

HOMEUPGRADE

לחדש, למכור, להרוויח

רנאל שולמן
313247314

הילה רצאבי
315313379

נדב נולר
312525074



תיאור החברה

HOMEUPGRADE

הינו עסק לשדרוג נכסים בתהליך קצר של עיצוב הבית והכנתו לקראת מכירה/השכרה במטרה להעלות את ערך הבית ולמקסם את הרווחים.

מטרת העסק

לעצב את הדירה במינימום
השקעה כספית, ולמקסם את
ההכנסות הצפויות ממנה.



about us about us about us

חברת HOMEUPGADE

נפתחה בידי זוג מעצבות פנים, נירית פרידמן ופנינה פאוסט שהחליטו לשלב ידיים ולהביא לארץ משהו חדש שעובד כיום היטב באירופה ובארה"ב.

והוא- עיצוב הבית לקראת מכירה, תהליך הנקרא הום סטייג'ינג בשפה המקצועית.



דקה של Home Staging

הום סטייג'ינג הוא תחום מפותח מאוד במדינות צפון אמריקה ובחלק גדול ממדינות מערב אירופה.

אחוז הממוצע של המשתמשים בהום סטייג'ינג במדינות אלו נע בין 50% ל-60% מאוכלוסיית מוכרי הבתים.

בארץ, תחום ההום סטייג'ינג הוא יחסית חדש ותופס תאוצה בשנים האחרונות, קיימים מספר מתחרים בודדים.



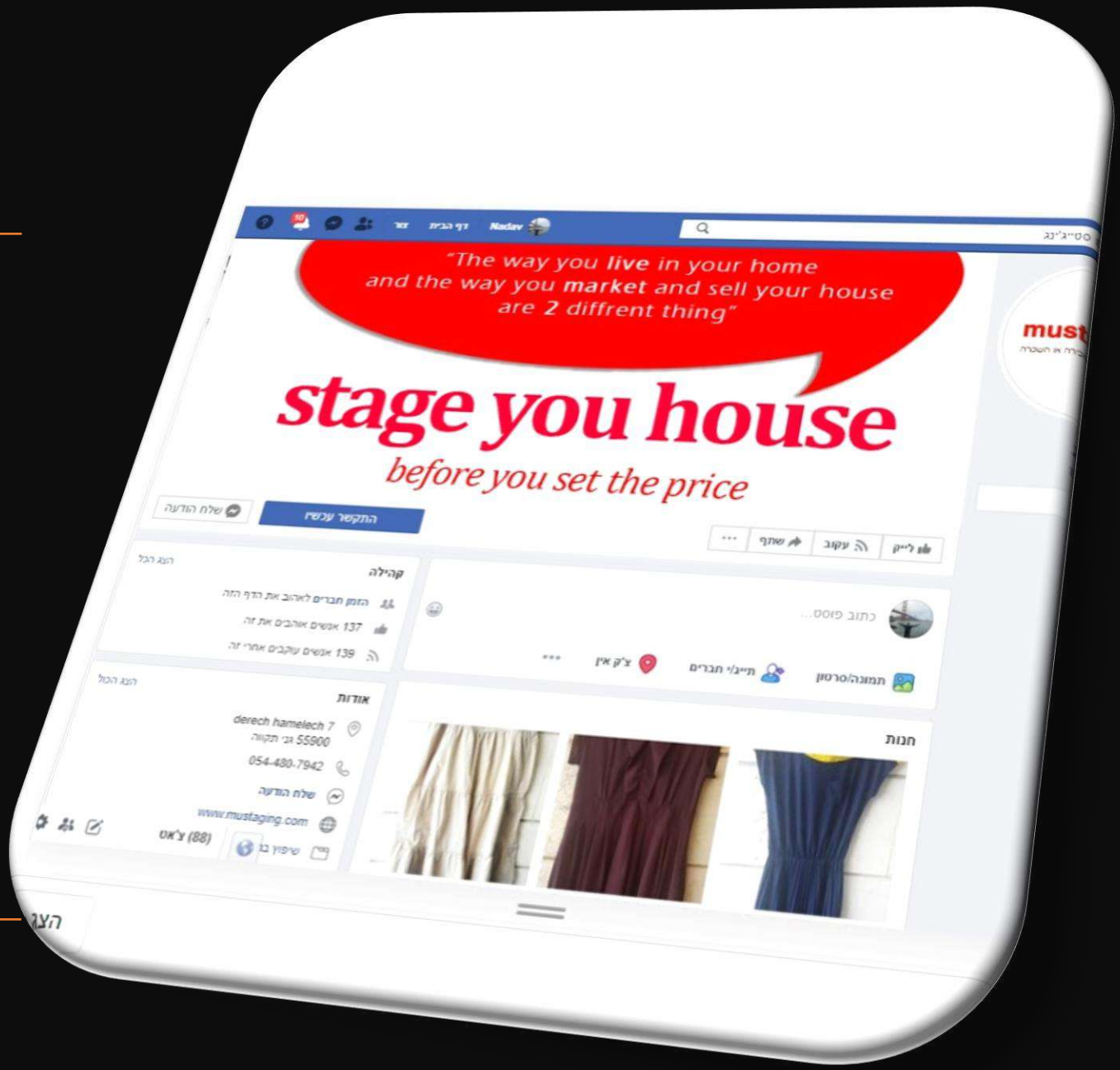

המתחרים

הום סטייג'ינג

137 עוקבים אחר הדף

<u>חוזקות:</u>
שם החברה מתבססת על השירות והעבודה.
חברה שעושה הום סטייגינג וגם נקראת כך, מה שאומר שחיפוש של המילים הספציפיות הללו יתנו את התוצאה שלהם ראשונה בחיפוש האורגני.

<u>חולשות:</u>
אין לחברה זו אתר, דף הפייסבוק שלהם חלש ואינו פעיל, רק 137 אנשים עוקבים אחר דף זה.

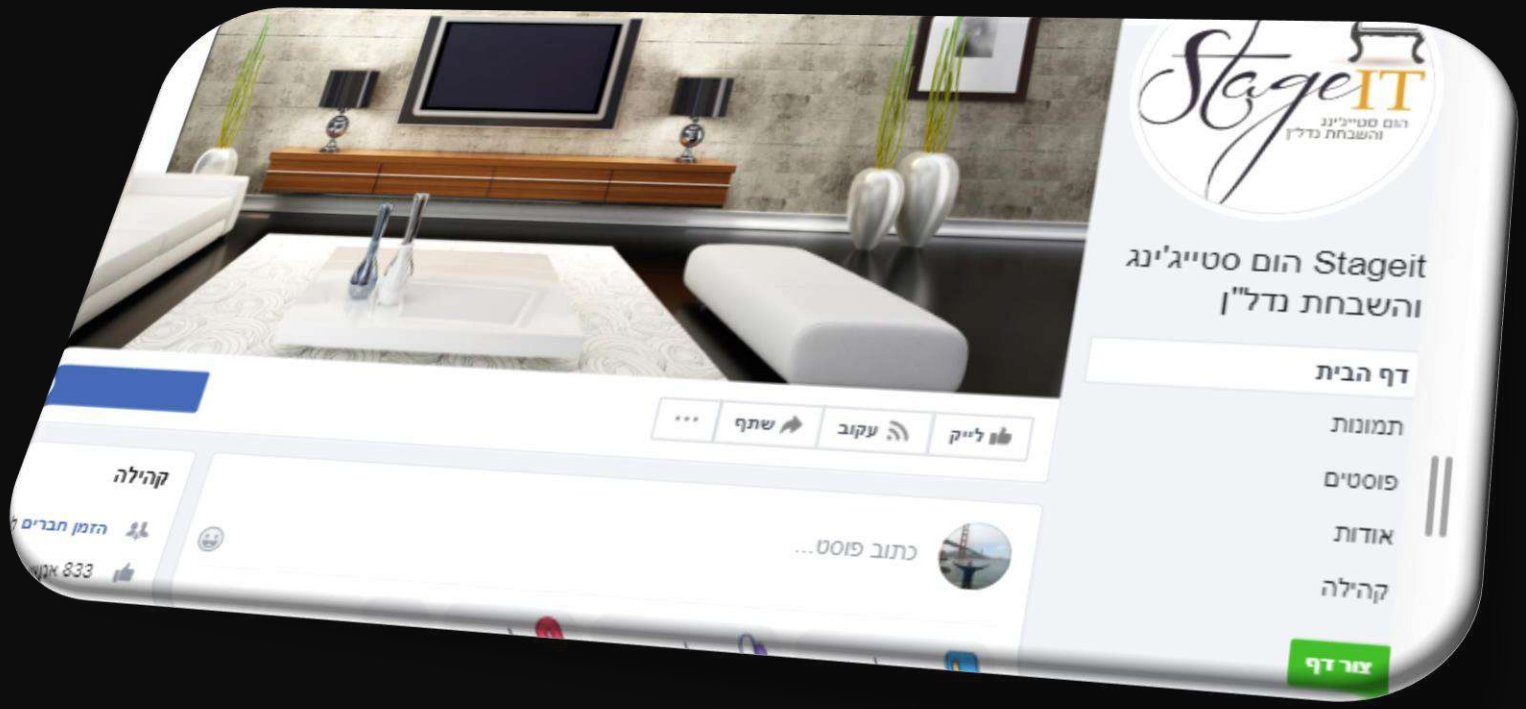


Stageit

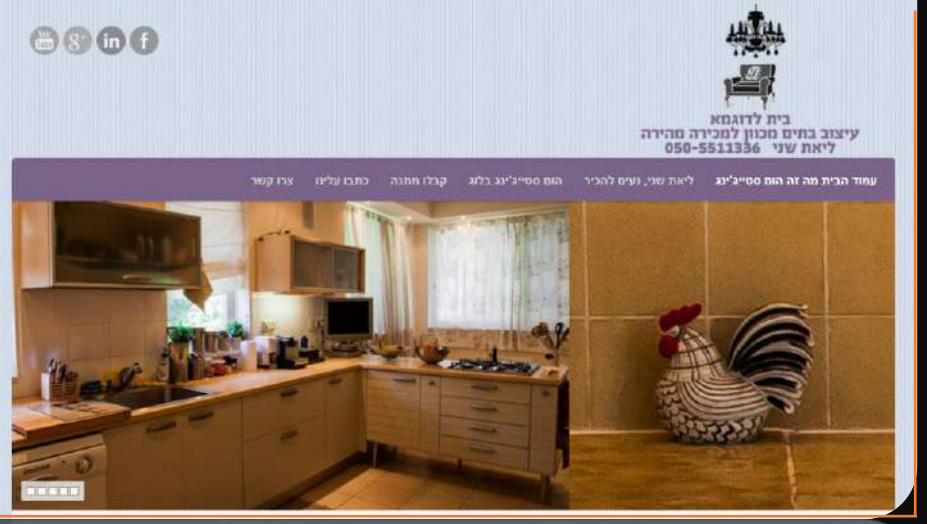
833 עוקבים בדף

<u>חוזקות:</u>
המיתוג של הברנד חזק, שם קליט, דף פייסבוק מעוצב ומזמין

<u>חולשות:</u>
אין להם אתר, דף הפייסבוק עוד חלש למרות פעילותו.
רק 833 עוקבים אחר דף זה.



ליאת שני -בית לדוגמא



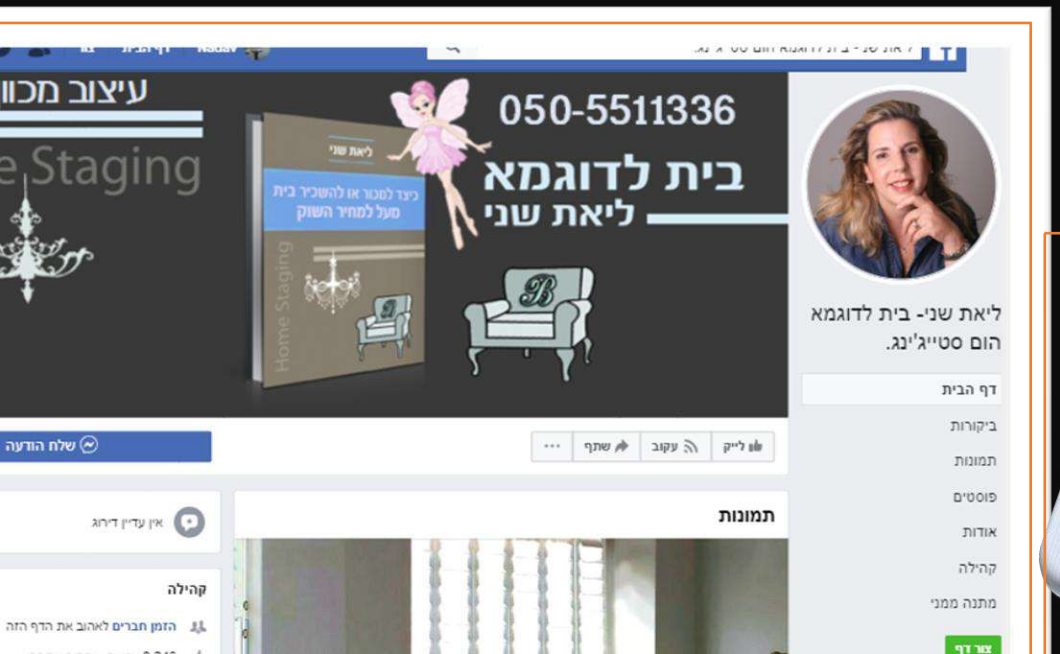
3.2K עוקבים אחר הדף.

