

המזדק
לשילוק
צויגיאלי



**The
Aloe Vera
Company**


FOREVER®

מוכנים? היכוננו, צאו לדרך!

בניית עסק דרך שיווק רשתי מספקת עבורכם דרכים רבות להצלחה ויכולת לקבוע את הקצב המתאים לכם. עם זאת, זה יכול להיראות קצת מבהיל כשאתם רק בתחילת הדרך. מדריך זה יסייע לכם להתחיל להגדיר את המותג שלכם, להשתמש במדיה החברתית ביעילות ובחומרים שיעזרו לכם לקדם את העסק שלכם כדי שתוכלו להתחיל אותו עם ביטחון עצמי.

- 04 המדריך למותג
- 07 יצירת חומרים שיווקיים
- 08 הרשת החברתית
- 16 יצירת תכנים
- 21 בניית נוכחות ברשת
- 22 מקורות





המידע המוצג כאן אינו מהווה המלצה או תמיכה מצד המערכת.



המדריך למותג

כבעלי עסק ב-Forever תוכלו ליצור מותג חברה משלכם, אבל עליכם לוודא שאתם משתמשים במותג של Forever בצורה נכונה.

המותג שלנו הוא החזות שלנו כלפי העולם. מדריך זה תוכנן לעזור לכם להשתמש במותג ובזהות המשותפת בצורה נכונה בשיווק שלכם. אנא דבקו בדרכי פעולה אלה כדי לעזור לנו לשמור על עקביות במותג.

סמלי הלוגו

סמלי הלוגו של Forever הם ייחודיים והם האלמנטים היוזואליים החשובים ביותר של המותג. השימוש הנכון בלוגו של Forever מוודא שהלקוחות הקיימים והאפשריים שלכם מבינים שאתם חלק מחברת Forever Living Products והם מספקים לכם את התועלת ואת חותם ההגינות ש-Forever הרויחה מהיותה בעלת ותק של יותר מ-40 שנים בעסק.

The Aloe Vera Company

הטאגליין של Forever יכול להופיע בכל חומר מודפס, במדיה החברתית בפרט ובדיגיטל בכלל וניתן להשתמש בו על סחורה. אם תבחרו להשתמש בו, יש להשתמש גם בלוגו של Forever.



FOREVER®



FOREVER®
THE ALOE VERA COMPANY

הלוגו הראשי של Forever מופיע לבד או עם שורת טאגליין (שורת המיצוב) מתחתיו או לצידו. ניתן להשתמש בו לדפוס או לדיגיטל. אין להשתמש בו על ביגוד או על סחורה אחרת ללא שורת המיצוב.

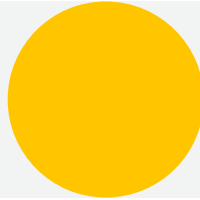
FOREVER®

FOREVER LIVING  PRODUCTS

אפשר להשתמש בלוגו Forever ולוגו Forever Living Products בכל מדיום כולל על ביגוד ועל סחורה.

צבעים

ל-Forever יש צבע ראשי זהוב שמכונה "אלו-גולד". צבע זה עוזר לזהות את מותג Forever ולוודא שקל לזהות את תכניו. אם אתם מייצרים חומרים מודפסים כלשהם, אנא וודאו שהם כוללים את הצבע הזה בהרכבו המדויק. לתכנים חברתיים ודיגיטליים, ניתן להשתמש בצבע האלו-גולד יחד עם צבעים אחרים כדי לעזור לחומרים שלכם להרגיש מחוברים למותג האישי שלכם בנוסף ל-Forever.



ALOE GOLD

PMS 7548 C

#FFC600

טיפוגרפיה

הגופנים או הפונטים שחברת Forever משתמשת בהם נבחרו בקפידה כדי לייצג את הבטחת המותג: פונט מובנה לייצוג מה שטוב במדע ופונט בסגנון כתב יד לייצוג החופש שבטבע. בפונטים האלה ניתן להשתמש בשיווק שלכם ובפוסטים ברשתות החברתיות.

באנגלית

אנו משתמשים בפונטים ממשפחת **Helvetica Neue**.

וב- **HELvetica NEUE CONDENSED BOLD** לכותרות.

פונט כתב היד בו אנו משתמשים באנגלית נקרא

Scriptorama Tradeshow TF ובאנגלית תראו אותו בעיקר בכותרות.

