

## סיליבוס קורס

### פרק 1 – מבוא וצעדים ראשונים

# לפני שמתחילים- מיינד סט, תאום ציפיות, למי זה מתאים, מה הצרכים, הגדרת יעדים ותוכנית פעולה.

# התארגנות ראשונית- פתיחת תקייה במחשב לריכוז החומר, הצטרפות לקבוצת הפייסבוק, אירגון סביבת העבודה

# מודלים עסקיים למכירה באמזון- דרוף שיפינג, ארביטראג פרייבט לייבל, יתרונות וחסרונות של כל אחד.

# מבט כללי על התהליך- מבט ממעוף הציפור על התהליך אותו עתידים לעבור המוכרים: פתיחת חשבון, בחירת מוצר, מציאת ספק, שילוח לאמזון, קידום מוצר, פעולות מתקדמות.

# אמזון- הרעיון הכללי, קטגוריות פתוחות וסגורות, מונחי יסוד והסברי מונחים בסיסים : אמזון, FBA, ליסטינג, חיפוש באמזון, מילות חיפוש, BSR, prime, buy box, promotion, פירסום ממומן, פרופיל מוכר, מצב החשבון, חוות דעת, פידבק, החזר

# Seller centra- הסבר כללי ומה נצטרך על מנת לפתוח חשבון,

# סוגי חשבונות, יתרונות וחסרונות.

# חשבון בנק אמריקאי- אפשרויות, יתרונות וחסרונות (פיוניר world first, covarcy)

# תמיכה ועזרה- הסבר על אמצעי התמיכה והעזרה של אמזון

# תמיכה ועזרה של צוות הקורס- נהלי תמיכה ועזרה לתלמידים..

### פרק 2 – מתחילים להתקדם

- ❖ פתיחת חשבון באמזון וחיבורו ל פיוניר
- ❖ רעיון הפרייבט לייבל- מה המשמעות, מה היתרונות, מה חשוב לדעת ולעשות.
- ❖ אמזון מנקודת מבטו של הקונה- איך הקונה רואה אותנו המוכרים, מה לחשוב להבין ולדעת, נבין טוב יותר נהיה מוכרים טובים יותר.
- ❖ עמלות ועלויות באמזון- סוגי העמלות ושיטות החישוב, חישוב ריווחיות, קבלת הערכה ראשונית לכדאיות המוצר.
- ❖ בחירת מוצרים נכונה- הרעיון הכללי
- ❖ בחירת מוצרים נכונה- טכניקות, שיטות לבחירת מוצר נכונה. ( best seller, תתי קטגוריות, מעקב אחרי מוכר, קבוצות ריוויז ועוד )
- ❖ ניתוח מוצר-קריטריונים לבחירת מוצר מנצח, איך נעשה התהליך ומה הקריטריונים שאנו מחפשים בכל מוצר שנרצה למכור.
- ❖ תרגול ניתוח המוצרים בעזרת כלים שונים.



## פרק 3- מיתוג המוצר ובידול עיסקי

שם מותג, החשיבות שבבחירת שם מותג והאפשרויות השונות.

קבלת רעיונות לשם המותג

יצירת לוגו למותג

בדיקת זמינות שם המותג ורישום זכויות  
הבידול העיסקי- המשמעות והערך שביצירת בידול עיסקי.

שיטות והבדלים לבידול עיסקי:

המוצר

יצירת סט עם מוצר משלים

המארז- אופציות לעיצוב ובחירת מארז  
עיצוב מארז אישי- נקודות למחשבה

דוגמאות למארזים מדליקים ויחודיים

המלצות/ראיון עם גרפיקאי (אופציה)

2 השאלות החשובות שעליכם לשאול את עצמכם בהקשר למיתוג ובידול.

שילוב מוצר/ים נוספים כסט- מה כדאי להוסיף ואיך לעשות את זה נכון

הכנת אינסרט פירסומי אשר ישלח בתוך אריזת המוצר שלנו

יצירת מדריך/מתנה חגיגית כתמריץ להתחלת יצירת רשימת תפוצה



## פרק 4 – ספקים...ספקים

קשר והתנהלות עם ספקים- נקודות ודגשים

עליבבה- הסבר כללי על האתר, הספקים והצורה המועדפת להתנהלות באתר.

בחירת ספקים בעליבבה- הדרך הנכונה והיעילה לעשות זאת.

הקשר הראשון שלנו עם הספק- תבנית הפניה הראשונה לספקים, מה חשוב לשאול, מה חשוב לדעת כבר במהלך הקשר הראשוני.

תנאי תשלום, צורות תשלום, הסכמים ודרכי התנהלות מול הספקים.

הבטחת הכסף שלנו- אפשרויות התקשרות מאובטחות עם הספקים ( trade

assurance,secure payment

בדיקות איכות למוצר- אלטרנטיבות, בדיקה בסין, בדיקה בארצות הברית -מה חשוב לדעת, מה חשוב לדרוש, עלויות וספקי שרותים.