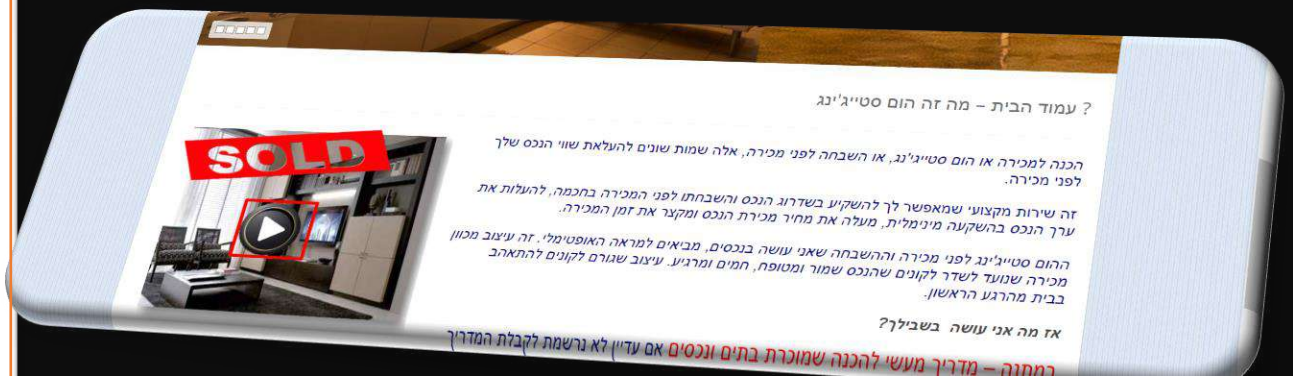
אתר: http://www.baitledugma.com/

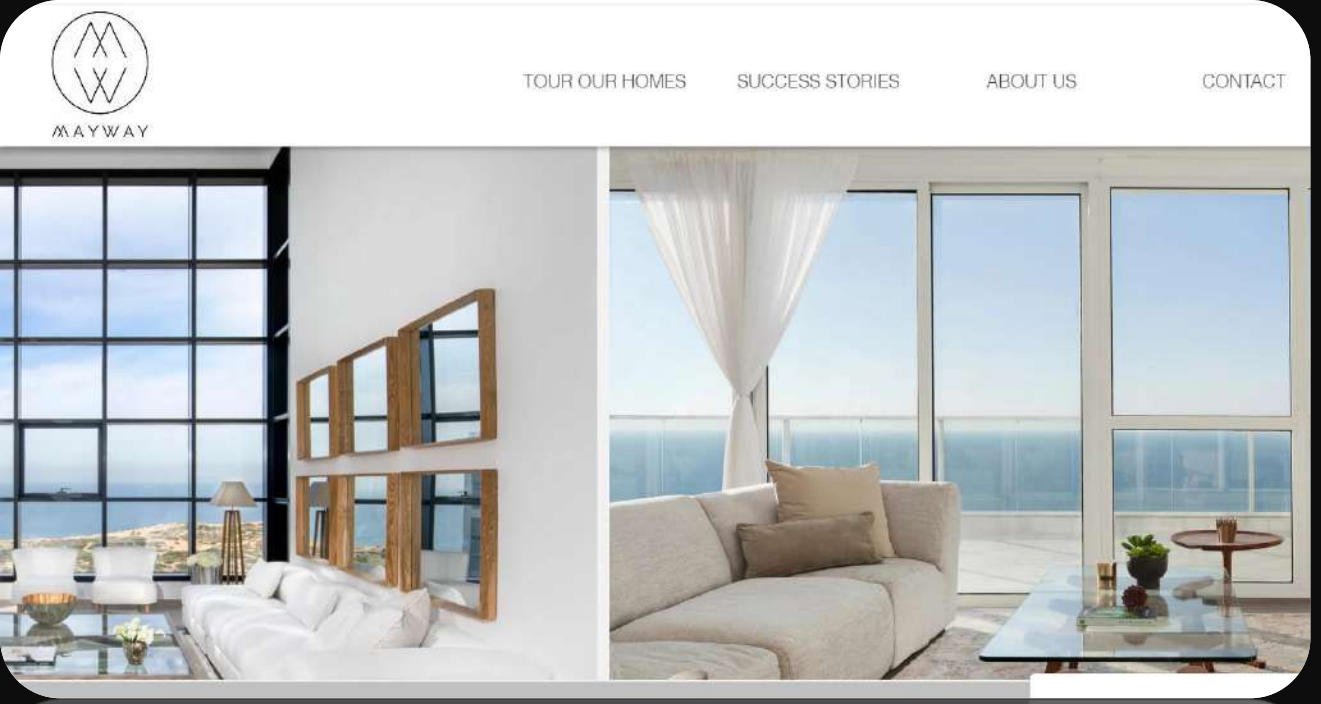
חוזקות: יש אתר אינטרנט + דף פייסבוק פעיל וחזק, שימוש ב- 360°.
בנוסף ליאת שני מעניקה מתנה בעת ההרשמות – מדריך חינמי.
ומתמקדת ב- "איך למכור או להשכיר בית מעל למחיר השוק".

חולשות: אתר האינטרנט שלה לא מעוצב ולא מזמין.

פחות אסתטי.





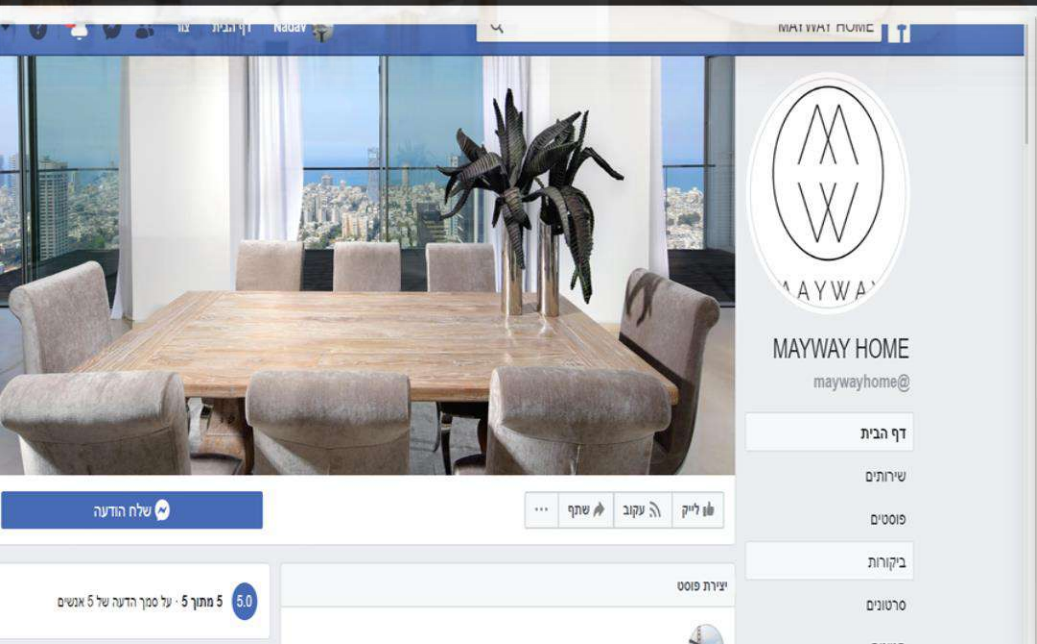


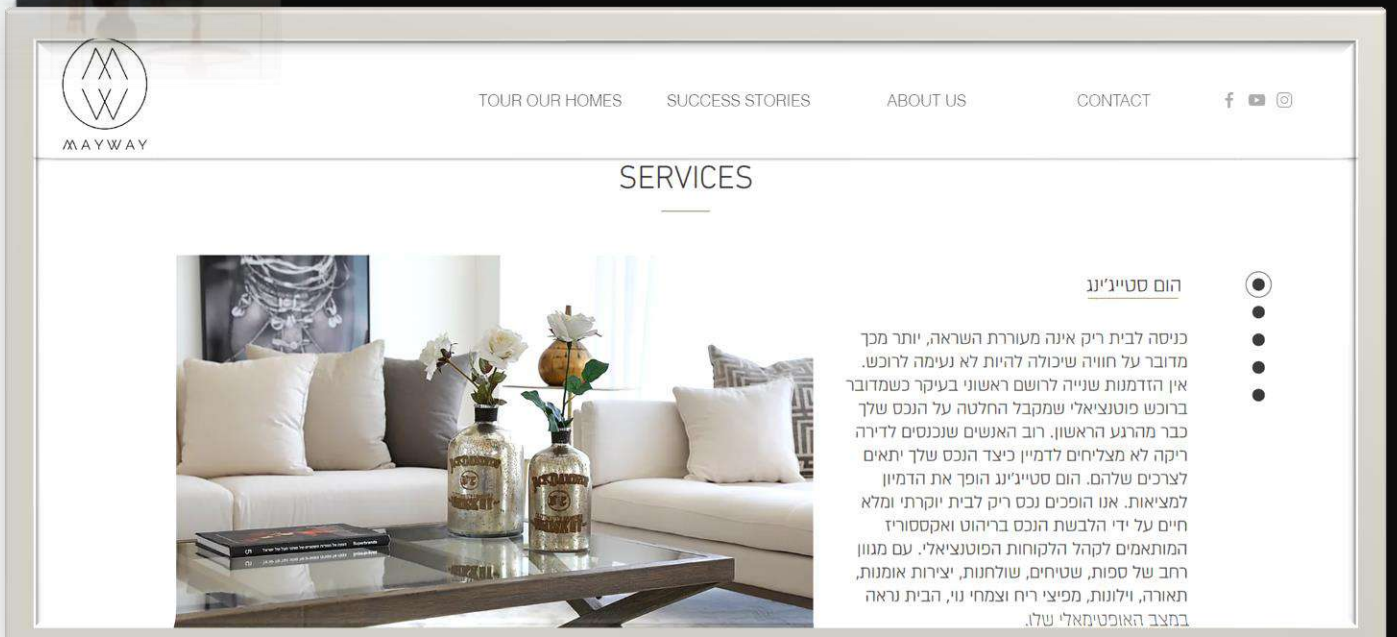
MAYWAY HOME

1,358 אנשים אוהבים את זה
1,430 אנשים עוקבים אחרי זה

חוזקות: דף פייסבוק גדול ביחס למתחרים וגם אתר האינטרנט, שימוש ב- 360° . שניהם מזמינים, ממותגים היטב ואסתטיים כיאה לעיצוב בית.

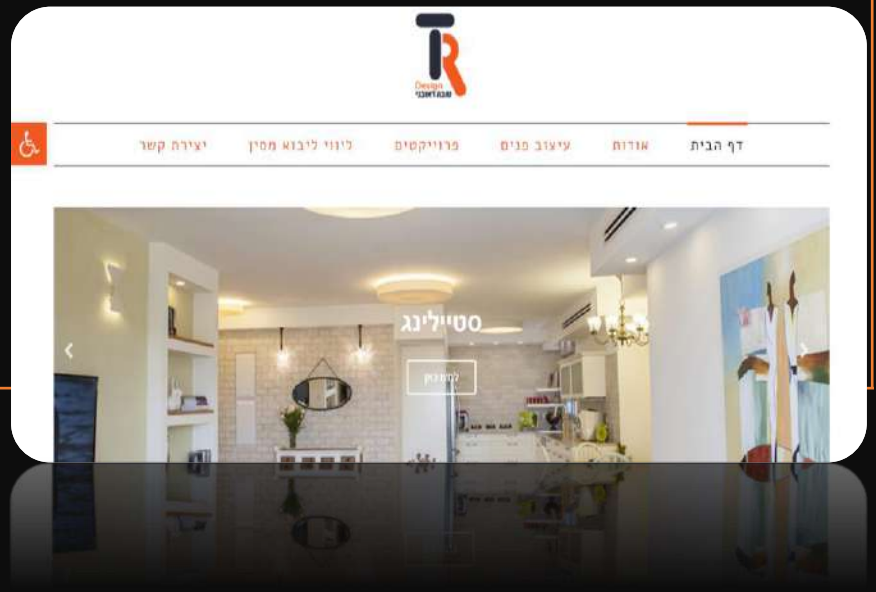
חולשות: למרות שהאתר נראה טוב, נראה כי הוא בעיקר תדמיתי, האתר מוצג כדף מידע ואין בו קריאות לפעולה.



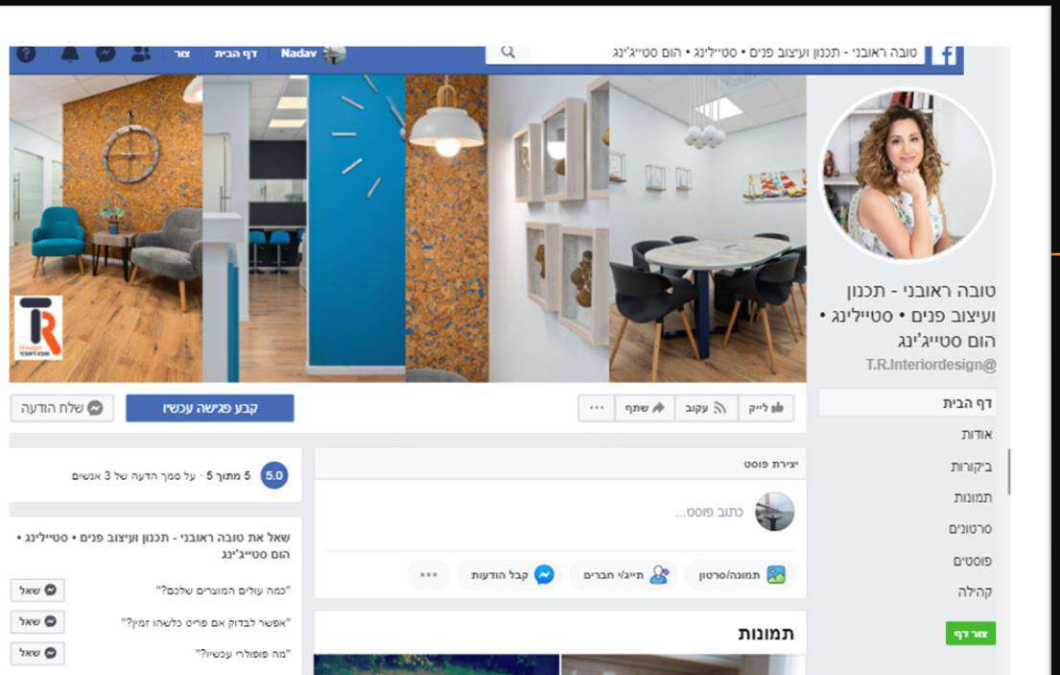


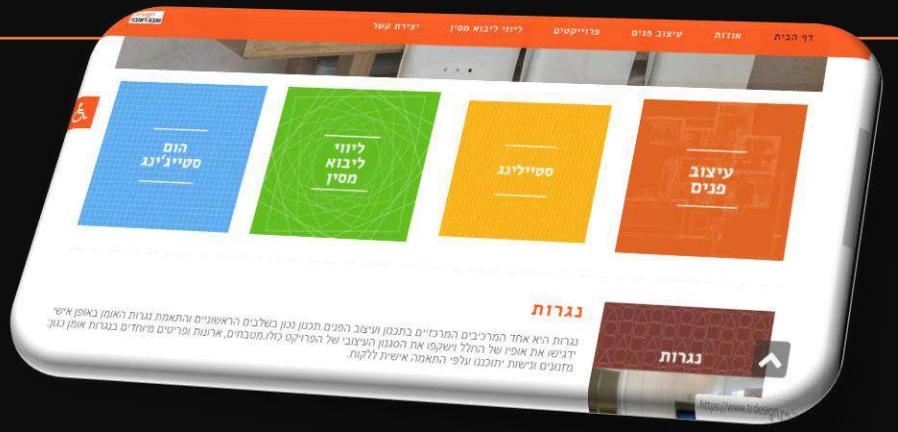
טובה ראובני

1,755 אנשים אוהבים את זה
1,782 אנשים עוקבים אחרי זה
אתר: https://www.trdesign.co.il/



חוזקות: שימוש ב- 360° ע"י דף פייסבוק ואתר אינטרנט.
דף הפייסבוק חזק ויש בו כמות רשומים גבוהה ביחס למתחרים, אתר האינטרנט מעוצב, מזמין, וקורא לפעולה.
חולשות: אין שם למותג, כמות העוקבים לדף הפייסבוק גדולה, אך המעורבות בפוסטים חלשה ולא משקפת.