בעברית

הפונט העיקרי שלנו נקרא "אלגנטי" של חברת פונט ביט. אנו משתמשים בו בעיקר לכתיבת תכנים ולעיתים גם לכותרות.

לכותרות אנו משתמשים גם בפונט **טקסטילר** של חברת פונטביט, ופונט כתב היד שלנו נקרא:



אנו משתמשים במרציפן בד"כ לכותרות ובהטייה של 10 מעלות.

צילום

ל-Forever יש גישה ייחודית לצילום. אנחנו מאמינים בהצגת המוצרים והאנשים שלנו לראווה בתמונות יפות שהן זוהרות, צבעוניות ומדגישות את ערכי המותג. כשאתם מתייחסים בתמונה למוצר, אריזת המוצר צריכה להיות מוצגת בצורה מלאה או חלקית התמונה. התמונות צריכות להיות חדות וברורות. אין להציג תמונות מטושטשות.



להורדת תמונות המוצרים ולצפות בתמונות מכל האירועים שלנו, היכנסו לאתר www.foreverfotos.com

יצירת פרסומים

מוכנים לקפוץ פנימה וליצור משהו מותאם אישית כדי להתחיל? הנה כמה דוגמאות שיעניקו לכם השראה ויעזרו לכם ליצור מודעה או עלון משלכם.

**המסכה
שממריצה
ומוסיפה לחות**

מה כל כך מיוחד במסכת האלו ביו-צלולה שלנו? זה פשוט לא יאמן כמה מרכיבים בריאים שמעניקים לעורך ברק וזוהר נמצאים על מסכה אחת דקיקה.

ושכל הקסם הזה קורה תוך 20 דקות בלבד, כבר אמרנו?

The Aloe Vera Company

FOREVER®

aloe bio-cellulose mask
Contains One Mask
NET WT. 0.88 OZ. (25 g)
FOREVER™

פונט "מרציפן" נמצא בשימוש בעיקר בכותרות ובטקסט גדול שאמור לבלוט.

שיווקיים. ובלט כאשר מייצרים תומרים צריך להיות נוח

נשתמש בפונט "אלנגטי" רגיל או שמן לגוף המאמר. אם מדובר במודעה לפייסבוק, נעדיף שטקסט זה יהיה קצר ולעתים אף נעדיף שיהיה מוחץ למודעה עצמה בטקסט של הפוסט.

השתמשו בתמונות חדות שמעבירות את המסר בבירור.

שורת המיצוב או הטגליין הוא חלק מהלוגו של Forever. יש למקם למטה משמאל. יש להציג אותו כמו שהוא.

הלוגו הראשי של Forever ממוקם בד"כ למטה מימין או במרכז המסמך ומוחץ לאזור הכתוב. אם משתמשים בו יחד עם הטגליין, הלוגו של Forever צריך להיות בפניה הימנית התחתונה.



לצפייה במודעות נוספות היכנסו עמוד הפייסבוק שלנו: [/facebook.com/ForeverIsraelHQ](https://facebook.com/ForeverIsraelHQ)



המדיה החברתית

לספר את הסיפור שלכם הוא חלק חשוב בבניית עסק.

מה מניע אתכם? איך Forever עוזרת לכם להשיג את המטרות שלכם? איך אתם משנים את החיים שלכם? שיתוף הדברים האלה היא דרך נפלאה ליצור קשרים עם אנשים שהם בראש שלכם ויכולים להפוך ללקוחות או לחלק מהצוות שלכם.

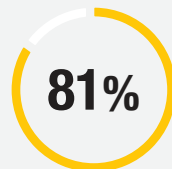
פלטפורמות חברתיות

כשזה מגיע ליצירת קשרים, הרשת החברתית היא כיום אמצעי תקשורת חיוני. אתם לא יכולים להתעלם מהעובדה שהיא הפכה לחלק חשוב בחיי היום יום שלכם ועבור רבים יש לה תפקיד משמעותי בשיתוף מידע על המוצרים ובבניית עסק.

יש 4.2 מיליארד משתמשי אינטרנט ו-3.4 מיליארד משתמשים קבועים ברשתות החברתיות.*



שמונים ואחד אחוזים מהעסקים הקטנים והבינוניים משתמשים בפלטפורמה חברתית מסוג שהוא כדי ליצור קשר עם הלקוחות שלהם.*

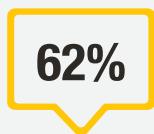


ההחלטה אילו אתרי מדיה חברתית הם הטובים ביותר עבור העסק שלכם היא פשוטה כמו להבין מה ערך המסר שלכם ועם מי אתם רוצים לחלוק אותו. לפניכם מבוא לכמה פלטפורמות חברתיות מובילות והשימוש האפשרי בהן עבור העסק שלכם.

