

סיוון לדרר

כותבת ועורכת תוכן. מתמחה באפיון שפה ומיקרו קופי



היי, נעים מאוד :)

אני סיוון לדרר, כותבת ועורכת תוכן כבר 13 שנים, מומחית באפיון שפה ומיקרו קופי. למדתי תואר ראשון בטלוויזיה וקולנוע במכללה האקדמית ספיר ותואר שני במנהל עסקים במכללה האקדמית תל-אביב-יפו. את דרכי בתוכן התחלתי בטלוויזיה (ערוץ הופ, ערוץ 98, החינוכית) ועברתי לדיגיטל.

אז למי כתבתי? - לחברות גדולות וקטנות כמו: Wolt, ישראלכרט, מרכזי שחייה, חברות הפקה, מעצבות פנים, עורכי דין, חנויות קמעונאות ועוד...

הנה לינק לאתר שלי << <http://sivanwriter.co.il>

מה הכוונה לכתוב בשפה שלך?

כשאני כותבת תוכן לעסק, חשוב לי להבין מי את או אתה שעומדים מאחורי העסק, מה הערכים שלך ואיך תישמע שיחה שלך עם לקוחות. ולפי זה אכתוב את המילים, הביטויים והמשפטים שיתאימו לך בול.

המטרה שלי לכתוב לעסק שלך בקול שלך. ולא מתוך חיפוש מידע בגוגל או מתוך הבנה שככה כותבים וככה צריך.

אני כותבת לא בשפה שיווקית, אלא בשפה שלך.

אם אתה מדבר בשפה גבוהה ומחקרית - ככה נכתוב.
אם את מדברת בשפה שיווקית ומוכרת - ככה נכתוב.
אם אתה מדבר עם מלא הומור ובדיחות - ככה נכתוב.
אם את מדברת עם הרבה סלנג ואנגלית - ככה נכתוב.

לכתוב לעסק שלך בשפה שלך



מה זה אפיון שפה לעסקים קטנים?



כשאני כותבת תוכן לעסק, אני בעצם נכנסת לדמות.
ממש כמו מוניקה ורייצ'ל מהסדרה "חברים" או ג'ורג'
קוסטנזה וקריימר מ-"סיינפלד".

יש להם ערכים מסוימים, הם מדברים בצורה ספציפית
ואם אני אשמע משפט אני ישר אדע מי אמר אותו.

אותו דבר עם העסק שלך.

כמו שאנחנו מזהים אלמנטים גרפיים וצבעים של
מיתוג של עסק מסוים, כך נזהה גם שפה של עסק לפי
המילים והביטויים שרק הוא יגיד.

מה עושים באפיון שפה? - מדברים על ערכים, על
הלקוחות שלך, קורות החיים שלך, איך נשמעת שיחה
שלך בטלפון ומהם הדברים שחשוב לך להדגיש בעסק
שלך. (ועוד מלא שאלות נוספות, כן 🤔)

ועכשיו ניגש לכמה דוגמאות שכתבתי לעסקים

1. [חנות אונליין - פיצ'עפקס](#)
 2. [יוסי שטרית - נתיב האומץ](#)
 3. [אפרת אייל - אתרים שבנויים בדיוק](#)
 4. [ALAJAM Studio - רעות אלזם](#)
 5. [חברת מערכות למידה - DEVLION](#)
-

פיצ'פקס

לקנות נכון



קיבלתי מהחנות פיצ'עפקס אפיון שפה קיים.
יחד דייקנו את קהל היעד ואת המילים שבהן
נבחר לדבר עם המשתמשים שלנו באתר.

מה החברה עושה?

זאת חנות פיזית בתל אביב שמוכרת גם אונליין.
הם מוכרים: מוצרים לבית, מוצרי פינוק, אביזרים
לשטח ולמשרד.

חנות פיצ'עפקס



הערכים של העסק:

חדשנות - אוהבים ומתלהבים ממוצרים עם חידושים וממציאים בעצמם (כמו למשל מגב הפלא)

שירות אמין - כל תהליך הקנייה הוא מאוד חוויתי, מסודר, יעיל ונוח. יש מענה מהיר בוואטסאפ. יש הסברים טלפונים. הכל ברור, מובן ובגובה העיניים

משפחתיות - עסק שיש לו חנות ופנים. מזמינים את כולם לבקר אותנו לא רק באונליין. עוזרים, מייעצים, רואים אותנו בסרטונים.

*היה דגש לדבר בחנות האונליין כמו שאנחנו מדברים בחנות הפיזית.



כל הקטגוריות | מה אתם מחפשים?



BLOG מתנות כלי מטבח לבית פתרונות אחסון מדפים ללא קידוח קופסאות אוכל רינג תאורה פומפיה סלייסר מנדולינה מגב הפלא



- יש בלאגן בקטגוריות. בחלק מהקטגוריות מדובר בנושא כללי כמו 'פתרונות אחסון' וחלק מהן מציינות מוצרים ספציפיים כמו 'סלייסר' או 'מנדולינה' ו-'מגב הפלא'.
- דבר זה פוגע בערך 'שירות אמין' של העסק וגם לא כל כך מורגש ערך החדשנות. והכי חשוב, הבלאגן יוצר חוויה לא נוחה ולא ברורה למשתמשים באתר. יש קושי למצוא במהירות ובקלות את המוצר שמחפשים ולכן תהיה יותר נטישה.



כל הקטגוריות | מה אתם מחפשים?

