
שיעור חמישי פרסום ויחסים ציבוריים איך נגיע למטופלים

מטרות הפרסום

- * בניית תדמית
- * גיוס מטופלים
- * שימירת קשר עם מטופלים
- * עזרה נוספת למטופלים קיימים
- * אין הפרסום מטרה לעצמו
- * שיווק ממוקד ופרסום ממוקד

מדדונן לפרסום

- * השוק משתנה בהתמדה
- * אנשים נוטים לשוכח - אתה צריך להיות שם כשהם צריכים אותך
- * האלטרנטיבות קיימות
- * הפרסום מחזק את זהותך
- * הפרסום מתחזק לכוחות וותיקים
- * הפרסום שומר על מוראל
- * הפרסום מאפשר לשודד שימושים קשיים

מסמך פרסומי

- * אחר אלמנט דרמטי בשירות
- * תרגם יתרון דרמטי לתועלת לקוות
- * השג תשומת לב
 - כוורתה, תמונה
 - * לא שם ולוגו
 - להציג, לחת חועלות
- * הנע לפועלה
- * הוכחה
- ניסוח משכנע
- דבר ברורות

דוגמאות לייצירתיות

- * רוחש עם ניהול
- * חכשיטים יקרים במיוחד

ניסוח המסר הפרסומי

- * תשומת לב
- * הנעה
- הרץ' כאב-השפעה-חזה
- * הוכחה

מייתוג (branding)

- * אמון ומוניין
- * מותג - הוא תדמית
 - * ויזואלית
 - * רגשית
 - * תרבותית
 - * רצינאלית
- * מותג כולל שם, לוגו, מיצوب, אסוציאציות
ואישיות

מייתוג אישי

מוסיף רגשות, תרבות ומיתוס למותג על ידי אישיות מפורסמת

- * רפי קריסו
- * ג. יפית
- * רפי גינט
- * סלי רידמן, הדקן
- * בمبה

בנייה ברוורור אישי

- * מסר פרסומי
- * אלמנט ייחודי בשירות
- * יתרון לתועלת לקוחות
- * חשומת לב
- * הנע לפועלה
- * הוכחה
- * נייר, רקע
- * גרפיקה

קהל - קבוצה שمدברת אחת עם השניה

- * סטודנטים
- * בתי זקנים
- * מתנסים
- * גרעין בני עקיבא
- * חוגי ריקודי עם

בנייה רשת

- * טיפוח קשרים עם אנשים ש מכירים אותו
ובוטחים בך .
- * לא את מי אתה מכיר או מי מכיר אותך, אלא
כמה טוב אתה מכיר אותם
- * הקלאות ולא ציד

בדוק מי החברים שלו

- * משפחה
- * חברים
- * ספקים
- * לקוחות
- * ביס
- * צבא
- * חברה'
- * בית כנסת
- * הורים של ילדים בביס

בדוק איך נהיתם חברים

- * מישחו שידך ואד נעלם...
- * הינו ייחד ב...
- * ההורים שלנו...
- * הילדים שלנו...

מאפיות

- * מאפיית חתונות - קייטרינג, אולם, צלם, מספירה
- * בעסקים - שעץ, רוחש, בנקאי

המאפייה שלך

- * פסיכולוגים
- * טוטים
- * רוקח
- * יד שרה
- * בניים
- * מתניש

עוד רשותות

- * רידמן
- * ספקים שלך
- * לימודים אחרים
- * חתונה בר מיצווה
- * לפि העיסוק הספציפי שלך
 - בים
 - בית זקנים,
 - אוניברסיטה

חבר מביא חבר

- * לבקש ממוטופל שם של חבר שישככים להיות מוטופל
- * תמיד תשאל איך הגיעו אליו. אם ממוטופל - צלצל להגידי תודה

שMOVEDING

- * **15** דזקנות לפני, 15 אחרי
- * משפט מטורגל היטב
- * אחד לאחד
- * כרטיס ביקור
- * להמשיך אח'ך

איך להשיג ממליצים

- * כל כך טוב שמליצים בעצם
- * לחלק ל לקוחות חומר
- * לבקש שימליצו
- * לשחד שימליצו
- * אוכלי חיים

כרטיסים ביקור

- * גודל כפול
- * סיסמא ולוגו
- * פלייר

ברושור

- * מסר
- * טקסט
- * גרפיקה
- * לוגו
- * מידע
- * הפקה

פתח לתליה

- * שם
- * שם העסק
- * השירות
- * כחובות
- * טלפון
- לא רק סלולרי

הכי חשוב - מפה לפה

- * למה חשיבות שיוך מפה לפה עולה?
- התפוצצות מידע
- לא מאמינים לעיתון...
- * איך אנשים משוקים את עצם אצל אבלים
- * למשל כשאתה שומע

עלונים

- * בדואר אישי
- * דיוור ישיר
- * תיבת דואר
- * ווישר
- * תערוכה
- * ריכוז לקוחות
- * חנויות
- * מטוסים

ברושים

- * כמו עלונים אבל יותר יקר
- * לא לפזר סתם

לוחות מודנאות

- * עכיזים ועמדוים

מודנאות לוח

- * המדור המתאים ביותר
- * הוא כבר מתחנין כי הוא במדור
- * הנחת כמות
- * בלי מונחים מקצועניים
- * קצר
- * אין להציג אליו
- * תמונה סרוקה מלאה העיר
- * תרגיל - מודנאות לוח

מכתבים אישיים

שיעורים לדוגמא

הרצאות חינוך

סדנאות

פסטיבלים

* בראשית

תערוכות

* בלבד, ביחיד

חנויות

- * חנויות ספרים
- * חנויות טבע
- * בתים מרכחת
- * קופת חוליות
- * גלריה לבנה, אורי

ערוצים מתקדמים

- כתוב נט מקצועי
- דפי זהב
- מודעות מסגרת
- דיוור ישיר

ערוצים מתקדמים מאד

- * אינטרנט
- * יחסי ציבור
- * עיתונים
 - עבר הרשות
 - מקומון חינמון
 - חיים חדשים
 - טבע ודין
- * שיווק טלפוני אישי

לחסוך - אבל לא בכל מחיר

- * אל תחליף פרסום גם אם נמאנם לאשתק
- * פרסום משותף - חברת תרופות
- * מעצב יקר פעמי אחד
- * מודעה על בסיס מקום פנווי
- * פרסום זול - זה שמצליח
- * ברטר
 - גרפיקי
 - עיתונאי
 - עיתון מקומי

בניהת תכנית פרסום

- * חומרם
- * למי ואייפה תחלק את העalon
- * למי ואייפה תחלק את הבrossoר
- * אמצעים
- * מטרות
- * עדיפויות
- * תקציב