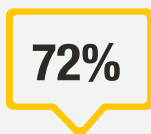
פייסבוק 2.3 מיליארד משתמשים

מה זה? אתר פייסבוק הוקם ב-2004 והוא ידוע בעיקר כאחד מהרשתות החברתיות הפופולריות ביותר בעולם. משתמשים בו כדי לחבר בין אנשים לחברים, למשפחתם, למכרים שלהם ולעסקים שלהם בעזרת פוסטים, שיתופים ויצירת עניין עם תכנים. אתם יכולים אפילו לשווק או לקדם את העסק, המותג והמוצרים שלכם בעזרת מודעות פייסבוק בתשלום.

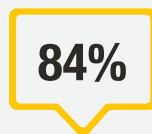
מי נמצא שם? פייסבוק הפכה במהירות למלכת ערוצי הרשתות החברתיות. כמעט כולם נמצאים בערוץ הזה כיום.



משתמשי האינטרנט מעל גיל 65 משתמשים בפייסבוק



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 50-64 משתמשים בפייסבוק



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 30-49 משתמשים בפייסבוק



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 18-29 משתמשים בפייסבוק

דרך השימוש: תכנים שעובדים הכי טוב בפייסבוק משתמשים בוידאו או תמונה, מזמינים למעורבות ובעלי איכות גבוהה. חשבו על פייסבוק כסוג של מערך תקשורת לצוותים שלכם וללקוחות החדשים שלכם. אתם יכולים להעלות תמונות, סרטונים ואפילו לעלות בשידור וידאו חי כדי לתקשר עם העוקבים והחברים שלכם. בפייסבוק, כל פוסט הוא כמו עדכון, ולמרות שאתם יכולים לכתוב עד 63,206 תווים בכל עדכון, האורך האידיאלי הוא בין 40 ל-60 תווים.

- השתמשו באירועי פייסבוק כדי להזמין חברים לפגישות הזדמנות עסקית או להשקת מוצרים.
- השתמשו במסגרי של פייסבוק, פלטפורמת הצ'אט של פייסבוק, כדי להישאר בקשר עם לקוחות קיימים ועתידיים.
- התשתמשו בקבוצות פייסבוק כדי לבנות קבוצה שבה אתם יכולים לקיים שיחות צוות ולדבר על טקטיקות עסקיות, מידע על המוצרים או להשתמש בה כפורום למענה על שאלות ושמירת קשר.

שיווק רשתי הוא שונה מעסקים אחרים. בפלטפורמה הזו, אתם משווקים את עצמכם כיחידים בנוסף לקידום העסק שלכם. אבל בשם המקצועיות, זה יהיה רעיון טוב אם תעשו הפרדה בין הפרופיל האישי לעסקי שלכם. כדי להימנע ממצב שפייסבוק מוחקים את החשבון שלכם בגין שימוש לא הגון, אנו ממליצים בתוקף לפתוח עמוד עסק משלכם.

500,000 משתמשים חדשים מצטרפים לפייסבוק בכל יום.



500,000
משתמשים
חדשים מצטרפים
לפייסבוק בכל יום.



האשטגים מובילים ב-Forever:

#TheAloeVeraCompany

#ForeverProud

#LookBetterFeelBetter

#HowDoYouAloe

#forevergrateful

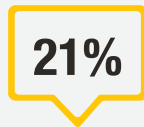
Forever_אתכם#

האשטגים נוספים:

אינסטגרם מיליארד משתמשים

מה זה? אינסטגרם הוא בעיקר אפליקציה חברתית של תמונות שמשתמשים בה כדי לשתף תמונות וסרטונים בקלות דרך הסמארטפון שלכם. היא שייכת עכשיו לפייסבוק ונותנת לכם לקדם את העסק שלכם בעזרת פרופילים ייחודיים ומודעות.

מי נמצא שם? אינסטגרם היא אחת מהאפליקציות עם הצמיחה המהירה ביותר. היא פופולרית בעיקר בקרב משתמשים צעירים יותר.