פיצ'פקעס
לקנות נכון



כלי מטבח | כלי ניקוי לבית | אביזרים מחוץ לבית | פתרונות אחסון ותלייה | פיצ'פעקס לבית | אביזרים למשרד | משחקים לילדים | מתנות | חבילות מוצרים



לאחר השינוי, החלוקה הפנימית מעבירה תחושה של סדר ואמון למשתמשים. מאוד ברור מה כל קטגוריה אומרת. בעצם החלוקה היא לפי קטגוריות ללא שימוש בשמות של מוצרים ספציפיים. כל לשונית מאוד ברורה ואפשר להבין מה יש בה גם מבלי להיכנס אליה. הכנסתי גם את שם המותג 'פיצ'פעקס' באחת הלשוניות והוספתי לשונית של 'חבילות מוצרים' שמייצגת רעיון "חדשני" או "מחוץ לקופסה" של מכירת מוצרים.

שאלות ותשובות | איסוף עצמי ומשלוחים | משלוח חינם בקניה מעל 99 ש"ח | לשאלות והזמנות 077-300-2072



✓ **אביזרים למשרד**

כל הקטגוריות | מה אתם מחפשים?

פיצ'פקס
לקנות נכון



טבעות רינג תאורה

כלי מטבח | כלי ניקוי לבית | אביזרים מחוץ לבית | פתרונות אחסון ותלייה | פיצ'פקס לבית | אביזרים למשרד | מטענים ומתאמים | ילות מוצרים

רמקולים ורדיו

פיצ'פקס לשולחן

בהירות הקטגוריות ותחושת הסדר קיימות גם בתפריטים הפנימיים. בכל לשונית שנפתחת אפשר למצוא את המוצרים המתאימים לקטגוריה בצורה ברורה ונוחה למשתמשים. וגם פה, תיבלתי בשמות שכוללים את שם המותג.

אחרי שינוי קטן של תפריט עליון
מסודר ומאורגן יותר -
הם כבר הרגישו בהבדל ברכישה.

”

”אחרי ששינינו את התפריט
העליון - פתאום לקוחות מצאו
בקלות את המוצרים שרצו.
הם התקשרו פחות כדי לשאול
אם יש לנו - הם ישר הגיעו לאן
שחיפשו ורכשו!”

אחרי

קראתי את התנאים של פיצ'עפקס



להמשיך לתשלום

הוספתי צ'ק בוקס לסימון עם פנייה של גוף ראשון שרלוונטי לכל המגדרים. גם את הטקסט לכפתור דייקתי להנעה פעולה כמו שמדברים בשיחה בחנות הפיזית. בחרתי במילה 'תשלום' ולא 'הזמנה'

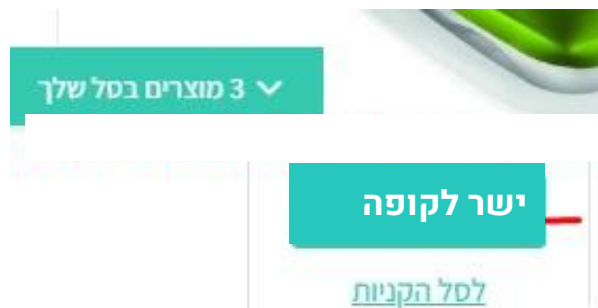
לפני

אני מאשר כי קראתי את התנאים של פיצ'עפקס

בצע הזמנה

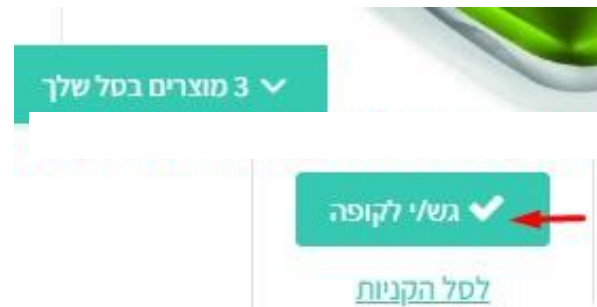
הטקסט בכותרת ובכפתור בגוף זכר וגם אין צ'ק בוקס לסימון כדי להתקדם לשלב הבא.

אחרי



שיניתי את הטקסט ל- 'ישר לקופה' כדי ליצור תחושה של חנות אמיתית. וכך נפתרה גם בעיית המגדר.

לפני



גם כאן הדגש היה שהטקסט יישמע כמו שיחה בקופה בחנות הפיזית. המילה 'גש' היא לא מילה יומיומית שבה מדברים.

יצירת סיסמה חדשה

הסיסמה החדשה

.....

להקליד שוב לאישור הסיסמה

|.....

אישור ושמירה

שיניתי את השפה שתתאים לכל המגדרים ותהיה נוחה ויעילה למשתמשים. בכל שלב יודעים מה צריך לעשות.

אחרי

הגדר סיסמה חדשה

לפני

סיסמה חדשה*

.....

אשר סיסמה חדשה*

|.....

הגדר סיסמה חדשה

חווית וידוא הסיסמה צריכה להיות קלה וברורה למשתמשים. בכלל כל מה שכרוך בהרשמה לאתר צריך להיות כמה שיותר פשוט ומהיר.

לפני

לקוחות רשומים

איזה כיף לפגוש אתכם שוב!

sivanhadar27@gmail.com

.....

התחברות

שכחת את סיסמתך?

אחרי

היי, מה נשמע?

