין, ברגע שענינו יפגשו שוב בצעצוע הישן הוא יתייחס אליו כאילו הוא רואה אותו בפעם הראשונה וישמח לשחק איתו שוב. זהו עיקרון התינוק - היכולת לראות את העיצוב שלכם כמו בפעם הראשונה - שוב ושוב ושוב.

כמבוגרים, התכונה הזו הולכת לאיבוד, **אנחנו משתעממים מהר**, גם מדברים טובים, בשל סף הגירוי הגבוה שהמציאות הוירטואלית יודעת לייצר. ברגע שתנסו לעצב משהו - עד מהרה תאבדו בו עניין והוא ייראה לכם כחות ופחות טוב, או שתגיעו למסקנה ש"יותר טוב מזה - זה לא יכול להיות". האמנם?

כדי להצליח בעיצוב פוסטים עליכם לראות את העיצוב שלכם כאילו אתם פוגשים אותו בפעם הראשונה, **בדיוק כמו הגולש שצופה בו**. דרך משקפי התינוק תראו את המפגעים והמעלות של העיצוב שלכם ותדעו אם אתם עומדים להוציא פוסט שיתפוס את העין או ש...דרושה כאן עוד עבודה.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #4 אמפתיה

המרחב המסחרי הוא מקום שבו ניתנים פתרונות לכאבים.

לפני שנצא לדרך עלינו לזכור את העובדה הזו - למישהו (קהל היעד שלנו) יש כאב ובו בזמן אנחנו מחזיקים בפתרון לכאב הזה. כדי ליצור פוסט שימשוך את העין עלינו לגלות אמפתיה חזקה, להבין את מצוקתו של האדם שנמצא מולנו ולהציע לו פתרון מתוך רצון כנה לשפר את חייו.

דמיינו שאתם חווים כאב ראש נורא, אתם מרגישים כמו סמרטוט והכאב הולם בלי הרף בעיקר באזור המצח, נשארים במיטה ומשם הדרך קצרה לעלעול חסר פשר ברשת החברתית. 2 חברות מתחרות כעת על פתרון לכאב הראש שלכם: האחת שמה בפוסט ממומן תמונה מלוטשת היטב של קופסת הגלולות שלה והשניה דמות של אדם בגילכם עם מבט סובל שמחזיק את הראש ואיזור הכאב **שלכם** צבוע אצלו באדום בוהק - בדיוק כמו אצלכם. קל לדמיין אילו גלולות הייתם מבקשים ממישהו להביא לכם.

הפוסטים היעילים ביותר הם כאלו שבהם בעל הכאב רואה את עצמו, ממש בדמותו. זו אולי טכניקה מורכבת אבל הכי חשוב זה קודם כל לזכור את עיקרון האמפתיה בזמן שמעצבים.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #5 CFA

אחד הדברים החשובים ביותר בעיצוב פוסטים למדיה הדיגיטלית הוא עיקרון ה-**Call For an Action** ובעברית - קריאה לפעולה.

מדהים לראות כמה העיקרון הזה מתפספס לפעמים. גם חברות גדולות שמשקיעות הון בעיצוב הפרסומות שלהן שוכחות את הדבר הפשוט הזה ומניחות שהגולש פשוט יאיל בטובו ליצור איתנו קשר - עכשיו שהראנו לו כמה טוב הפתרון שלנו.

בעיקרון הקודם סיפרנו שמרחב המסחר הוא מקום שבו ניתנים פתרונות לכאבים ועל הידע הזה נוסף את מימד המהירות. בלי לתת פתרון מיידי ליצירת קשר או לביצוע פעולה כלשהי עבור גולש שסימן אותנו כפתרון לא נוכל לצפות שהוא ישאיר אותנו ברשימה הזו. רוב הגולשים זקוקים ל-CFA כדי להתקדם איתכם.

קריאות נפוצות לפעולה הן: "צרו קשר", "לחצו כאן", "התקשרו עכשיו", "התחילו כאן שיחת ווצאפ", "הורידו עכשיו קופון הנחה" ועוד.

האם תוכלו לחשוב על CFA ייחודי עבור העסק שלכם? נסו למקם אותו בצורה בולטת בפוסט הבא שלכם.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרונות #6 ההצעה

בעידן הדיגיטל, כוסט שמושך את העין ואת הגולשים זו משימה לא פשוטה בכלל, אבל יש משהו שיכול בוודאות לגרום לדברים לזוז בכיוונכם ולגולשים להתקרב אליכם והוא **"הצעה שאי אפשר לסרב לה"**.

יש מצב שרבים מכם מאבדים איור כשהם רואים את העיקרון הזה. האם בכל כוסט נצטרך לתת הצעה שאי אפשר לסרב לה? 90% הנחה? מתנה לכל גולש? ארוחת בוקר חינם? ממש לא.