יצירת מדבקות מוצר ומדבקות משלוח

משלוח הסחורה- מושגים, עלויות ותכנון.

דף סיכום - cheat sheet, המסכם את כל מה שחשוב לדעת בהתנהלות מול הפסק.

## פרק 5- שילוח בינלאומי

מושגים ומנחים בשילוח בינלאומי

דברים שחשוב לדעת לפני בחירת המשלח

טיפים וטריקים לחסכון בעלויות השילוח

פיצול משלוחים ע"י אמזון – הסבר ופתרונות

הזמנת איש שולח לזובינר-הרצאה



## פרק 6 – כח-המילים- בניית דף המוצר שלנו והעלתו לאמזון

יצירת דף המוצר שלנו, החלקים השונים של דף המוצר ומשמעות כל חלק.

יצירת החלקים השונים בדף המוצר- כותרת, בולטס פוינט, תאור מוצר, מה חשוב לכתוב בכל חלק ואיך לעשות את זה נכון.

כתיבת הכותרת

בולטס פוינט

תאור המוצר

תמונות המוצר- חשיבות התמונות, טכניקות ורעיונות בהקשר לתמונות המוצר, שימוש בשמות התמונות המילות המפתח הרלוונטיות.

category design- דף המוצר עפ"י קטגוריות, דגשים והבדלים.

חקר מילות מפתח- איך לעשות חקר מילות מפתח בצורה נכונה ויעילה ואיך להבטיח שלמוצר שלנו יש ביקוש. כלים למציאת מילות מפתח ומעקב מתחרים. שילוב נכון של מילות מפתח בדף המוצר כך שנתבלט מעל המתחרים.

העלאת ואריאציות מוצר- עקרונות, יתרונות, דרך פעולה ויצירת דף למוצר עם ואריאציות.

## פרק 7 -הכנות לקראת הגעת המוצרים לאמזון

התחברות למערכת דיוור ותזמון מסרים

brand registry- חשיבות, דרישות והכנה להגשת בקשה

רכישת דומיין ושרות איחסון, בניית אתר/דף נחיתה,

התחברות לשרות פידבקים מהקונים- מערכת אוטומטית לשליחת מסרים מתוזמנים לאחר

הקניה לצורך הגברת כמות הרייז

בניית דף עיסקי בפייסבוק



## פרק 8 - הכנות לקראת השקת המוצר

קביעת תוכנית ההשקה

הצטרפות לקבוצות ריוויז ושרותי ריוויז

יצירת קופונים הנחה חד פעמיים

הכנת תכנים מתוזמנים לשליחה לקונים (אופציה) באוטו רספונדר

הצטרפות למערכת מעקב ובקרה amz tracker וכדומה על מנת לבצע מעקב אחרי הנתונים והתוצאות.

## פרק 9 - השקת המוצר

קבלת הריוויז הראשונים-

הפעלת מערכת שליחת המיילים לקונים

הפעלת מערכת דף הנחיתה ולכידת הפרטים

הכנה ליצירת קמפיין פירסום ראשון במערכת הפירסום של אמזון

## פרק 10 - טיפול בהחזרות ובפידבק שלילי

איך לטפל בהחזרות ובתלונות

ביטול פידבקים שליליים

## פרק 11 - מערכת הפירסום של אמזון

הכרת מערכת הפירסום של אמזון- הרעיון הכללי, הבדלים ומטרות של קמפיין אוטומטי לעומת קמפיין ידני.

הסבר מושגים ומונחים חשובים בקמפיין ממומן, רלוונטיות, בידיים, הצגת מודעות למילות מפתח שבדף המוצר.

יצירת קמפיין פירסומי ראשון באמזון- קמפיין ראשון הלכה למעשה.

ניתוח קמפיין ממומן ואופטימיזציה שלו- איך לבחון את התוצאות ולשפר אותן.



## פרק 12-הערכה, בקרה ושיפור (אופטימציה)

אופטימציה של דף המכירה- תכנים, תמונות, מילות מפתח, קביעת שינוי, מדידתו לאורך זמן והסקת מסקנות.

אופטימציה של הקמפיין הפירסומי, ניתוח תוצאות ופרמטרים, סינון מילות המפתח, שינויי תקציב והתאמות המילים וקביעת מילות מפתח חדשות ומילות מפתח שליליות.

הבנה של הדוחות הבסיסים לצורך שיפור התוצאות.

בעיות נפוצות בקמפיינים ופיתרוןם- דף זרימה המתאר את הבעיות השונות ואת הפתרונות האפשריים לבעיה.

קריאת דוחות פירסום

התאמות מילות מפתח שונות- משמעות, יתרונות וחסרונות

קביעת הבידים

מילים שליליות- כיצד למצוא אותם ואיך מכניסים מילים "מבזבזות כסף" כמילים שליליות. (כ exact)