איזה כיף לראות אותך שוב!

sivanhadar27@gmail.com

.....

התחברות

שכחת את סיסמתך?

לכן, הבחירה בשאלה 'מה נשמע?' היא שאלה רגילה ששואלים כשמישהו/י שמכירים נכנס/ת לחנות.

כשהמשתמשים חוזרים לרכוש שוב, יש להם כבר סיסמה והם לוחצים על 'התחברות'. פנייה אישית יותר נעימה במיוחד אם אנחנו רוצים להדגיש את החוויה האמיתית 'כמו בחנות עצמה'



חקרתי את **יוסי שטרית נתיב האומץ** ובנינו לו אפיון שפה מזורז. בחרנו ערכים שמדויקים לעסק ודייקנו את השפה לקהל היעד הספציפי. הבנו מה המילים שבהן נשתמש כדי להניע לפעולה את המשתמשים שלנו באתר.

מה העסק עושה?

יוסי הוא מטפל ומאמן רגשי שעוזר לאנשים ולבעלי ובעלות עסקים לפרוץ דרך חדשה בחיים האישיים או בעסקים.

נתיב האומץ



ערכים שבחרנו באפיון השפה:

הקשבה

שיח בגובה העיניים. הבנה והיכרות מקרוב. אפילו הקשבה בשתיקה. הוא שם לב לדקויות. אינטואיציה, גמישות ויצירתיות.

אמונה/נחישות

לקום מכל מצב, להגשים חלומות ורצונות, לקפוץ למים ולעשות מעשה. לצאת ממקומות חשוכים ולרפא את עצמך

אושר פנימי

לכבד את עצמי, לחיות, להרגיש, לחייך, חומות שנופלות ורכבות הרים מתחלפות בתהליכים רגשיים ומנטליים

הנעה ליצירת קשר - אישית ומשתנה כל פעם

כתיבה ישירה ואישית שמרגישה כאילו מדברים בטלפון ויוצרת פתיחות.

כשהמשתמשים קוראים משפטים כמו 'אני כאן כדי לעזור', 'בטח הזדהת' או 'אני מאמין שיש לך את האומץ' הם בעצם מקבלים שני דברים:

1. תחושת הקשבה.
2. תחושה של מישהו (המטפל יוסי) מאמין בהם.

אלו בעצם שני הערכים הבולטים בעסק שהיה חשוב לנו לקדם מול המשתמשים גם תוך כדי מילוי טופס או הרשמה לניוזלטר.

אני כאן כדי לעזור לך לצאת לדרך בנתיב האומץ.

ממליץ להתחיל עם אחד המדריכים המוכרים שלי
'המדריך לנצח את הפחד'.

הלוא הוא זה שמשחק ומנהל אותנו בסופו של דבר, וכן, אפשר לצאת מהלופ הזה!

רק צריך למלא פרטים והמדריך אצלך במייל.

טלפון

אימייל

אני רוצה את המדריך

בטח הזדהת והלב שלך כבר אומר לך יאללה - "זה הזמן שלי".
הזמן לעסק, לעבודה, לקריירה.

אני מאמין שיש לך את האומץ הדרוש כדי לעשות את הצעד, לקפוץ למים ולהגשים את החלום!

רק צריך למלא פרטים, ואחזור אליך הכי מהר שאוכל

טלפון

אימייל

אני רוצה לדבר

הנעה ליצירת קשר אישית ומשתנה כל פעם

כל הנעה לפעולה למילוי פרטים שמופיעה בכל דף שירות' באתר, תיראה אחרת.

חשיבות התאמת הטקסט להרגשה הספציפית בה נמצאים המשתמשים בפלואו של הדף - חשובה להדגשת ערכי העסק ולחיבור עם יוסי שטרית המטפל.

המטרה שלנו להדגיש את ערך ההקשבה, שהמשתמשים ירגישו ממש כמו בטיפול, שרואים אותם, מקשיבים להם ומלווים אותם.

אני יודע כמה זה קשה לעשות את הצעד הראשון לשינוי.
אני פה כדי לעזור לך ולתת לך מקום **להקדיש זמן לעצמך**.
אני יודע שזה אף פעם לא הרגע המתאים כדי להגשים את החלום,
צריך פשוט לבחור ולהגיד - **עכשיו כן!**

רק צריך למלא פרטים, ואחזור אליך הכי מהר שאוכל

טלפון

אימייל

רק צריך למלא פרטים, ואחזור אליך הכי מהר שאוכל

צפית באחת ההרצאות ובא לך עוד? הזדהת והרגשת בלב שזה הזמן להתחיל תהליך ליווי?
נשאר רק לעשות את הצעד הראשון, למלא פרטים, ואדבר איתך תוך כמה שעות (אפילו קודם)

רק למלא פרטים, ואחזור אליך הכי מהר שאוכל

טלפון

אימייל

אני רוצה לדבר

קטגוריות וכפתורים ברורים מכבדים את המשתמשים ויוצרים תחושה של שיחה בגובה העיניים. אין ניסיון להיות מכירתית ושיווקי אלא לתת את ההסברים על השירותים כפי שהם.

כמו שכתבנו: 'אימון עסקי מנטלי'.

'תוכניות הליווי', 'הרצאות', 'סדנאות'.

בטח בתחום שהוא טיפולי ודורש זהירות ורגישות במילים, זה לא המקום לכתוב בצורה מיוחדת, שיווקית או מגניבה.