משתמשי האינטרנט מעל גיל 65 משתמשים באינסטגרם



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 30-49 משתמשים באינסטגרם



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 18-29 משתמשים באינסטגרם

דרך השימוש: הדרך הטובה ביותר ליצירת קשרים באינסטגרם היא לעקוב אחרי משתמשים ויצירת תיוגים ("האשטגים" - משפטים שמתחילים ב- #) שמתאימים למטרות העסק שלכם ולאסטרטגיה שלו. האשטגים הם תגים שמארגנים את התוכן וממיינים אותו לפי נושאים. הוספת תג האשטג לתוכן חזותי דינמי גורמת לו להופיע בתוצאות החיפוש בתוך האפליקציה. בעזרת חיפוש אחרי האשטגים רלוונטיים, אתם יכולים לגלות פרופילים חדשים וע"י תיוג הפוסטים שלכם באופן רלוונטי, ניתן יהיה לגלות גם את התכנים שלכם.

אפליקציית אינסטגרם היא הדרך הטובה ביותר להכיר בהישיגי הצוותים שלכם ולהציג לראווה את סגנון החיים שלכם, את הטיולים, את שגרת השימוש במוצרים. זכרו, אינסטגרם היא אפליקציית תמונות וסרטונים, וכחות מתאימה לתוכן כתוב. מוטב לא לכתוב מעל 125 תווים, כדי שניתן יהיה לראות את כל הכותרת בפיד.

השימוש בהאשטג: כשזה מגיע לבחירת התיוג הנכון לתוכן שלכם, חשבו מה עובד הכי טוב עם התוכן והמוצרים שאתם מקדמים. השתמשו ב-#TheAloeVeraCompany כשאתם מדברים על מוצרי האלו ורה שלנו או על הדרך שבה אנחנו מגדלים, קוצרים ומעבדים צמחי אלו ורה מהמטעים הישירים לנו. כשאתם מעלים פוסטים על שמירת משקל, השתמשו ב-#LookBetterFeelBetter. השתמשו ב-#ForeverProud כאשר אתם משתפים סיפורים על ההשפעה שהייתה ל-Forever Living על חיי אנשים ועל הדרך שבה החברה עזרה לעשות שינוי עם ForeverGiving.

אנשים משתמשים באינסטגרם 15 דקות ביום בממוצע.



לינקדאין 562 מיליון משתמשים

מה זה? לינקדאין (LinkedIn) היא הרשת החברתית הפופולרית ביותר ליצירת קשרים מקצועיים. היא זמינה במעל 20 שפות ונמצאת בשימוש גלובלי בקרב אנשי מקצוע בתעשיות רבות. היא מהווה פלטפורמה אידאלית ליצירת קשרים עם שותפים עסקיים אפשריים ולגיוס. לינקדאין מאפשרת למשתמשים להצטרף לקבוצות, לפרסם עדכונים ולדווח על שינויים או אבני דרך בקריירה. לינקדאין היא כלי לקורות חיים דיגיטליים ויצירת קשרים. אנשי מקצוע מתחת לגיל 50 מהווים את רוב בסיס המשתמשים בה, ורבים מהם מתמידים לתור בה אחרי הזדמנויות ולחפש בה רשת של קשרים.

דרך השימוש: כלי פרסום התוכן בלינקדאין מאפשר למשתמשים לשתף תוכן רלוונטי כמו מאמרי חדשות, בלוגים, תמונות, סרטונים ועוד. השימוש הטוב ביותר בה הוא עדכון המקושרים (הגרסה של לינקדאין ל"חברים") כאשר מוצרים חדשים יוצאים לשוק, כשחל שינוי בהיסטוריית העבודה שלכם, כשאתם משיגים יעד נוסף או תמריץ או נושאים אחרים הקשורים בעסק. חשבו על לינקדאין כעל דרך לשמור על מעורבות המעגל המקצועי שלכם. כדי ליצור רשת קשרים מיטבית בעזרת כלי זה, הצטרפו לקבוצות של אנשי מקצוע שצורת החשיבה שלהם דומה לשלכם, או הקימו קבוצה משלכם. הזמינו חברי צוות קיימים או פוטנציאליים להצטרף, כדי שתוכלו לדון בהזדמנויות העסקיות והשאירו את כולם מעורבים וממוקדים במטרות שלהם.

מי נמצא שם? אנשי מקצוע צעירים הם עיקר המשתמשים בלינקדאין, אבל השימוש בה נפוץ ביותר בקרב משתמשים בעלי הכנסה שנתית של מעל 75,000 דולרים.

75% מהאנשים שהחליפו מקום עבודה לאחרונה, השתמשו בלינקדאין כדי לעזור להם לבחור הזדמנויות חדשות.