באופן מפתיע בסביבת אתרי האינטרנט
אין מתחרים אטרקטיביים!

ישנם מספר אתרים אך מספר הכניסות
כלכך דל(פחות מ- 5K כניסות) שאין
נתונים בחברות אנליסטיות.

אתרים לדוגמא-
http://www.homestaging.co.il/

https://www.homestagingsolutions.co.il/

<u>מחסור בנתונים יכול להעיד על 2 דברים:</u>

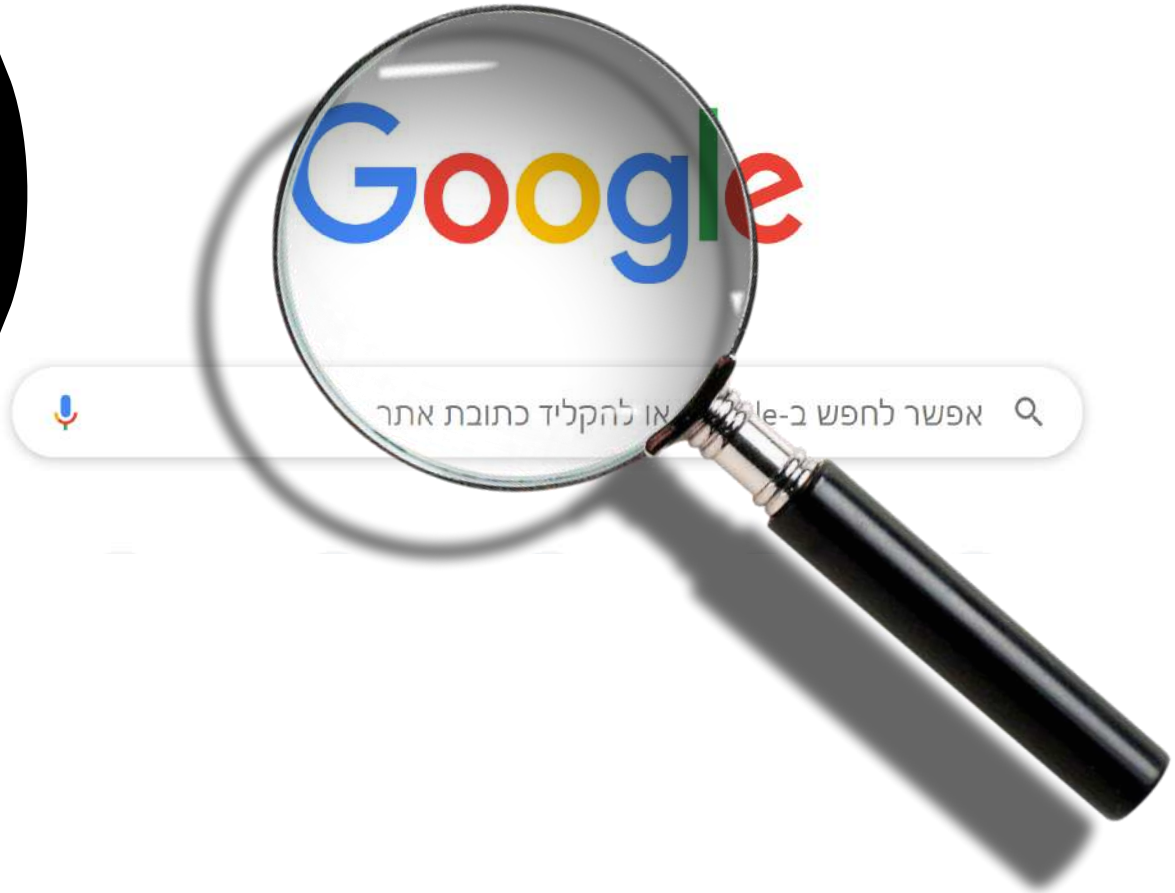
א. השוק בישראל חדש ולא מוכר

ב. המשתמשים מתחברים לנושא דרך
פלטפורמת הפייסבוק ולא דרך אתרים.

שאלת המפתח העולמית בחיפוש בגוגל היא:

"How do I start home staging?”

ניתן להסיק מכך שרוב האנשים אשר חיפשו ידעו כבר מה זה "הום סטייג'ינג" ורק ניסו להבין איך מתחילים בתהליך.





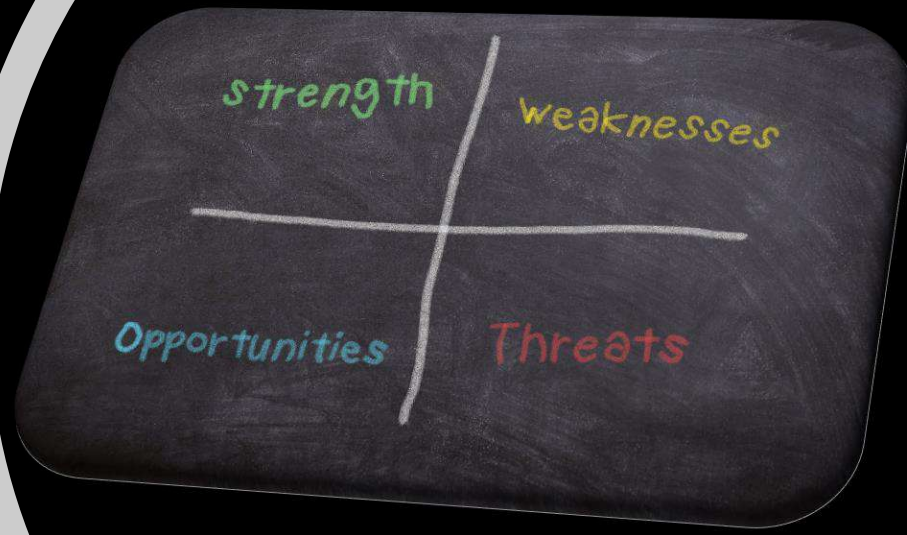
סיכום מתחרים

1. קיימת תחרות בשוק הישראלי ולאור כך אנו צריכים למצוא את הבידול של העסק ולמנף אותו.

2. נושא ההום סטייג'ינג **בארץ** רק בתחילת דרכו, מה שגורם כרגע לחוסר מודעות סביב העניין וסקפטיות הלקוח בתהליך.



מודל SWOT



חוזקות Strengths

- **שיתוף הפעולה ביניהן יוצר תהליך איכותי יותר ללקוח הכולל 2 זוויות ראיה שונות אך מנוסות, היוצרות יחד גיוון מחשבתי וידע מדויק יותר כלפי הצורך של בעל הדירה.**
- מערכת הקשרים שלהן עם בעלי מקצוע איתם הן עובדות כל אחת בנפרד ושתיהן יחד כמו: מתווכים, שמאים, מעצבים, שיפוצניקים ועוד, יוצר להם משאבים ייחודיים וחשובים בתהליך עיצוב הדירה לקראת מכירה. משאבים אלו באים לידי ביטוי בזירוז התהליך ובניית אמון בבעלי המקצוע על סמך ניסיון העבר.



חולשות Weaknesses

- **אסטרטגיית השיווק שקיימת כיום כוללת פנייה לכל הקהלים באותה השפה, באותו דף הנחיתה ובאותם הכלים. מה שיוצר בלבול בקרב הלקוחות, ופוגע בנוכחות הדיגיטלית שלהן.**
- פנינה ונירית מציעות דברים רבים, ולא מצליחות להתמקד על מוצר מסוים במטרה להצמיח אותו למוצר מוביל שיגיע בסופו לרמת הפרה החולבת.
- חסרה להן חשיפה רבה ללקוחות פוטנציאליים, הן מפה לאוזן – מכיוון שעוד אין להן פרויקטים שנעשו במסגרת שיתוף הפעולה, והן הנוכחות הדלה בגוגל וברשתות החברתיות. מה שמונע מהן ליצור יתרון תחרותי.
- חוסר הניסיון לנתח את קהל היעד והמשתתפים בתהליך קבלת ההחלטות, יצרה בעיות בסגירת העסקאות לאחר התערבות של שותפים נוספים שהניאו את הלקוח מהעסקה.



הזדמנויות Opportunities

במהלך משבר הקורונה העולמי קרו שלושה דברים:

- **בישראל מתכוננים לצפי של גל עלייה גדול של יהודים מהעולם. יהודים אלו שחיו בחו"ל מכירים את המושג Home Staging אשר מוכר ומקובל בחו"ל. לכן הפרסום לקהילות אלו הינו בעל מעלה רבה בהסתכלות לטווח הרחוק לאחר הגעה ללקוחות פוטנציאליים וחשיפת השירות, ובכך ליצור יתרון תחרותי בארץ.**
- אנשים איבדו את עבודתם, והם מעוניינים ליצור הכנסה גדולה בזמן קצר. אחת האפשרויות העומדות לרשותם היא מכירת נכסים, תוך כך שירצו למכור את הנכס בשווי הגבוה ביותר שיוכלו להרוויח ממנו את המירב.
  זוהי הזדמנות להציע ללקוחות אלו שירות עיצוב לפני מכירה על מנת לעזור להם למקסם את הרווחים.
- העולם התקדם מאוד לעבודה באמצעות הדיגיטל, ולכן הנוכחות הדיגיטלית הפכה לפלטפורמה איכותית לחשיפה וקבלת לידים.
- פנינה ונירית מתחילות את דרכן בעולם הדיגיטל ומגדילות את יכולותיהן להגיע ללקוחות דרך המערך המקוון על ידי דף נחיתה, דף עסקי בפייסבוק ועוד.



איומים Threats

- **אופי החברה הישראלית כולל פחד ש "יעבדו" עליה ויוציאו אותה "פראיירית" בלשון העם. איום זה מקשה על סגירת העסקה מול הלקוח ושכנועו כי שירות זה הוא לטובתו על אף שכרגע הוא רואה רק "הוצאות" בלי תגמול.**

(איום זה יכול להצטמק על ידי שיח טרמינולוגי עם הלקוח של "השקעה חוזרת", "השקעה" ולא מילים כמו "הוצאות" ו "כסף").

- איום נוסף נגרם לאחר משבר הקורונה אשר גרם למשפחות רבות לאבד את כספם, והן לא ישישו להוצאות נוספות של כסף בתהליך מכירה שלכאורה הם רואים בו מטרה אחת ויחידה- להכניס ולא להוציא.





קהלי היעד

- אנשים בגילאי 30-60, שרוצים למכור את הנכס שלהם בערך הגבוה ביותר, או להשכיר את הנכס שלהם בסכום המקסימלי.
- תושבי חוץ המתגוררים בארץ ומעוניינים למכור את הנכס בסכום המקסימלי.
- בעלי דירות עם תקציב נמוך לייעוץ בלבד
- בעלי סמארטפון ומחשבים עם גישה לאינטרנט.
- לרוב יהיו אנשים שכבר קיבלו הצעות נמוכות בהרבה מהסכום המקורי ואינם מוכנים להתפשר

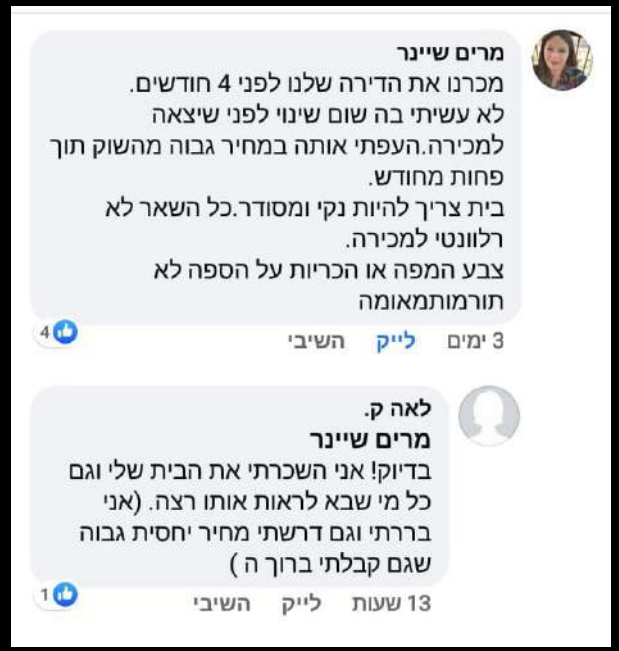


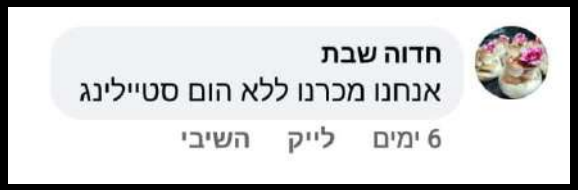




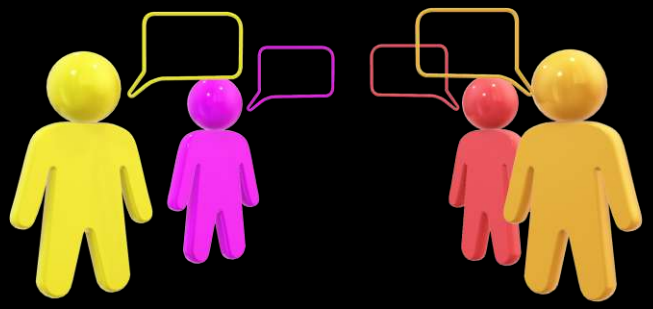












מחקר קהלים

לצורך זיהוי קהלים יצרנו מחקר קטן ברשת הפייסבוק בקבוצות גדולות וביניהן קבוצות השכרת ומכירת דירות בישראל, בהם שאלנו:

"מה הסיבה שיכולה להיות לזה שתחליטו לפנות להום סטייג'ינג?"