אז מה נשמע יותר מדויק לך?

אימון עסקי מנטלי

ליווי אישי מנטלי רגשי

איפה שומעים אותי?

תוכניות הליווי

פגישת ייעוץ ראשונית

ליווי אישי מנטלי

אימון עסקי מנטלי

סדנאות

הרצאות

מדריכים חינמים

טופס יצירת קשר

בשלב הנעה לפעולה ליצירת קשר, תחושת ההקשבה וההזדהות מאוד חשובה למשתמשים, במיוחד בתחום הטיפול.

מילים כמו 'והכי חשוב - אני אקשיב לך' יוצרות אינטימיות ותחושה של שיחה אמיתית בטלפון.

אם הגעת עד לכאן, סימן שהזדהית עם כמה דברים והרגשת שזה מזיז לך משהו בקרביים שלך. עמוק בפנים. אני אשמח לדבר איתך ולהסביר לך עוד על התהליך. והכי חשוב - אני אקשיב לך. באמת.

אפשר לכתוב לי פה ואחזור אליך תוך כמה שעות (אפילו קודם)

שם מלא

אימייל

טלפון

אני רוצה לדבר

הודעות הצלחה ושגיאה

לצערי לא הגענו לטפל בחלק של הודעות הצלחה ושגיאה באתר.

כמובן שהייתי משנה ומשפרת את ההודעות ברוח אפיון השפה ונותנת מקום להקשבה, אמון ונחישות גם בחלקים האלה.

למשל:

אחרי שהכנסתי פרטים כדי לקבל את המדריך 'לנצח את הפחד' הייתי משנה את התשובה. במקום "הטופס נשלח בהצלחה" נכתוב: "המדריך בדרך אליך. זה כבר הצעד הראשון שלך בדרך לשינוי"

הטופס נשלח בהצלחה.

אני רוצה לכלול '@' בכתובת האימייל. ב-'a' חסר '@'.



2

גם את הודעת השגיאה הייתי מפשטת ומקלילה ואפילו בה אפשר להוסיף את ערכי העסק - 'הקשבה' ו-'אמונה'. למשל נכתוב: "כמעט סיימנו, יש כנראה טעות קטנה בהקלדה. מבט אחרון ואנחנו בדרך לנתיב האומץ".

בקטע אחר

כ"ה תשרי תשפ"ג

EFRAT
EYAL

אתרים שבנויים בדיוק

אפרת אייל היא לקוחה שמכירה את העסק שלה טוב מאוד. ערכנו אפיון שפה מקוצר - בחרנו ערכים, הבנו איך הם נשמעים במילים, הבנו את קהל היעד וכך דייקנו את התכנים שהיא תכתוב לבד ואת אלה שאני אעזור לה איתם.

מה החברה עושה?

בונה אתרים שבנויים בדיוק בוורדפרס

EFRAT
EYAL
אתרים שבנויים בדיוק

ערכים שבחרנו:

סדר

יש חשיבות לסדר, דיוק ואסתטיקה. התהליך מול הלקוחות מאוד מאורגן, הולך לפי שלבים. יש תכנון שמוביל את הכול באופן הגיוני. התכנים באתר מאוד ברורים ומובנים בצורה קריאה ונוחה למשתמשים. הכול מדויק ומקצועי.

נגישות

המטרה ליצור דרך קלה להעביר את המסרים והמידע המקצועי. מתוך זווית שכולנו עצמאים ועצמאיות. הפנייה ללקוחות מגיעה עם הבנה והיכרות אישית עם הקשיים. אנחנו פה כדי לשקף, כדי להוביל אותך למטרות שלך. כדי שהאתר שלך יעשה את העבודה בשבילך.

שקט/ביטחון

אני איתך לאורך כל הדרך. אני עוזרת לך לבחור, אנחנו ביחד בתהליך - בבחירת הצבעים, התמונות והפונטים. אני גם הייתי שם. אני מבינה אותך.

דף נחיתה לסדנה חדשה - בסגנון "דייט"

בנינו קונספט לדף הנחיתה הזה שמצד אחד הוא יצירתי - בסגנון 'דייט עם גוגל'. מצד שני, שומר על ערכי העסק - על הסדר, הנגישות והביטחון של הלקוחות.

בחרנו להשתמש ב-2-3 מהכותרות, בטוב טעם (לא יותר מדי) ברוח הדייט. כלומר, לקחת דימויים מתוך התהליך שקורה לנו לפני שאנחנו יוצאים לדייט ולתבל איתם את הכותרות החשובות.

שאר הכותרות שמרו על ערכי העסק.

היי, רוצה לצאת איתי ל

דייט עם גוגל?

הסדנה שתגלה לך את כל השלבים לבניית המאמר המדויק לעסק שלך, לקהל היעד שלך ולגוגל.

צריך להתכונן לפני דייט

מאיפה בכלל מתחילים לכתוב מאמר?

מבנה הדף מסודר - כותרות מפורטות ומסבירות

מה נלמד? הכי מפורט שאפשר

ליווי ותמיכה שלי שיגרמו לך לסיים את העבודה

מה מקבלים בסדנה?

כלים חשובים שיעזרו לך להתקדם

חשוב לי להדגיש

אבל זה יכול להיות גם הרבה יותר פשוט ממה שחושבים.