בחירת הרשת החברתית המתאימה צריכה להיות מבוססת על סוג התוכן שאתם יכולים לשתף בתכיפות הגבוהה ביותר- סרטונים, תמונות, לינקים וטקסטים, ועל האנשים אליהם אתם רוצים להגיע. אנו ממליצים לבחור רק אחת עד שלוש אפליקציות שבהן תוכל להיות לכם הפעילות הרבה ביותר בכל זמן נתון. גלו במה אתם הכי טובים והתמקדו ברשתות האלה כדי להפיק את המירב מהקשרים שלכם.

פינטרסט מיליארד משתמשים

מה זה? פינטרסט היא פלטפורמת רשת חברתית דמוית לוח מודעות לשיתוף תמונות וסימניות. אנשים משתמשים באפליקציה הזו כדי לשמור רעיונות חזותיים או כדי לקבל השראה לתכנון טיולים, פרויקטים לבית או משימות "עשה זאת בעצמך". כל פוסט נקרא "סיכה" (Pin) והם מאורגנים בפרופיל שלכם בתוך "לוחות" (Boards). כל לוח יכול להיות בנושא אחר ויש לסדר אותם באופן שיקל על המשתמשים לעיין בהם בקלות.

מי נמצא שם? רוב המשתמשים בפינטרסט הן נשים, אבל שיעור הגברים המשתמשים עולה במהירות, 40% מהמנטרפים החדשים הם גברים.**

28%

משתמשי האינטרנט מעל גיל 65 משתמשים בפינטרסט

34%

משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 30-49 משתמשים בפינטרסט

36%

משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 18-29 משתמשים בפינטרסט

דרך השימוש: מידע ומקור השראה חזותי הוא המפתח לבניית תוכן נפלא לפינטרסט. אפשר פשוט להצמיד תמונות מאתרים אחרים בעזרת הדבקת לינקים ישירות לאתר, או לפתח תוכן משלכם שאתם יכולים להעלות לאתר שלכם ואז לפרסם לינק אליו. סיכות בעלות הביצועים הטובים ביותר הן תמונות מידע או הסברים על דרכי ביצוע, מהם המשתמשים יכולים ללמוד פשוט מצפייה או שנותנות למשתמשים קישור לצפייה במאמר ארוך יותר או בסרטון. השתמשו בכותרות חכמות ופרסמו עותקים כדי למשוך משתמשים ללחוץ על המודעה ולשתף את הפוסט שלכם.

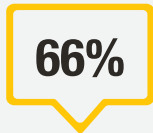
ודאו שאתם ממירים את החשבון שלכם לחשבון עסקי לאחר הרישום הראשוני. זה לא רק יאפשר לכם לקדם את האתר שלכם ולפתח מודעות פרסומיות, אלא יתן לכם גם תובנות רבות יותר בקשר לביצועי התכנים שלכם.

80% מבני דור המילניום אומרים שפינטרסט עוזר להם למצוא דברים שהם רוצים לקנות.

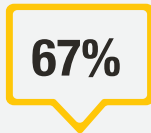
יוטיוב 1.5 מיליארד משתמשים

מה זה? יוטיוב (YouTube) הוא אתר שיתוף הווידאו הגדול ביותר בעולם. משתמשים יכולים להעלות תכנים המאפשרים לאחרים להגיב, לצפות ולשתף ישירות מהאתר עצמו. עסקים יכולים גם ליצור מודעות פרסומיות כדי לקדם ולשווק את השירותים שלהם ואת המוצרים שלהם. כמו כן אנשים החלו פונים ליוטיוב ככלי חיפוש והפכו אותו לאחד ממנועי החיפוש המצליחים ביותר באינטרנט. אפשר למצוא תכנים מכל מיני סוגים ביוטיוב, מקליפים של מוזיקה ועד סרטוני הדרכה.