מתשובות העונים ניתן להסיק כי השוק לא מכיר את המושג ועדיין אינו פתוח ומוכן לשינוי.

הגענו למסקנה כי כדאי לפנות ל- "חוצניקים" המתגוררים בארץ ויש בבעלותם נכסים למכירה או השכרה.



קהל יעד
ממוקד

עבודתנו תתמקד בתושבי חוץ המתגוררים בישראל ויש ברשותם נכס למכירה או השכרה

עולם ההום סטייג'ינג מוכר בחו"ל וטבוע בתרבותם, כך שהם מכירים את התחום ואת יכולותיו!

* שותפים בקבלת ההחלטות של קהלי היעד:

קרובים משפחתיים לבעלי הנכס או חברים טובים.



מה קהל היעד מחפש ברשת?

קהל היעד של HOMEUPGRADE מחפש:

"איך למצות את מקסימום הפוטנציאל הגלום בנכס"

במטרה למשוך קונים פוטנציאליים ולמקסם את

הרווחים ממכירת הדירה



תובנה צרכנית

עם השקעה כספית קטנה אפשר
למקסם את הרווח ממכירת הנכס

מטרות עסקיות

מטרת חברת HOMEUPGRADE להיות חברה מובילה וחזקה בתחום "ההום סטייגינג" בישראל

ובזכות עבודות מוצלחות תוכל לקלוט לקוחות מפה לאוזן ובצורה אורגנית בלבד





BIG IDEA

יצירת אינטראקציה מיוחדת עם הגולש באמצעות שאלון אישיות

באתר- "בחן את עצמך" לאפיון צורך הלקוח.

בשאלון, 5 שאלות אמריקאיות שבסופן על פי צבירת הנקודות יוצגו לו

נתונים סטטיסטיים המגדירים מהו הכאב הצרכני של הלקוח ומה

המענה העסקי שלנו לכאב + הטבה והנעה לפעולה

תכנית פעולה

- כניסה לרשתות חברתיות ויצירת תוכן איכותי שיעורר בגולשים רגשות חיוביים של שמחה, חמימות ואהבה וכך לגרום להם לשתף אותו.
- השיח עם הגולשים יהיה בטרמינולוגיה המושאלת מעולם הטיפוח והיופי, ומתורגמת לרגש של השקעה בעצמך (בנכס שלך) כדי להיות יפה יותר, ושווה ערך יותר.

הצבעים בהם נשתמש יהיו צבעים חמים המעוררים הרגשה ביתית-משפחתית, ומזוהים עם רגשי תשוקה, גיוון ויוקרה.
במטרה כוללת להגדיל את החשיפה לשירות המקורי שחברת HOMEUPGRADE מציעה.





למי מכוונת הפעילות השיווקית?

חוצניקי"ם הגרים בארץ:

- בעלי גישה לאינטרנט
- מוכרי נכסים שקיבלו הצעות לא רלוונטיות
- מחפשים למקסם רווחים
- חברים בקבוצות פייסבוק של מכירת נכסים



יעדים עסקיים
תוכנית עסקית ל- 24 חודש קדימה מ- Q1 ועד עצמאות עסקית

Q1 בניית הבסיס- (0-4 חודשים)

-.פיתוח פלטפורמות דיגיטליות ודף עוקבים המכיל 300 עוקבים (אורגני + השקעה של 2,500 ש"ח ממומן)
-בניית בלוג יומי עם טיפים על שיפור הנראות של הבית

- בתוך שבוע, יצירת שת"פ עם שמאים,קבלנים,מתווך.
-בתוך חודש, בניית אתר מסודר ומקצועי המכיל אלגוריתם לניתוח נתונים סטטיסטיים.
- בתוך חודשיים - הגעה ל-35 לידים וסגירת עסקה עם 3 לקוחות.
- בתוך 4 חודשים - הרצה מלאה של 3 פרויקטים ראשונים.



Q2 (4-10 חודשים)

-פלטפורמת דיגיטל 900 עוקבים (אורגני + השקעה של 2,500 ש"ח ממומן)
-בכל חודש יצירת שת"פ נוסף עם כל אחד מהמקצועות בתחומים חופפים (שמאים, קבלנים, מתווכים)

יעדים עסקיים
תוכנית עסקית ל- 24 חודש קדימה מ- Q1 ועד עצמאות עסקית

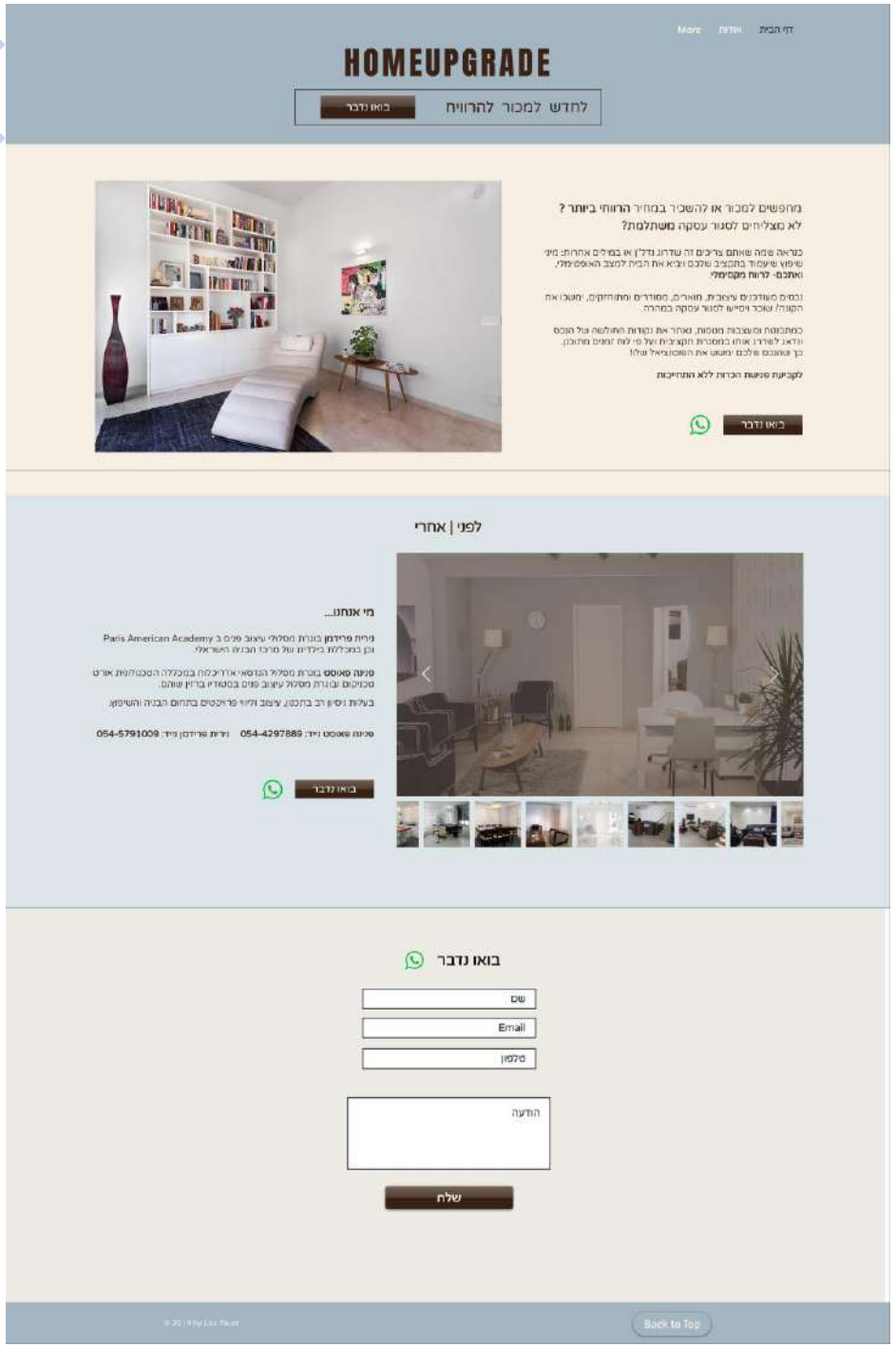
Q3 (10-16 חודשים)

- פתיחת מסלולים נוספים
- דף פייסבוק 1700 עוקבים



Q4 (16-24 חודשים)

-דף פעיל עם מעל 3000 עוקבים (אורגני מניע את עצמו)
-מעל 15 לקוחות חדשים מדי חודש
-תיק עבודות וקבלות הצלחה של 50 לקוחות מכל רמות הסוציו אקונומיות
-הגעה אורגנית בלבד (מפה לאוזן)


HOMEUPGRADE
לחדש למכור להרוויח
בואו נדבר
מחפשים למכור או להשכיר במחיר הרווחי ביותר ?
לא מצליחים לסגור עסקה משתלמת?
בואו נדבר
לפני | אחרי
מי אנחנו...
בואו נדבר
בואו נדבר
שם
Email
טלפון
הודעה
שלח
Back to Top

האתר כיום >>

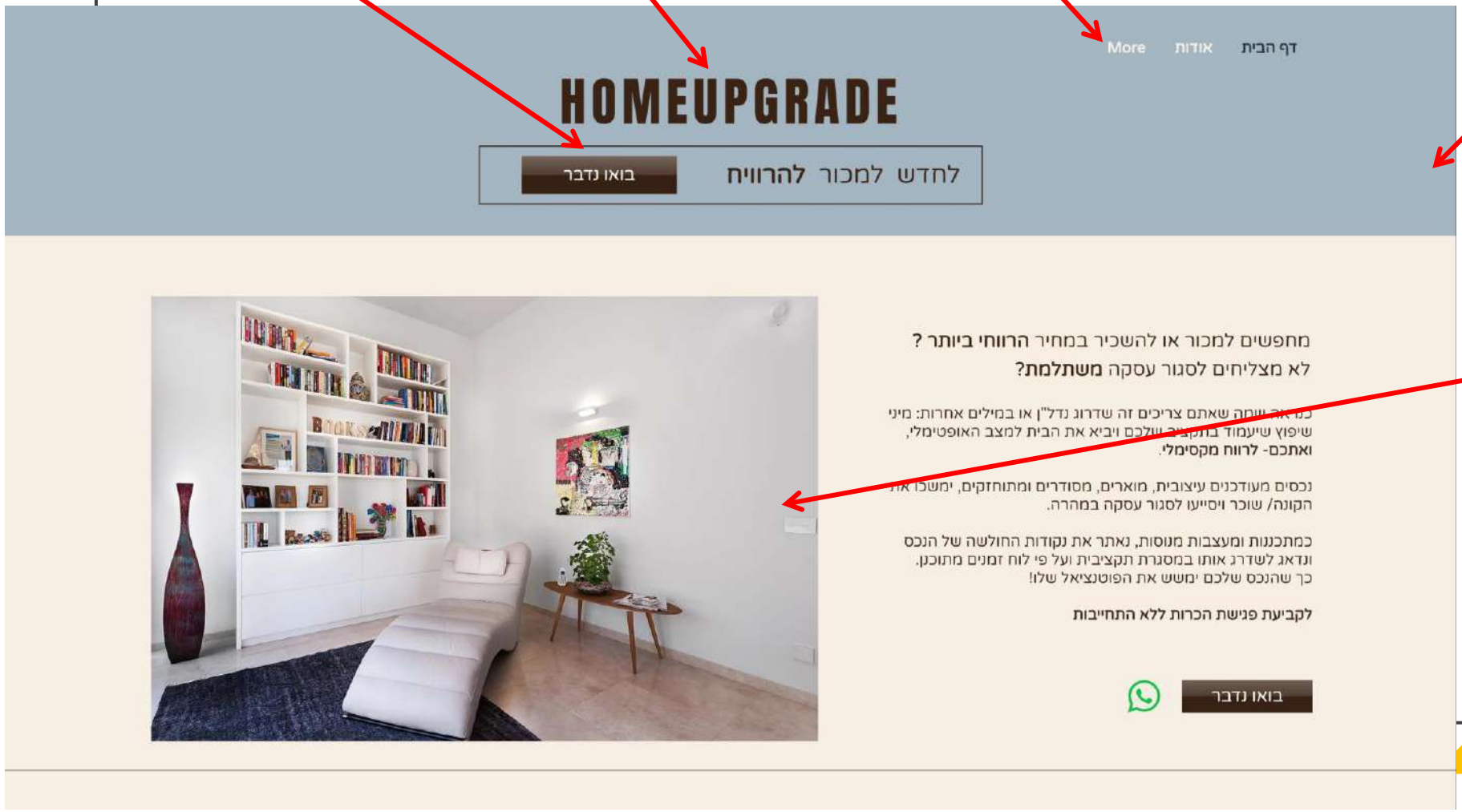
בתפריט כדי ליצור קשר צריך ללחוץ על כפתור "more" ואז נפתח למטה כפתור יצירת קשר.
2 קליקים!

לוגו לא מעוצב

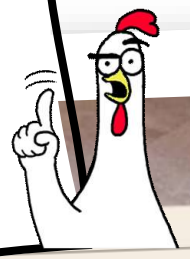
בתוך הלוגו יש כפתור??

האתר נפתח בצבעים קרים.
לא מזמין, ולא משדר: יוקרה, מודרניות ויצירתיות.

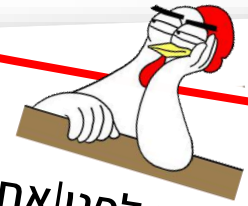
תמונת הפתיחה מזכירה קליניקה עם ספה טיפולית ולא דירת מגורים.



תמונות "לפני|אחרי"
+
"אודות"
=
באותו אזור?!

