

- 2 חלק א.
- 2 סיפור שיווקי של החברה
- 2 נתונים על החברה: זר פור י'
- 3 חלק ב.
- 3 PAID MEDIA
- 7 OWNED- content

חלק א

סיפור שיווקי של החברה

הסיפור השיווקי של החברה מתאר את החברה בתור כזו אשר מאפשרת להעניק אפשרויות מתנה והבעת חיבה למי שחשוב ללקוח. ניתן לבחור את זר הפרחים לפי הטעם האישי או לבחור ממגוון זרים שעוצבו עוד קודם לכן. כמו כן ניתן לשלב את מתנת הפרחים יחד עם מארזי שוקולד ויין, חבילות פינוק וספא ומתנות אחרות שיכולות להביע חיבה ואהבה עבור בני האדם הקרובים ללקוח.

הסיפור השיווקי מתאר את החנות בתור כזו אשר מאפשרת לחגוג את הרגעים המאושרים שרוצים להנציח ולתעד, כאשר המתנה מאפשרת לאדם להצטייר בצורה טובה אל מול אלו שהוא רוצה להעניק להם מתנות. תיאור השיווק באתר של החברה בחר את המילים הבאות כדי לתאר את הסיפור השיווקי:

מניפת הקולקציות המגוונות שלנו מרכזת מוצרי בוטיק החל מזרים וסידורים שנשזרים בקפידה ודיוק רב, עציצים וצמחים באיכות הגבוהה ביותר, סחלבים מפוארים שמיובאים מהולנד, ינות בוטיק מהטובים שיש, שוקולד איכותי של MAX BRENNER מארזי סבון וספא מבית המותג SABON וחבילות לידה מפנקות מבית המותג מיננה, שמני זית מבית המותג Jerusalem Olive Oil ומשק פתורה בטעמים מנצחים שקצרו פרסים רבים בתחרויות בינלאומיות, חנות יין - Wine by ZER4U - בה ניתן למצוא קולקציית ינות ייחודית מיקבי בוטיק ישראליים מהטובים שיש אשר עומדת בראשה ייננית הבית שלנו עירית

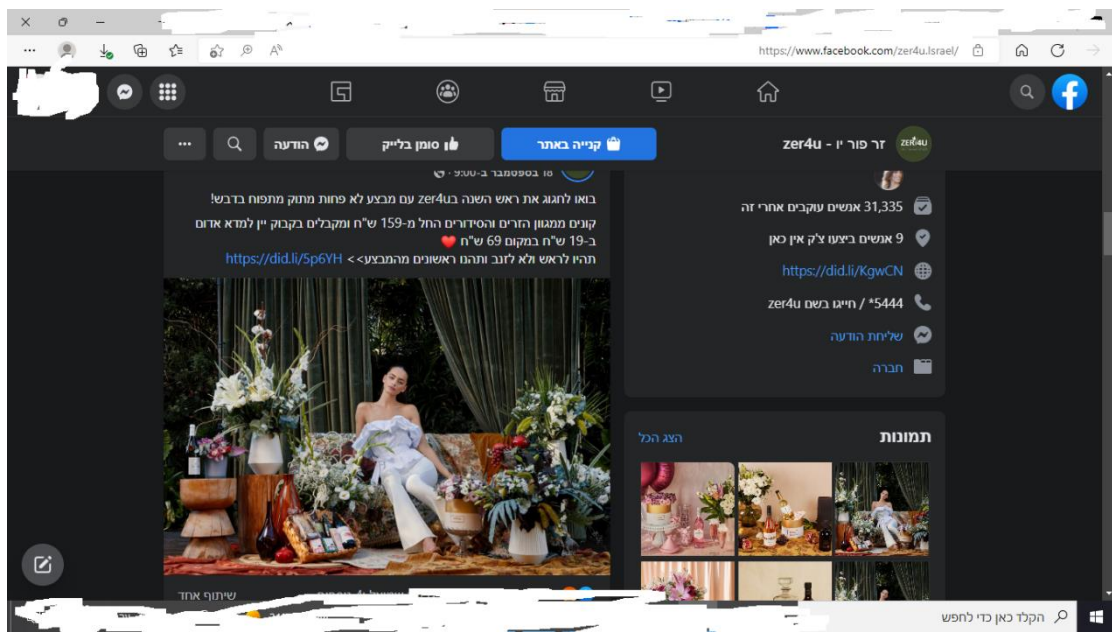
נתונים על החברה: זר פור יו

חברת זר פור יו היא רשת חנויות פרחים ומתנות שנחשבת לחנות מצליחה מאוד בשוק זה בישראל. הרשת מוכרת מוצרים רבים לצד הפרחים, כמו יין, שוקולד, מתנות לילדות, שמן זית, סחלב ועציצים. זאת כדי למתג את עצמה בתור חברה אשר יכולה למכור מוצרים כמתנה ולא רק חברה פרחים) עליה מעיד השם של החברה). החברה גם מפעילה חנות מקוונת אשר דרכה ניתן להזמין מתנות ישירות עבור החברים של הלקוחות או מי שהם רוצים להיטיב עמם. החברה ממוקמת בדירוגים הראשונים של חיפוש גוגל והיא מוכרת בשוק הישראלי בתור אחת חברות הפרחים המפורסמות במדינה.

PAID MEDIA

מימון פוסטים בפייסבוק

לחברה יש דף פייסבוק רשמי. דף זה מכיל 31 אלף לייקים ומפרסם כחמישה פוסטים מידי שבוע. סניפים מקומיים מחזיקים גם הם דפים נוספים בפייסבוק אשר קשורים לסניף שלהם. הפוסטים ממומנים וזוכים למספר לייקים קטן מאוד של עד עשרה לייקים (נבדקו כעשרים פוסטים אשר לא עלו על 10 לייקים למודעה).



המסקנות הם כי הפרסום ברשת הפייסבוק אינו יעיל. המודעות והפרסומות חוזרות על עצמן ובדרך כלל רק מראות תמונות של פרחים באופן חוזר ולא מצליחות לגייס מעבר למספר לייקים בודדים בלבד. על החברה להגדיל את מספר העוקבים ולנסות למשוך את העוקבים להגיב על התכנים שהם מעלים בצורה רבה יותר. זאת על ידי הפצת סרטונים שיכולים לעורר את העוקבים בצורה רבה יותר.

מימון פרסומות ביוטיוב

בדיקה של פרסומות ברשת היוטיוב הראתה מספר קטן של פרסומות. הפרסומת העיקרית הייתה צילום של 30 שניות של זרי פרחים שונים והזמנה לבצע הזמנת מתנות.