מי נמצא שם? כיום אנשים נוהרים לתכנים המוזרמים כווידאו מהאינטרנט. יוטיוב מגיעה ליותר אנשים בגילאי 18-49 בארה"ב מכל רשת טלוויזיה בכבלים במדינה.**



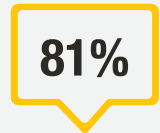
משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 45-54 משתמשים ביוטיוב



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 35-44 משתמשים ביוטיוב



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 25-34 משתמשים ביוטיוב



משתמשי האינטרנט בטווח הגילאים 18-29 משתמשים ביוטיוב

דרך השימוש: המשתמש הממוצע צופה ביוטיוב 40 דקות ביום. זה מוכיח שאנשים רוצים לצפות בתכנים שלכם. האנשים המשפיעים ביותר ביוטיוב יוצרים תכנים שמדריכים את הצופים איך לעשות משהו או מלמדים אותם משהו חדש. חשבו על הפעמים בהם לא ידעתם איך משהו עובד- מה קל יותר להבין, סרטון הדרכה או הסבר כתוב? תכנים בווידאו הם הדרך הטובה ביותר להגיע אל הלקוחות הקיימים או האפשריים שלכם כדי להדריך אותם או להסביר להם משהו שעלול להיות מבלבל או קשה למעקב. התחילו בכך שאתם יוצרים ערוץ משלכם ותנו לו שם ויעוד. אולי אתם מעוניינים לספק הסברים על המוצרים או להראות ללקוחות וחברי צוות פוטנציאליים איך לערוך מפגש "אחד על אחד" או השקת מוצר. צלמו את הווידאו שלכם באיכות גבוהה כגון 4k או HD ומקמו את המצלמה על חצובה עבור תמונה יציבה. בנו לכם קהל עוקבים ע"י שיתוף הסרטונים האלה על פלטפורמות אחרות והזמנת חברים לעקוב אחרי ערוץ היוטיוב שלכם.

המשתמש הממוצע ביוטיוב צופה כ-40 דקות של תוכן ביום.**

*הנתונים הסטטיסטיים הם מאתר 2019 Brandwatch.com, "סטטיסטיקה מדיה וטקסט" ועבודות מדיה וטקסט על המדיה החברתית" (Amazing Social Media Statistics and Facts) **הנתונים הסטטיסטיים הם מאתר 2018 - Spreadpast.com, "המדריך לקהלים ברשתות החברתיות" (Social Audience Guide)

יצירת תכנים

בנו תוכנית ליצירת תכנים אחת לשבוע או אחת לחודש לכל אחד מהערוצים החברתיים, כדי שתוכלו להתמקד יותר ביצירת קשרים בכל יום ופחות בחיפוש רעיונות בקשר לפוסטים. זה יוביל אתכם לתוכן טוב ומלוכד יותר ולתוצאות טובות יותר לעסק שלכם. שבו בכל יום ראשון ודמיינו מפה ויזואלית של הפוסטים שאתם רוצים להעלות. השתמשו באפליקציות דוגמת Hootsuite או Buffer App כדי ליצור לוח זמנים לפוסטים שלכם. זה ישחרר לכם זמן במהלך השבוע כדי לכתוב תגובות ולתקשר אונליין עם רשת הקשרים שלכם. פיתוח איזון טוב בפוסטים שלכם הוא חשוב כדי לוודא שאתם מכסים את כל מה שאתם רוצים שאנשים ידעו על העסק שלכם מבלי להציף אותם או להרחיק אותם מכם. בתור בעלי עסקים ב-Forever, יש כמה תחומים שבהם תרצו להתמקד בשיתופם- המוצרים, ההזדמנות העסקית וסגנון החיים שלכם.

זכרו שאתם מותג בפני עצמו. אנשים קונים מוצרים מכם ומצטרפים לעסק שלכם. ודאו שאתם זוכרים את זה כשאתם עובדים על יצירת הקשרים שלכם ויוצרים נוכחות חברתית חזקה.

יצירת תוכן ויזואלי

בעת יצירת התכנים לרשת החברתית הבנויים סביב תמונה או סרטון, הנה כמה מהדברים שהכי טוב שתשימו לב אליהם:

איכות // רצוי שתמונות וסרטונים יהיו ברורים ככל האפשר, הימנעו מפוסטים מטושטשים ובעלי רזולוציה נמוכה. שימו לב לתאורה ולבהירות. התמונה שלכם צריכה להיות חדה ככל האפשר.

קומפוזיציה // מה נקודת המיקוד העיקרית בתמונה שלכם? ודאו שתוכן התמונה שלכם ברור ומאורגן בקפידה.

גוון // השתמשו בצבעים שמחמיאים למוצרים שאתם מציגים. כמו כן, אם אתם משתמשים בגוון אלו גולד בתמונה, אל תאפילו עליו עם הרבה צבעים בהירים אחרים. השאירו את הצבעים האחרים במראה טבעי יותר כדי שצבע האלו גולד יתבלט.