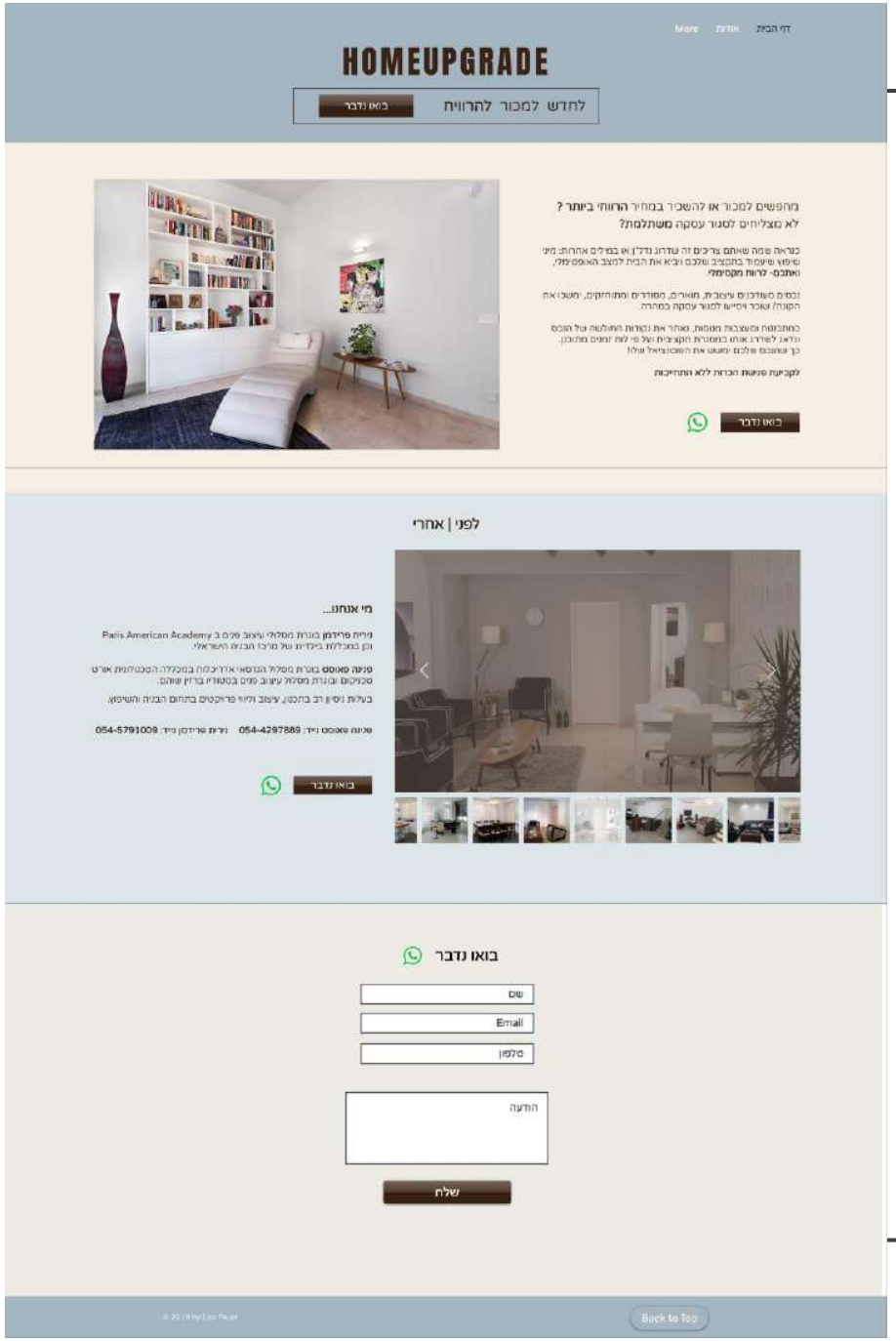


תמונות לפני|אחרי - קשה לעקוב איזו תמונת "לפני" שייכת לאיזו תמונת "אחרי"



1. טופס יצירת קשר לא מזמין
2. חלק כתוב באנגלית וחלק בעברית
3. למה אין פרטי התקשרות?
4. רשתות חברתיות



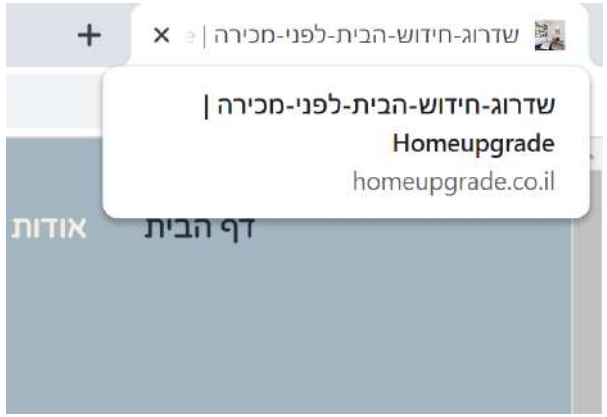


SEO

- לא נעשה מחקר מילות מפתח.
- אין באתר קישורים פנימיים וחיצוניים.

הכותרת בתג <title> של האתר לא ברורה ולא מכילה מילות מפתח רלוונטיות.
" שדרוג-חידוש", צריך להיות יותר ברור ומכיל מילות מפתח.

מספרי טלפון לא קליקביליים!



האתר המשופץ

דגשים



האתר המשופץ הוא **אתר תדמית** שיגרום לגולשים לחשוב בצורה חיובית על העסק וימתג את העסק כמומחה בתחום.

הוא ישמש גם כ**כלי לאיסוף נתונים** על הגולשים, כדי שיהיה אפשר בהמשך ליצור **פרסונליזציה** למכירה.

האתר יכלול **בלוג** עם תוכן שימליץ לגולשים על עיצובים שונים ודברים שחשוב לשים לב לפני עיצוב/שיפוץ.

ה-**ברנד אפליקיישן** ייצור בידול מהמתחרים וייחודיות לשירות של HOMEUPGRADE

הצבעים בהם נשתמש יהיו **צבעים חמים** המעוררים הרגשה ביתית- משפחתית, ומזוהים עם רגשי תשוקה, גיוון ויוקרה - מהם ייגזר גם הלוגו.

<u>אזורי התוכן באתר יחולקו לפי:</u>



1. החלק העליון והגלוי ביותר יהיה **תדמית** אופנתית של חברת HOMEUPGRADE + הצגת השירות שלהן
2. בעמוד הבית יוצגו **בקיצור** עמודי התוכן הפנימיים.
34. בעמודים הפנימיים יהיה אפשרות לשירותי ייעוץ בלבד.
בלוג לגולשים, פרויקטים **לפני|אחרי**, ו**המלצות**.

- -

<u>SEO</u>

שימוש **במילות מפתח רלוונטיות** בכ- 5% מהטקסט, לטובת מנועי החיפוש.

שימוש ב**כותרות** ראשיות ומשניות h1 h2 h3
קישורים פנימיים וחיצוניים
תגיות alt לתמונות
תגית <title> לתיאור רלוונטי המכיל מילות מפתח
מספרי טלפון - **קליקביליים**

<u>לעיצוב הלוגו</u> - נשתמש ב**קשת צבעים** שמביעים - דינמיות, עכשוויות, אופנתיות- אדום+כחול+צהוב+שחור+כסף וזהב

קישורים

קישורים פנימה



יצירת יח"צ לחברה – פרסום כתבות במגזינים דיגיטליים / אתרי מכירת דירה / בלוג משפיענים והטמעת קישור לאתר

קישורים חיצוניים



קישורים לחברות ריהוט שעושים איתם שת"פ קישור לעמוד הפייסבוק ולאינסטגרם

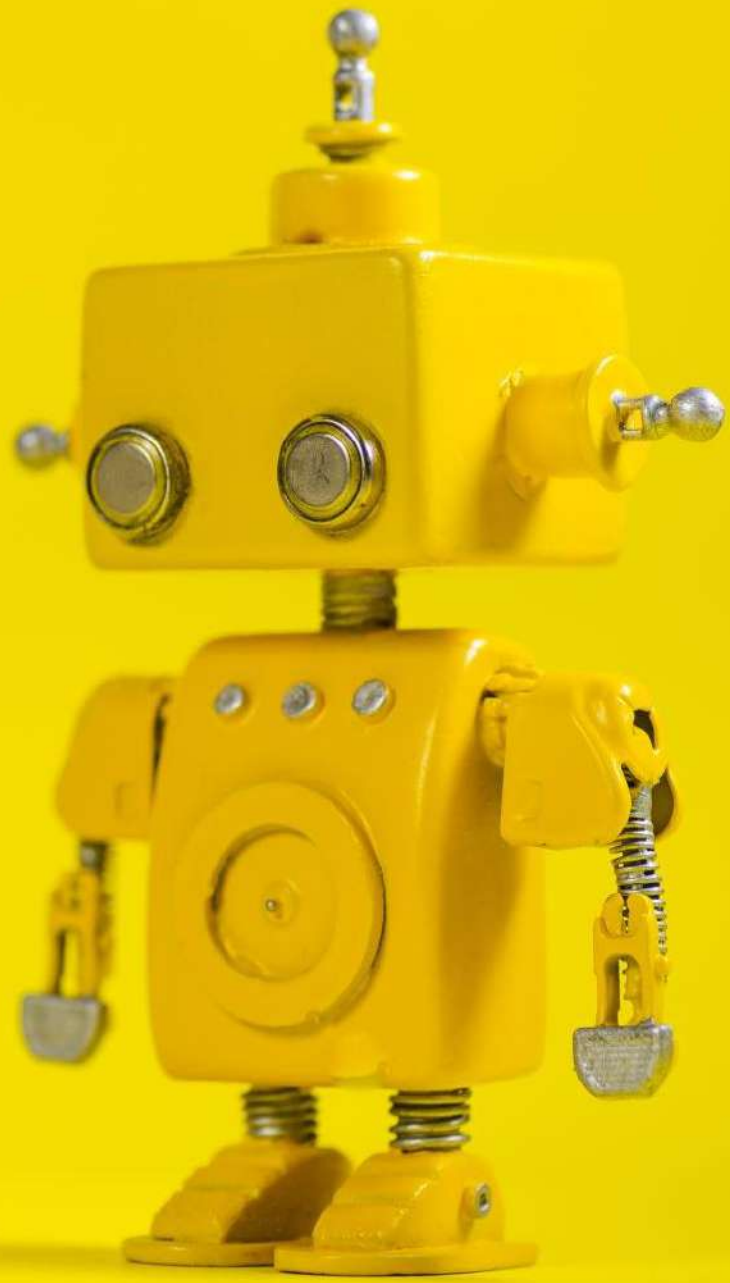
קישורים פנימיים



קישורי תוכן בין עמודי האתר שמובילים לבלוג או לעמודים פנימיים

טכנולוגי

- בניית site map לאתר והטמעתו ב-google console
- כתובת URL קצרה המכילה מילות מפתח
- אתר רספונסיבי למובייל
- שימוש בתמונות עם נפח קטן כדי להגדיל את מהירות האתר
- כתובת אתר ישראלית עם סיומת co.il



הלוגו החדש


HOME UP GRADE
לחדש. לאכור. להרויח

האתר המשופץ



להפוך דירה להכנסה בכמה צעדים פשוטים



הפרויקטים שלנו

לכל הפרויקטים >>

Home Staging

הום סטייג'ינג הוא תחום מפותח מאוד במדינות צפון אמריקה ובחלק גדול ממדינות מערב אירופה, מטרתו - לעזור לך להרוויח יותר בהשקעה קטנה!
אחוז הממוצע של המשתמשים בהום סטייג'ינג במדינות אלו נע בין 50% ל- 60% מאוכלוסיית מוכרי הבתים.

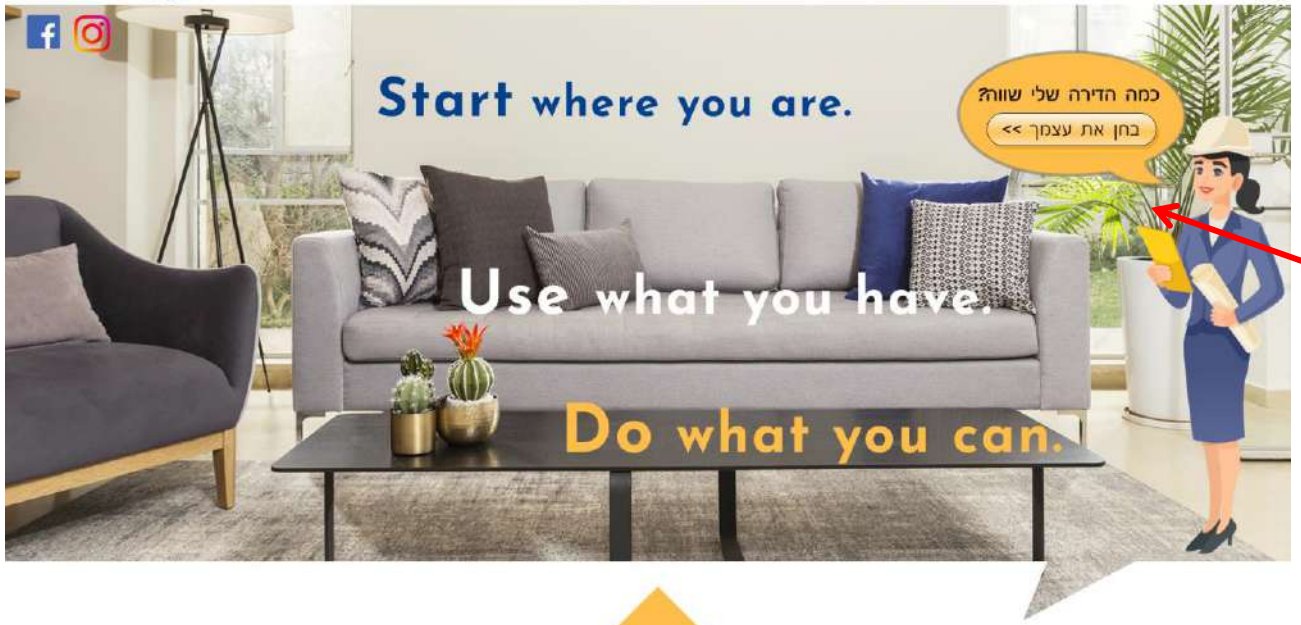
קרא עוד >>



אני רוצה לשדרג את הדירה:

שם מלא | מספר טלפון | מייל

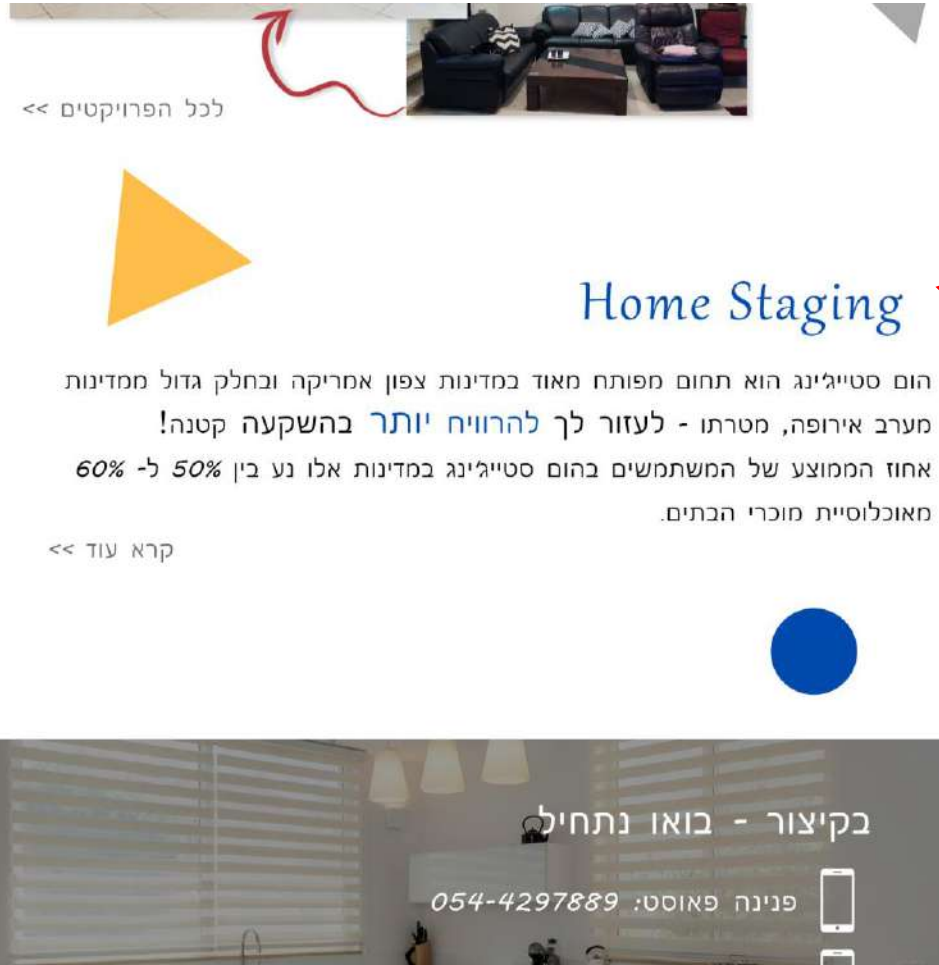
צרו איתי קשר



איזור הברנד- אפליקיישן

עמוד הבית – עמוד גלילה עם תקצירים של העמודים הפנימיים





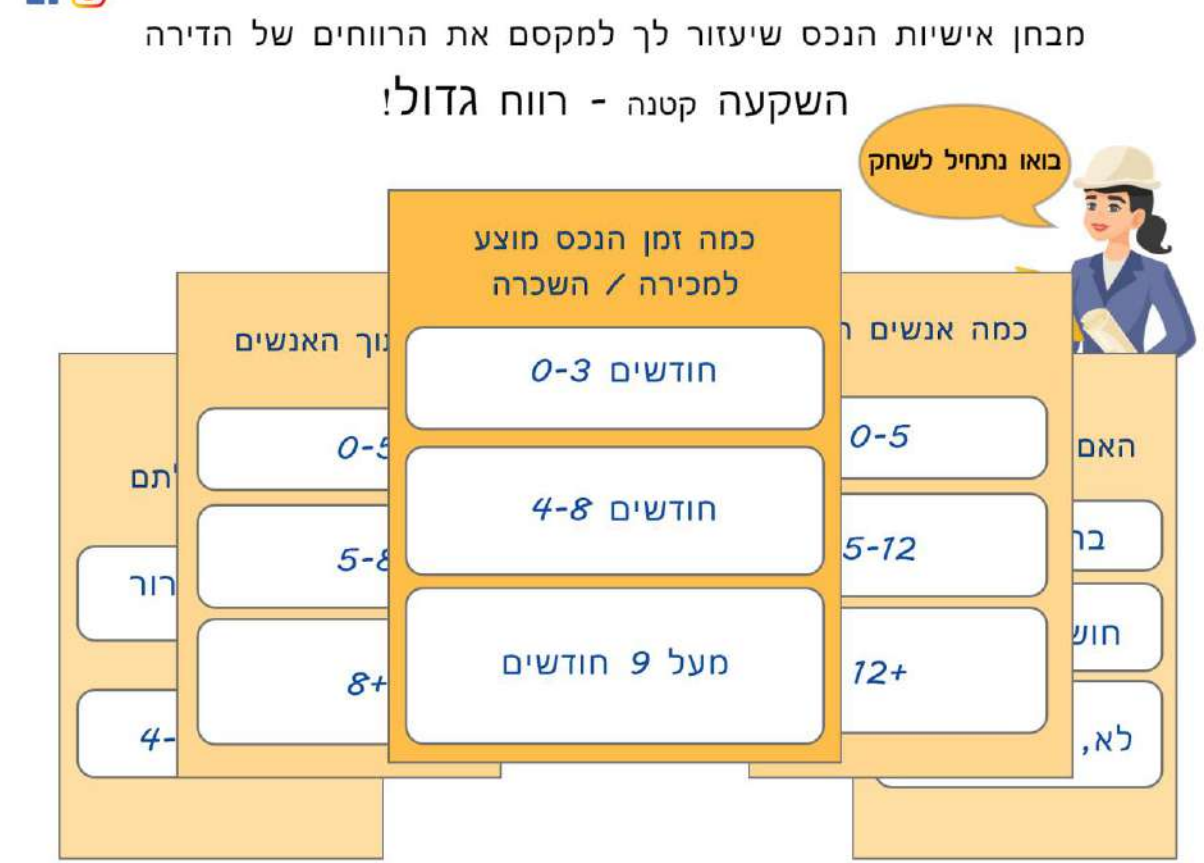
דוגמה לאיזור גלילה – תקציר הסבר על התחום

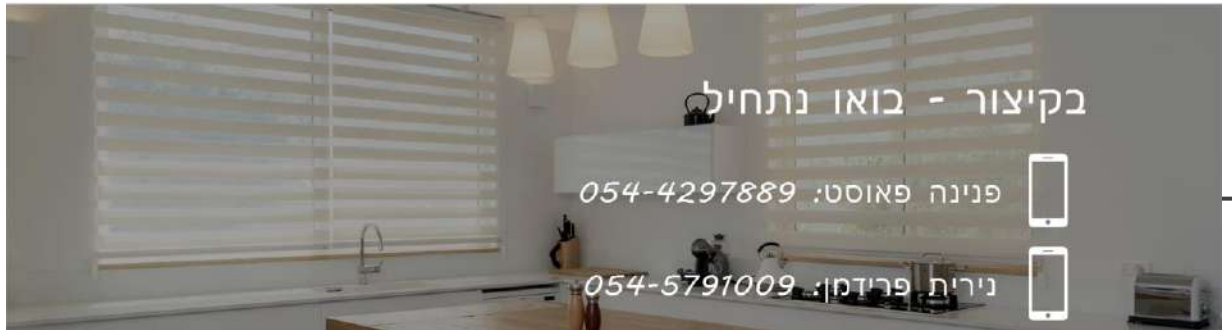
החלק התחתון – פוטר יהיה איזור יצירת קשר

הברנד אפליקיישן:

מבחן אישיות קצר, מורכב מ – 5 שאלות אמריקאיות.

- כמה זמן הנכס מוצע למכירה / השכרה?
- כמה אנשים ראו את הבית עד כה?
- כמה מתוך האנשים שראו את הנכס הביעו התעניינות?
- האם קיבלתם הצעות נמוכות ממה שציפיתם?
- האם המתווכים המליצו להוריד את המחיר הנכס כדי שיימכר?







לאחר מילוי השאלון יופיע לגולש
תוצאות מבחן אישיות הנכס על פי
תשובותיו
+
הטבה
+
כפתור הנעה לפעולה



עמוד הפרוייקטים

תכנית פרסום



מכיוון שאנחנו פונים לשוק המכיר את המושג הום סטייג'ינג

תכנית הפרסום שלנו תתבצע בשיטת **פרסום פרוגרמטית**

בשיטת תמחור - עלות לפי מכירה

CPS – Cost per sale

מטרת הקמפיין :

לסגור שלוש עסקאות באמצעות הגעה ללידים דרך טופס

בדף נחיתה ייעודי בתוך כ- חודש וחצי.

תקציב – 10,000 ש"ח



הפלטפורמות בהן יפעל הפרסום:





- מודעות גוגל – google ads

פרסום זה יופיע למחפשים בגוגל :הום סטייג'ינג או מכירת/השכרת דירה לקהל שמחפש למקסם את שווי הדירה.



פרסום בפייסבוק

למרות שזהו פרסום תדמיתי , נוסיף פרסום גם כאן על מנת ליצור מודעות רחבה יותר לנושא והתעניינות בשירות החברה.

פייסבוק יתרום גם ליצירת פלטפורמה ב - 360°



<u>אינסטגרם:</u>

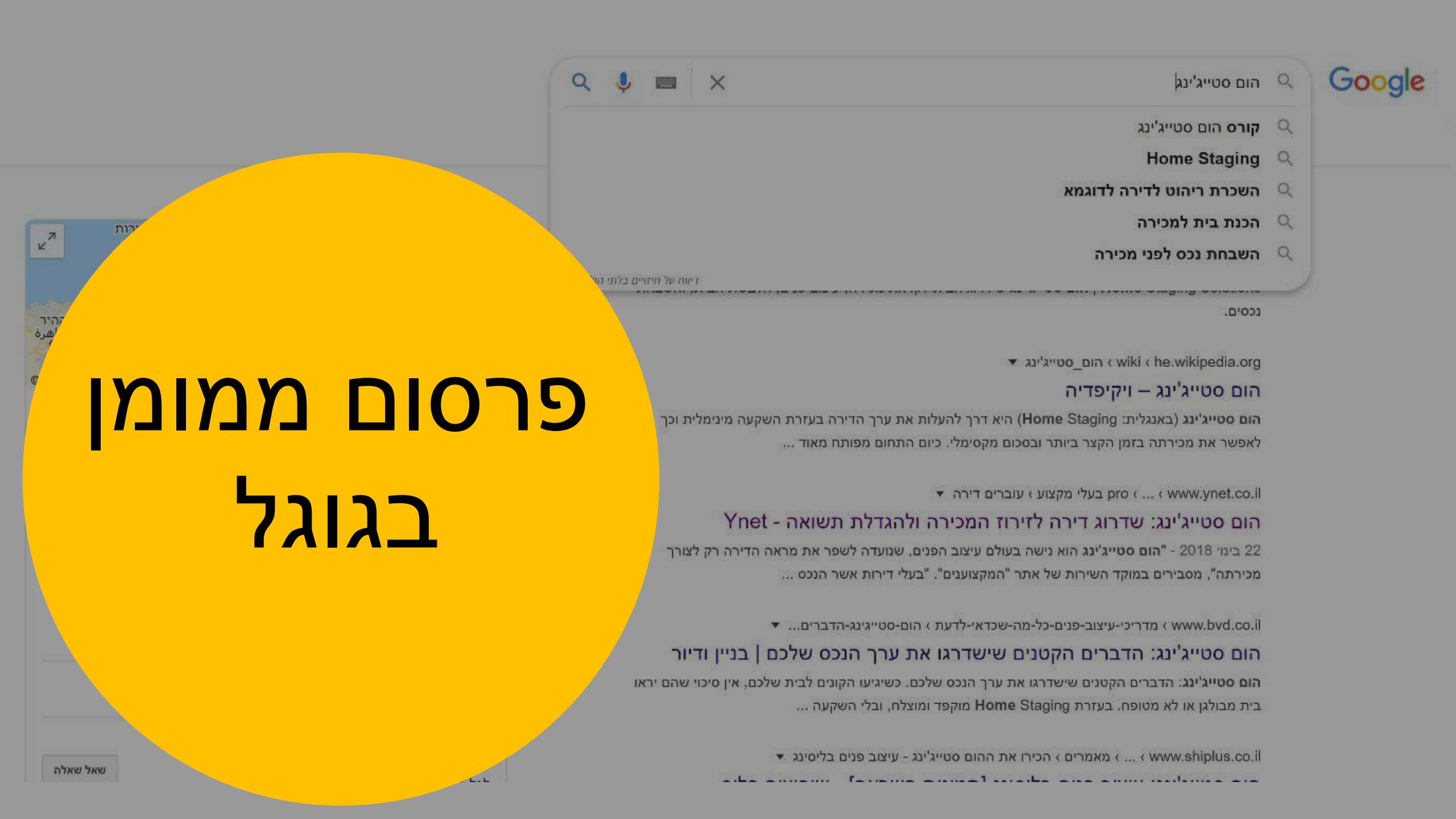
פעולת 360^{o} מעלות, למרות שהיא מיועדת יותר לצעירים, הייחוד שלה הוא **הוויזואליות**.

פרופיל בפלטפורמה זו ישמש כרטיס ביקור לעסק בו יהיה ניתן להיכנס ולהתרשם מהשדרוגים של לפני ואחרי, מחוות דעת של לקוחות, מסטורי שמראה בזמן אמת תהליכי הום סטייג'ינג ובנוסף, היכרות קטנה עם בעלות העסק.

RTB + GDN (google+taboola)

יצירת כתבה מקוונת + שימוש בטאבולה
לסימון המתעניינים בנושא.

פרסום Netive Advertising באתרי יד שניה,
מכירה או השכרה של בתים ודירות .