גם ברמת העיצוב וגם ברמת התוכן - הכול מסודר ומאורגן כדי לעשות את הדברים כמה שיותר פשוטים עבור המשתמשים. המטרה להנגיש את המידע, להסביר ולפרט כמה שאפשר על הסדנה. להרגיע ולראות את הצד שלהם. לכן בחרנו משפטים כמו: "ליווי ותמיכה שיגרמו לך לסיים את העבודה" ו-"זה יכול להיות גם הרבה יותר פשוט ממה שחושבים"

מבנה הדף מסודר - גם בכותרות משניות

לפני המפגש הראשון

ניפגש לשעת קבלה ונדאג לחבר אותך לכל הכלים הטכניים שצריך.

מפגש #1 - הכנה לכתיבה

נלמד קצת על גוגל איך הוא עובד, נבין איך למצוא נושא לכתיבה שמעניין את הקהל שלנו ואיך לבצע מחקר מילים. במהלך המפגש "נלכלך את הידיים" ונעשה מחקר מילים לפוסט שלנו! רק ככה לומדים 🧐

בין המפגשים

כותבים את המאמר שלנו בהתאם לנושא שמצאנו במחקר המילים ולשיעורי הבית שאני מחלקת.

מפגש #2 - מדייקים

במפגש הזה נלמד מלא כלים טכניים שיעזרו לנו להבטיח שגוגל יאהב את המאמר שלנו בדיוק כמו שמגיע לו. כמו תמיד - לא רק נלמד, אלא גם ניישם במפגש עצמו.

בסוף הסדנה - פידבק

בסוף הסדנה מעלים את המאמר לאתר שלנו! ווהו! זה הזמן לשלוח לי את הלינק למאמר ולקבל ממני פידבק אישי על המאמר.

ולא לשכוח

אחרי כל מפגש נישאר בזום לשעה וחצי של עבודה שקטה ביחד. כי חשוב לי לייצר לך הצלחה. זאת גם הסיבה שאני שולחת חוברת מסודרת של כל מה שלמדנו, כדי שתהיה לך אפשרות לחזור על החומר.

הסבר תיאורטי והדגמות

כל מפגש נמשך שעתיים שבהם נלמד ביחד על מחקר מילים, על בחירת ביטוי מפתח ועל כללי ה-SEO החשובים. נרד לרזולוציות של כותרות, לינקים, אזכורים וגודל תמונות.

עבודה בפועל עם פידבק

תוך כדי כל מפגש אני שולחת אותך כל פעם למשימה ספציפית. בזמן המשימות אני נמצאת לשאלות, עצות או התלבטויות. כמובן שאני נותנת דגשים חשובים וטיפים שיכולים לעזור.

עבודה שקטה

אחרי כל מפגש (שאורך שעתיים) אני נשארת בזום לשעה וחצי של עבודה שקטה. זה הזמן להמשיך לעבוד על המשימות ולהתנסות בעצמך, כשאני נשארת זמינה ברקע לשאלות והתייעצויות.

שעת קבלה איתי

לפני המפגש הראשון תהיה שעת קבלה שבה אני עוזרת להתכונן טכנית לסדנה. אני מחברת אותך לכלים שנסתמש בהם, ואת האתר שלך לסרף' קונסול (בחינם! הכי פינוק). המטרה שכולם יגיעו מוכנים לסדנה בלי עניינים טכניים שיפריעו ללמידה.

קבוצת וואטספ

אני פותחת קבוצת וואטסאפ לתקופת הסדנה. אפשר כמובן להתייעץ איתי בקבוצה בין המפגשים, לשאול שאלות ולהתלבט על דברים שדיברנו עליהם במפגש.

2 חוברות עבודה

לאחר כל מפגש אני שולחת חוברת עבודה מסודרת שמסכמת את החומר שלמדנו. כשמקבלים את החוברת בסוף המפגש - נהיה לנו סדר בראש. זאת בדיוק המטרה - להקל עליך!

בחרנו בכותרות המשניות להדגיש את הערכים של הסדר והנגישות: על ידי פירוט ותיאור ספציפי של מה שקורה בסדנה - עם מילים כמו: "לפני המפגש הראשון", "בין המפגשים", "בסוף הסדנה - פידבק" ועוד. כמו כן, בחרנו להסביר את סוגי העבודה השונים שיתקיימו בסדנה כמו - "עבודה בפועל", "עבודה שקטה", "שעת קבלה", "קבוצת וואטסאפ" וכו'. כל זאת, כדי לעזור לקוראים להבין את כל התהליך של הסדנה, להבין מה בדיוק מקבלים וכמה הם צריכים להשקיע.

הנעה לפעולה גם אחרי שההרשמה הסתיימה

בטופס הרשמה, התייחסנו גם למה שקורה כשההרשמה מסתיימת. הוספנו משפט מניע לפעולה שמדגיש את היתרון להירשם עכשיו - "אפשר להירשם לרשימת המתנה כדי לקבל עדכונים על מועד נוסף לפני כולם"

הרשמה לסדנה דייט עם גוגל ההרשמה הסתיימה!

אפשר להירשם לרשימת המתנה כדי לקבל עדכונים על מועד נוסף לפני כולם

שם

אימייל

הסכמה להרשמה לניוזלטר וקבלת עדכונים מפעם לפעם במייל

קליק פה וניפגש בסדנה!



ערכתי לרעות אלזם אפיון שפה מקוצר - בחרנו ערכים, הבנו איך הם נשמעים במילים, הבנו את קהל היעד וכך דייקנו את התכנים לאתר המחודש והמשודרג שלה.