תאורה // ודאו תמיד שהתמונות מצולמות באזור מואר טבעי רב. זה עוזר לתמונה להיראות ברורה יותר ומקל על הצפייה בה בפיד החדשות של המדיה החברתית.

הקשר // חשבו על הסיבה שבגללה אתם מעלים פוסט. אם נדמה שהתמונה לא מתאימה למותג שלכם או שאף אחד לא יבין למה אתם מעלים אותה, אז יכול להיות שכדאי לחשוב על זה שוב. וודאו שלכל תמונה או סרטון יש משמעות ושהקשר שלה ברור למשתמש בצד השני.

58% מהצרכנים מעדיפים תוכן ויזואלי לפני הכל, כאשר ההעדפה העיקרית שלהם היא גרפיקה, תמונות וסרטונים מופקים.*

לפניכם דוגמה לדרך שבה אתם יכולים ליצור תערובת נכונה של תכנים שנשארת נאמנה למי שאתם ועוזרת לכם לבנות עסק חזק ויציב.

20% סגנון חיים

תכנים על סגנון החיים צריכים להתמקד בערכים שלכם וההתנהלות היומיומית שלכם. יש לכם את החופש להישאר בבית עם הילדים שלכם בזכות העסק? העלו פוסט פעם בשבוע על משהו כיפי שיוצא לכם לעשות איתם בזכות החופש הזה. יש לכם עודף כסף לבזבזים? שתפו תוכניות עתידיות לחופשה שאתם מתכננים או חוויה שלא הייתם יכולים להרשות לעצמכם בלעדיו.



20% מוצרים

שיתוף מידע על המוצרים הוא לב העסק שלכם. הזמינו אנשים ללמוד על המוצרים שאתם אוהבים. דברו בנימה אישית וודאו שאתם לא מרחיקים מכם את הקהל שלכם בגלל נסיונות מכירה לעתים קרובות מדי. כשאתם מעלים פוסט, שתפו את החוויות שלכם מהמוצרים, זה עדיף על נסיונות אגרסיביים מדי למכור את יתרונות המוצר לקהל הלקוחות שלכם.



20% עסק

העסק שלכם ב-Forever נותן לכם אפשרות לעבוד מכל מקום ולבנות אותו בקצב שלכם. שתפו את הייחודיות של העסק שלכם ואת ההזדמנות של Forever עם העוקבים שלכם. אתם יכולים לבחור להעלות פוסט אחד לשבוע על כך שאתם מחתימים חבר צוות חדש או שאתם עובדים בנוחות מהבית שלכם. הראו (אל תספרו) לקהל שלכם איך העסק שלכם מעניין ומתגמל ועודדו אותם לגלות פרטים נוספים.



20% הכרה

הצוות שלכם ב-Forever הוא מעגל של אנשים שלא צריכים להיות רק התמיכה שלכם מחוץ לרשת, אלא גם את התמיכה שלכם אונליין. חגגו את ההישגים אלה של אלה והראו לעולם איך בניתם צוות שמעריך את העבודה הקשה של חבריו. צריך לכוון את החלק הזה באסטרטגיה שלכם כדי להראות לאנשים שאתם תומכים באחרים ושהעסק שלכם עוזר לכם ולסובבים אתכם להשיג את היעדים שלכם.



20% מעורבות

חשוב על החלק בתוכנית התכנים שלכם הזה כעל נושא בשם "ללמוד להכיר אותי". הפרופילים החברתיים שלכם הם לא לוח מודעות שבו אתם מעלים פוסטים חד-כיווניים, אלא קהילה שבה אנשים מרגישים שהם יכולים לתקשר אתכם וללמוד מכם. ודאו שאתם תמיד נותנים לעוקבים שלכם, מלמדים אותם או מציעים להם משהו שיגרום להם לחזור. יצירת מעורבות עם הקהל שלכם היא המפתח לשמירת העניין שלהם בכם. העלו פעם בשבוע לפחות פוסט עם שאלה שמזמינה את העוקבים אחריכם לקחת חלק בדיון כלשהו. זה יכול להצית שיחה שיכולה להוביל להזדמנות לשתף מידע על המוצרים או להזמין אנשים לבחון את ההזדמנות.



עקבו אחרינו ברשת החברתית

גלו את מוצרי Forever ברשתות החברתיות! אנחנו רוצים לחבר ביניכם ולהמשיך לעדכן אתכם במידע הקשור לעסק שלכם ובמידע על המוצרים.