פרסום ממומן בגוגל

מילת מפתח ↑	קבוצת מודעות	עלות מקסימלית לקליק	קליקים	חשיפות	עלות	שיעור קליקים (CTR)	עלות ממוצעת לקליק (CPC)
בתים למכירה	מודעה א	₪ 2.00	1,522.08	32,240.30	₪ 1,276.31	4.7%	₪ 0.84
דירה	מודעה א	₪ 2.00	63.53	2,505.19	₪ 77.86	2.5%	₪ 1.23
השכרה	מודעה א	₪ 2.00	12.38	263.23	₪ 14.33	4.7%	₪ 1.16
השקעה	מודעה א	₪ 2.00	562.05	9,764.33	₪ 794.57	5.8%	₪ 1.41
נכס	מודעה א	₪ 2.00	37.52	961.59	₪ 34.84	3.9%	₪ 0.93
שדרוג	מודעה א	₪ 2.00	0.00	0.00	₪ 0.00	–	–

מילות מפתח מקודמות



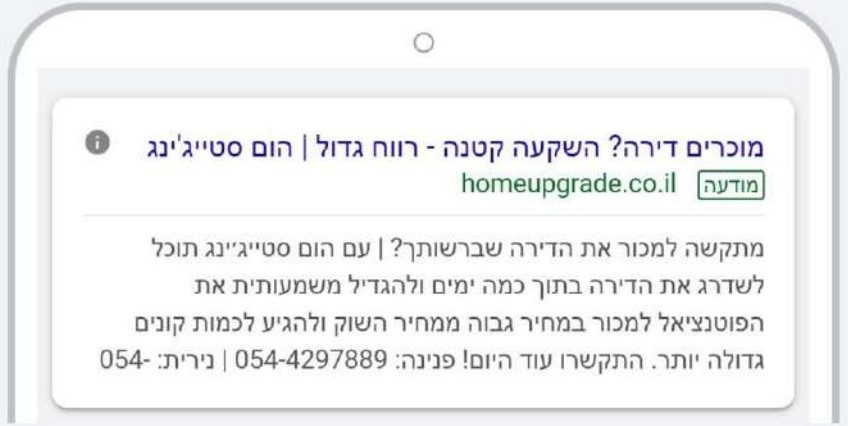
צפי ל- CTR
4.4%

CTR – click through rate

מוכרים דירה? השקעה קטנה - רווח גדול | הום סטייג'ינג

מודעה homeupgrade.co.il

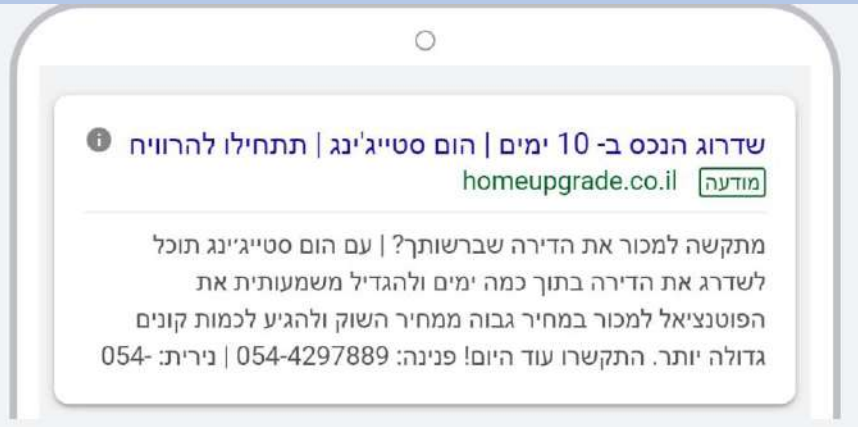
מתקשה למכור את הדירה שברשותך? | עם הום סטייג׳ינג תוכל לשדרג את הדירה בתוך כמה ימים ולהגדיל משמעותית את הפוטנציאל למכור במחיר גבוה ממחיר השוק ולהגיע לכמות קונים גדולה יותר. התקשרו עוד היום! פנינה: 054-4297889 | נירית: 054-5791009

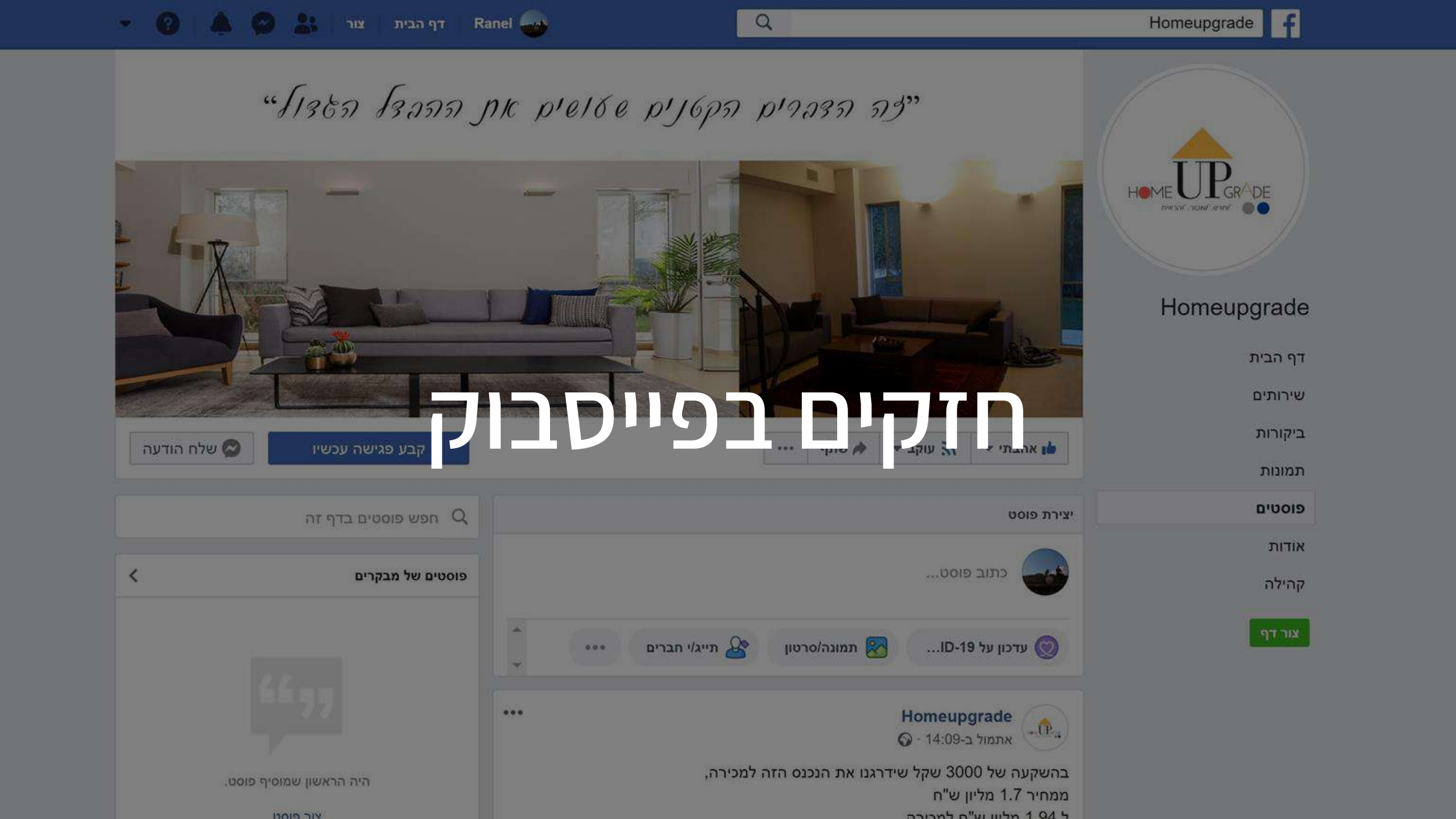


שדרוג הנכס ב- 10 ימים | הום סטייג'ינג | תתחילו להרוויח

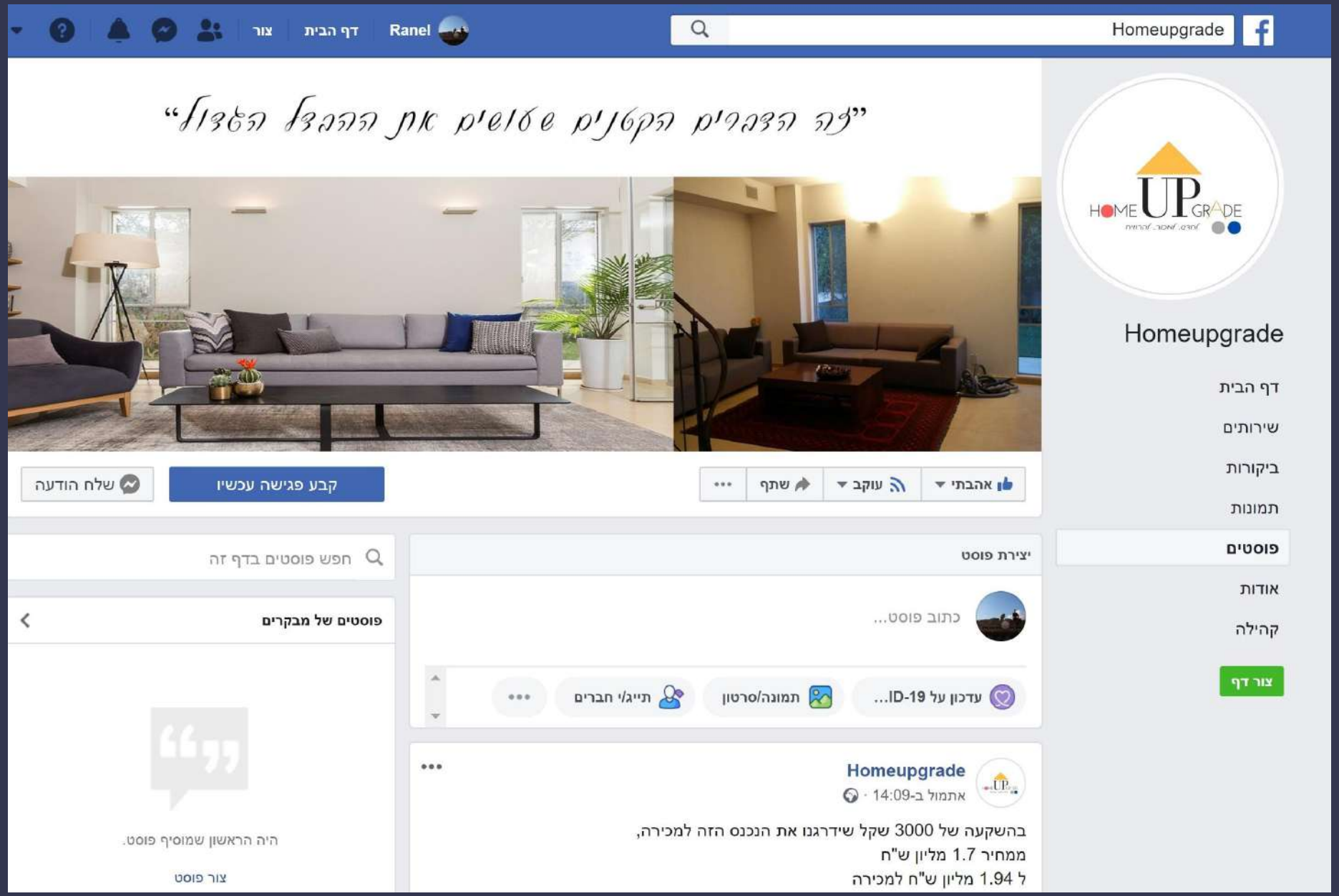
מודעה homeupgrade.co.il

מתקשה למכור את הדירה שברשותך? | עם הום סטייג׳ינג תוכל לשדרג את הדירה בתוך כמה ימים ולהגדיל משמעותית את הפוטנציאל למכור במחיר גבוה ממחיר השוק ולהגיע לכמות קונים גדולה יותר. התקשרו עוד היום! פנינה: 054-4297889 | נירית: 054-5791009




Homeupgrade
דף הבית
Ranel
צור
"לה הדברים הקטנים שעושים את ההבדל הגדול"
Homeupgrade
דף הבית
שירותים
ביקורות
תמונות
פוסטים
אודות
קהילה
צור דף
חזקים בפייסבוק
שלח הודעה
קבע פגישה עכשיו
חפש פוסטים בדף זה
יצירת פוסט
כתוב פוסט...
עדכון על ID-19...
תמונה/סרטון
תייג/י חברים
פוסטים של מבקרים
היה הראשון שמוסיף פוסט.
Homeupgrade
אתמול ב-14:09
בהשקעה של 3000 שקל שידרגנו את הנכנס הזה למכירה,
ממחיר 1.7 מליון ש"ח

דף הפייסבוק


Homeupgrade
דף הבית
Ranel
צור
"לה הדברים הקטנים שעושים את ההבדל הגדול"
Homeupgrade
דף הבית
שירותים
ביקורות
תמונות
פוסטים
אודות
קהילה
צור דף
אהבתי
עוקב
שתף
קבע פגישה עכשיו
שלח הודעה
יצירת פוסט
כתוב פוסט...
עדכון על ID-19...
תמונה/סרטון
תייג/י חברים
חפש פוסטים בדף זה
פוסטים של מבקרים
היה הראשון שמוסיף פוסט.
צור פוסט
Homeupgrade
אתמול ב-14:09
בהשקעה של 3000 שקל שידרגנו את הנכנס הזה למכירה,
ממחיר 1.7 מליון ש"ח
ל 1.94 מליון ש"ח למכירה

עמוד פייסבוק -HOMEUPGRADE

אסטרטגיית הדף בנויה מ3 שלבים-

שלב א: יצירת חשיפה לדף ואינטראקציה בעמוד – לייקים, תגובות, שיתופים, סקרים.

שלב ב: הגדלת קהל היעד – העלאת פוסט יומי וטיפים על עיצוב הבית לקראת מכירה, מה חשוב לשים לב, איך בוחרים תקציב, איך מתאימים צבעים ופרסום סיפורי הצלחה.

שלב ג: הגעה מעל 1,000 עוקבים , והסבר על כל המסלולים שיש לחברה להציע.

איך מביאים טרפיק+אינגייג'מנט:

שלב א: הגרלה על עיצוב חינם/ 800 שקל וכל מה שצריך לעשות זה לייק ולתייג חבר שרוצה למכור את הבית

שלב ב: סיפורי הצלחה.(בפרסום ממומן)

שלב ג:
- הצעה של 1,000 ש"ח למי שמביא לקוח שסוגר.
-העלאת סקרי סטייל של הצבעה על שינוי מסוים (נגיד אותו סלון עם שטיח אדום או כחול) ואנשים יצביעו כי הם ירצו להיות חלק בסטייל של הדירה.

<u>מבנה הדף:</u>

בשלב הראשוני – סרטון של פנינה ונירית מסבירות עם המחשות את תחום ההום סטייג'ינג.
לדוגמה: (https://www.youtube.com/watch?v=u409XhaSVJc)

- עיקר הדף יהיה בנוי מתמונות של "לפני/אחרי" .
- הרעיון המרכזי של הדף הוא לתת סיפורי הצלחה על איך "לקחנו נכס ששווה מליון שקל, השקענו בו 30 אלף בשדרוג הנכס והיום הוא שווה 1.2 מליון שקל. המטרה היא ליצור ביטחון בתהליך.