הדגש היה לכתוב כמו שהיא מדברת :)

מה החברה עושה?

יוצרת, כותבת ומביימת סרטונים לרשתות החברתיות.



ערכים שבחרנו:

אומץ/אמונה

המטרה לגרום לעצמאיות להאמין בעצמן שהן יכולות ולתת להם אומץ לצלם סרטונים בעצמן. לספר את הסיפור האמיץ של רעות כדי לתת השראה ולהראות שאפשר. אם רק מאמינים ומעזים.

עצמאות

המטרה שכל עצמאית לא תהיה תלויה באף אחד. ממקום פמיניסטי נשי. לתת דחיפה, להוביל, ללוות ולחזק את הביטחון של עצמאיות. בחרנו גם לכתוב בפנייה לאישה ברוב האתר.

הומור

להפוך את הכול לנגיש דרך הומור. דרך דיבור ומראה רגיל ויומיומי. כמו חברות, כמו שהיא נראית בכל רגע נתון. בלי איפור, בלי מסיכות, בלי הכנות מוקדמות. לצלם את החיים האמיתיים.

מי זאת? | טיקטוק ורילס לעצמאיות | אחת על אחת | קריאייטיב למותגים | טיפים ומדריכים | חמודה, תתקשרי

היה חשוב שכבר בתפריט העליון נרגיש את הדמות של סטודיו ALA JAM - רעות היא דמות מאוד ברורה ויש לה את השפה שלה. לכן, החלפנו את 'יצירת קשר' ב-'חמודה, תתקשרי'. החלפנו את 'אודות' ב-'מי זאת?'. כן שמרנו על בהירות מה כל לשונית אומרת אבל הצלחנו להוסיף את השפה שלה בצורה בולטת כבר בתפריט העליון.

כותרות מאופיינות ב-"דמות" בשפה של העסק.

היוש, מה קורה ומה? אכילה אין לי חושה ולא
אכפת לי? שחררתי וקס את יכולה!

קצת אהבה מלקוחות חוזרים

טיפים ומדריכים - יאללה כבר תעלי את הסרטון!

כל הכותרות מאופיינות בשפה שלה. ניסינו להפוך את כל האתר לשיחה רגילה שלה בטלפון. כמו שהיא מצטלמת בסרטונים הויראליים שלה, כך היא תדבר גם באתר. במקום 'המלצות' - כתבנו 'קצת אהבה מלקוחות חמודים'. במקום 'קצת עליי' - כתבנו 'היוש, מה קורה וזה?' גם במקום שאמור להיות רגיל כמו בלוג של טיפים ומדריכים הוספנו את המשפט הבולט שלה 'יאללה כבר תעלי את הסרטון' לכל אותן עצמאיות שרוצות אבל מפחדות.

אני רוצה פגישה כזאת!

אני גם רוצה אומץ!

יאללה, תתעוררו ודברו איתי

לחיצה כדי להבין מאיפה האומץ שלי

אני רוצה!

וואי, אני צריכה בול כזה!

לחיצה פה וקובעים איתי שיחה

בכל הכפתורים רצינו לשמור על כפתור ברור ונוח למשתמשים אבל גם כזה שמניע לפעולה בשפה של העסק ופונה לקהל יעד של עצמאיות. כל נושא האומץ גם הודגש בכפתורים עצמם. 'אני גם רוצה אומץ', 'לחיצה כדי להבין מאיפה האומץ שלי'. ולהראות שגם רעות עברה תהליך בעצמה. ומצד שני להדגיש ביטחון והומור בכפתור כמו - 'יאללה תתעוררו ודברו איתי' שנכתב בדף שירות שמיועד לקהל יעד של מנהלי ומנהלות שיווק בארגונים.

ההבנה שהיא לא צריכה להיות
מישהי אחרת בטקסט באתר
שלה, אלא פשוט להיות מי שהיא
איך שהיא מדברת ללקוחות שלה
- דייקה אותה גם בשאר יצירת
התכנים שלה ברשתות
החברתיות.

”

**”רק מפגישת האפיון יצאתי עם
הבנה לגבי הכתיבה שלי
שהשפיעה עליי בעוד צורות. חוץ
מזה - זה משדרג רצח את האתר.**

**לדבר (ולכתוב) רגיל! רק הנוכחות
שלך ומה שהסברת לי בפגישה -
עוזרת לי להשתפר”**

בפופ אפ לקידום הניוזלטר - בחרנו להדגיש מה מקבלים בניוזלטר בצורה ספציפית. ולתאר את זה בשפה קלילה והומוריסטית כאילו היא מדברת איתי בטלפון.

בחרנו במשפטים כמו- "מיני משימות שילמדו אותך איך לעמוד מול מצלמה" ולא לכתוב 'טיפים'.

בחרנו לכתוב "איך לשדרג את החשבון והפיד שלך" ולא לכתוב 'רעיונות'.

וגם בסימון הצ'ק בוקס - הוספנו את השפה שלה "סמני וי נשמה וקבלי מייל עם עצה טובה"

×

רוצה לקרס את הויראוס שלך בסוויא?

בניוזלטר שלי, אני שולחת לך ממש מיני משימות שילמדו אותך איך לעמוד מול מצלמה, איך לשדרג את החשבון והפיד שלך ואיך למכור בסוויאל. אני לא סתם מבטיחה, אני באמת שולחת.

