
התוכן הוא המלך: תפקיד ה-CCO בארגון

רוני עפר, יו"ר הפורום לחדשנות
בשיווק ומנכ"ל אפריל ייעוץ עסקי

12/12/12

"תקציר מנהלים"

צורך + מצב כלכלי = הזדמנות עסקית



שם המשחק: תוכן!

מה חדש?

- גידול כמות הזמן שאנשים מבליים באינטרנט בחיפוש מידע מדגיש את חשיבות שיווק תכנים
- עידן המדיה החברתית מייצר רעב לתוכן – איכותי ורלוונטי
- תוכן זה נצרך כל הזמן ובכל מקום
- מנועי חיפוש מנסים לספק תוצאות איכותיות ומתגמלים בעבור תוכן איכותי



ההזדמנות

העניין הרב בתוכן איכותי מעניק הזדמנות לחברות ליצירת יתרון
תחרותי באמצעות יצירה וניהול אפקטיבי של תוכן

**בעידן בו התוכן הוא המלך בניית אסטרטגיית תוכן
וניהולה הינה פעילות שיווקית משמעותית והכרחית!**



תפקיד ה - CCO

אסטרטגיית תוכן

תכנית שנבנית לטובת יצירת, פרסום וניהול
תוכן שימושי ומועיל

נעים להכיר: CCO

Chief Content Officer

מנהל התוכן ← כפוף ישירות למנכ"ל החברה

בתחום אחריותו:

- בנייה וניהול אסטרטגיית תוכן המותג, ברשת ומחוצה לה
- יצירת אחידות ועקביות המסר המופץ

הצורך ב - CCO

בעבר:

דובר / איש יח"צ

צינור מידע יחיד
להפצת מסרים.

שליטה ב:

•מה יוצא החוצה

•באיזה ערוץ



הצורך ב - CCO

היום:

האסטרטגיה השתנתה –
המסרים יוצאים מהארגון
החוצה ב:

- מספר רב של ערוצים
- על ידי מספר רב של גורמים



הצורך ב - CCO

**“Employees are the brand,
give them a voice”**

IBM social media strategy



יצירת התכנים

הבנת הצורך - אילו תכנים קהל היעד של המותג צורך:

- מה מעניין אותו
- מה הוא שואל ברשת
- אילו תכנים הוא משתף
- מה גורם לו להגיב



ובהתאם - עליו לספק תוכן מקורי, איכותי ורלוונטי, אשר משרת את המטרות השיווקיות של החברה וכולל את המסרים השיווקיים, התומכים במיצוב החברה ובמותג.

הפצת התכנים וקידומם

- בחירה נכונה באילו ערוצים ואיך לקדם את התכנים
- מעקב ומדידת תגובות לתכני המותג במגוון ערוצי התקשורת
- אופטימיזציה של התכנים -
כיצד נדאג שהתוכן יגיע אל הקהל הרלוונטי?
פעילות במספר דרכים, ביניהן - קידום המותג או החברה
במנועי החיפוש על מנת להגיע לקהל שמחפש את השירות או
המוצר שהחברה מספקת.

מדידת התוצאות

- אחת המשימות החשובות - מדידת ה-ROI על ההשקעה בתכנים
- מדידת התוצאות תאפשר שינויים והתאמות בדרכי הפעולה על מנת להשיג תוצאות טובות יותר לארגון

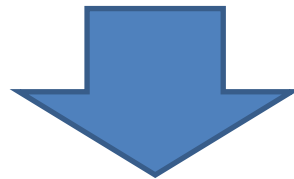




CCO Vs CMO

איפה סמנכ"ל השיווק?

- הצורך ביצירת תוכן הפך לפעילות אסטרטגית, גדולה ומרכזית
- סמנכ"ל השיווק אחראי בין השאר על בניית האסטרטגיה השיווקית, המיצוב והמסרים
- אינו מסוגל לתת מענה לצורך של יצירת התוכן – פעילות חוצת ארגון



**CCO אשר כפוף
ישירות למנכ"ל החברה**



הזדמנות למשרדי היח"צ?

In-house Vs Outsourcing

למה לא?

- תפקיד הדורש היקף משרה משמעותי
- ריכוזיות חברות – יהססו להוציא תפקיד זה החוצה
- מידור מידע חשוב/אסטרטגי מנותני שירותים חיצוניים
- תפקיד אסטרטגי – שמירת הידע והנסיון בתוך החברה

ההזדמנות

צורך: ישנו צורך בתפקיד – נטיה לתפקיד פנימי בחברה

+

מצב כלכלי: מיתון בפתח? צמצומים וחשש ממהלך בתקופה זו

הזדמנות עסקית למשרדי יחסי ציבור לפתח שירות חדש

ההזדמנות

שילוב תפקיד ה CCO במשרדי יח"צ יוצר
הזדמנויות חדשות!

- הרחבת נפח הפעילות מול הלקוח
- העמקת מערכת היחסים עם הלקוח
- גיוס לקוחות חדשים - ערך מוסף, יתרון על פני מתחרים

סינרגיה לפעילות משרדי היח"צ

- משרדי יח"צ מתפתחים לכיוון המדיה החברתית
- מלבד ניהול קמפיינים במדיה חברתית – הזדמנות לנהל את כל התוכן ולהיות המתאמים של כל מחלקות הארגון הפועלות במדיה זו
- עבודה אפקטיבית יותר מול יחסי הציבור

סינרגיה לפעילות משרדי היח"צ



נדרשת הרחבת בסיס ההתמחות והקשרים:

- הבנת אסטרטגיית השיח במדיה החברתית
- הכרת ערוצי המדיה הדיגיטלית השונים לעומקם
- העמקת מערכת קשרים עם מובילי דעה ובלוגרים ברשת

תודה רבה!

רון עפר | 054-4526725 | ronen@aprilbc.com