כל 2-3 פוסטים נעלה גם פוסט של טיפ עיצוב כללי.
שם המשחק פה זה תמונות טובות הממחישות את השינוי.

-סרטונים של פנינה ונירית שמסבירות איך שינוי קטן יכול להגדיל את הערך וההכנסה הצפויה.

<u>הפרסום הממומן יהיה לקהל הממוקד שלנו</u> – דוברי שפות זרות, שיש להם קשר למדינות X, מאזורים Y (לדוגמה: גבר דובר אנגלית עם קשר לארה"ב שגר ברחביה)

<u>ההגרלות / המתנות</u> למי שמביא לקוח יהיה פתוח לכולם כדי ליצור רעש סביב הנושא הלא מוכר.

<u>כלי השימוש לפרסום-</u> בתור התחלה business.facebook.com- על מנת להביא עוקבים לדף.
בהמשך נטמיע פיקסל גוגל בדף ובקישורים


facebook
פוסטים לדוגמה

Homeupgrade
· אתמול ·

בהשקעה של 3000 שקל שידרגנו את הנכנס הזה למכירה,
ממחיר 1.7 מליון ש"ח
ל 1.94 מליון ש"ח למכירה
ובעברית -210 אלף שקל רווח לבעל הנכס!!!
זה-הום סטייגינג!
תייגו חבר שרוצה למכור את הדירה ואנחנו כבר נדאג שהוא ירוויח יותר!!

לייק תגובה שתף

כתוב תגובה...



Homeupgrade
הדף סומן בלייק · אתמול ·

הידעתם?? הום סטייג'ינג הוא תחום מפותח מאוד במדינות צפון אמריקה ובחלק גדול ממדינות מערב אירופה.

אחוז הממוצע של המשתמשים בהום סטייג'ינג במדינות אלו נע בין 50% ל-60% מאוכלוסיית מוכרי הבתים.
בארץ, תחום ההום סטייג'ינג הוא יחסית חדש ותופס תאוצה בשנים האחרונות, רוצים לשמוע עוד??רק תלחצו לייק לפוסט ונחזור אליכם!

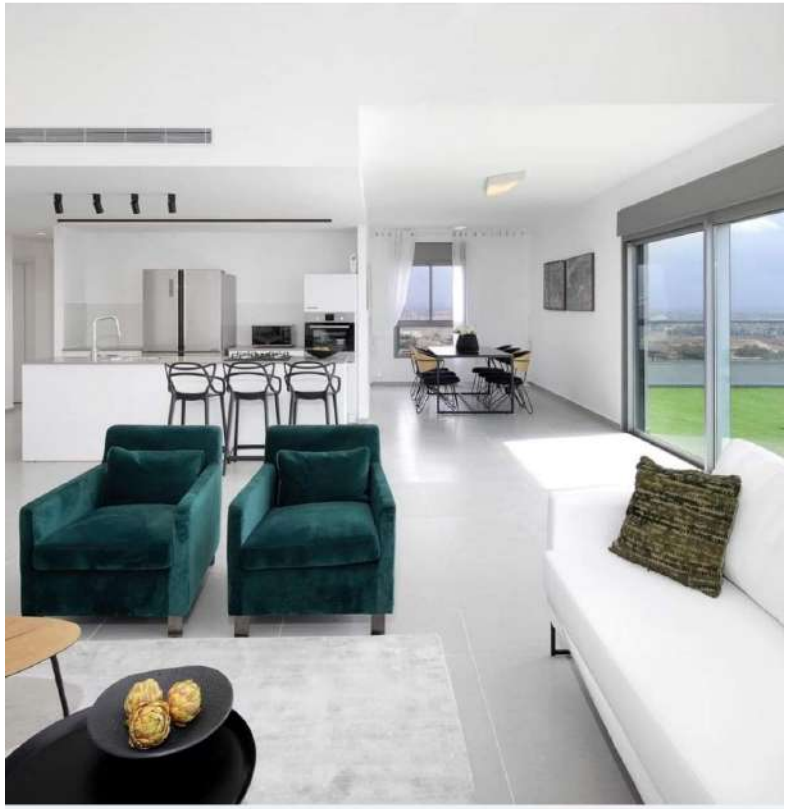
לייק תגובה שתף

כתוב תגובה...



Homeupgrade
ממומן •

"מוכרים דירה? השקעה קטנה - רווח גדול | הום סטייג'ינג"



homeupgrade.co.il
אדריכלות ועיצוב פנים Homeupgrade שדרוג ו...,

מידע נוסף

Homeupgrade
ממומן •

"למקסם רווחים במכירת נכס - בואו להכיר את HOMEUPGRADE"



homeupgrade.co.il
אדריכלות ועיצוב פנים Homeupgrade שדרוג ו...,

מידע נוסף



דוגמאות למודעות GDN


ynet
20 שנה
מוכרים דירה? השקעה קטנה - רווח גדול
HOME UPGRADE
Home Staging
תתחילו להרוויח>
14.6.20
כ"ב בסיון התש"פ
גלנט הכריז שהשנה תוארך: "המורים יתנגדו? יש כלים"
עימות חזיתי בין גלנט לבין ארגוני המורים: שר החינוך הודיע כי הגנים והיסודיים יסתיימו ב-13 ביולי ואז יחל "ביה"ס של החופש הגדול", ואילו בחטיבות ובתיכונים ילמדו עד 1 ביולי. ארגון מורי התיכונים: "השנה תסתיים השבוע". הסתדרות המורים: "לא יהיה שוויון? השנה בגנים וביסודיים לא תוארך"
יפה בן דוד
יואב גלנט
רן אח
לכל המבזקים
הסתדרות המורים: בלי שוויון בין המורים השנה בגנים וביסודיים לא תוארך
14/06/2020 19:09
לאחר שהפר בידוד: איש העסקים ברנדון קורף נדרש לעזוב את ישראל
14/06/2020 19:00
שר החינוך הכריז כי שנת הלימודים תוארך: "המורים יתנגדו? יש לנו כלים"
26C
התחברות

השכרת דירה מעל למחיר השוק

Home Staging

HOME UPGRADE

תתחילו להרוויח>




Budget
CRAZY SALE
מחיר באתר
החל מ-
₪53,900
לפרטים נוספים
Budget
מכירת רכב


נדל"ן למכירה
הצג תוצאות


משכיר
מוטרד מהשכר דירה?
תתקדם
להום סטייג'ינג
תתחילו להרוויח>
HOME UP GRADE


דירות להשכרה
פרויקטים חדשים
מגזין נדל"ן
ביטוח רכב
רכבי יוקרה
קטנועים
אופניים
לתינוק ולילד
לבית ולגינה


דירות חדשות
דירות חדשות | אזור המרכז | אזור הדרום | חיפה והצפון | אזור השפלה | אזור ירושלים
מבצעים
דירות ובתים
מגרשים להשקעה
בעלי מקצוע
אינסטלטור | דודי שמש | שיפוצים | הובלות | טכנאי מזגנים | ניקיון | הדברה
המקצוענים
מחירון עבודות ושירותים לבית
מוקד גישור ויישוב מחלוקות
פיקוח על המחיר ובקרת שרות
דרושים
משרות מהיום (3) | בלעדיות (2191) | הייטק (5405)
AllJobs
מכירות
שיווק ופרסום
שירות לקוחות


מבצע החודש
גפנים נתניה
חוויית מגורי בוטיק פסטוראלית בלב השרון!
קראו עוד
מודעת השבוע
5 חד' עם מרתף שקט ופסטורלי
קוטג' פינתי ייחודי למכירה בשוהם מיוחד ואותנטי
קראו עוד


בעלי חיים
חיפוש בע"ח | כלבים | חתולים | בע"ח שאבדו
כתבות מהשטח
כתבות ופרשנויות בנושאי נדל"ן
מפות
WinWin המפה של השכונה

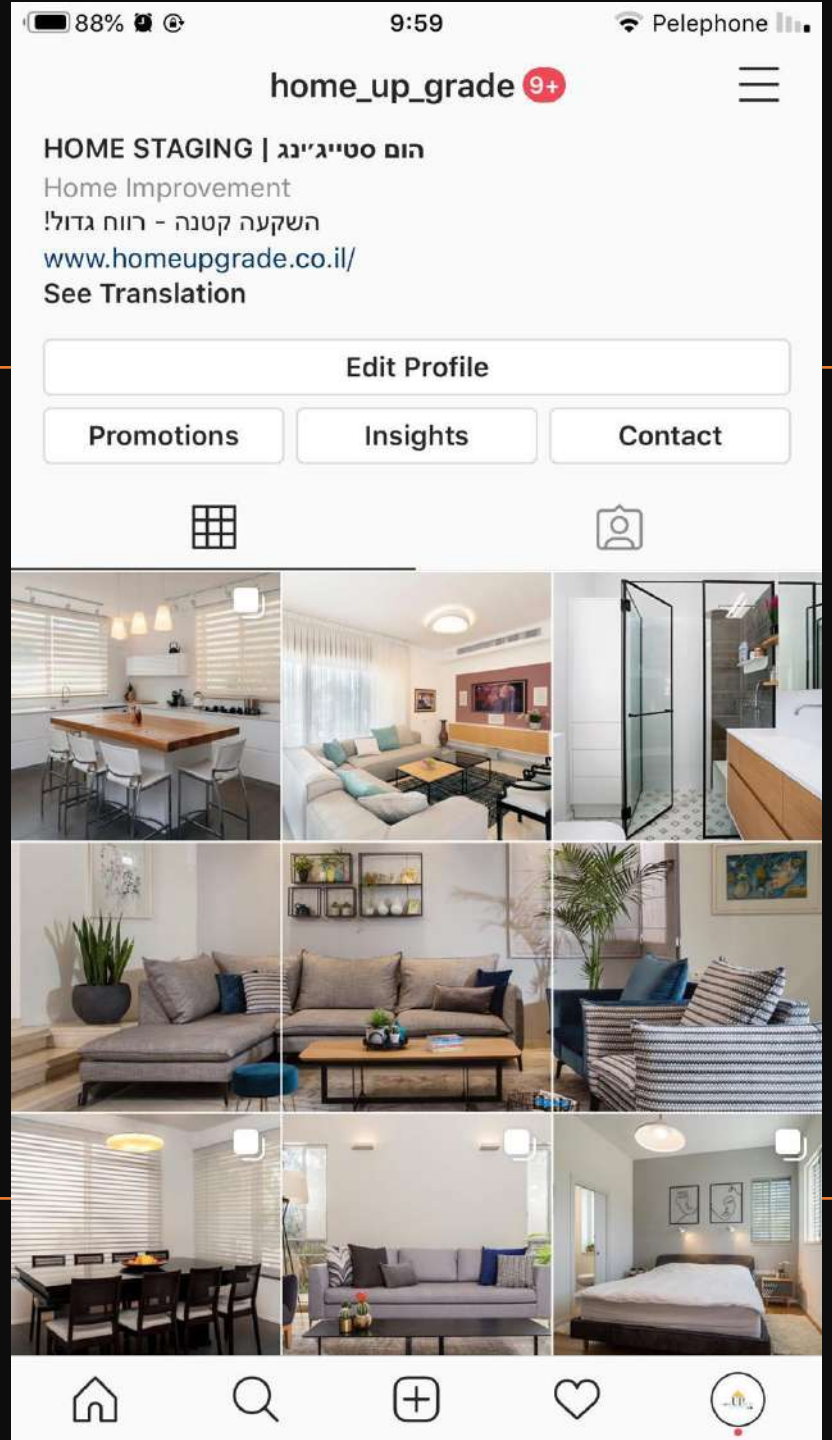

Budget

תוכנית הפעולה דרך אינסטגרם

- הפוסטים שנעלה יהיו פוסט מסוג רצף .
כאשר התמונה הראשונה מבניהם היא לאחר העיצוב ואחריה לפני העיצוב.
- את הטרפיק נייצר מכמה זוויות:

1. **תיוג** העסקים הרלוונטים ,מהיכן הרהיטים והאם יש מבצעים עליהם .
2. **שיתוף** עם מיקרו משפיעני רשת מתחום העיצוב ,המשפחה , האמהות כדי לפרסום הדף והתמונות .
3. **פרסום ממומן** בצורה חכמה של תמונות לפני ואחרי דרך מערכת הפרסום של פייסבוק שבה ניתן לעקוב אחר המדדים.
4. **סטורי** פעיל מאוד שמראה מאחורי הקלעים ומפנה לעמוד. לאחר העלאת הפוסטים ,עבודה על אינגייגמנט בעזרת תגובות אמיתיות בחזרה ומענה על שאלות ,בנוסף עבודה עם הפיצרים השונים באינסטגרם ושאלת שאלות בסוף הפוסטים.

דף אינסטגרם


88%
9:59
Pelephone
home_up_grade
9+
HOME STAGING | הום סטייג׳ינג
Home Improvement
השקעה קטנה - רווח גדול!
www.homeupgrade.co.il/
See Translation
Edit Profile
Promotions
Insights
Contact

תוכנית הפעולה דרך פינטרסט

- יצירת משתמש בפלטפורמת הפינטרסט.
- יצירת דף השראה והכנסה לתיקיות המתאימות על פי קטגוריות עיצוב כגון: רטרו, כפרי, מודרני, חדשני ועוד.
  התמונות שיעלו יהיו: בתים לאחר עיצוב, רהיטים לחידוש, צבעי קירות וכדומה.
- בכל תמונה יהיה הסבר מדויק וקישור ישיר לאתר בלחיצה על התמונה.



Pinterest

סלולר



נתאים בצורה רספונסיבית את האתר החדש שיתאים לסלולר ויהיה נוח לגולשים



אין צורך באפליקציה



כל משתמש שישאיר פרטים בטופס באתר או באפליקציה , יקבל sms חיווי על כך שפרטיו נכנסו למערכת בהצלחה וייצרו איתו קשר בהקדם

מדידת הפעילות תיעשה על ידי יצירת URL מיוחד
לכל רשת פרסום,
והטמעת פיקסלים של Google Analytics
בדף הנחיתה.



Google
Analytics

תודה על ההקשבה!

HOME UP GRADE

לחדש. לאכור. להרויח

עיצוב המצגת: רנאל שולמן