יותר סביר שההצעה שלכם (שאי אפשר לסרב לה) כבר נמצאת בארגז הכלים שלכם אבל אתם פשוט לא מוציאים אותה החוצה. למשל, רבים מהיועצים מבצעים אבחון טלפוני ראשוני ללא עלות, עבור מי שזקוק ליעוץ זה מידע חשוב בעת בחירת יועץ למשימה שלהם. אממה? עובדת שיחת היעוץ ללא עלות קבורה עמוק בתוך התכנים שלהם, לעיתים תתגלה רק אחרי שהלקוח התקשר וזה הפסד ודאי של גולשים שבחרו לא להתקשר.

ראשית, ודאו שיש לכם הצעה שאי אפשר לסרב לה, לטשו וחזקו אותה עד שתהיה בוודאות עוצמתית מאוד. ואז, קחו אותה לתוך העיצוב שלכם ודאגו שהיא תופיע במקום בולט שאף גולש לא יכול לפספס אותה.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!





עקרון #7 תמיכה

עד עכשיו ראינו 6 עקרונות עוצמתיים לעיצוב פוסטים חזקים שימשכו את עיניהם של הגולשים ויגבירו את התנועה לכיוונכם. אבל אם יש עיקרון אחד שלא מגיע מעולם העיצוב ויכול בוודאות ליצור עבורכם משיכת תשומת לב וזהו עיקרון "מעגלי התמיכה".

הרשת החברתית היא מקום המושגת על עקרונות חברתיים בסיסיים וכדי ליצור בו אפקט חייבים לחשוב כמו יצורים חברתיים. השתמשו בעיקרון זה כדי להפוך לשיחת היום, לדבר שכולם רואים ועוסקים בו ועשו זאת באמצעות מעגלי התמיכה שלכם. מעגל תמיכה בסיסי ומיידי הם משפחה וחברים, אחרי שהעלתם פוסט מתוקתק במיוחד שלחו להם בקשה להכנס, ללחוץ לייק ואפילו להשאיר תגובה. מעגל תמיכה נוסף יכול להיות קולגות ושותפים עסקיים, צרו טיזר מעניין לפוסט ושלחו להם לינק ישיר להשאר תגובה ולייק. מעגל שלישי, מורכב אמנם אבל חזק ביותר הוא מעגל הקהילה שיצרתם. צרו קהילה של אנשים שמתעניינים בתחום שלכם, העניקו להם ערך מעולם התוכן שלכם ובקשו בתמורה שיתמכו בפרסומים שלכם ברשת.

גולשים שיחשפו לתהודה החזקה שתצרו יצטרפו וישימו לב אליכם מתוך "אפקט העדר". ומתוך אפקט "המספרים הגדולים" תתחילו לראות תוצאות עסקיות **בודאות**.

קורס פוטושופ של ההוריקן
עכשיו בהנחה מטורפת!



לסיכום בואו.

בעלי עסקים רבים כבר הבינו - העולם עבר לדיגיטל **ובעוצמה.**

בידכם שתי אפשרויות - האחת להמשיך להגיד ש"יום אחד" תקדישו את הלמידה הנדרשת כדי לעלות על הטיסה הזו (שמזמן כבר יצאה) והשנייה לבוא וללמוד עם ההוריקן עקרונות עיצוביים ועסקיים שיוצרים אפקט אמיתי ומשמעותי בסביבות השיווק הדיגיטליות.

ההוריקן מציעים לכם מגוון קורסים קצרים וארוכים, פרונטליים ואונליין, במסגרת מקום העבודה, המתנ"ס או בקורסים שלנו, במחירים מפתיעים והכי חשוב - כל הקורסים שלנו מועברים ע"י אנשי מקצוע מנוסים שיודעים לתת לכם בדיוק את מה שאתם צריכים כדי לקדם את עצמכם במדיה הדיגיטלית ולהשתפר בעסקים בעידן החדש כבר בזמן הקרוב.

בקיצור בואו, כל השאר עלינו.

אפשר להתחיל שיחת ווצאפ עם נציג של ההוריקן ממש כאן.

כל זכויות היוצרים במדריך זה, לרבות כל מידע, טקסט, תמונה, גרפיקה וסימן הם רכושם הבלעדי של ההוריקן. בכפוף ועל פי דיני זכויות היוצרים, אסור למשתמש להעתיק, לפרסם, להפיץ, לשדר או למכור חומר המופיע במדריך זה ללא קבלת רשות ההוריקן מראש ובכתב. אסור למשתמש לכגום, לסלף, לשנות או לבצע כל פעולה דומה אחרת בחומר המופיע במדריך זה.