



איך לעבוד עם פייסבוק למטפלים, יועצים ומאמנים

תהליך עבודה מומלץ להבאת פניות מפייסבוק
למטפלים, יועצים ומאמנים



יערה גראן-ברקן
פיתוח קריירה עסקית



פייסבוק לא עובד לי זה משפט שאני שומעת לעיתים קרובות

לכן החלטתי לכתוב מהם הדברים שמהניסיון שלי מאפשרים
למטפלים, מאמנים ויועצים לעבוד עם פייסבוק בצורה שמביאה
פניות ולקוחות חדשים.

המדריך מעודכן לאוקטובר 2018 וקיבצתי אליו את הנושאים הכי
חשובים לדעתי כדי ליצור עבודה שוטפת וטובה בפייסבוק.

מקווה שהמדריך הזה יעזור לכם ויקדם אתכם!

מוזמנים לכתוב כל שאלה או משוב ל yaarabarkan@gmail.com

קריאה נעימה ומועילה,

יערה

1. תבדקו שזה באמת ערוץ שמתאים לכם לשווק דרכו

זה ש"כולם" בפייסבוק לא אומר שאתם חייבים גם. פייסבוק הוא ערוץ שיווקי טוב למטפלים ויועצים, אבל אפילו יותר מתחומים אחרים נדרשות כאן עבודה עקבית, נכונות להשקיע זמן ולעיתים גם כסף ולהיות פעילים באופן קבוע.

- **האם פייסבוק הוא חלק מהיומיום שלכם?**
- **האם אתם משתפים או כותבים באופן קבוע?**
- **האם אתם לוקחים חלק פעיל בקבוצות?**
- **האם קל לכם טכנית להשתמש בפייסבוק?**
- **האם יש לכם זמן ורצון לייצר באופן קבוע תכנים?**

אם עניתם בחיוב לרוב השאלות, אז ממש שווה שתתחילו.

אם אתם ממש לא בעניין של פייסבוק או מאוד נרתעים מלפרסם בו תכנים ולקחת חלק פעיל, אז אני מציעה לבדוק את שאר ערוצי השיווק הקיימים וכמה נוח לכם בהם ואז להחליט האם שווה לעשות את המאמץ ולהיות פעילים בפייסבוק.

2. תחליטו מה אתם מציעים ולמי אתם פונים

העצה הרווחת היא לומר למטפלים להתמקד ולבחור תחום מסוים שבו הם מתמחים, כי מי שמפרסם לכולם בעצם לא מפרסם לאף אחד. לפעמים זו עצה ממש נכונה ולפעמים הצמצום הזה מכווץ יותר מדי את המטפל שמאחוריו. מה שאני מציעה זה להבין מהן השאיפות שלכם, עם מי אתם רוצים לעבוד ומהי הגישה שלכם.

- מי המטופלים שכבר מגיעים אליכם והאם אתם נהנים מהעבודה איתם?
- מי המטופל האידיאלי שלכם?
- איזה תחומים מעניינים אתכם במיוחד?
- לאיזה כיוונים הייתם רוצה להתפתח כמטפלים?
- האם הגישה הטיפולית שלכם יותר דומה לזו של רופא משפחה או של מומחה?

3. תייצרו תוכן מעניין ורלוונטי

תמונה של פרחים עם כיתוב של סופשבוע נעים לא תעשה בשבילכם את העבודה. האנשים שמגיעים אליכם רוצים לדעת שאתם בקיאים בתחום שבו אתם עוסקים ויכולים לתת מענה לבעיה או הצורך שלהם. צרו תכנית תוכן שרלוונטית לקהל שאתם רוצים שיגיע אליכם.

- מה מעניין את הקהל שלכם?
- מה הערך המוסף שאתם יכולים לתת לו?
- מה מעניין אתכם?
- על מה יהיה לכם קל לספר ולהרחיב?

4. תבחרו את הדרך או הדרכים שבהן קל לכם להעביר תוכן

אוהבים לכתוב אבל קשה לכם מול מצלמה? קל לכם בעל פה אבל נתקעים בכתיבה?

תתחילו עם מה שקל לכם יותר ותתחייבו מול עצמכם למספר מסוים של פוסטים בשבוע. אחרי תקופה שבה תעמדו במחויבות שלקחתם על עצמכם, תוכלו לבדוק שוב את הדברים שהרתיעו אתכם בעבר ולבדוק אם עכשיו אתם מוכנים להתנסות גם בהם.

דרך טובה לגלות מה קל עבורכם היא לשים לב איך אתם אוהבים לצרוך את התוכן שלכם: שמיעה, צפייה, קריאה. בדרך כלל הדרך שאהובה עליכם תהיה גם זו שבה יהיה לכם קל יותר להתבטא.



