**ONLINE MARKETING STATEGY FOR JAZZYBERLIN**

**מטרות**

* להגדיל טארפיק – תנועה לאתר
* ליצור פלטפורמת מידע ייחודית
* לחזק בראנד
* לתרגם אתר לגרמנית ולצור בוז תקשורתי בגרמניה
* למשוך פרסום בתשלום
* להתפתח בתחום של אי-קומרס – לפתח מכירה כרטיסים של אירועי ג'אז וגאדג'טים אחרים

**תכנית פעולה**

* מחקר

עיסוף מידע וגיבוש אסטרטרגה לקהל יעד- ג'אז, סווינג, קברט

פורומים, אתרים, בלוגים – איפה הקהל שלנו נמצא

מה הקהל רוצה ומתי

מחקר על מתחרים

* Website

ניתוח של גוגל אנליטיקס ומסכנות

עריכת האתר מ2 נקודות – עיצוב ותוכן

עיצוב סדר תוכן – חלוקת ספייס - לניצול ושימוש יותר נוח ויותר נכון מבחינת הגולש

סידור של פונטים – גודל ושימוש

לוגו – קוים מנחים לברנד

לינקים – פונקציונליות וניתוח פופולריות אצל גולשים

תוכן – תיקון של שגיאות כתיב באנגלית

 האם הכלי הזה יותר שימושי וזולWordpress מעבר ל –

הגדרת דפי נחיתה וקריאה לפעולה

ערך מוסף לאתר – כתבות וסקירות של אירועי ג'אז בברלין -RSS

* SEO

ניתוח של האתר לפי הנחיות של חיפוש אורגני– תיקונים של קוד, טאגים ומילות מפתח

החלפת ופיזור לינקים עם אתרים אחרים

כתביה מאמרים עם מילות מפתח וקישורים לדפי אתר ופיזורם ברשת

* The word of mouth

ניתוח מצב בקיים והוספה – בניית אסטרטגיה נכונה – מתי ואיך אני מוסיף פוסטים רשתות חבריות – TWITTER, LINKEDIN,GOOGLE, YOUTUBE, PINTEREST, TUMBLR, REDDIT, XING, STUMBLEUPON, DELICIOUS, VIMEO

 לצור קשר עם אתרים חשובים בתחום ולהופיע אצלםPRESS RELEASES

פרסום בבלוגים של הנישה של ז'אז ומוזיקה וטיפים לאטרקציות

פרסום בפורומים על מוזיקה, אטרקציות, טיפים, ג'אז

כתיבה של אי-בוק על אירועים וג'אז, ההיסטוריה של ג'ז בברלין

* DISPLAY MARKETING

בדיקה של גוגל אדסנס

בדיקה של בניה בנרים, מסר ופיזור ברשת, דפי נחיתה, קריאה לפעולה

איזה בנרים של אחרים אני מוכן לשים אצלי בדף

בניה של תכנית מכירות – מה אני רוצה להשקיע ומה המחיר לפרסם אצלי

* AFFILIATE MARKETIG

תכניות שיתופיות –

מי רוצה לפרסם אותי – ריוויוס, בברים, לינקים ומה יש לי להציע לו

מי רוצה להתפרסם אצלי ומה אני אציע לו

* EMAIL MARKETING

הגדרת מטרה

הגדרת עליות

איך אני אוסף עוד מיילים

עיצוב ותמונות של המיילרס שלי – לוגו, קישור למידה חברתית,

 טסטים של מיילרים – הנחיות נכונות לאימייל מרקטימג – GOOD PRACTISES

אסטרטגיה – באיזה תדירות ואיזה מסר אני אשלח – בהתחלה מידע ואחרי זה מכירות - ואיזה תמיכה אני אתן

* SEM

Google adwords

Facebook ads