רק צריך למלא פרטים והמייל הבא בדרך אלייך.

שם

אימייל

סמני וי נשמה וקבלי מייל עם עצה טובה.

תרשמי אותי

רוצה עוד מכה?

אם קראת וזה גרם לך לחשוב – מעולה. אם את רוצה לשמוע עוד טיפים על איך לעמוד מול מצלמה ולצלם סרטונים יותר בקלות – כדאי לך להשאיר פה מייל. אל תחכי – תרשמי. והמייל בדרך אלייך.

שם

אימייל

סמוני וי נשמה וקבלי מייל עם עצה טובה.

תרשמי אותי

גם בהרשמה לניוזלטר בעמודים עצמם (ולא בפופ אפ) הדגשנו את הערכים של העסק - אומץ ועצמאות במשפטים של "אל תחכי - תרשמי", "רוצה עוד מכה?", "איך לצלם סרטונים יותר בקלות"

רוצה שנדבר ונחליט מה מתאים לך?

בדיוק בשביל זה אני פה. רק צריך למלא בקטנה כמה פרטים בטופס ונתאם שיחת הכרות.

כבר הגעת עד לפה, אז עוד צעד קטן ואת עפה על הסרטון הבא שלך! :

שם	אימייל	טלפון
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

הודעה

פה אפשר לכתוב מה שבא לך. חופשי!

תתאמי איתי שיחה!



טופס קצר וקבוע

שם	מיל
<input type="text"/>	<input type="text"/>
טלפון	מה לפתור לך?
<input type="text"/>	טיקטוק

פה אפשר לכתוב לי

כל מה שחשוב שאדע לפני השיחה. אפשר גם לשלוח לי לינק שאציץ בעמוד לפני שנדבר.

שולחת ומחכה לך

גם בטופס יצירת קשר הדגשנו את השפה של רעות ואת הערכים שלה עסק. במשפט - "עוד צעד קטן ואת עפה על הסרטון הבא שלך" - מדגישים את הערכים אומץ ואמונה. גם בשדה של הטופס הוספנו הנעה לפעולה שנותנת ביטחון ואומץ. "פה אפשר לכתוב מה שבא לך. חופשי!"

חברת מערכות למידה

DEVLIION

ערכתי ל-DEVLIION אפיון שפה מזורז. בחרנו ערכים, הבנו איך הם נשמעים במילים, הבנו את קהל היעד ובנינו ארגז מילים שידייק את הכתיבה באתר.

מה החברה עושה?

מספקת פתרונות למידה וכלים ללמידה שיתופית.

ערכים שבחרנו:

מומחיות

יש לנו ידע מקצועי נרחב וניסיון רב שנים בפיתוח מערכות של ניהול למידה. אנחנו יודעים להעניק ללקוחות ולמשתמשים את החוויה הנוחה והמתקדמת ביותר.

הלקוחות במרכז/יחס אישי

נעניק שירות מצויין, נקשיב, נעזור ונכבד. כמו כן, נתאים כמו כפפה את המוצר ללקוחות וניזום לייעול המוצרים.

לייצר עניין/ייחודיות

יצירת כלים ופתרונות ייחודיים ומותאמים אישית.

חדשנות

אנחנו נמצאים בלמידה מתמדת של כל מה שחדש בתחום הפיתוח.



DEVLIION

דוגמאות מתוך אפיון השפה:

איך נשמע ייחודיות? - כמה שיותר ניתן דוגמאות, נדבר על הכלים שלנו. על הפרויקטים שלנו.

נשתמש במילים: אצלנו, שלנו, פיתחנו, יצרנו - נדאג לכוון בלחיצה לדוגמאות, להסברים, לפרויקטים.

לא נגיד: לא נדבר בכלליות. נשתדל להמעיט בשמות פעולה כמו 'אפשרות לעבודה', 'מציאת רעיונות', 'הצגה חזותית'. אלא נדבר בכאן ועכשיו: 'הכלי שלנו מאפשר עבודה שיתופית מרחוק'. 'צוותים שעובדים על לוח לבן שיתופי מגיעים לפתרונות מהירים ויצירתיים יותר'. 'אפשר לראות דוגמה כאן'.

איך נשמע חדשנות? נדאג לציין שאנחנו מתקדמים ומתפתחים, כל הזמן יש לנו משהו בקנה. עובדים על פיתוח נוסף של X

נשתמש במילים כמו: "על בסיס, על פי מחקר...". נדאג לשים לינקים, נדגיש את חשיבות הלמידה וההתפתחות האישית.

לא נגיד: 'חדשניים' אלא נשתמש במונחים עדכניים. למידה משמעותית, Blended learning וכו'

איך נשמע מומחיות? - נשתמש במילים מקצועיות אבל נדאג להסביר אותן. נדבר כמו אוטוריטה. שפה החלטית, ישירה, מקצועית ומעשית (לא מגניבה). נדאג לדבר על חווית המשתמש ועל התמונה הגדולה. נדבר גם (ולא רק) על הפן הטכנולוגי.

נשתמש במילים כמו: מקצועי, מתקדם, ביצועי, מערכת, מבוסס, ברמה הגבוהה ביותר.

לא נגיד: "כידוע, כצפוי, ככל הנראה". לא נתנשא, לא נצפה שכולם ידברו את השפה שלנו.

נכתוב באנגלית מושגים באנגלית (ונסביר).