איך לעבוד עם פייסבוק: למטפלים, יועצים ומאמנים



5. תהיו נדיבים עם הקרדיטים שלכם ושתפו פעולה עם קולגות

קראתם מאמר מעניין, פוסט של איש מקצוע אחר, סרטון שעורר מחשבה – שתפו אותם בדף שלכם ותנו קרדיט מתאים. שתפו פעולה עם קולגות מתחומים מקבילים – תארוחו אותם אצלכם לפוסט, ראיון או שידור חי. למה? כי זה כיף ומעניין עבורכם ועבור הקהל שלכם ומשדר ביטחון במקום שלכם.

6. צרו משפך שיווקי: תבנו קהל ועניין סביב הדף שלכם והתכנים

ואז תעלו מדי פעם הצעה קונקרטית להגעה אליכם

משפך שיווקי הוא תהליך שהופך קהל של אנשים שלא מכירים אותנו לקהל של לקוחות שמגיעים אלינו. התחלת המשפך היא בתכנים של חשיפה ובהמשך כשאנשים מכירים ועוקבים אחריכם, הם בשלים לקבל מכם הצעה להגיע במחיר מיוחד או סביב סיבה מסוימת.

הטבה

הצעה מיוחדת יכולה להיות

- טיפול נוסף חינם ברכישת סדרה
- פגישה ראשונה במחיר מיוחד
- השתתפות במחקר סביב נושא מסויים בעלות נמוכה מהרגיל לסדרת טיפולים בתמורה להתחייבות להגעה ולנתינת פידבק



7. תהיו פעילים בקבוצות רלוונטיות

לשים את אותו פרסום בעשר קבוצות שונות לא נקרא להיות פעילים בקבוצה. מצאו את הקבוצות שהן הקהל שלכם נמצא והשתתפו בהן באופן קבוע במענה על שאלות והעלאה של תכנים שבאמת מעניינים אותם. אתם יכולים להקים קבוצה משלכם אם יש לכם כבר קהל מספיק גדול שעוקב אחריכם ואם אתם בטוחים שיהיו לכם הזמן והאנרגיה להפעיל אותה באופן קבוע ולתת משהו ייחודי שבאמת מעניין את החברים בה.

איך לעבוד עם פייסבוק: למטפלים, יועצים ומאמנים

8. תבדקו איך אתם יכולים להרחיב את העשייה שלכם

התחילו לכתוב בלוג, לשלוח ניוזלטר או להקים ערוץ יוטיוב. כל ערוץ תוכן מאפשר דברים ייחודיים וחשיפה לקהלים נוספים. לא מתחילים עם הכל בבת אחת. קל ללכת לאיבוד כשמחליטים שצריך גם וגם וגם. תתחילו בלהצליח לעמוד בתכנית התוכן שקבעתם ותראו איזה תגובות אתם מקבלים. כשאתם כבר יציבים בפייסבוק, זה הזמן לבדוק איזה משאבים זמינים לכם ומה תתן לכם הפעילות בכל אחד מהערוצים הנוספים ובהתאם לכך לבחור את הערוץ הנוסף לפעולה.



איך לעבוד עם פייסבוק: למטפלים, יועצים ומאמנים



9. הכירו את אפשרויות הקידום בתשלום

שווה מאוד להכיר את מנהל המודעות של פייסבוק ולדעת לעבוד איתו. הכלי הזה פותח בפניכם אפשרויות פעולה נוספות שיכולות לקדם מאוד את הקליניקה ולהביא לכם מטופלים חדשים. הרבה מהמטפלים שאני עובדת איתם עושים את הקפיצה כשהם מתחילים לשלב בין קמפיינים בתשלום לעבודה אורגנית.

איך לעבוד עם פייסבוק: למטפלים, יועצים ומאמנים

10. תתמידו

כמו בכל ערוץ שיווקי, התמדה היא אחד המפתחות המרכזיים להצלחה. כשאנשים נחשפים בעקביות לתוכן ולעשייה שלכם, יותר קל להם להגיע אליכם ולהמליץ עליכם. ההתמדה מאפשרת לכם לראות מה עובד יותר ומה פחות, לדייק את התוכן ואת ההצעות שלכם. עם ההתמדה, אתם תגלו שדברים שבהתחלה לקחו לכם הרבה זמן ואנרגיה, נעשים בצורה הרבה יותר פשוטה ומהירה.



איך לעבוד עם פייסבוק: למטפלים, יועצים ומאמנים



יערה גראן-ברקן
פיתוח קריירה עסקית