עקבו אחר דף הפייסבוק שלנו Forever Living Products Israel

facebook.com/ForeverIsraelHQ



קבלו תוכן והדרכות בלעדיות בקבוצת הפייסבוק הישראלית: קבוצת בעלי העסקים של Forever ישראל

facebook.com/groups/ForeverBusinessHQ



עקבו אחר דף הפייסבוק הבינ"ל forever living products international

facebook.com/foreverglobalhq



עקבו אחר דף הפייסבוק העסקי הבינ"ל Forever Living Products - The Business

facebook.com/ForeverGlobalHQBusiness



עקבו אחרינו באינסטגרם foreverisraelhq

www.instagram.com/foreverisraelhq



עקבו אחר עמוד האינסטגרם הבינ"ל foreverglobalhq

instagram.com/foreverglobalhq



עקבו אחר עמוד האינסטגרם העסקי הבינ"ל foreverglobalhqbusiness

instagram.com/foreverglobalhqbusiness



קבלו השראה מעמוד הפינטרסט הבינ"ל foreverglobalhq

www.pinterest.com/foreverglobalhq



+ הרשמו באתר הבית שלנו flpil.com ועקבו אחר עדכונים בעמוד הכניסה למשווקים
+ הצטרפו לרשימת התפוצה שבדף הבית וקבלו דיוור באימייל

יצירת נוכחות ברשת

אחד מהיתרונות של היותכם בעלי עסקים ב-Forever הוא שאתם יכולים להתחיל ברגע שאתם מוכנים! בעמודי המדיה החברתית שלנו תוכלו למצוא את כל מה שנחוץ לכם כדי לקדם את עצמיכם, ואתם מוזמנים להתחיל לשתף את הפוסטים שיצרנו למענכם על המוצרים של Forever ועל ההזדמנויות של Forever כבר עכשיו.

מסכת אלו ביו צלולוז

FOREVER®
#targetedskincare

- הושטת עור רך, נעים, בוקר וצהר
- נלחמת בסמני תביל
- מרגיע את העור
- מפחית או מוסחת

like comment share

ALOE VERA GELLY

מרגיע.
משכך.
מצנן.

1.8 ml
Aloe Vera
FOREVER®

The Aloe Vera Company

like comment share

FOREVER®

like comment share

זה העסק שלך, ואנחנו איתך

כבעל עסק ב-Forever אתה אף פעם לא לבד

אתה יכול לצאת לדרך עם העסק שלך ב-Forever בדיעה שעומדת לרשותך רשת תמיכה בינלאומית בעלת ניסיון של עשרות שנים בעזרה לאחרים להראות טוב יותר, להרגיש טוב יותר ולהשיג את יעדיהם.

FOREVER®

like comment share

המדריך לשיווק דיגיטלי

FOREVER BACK TO BASIC GO PRO

👍❤️👎

like comment share

FOREVER BRIGHT

מיליוני אנשים ברחבי העולם ובישראל לא טועים ומשתמשים בג'ל לצחצוח שיניים – פוראור ברייט

👍❤️👎

like comment share

אמון בא מה שצריך

👍❤️👎

like comment share

לצמוח עם Forever

רוצה להקים עסק שמתאים לצרכים שלך?

👍❤️👎

like comment share

מאן סקרן

הסקרן: האלו סקראן קריין

The Aloe Vera Company

👍❤️👎

like comment share

עולם סקרן

👍❤️👎

like comment share

Forever Kids

- תוסף במתיחה ובהתפתחות בריאה
- ויטמינים, מינרלים וחומרים מזינים חיוניים
- לתמיכה במערכת חיסונית חזקה
- ללא תוספת סוכר, טעמים מלאכותיים, חומרים משמרים או צבעים מלאכותיים
- אינו כולל גלוקן
- לא רק לילדים

👍❤️👎

like comment share

אבות הספר עם Forever

👍❤️👎

like comment share

אתם יוצרים קהילה.

👍❤️👎

like comment share

אנחנו החברה הגדולה ביותר בעולם לגידול וייצור של אלו ורה ומוצרי אלו ורה.
מוצרי האלו ורה שלנו היו הראשונים לקבל את חותם האישור של המועצה המדעית הבין-לאומית
לאלו ורה עבור התכולה והטוהר של האלו.
רבים מהמוצרים מציגים גם חותם אישור כשרות וחלאל.
Forever לא מנסה את מוצריה על בעלי חיים.

לקבלת מידע נוסף:

FBO:

**The
Aloe Vera
Company**


FOREVER®