איך נשמע יחס אישי? - נשתמש (גם) במילים חמות. מבינות. מקשיבות. ונדבר בגוף רבים כחברה.

נשתמש במילים כמו: 'אנחנו נעזור נפתח, נכוון, אנחנו מקפידים, מלווים'. ניתן דוגמאות של עשייה, של דאגה ללקוחות. נכוון אותם לפנות אלינו, לשאול, ליצור קשר.

לא נגיד: 'חבילה כוללת', 'שואפים להעניק', 'דואגים לכוון' - אלא נשתמש בפעלים אקטיביים.

איזה כיף שהגעת אלינו, איך נוכל לעזור?

אפשר לקבוע פגישת דמו או להציץ בפרויקטים שלנו, ואפשר גם לדבר על שיתוף פעולה עסקי יחד. תמיד שמחים להכיר עוד ארגונים וקולגות.

[לקבוע דמו <](#)

לחיצה קטנה ואפשר לראות את המערכת שלנו בפעולה עם אחד ממומחי הפיתוח שלנו.

[לקבל השראה <](#)

פה אפשר לראות דוגמאות מפרויקטים בהם פיתחנו מערכת ניהול למידה מותאמת אישית

[לשתף פעולה <](#)

נשמח להכיר ולשמע עוד על הפעילות שלך ולראות איך יחד אפשר ליצור שיתוף פעולה עסקי

עמוד יצירת קשר בנוי בצורה חדשנית לפי ערכי החברה. לא מדובר ביצירת קשר "רגילה", אלא הצעות לכמה אופציות כמו: קביעת דמו, קבלת השראה ושיתוף פעולה.

המטרה להדגיש את הייחודיות של החברה וגם להסביר שאפשר לפנות אליה לכמה מטרות שונות. הטקסט מדגיש שאנחנו פתוחים להצעות ובכך מעביר את התחושה של ערכי החברה.

הפנייה היא ישירה ואישית כדי להדגיש את אחד הערכים של החברה והוא 'יחס אישי'.

הטקסטים על הכפתור מניעים קדימה. בחרתי מילים כמו 'עוד', 'רוצה להציץ', 'תוסיפו אותי' כדי להדגיש את ההנעה לפעולה ואת היחס האישי והחברותי למשתמשים. בנוסף, הסימונים של החץ עוזרים לתחושת קידום הפעולה.

עוד על התהליך <

תוסיפו אותי <<

עוד קצת על מוודל כאן <

עוד על כלי אנליטיקה <

עוד על כלי תוכן אינטראקטיבי <

רוצה להציץ בדוגמה <

דוגמה: כפתורים ארוכים (יותר מהרגיל)

< רוצה לשדרג את העיצוב במערכת שלך? אפשר פשוט לדבר איתנו

< רוצה שאנחנו נתחזק את המערכת שלך? אפשר פשוט לדבר איתנו

< רוצה לקחת את חווית הלמידה צעד קדימה?

< רוצה לדעת על תוסף או רכיב מסוים? אפשר פשוט לדבר איתנו

ידוע שכפתורים צריכים להיות "קצר ולעניין", אבל יש הרבה יתרונות לכפתורים ארוכים שמפרטים מה אנחנו הולכים לקבל אחרי שלוחצים עליהם. כפתורים שמניעים לפעולה מסוימת ולא כללית, מדויקים יותר ויוצרים חיבור טוב יותר עם המשתמשים. בעצם דרך אמפתיה לסיטואציה דייקנו את הטקסט הספציפי שיעזור למשתמשים לעשות את הצעד הבא ללחיצה לפי השירות המתאים ('עיצוב במערכת, נתחזק את המערכת'). בנוסף, כחלק מהדגשת ערך 'החדשנות' של החברה - בחרתי מילים כמו 'לשדרג', 'לתחזק', 'לקחת צעד קדימה' וכו'.

דוגמה: הנעה ליצירת קשר/לניוזלטר

רוצה לדעת יותר?

לחיצה קטנה והמומחים שלנו יצרו איתך קשר טלפוני לתיאום הדגמת המערכת אחד על אחד

לצפייה במערכת <

היית רוצה לדעת על פיתוח חדש שלנו לפני כולם?

רק צריך להשאיר מייל ונוכל לשלוח לך עדכונים על הפיתוחים החדשים שלנו בתחום הלמידה (**: לא לדאוג, אנחנו שולחים מיילים רק כשיש לנו משהו ממש גדול ומרגש לספר עליו.

תוסיפו אותי <<

המייל שלך

הנעה ליצירת קשר או להצטרפות לניוזלטר שמדגישה את המומחים שיש לנו, את הפיתוחים החדשים ואת היחס האישי 'אחד על אחד'. כלומר גם ברכיב נפוץ כזה שהרבה פעמים יוצא כללי וגנרי, בחרתי לדייק את הטקסט שידגיש את ערכי החברה וגם יהיה ברור למשתמשים מה בדיוק קורה לאחר הלחיצה או ההרשמה.



היה נשמע לך מעניין?
רוצה שאכתוב גם
'כמוך' לעסק שלך?

בוואטסאפ
אפשר לכתוב לי
ואשלח לך הצעת מחיר
מסודרת :)

תודה רבה שהקדשת זמן

אפשר לקרוא עליי עוד כאן 🖱️

[/http://sivanwriter.co.il](http://sivanwriter.co.il)

[לסדנת אפיון שפה מזורז](#)

[לסדנת מיקרו קופי לחנויות אונליין](#)

