

מילון מונחים:

אם את רק מתחילה בשיווק באינסטגרם, יש מספר מונחים שחשוב להכיר כדי להתחיל בצורה חכמה וממוקדת. הנה המילון הבסיסי והחשוב ביותר:

1. אלגוריתם (Algorithm) – מערכת החוקים שמחליטה איזה תוכן יופיע לפניך או לפניהם בפייד. הוא מתעדכן כל הזמן ומשפיע על החשיפה שלך.
 2. פוסט (Post) – תמונה, סרטון, או טקסט שאת מפרסמת בעמוד שלך. כל פרסום כזה יכול להיכנס לפיד שלך או לעמוד הגלריה (profile grid).
 3. סטוריז (Stories) – תוכן (תמונה/סרטון) שנשאר באינסטגרם רק ל-24 שעות. הסטוריז הם כלי מצוין למעורבות יומיומית עם העוקבים.
 4. רילס (Reels) – סרטוני וידיאו קצרים, בדרך כלל עם מוזיקה, שמיועדים לתפוס תשומת לב רבה יותר. הם מקבלים חשיפה גבוהה מאוד.
 5. השטאגים (#Hashtags) – גלריות פוסטים לפי מילים או ביטויים מלויים בסימן "#". שמאפשרים לתוכן שלך להופיע בחיפושים של אחרים. שימוש נכון בהשטאגים יכול להגדיל את החשיפה שלך. בשנת 2025 השימוש בהם יורד מעט אך עדיין יכול להועיל.
 6. ביו (Bio) – תיאור קצר שמופיע בעמוד הפרופיל שלך. זהו המקום שבו את מציגה את עצמך, את העסק שלך ומה את עושה.
 7. עוקבים (Followers) – האנשים שעוקבים אחרי העמוד שלך ומקבלים את התוכן שלך. כמות העוקבים לא תמיד אומרת הכל, אלא חשוב גם היחס בין מעורבות לעוקבים.
 8. מעורבות (Engagement) – כל פעולה שמבצע העוקב בתגובה לתוכן שלך: לייקים, תגובות, שיתופים, תיוגים וכדומה.
 9. תוכן (Content) – כל מה שאת מפרסמת, בין אם זה פוסט, סטורי, רילס או אפילו תגובות. התוכן שלך חייב להיות מותאם לקהל היעד.
 10. CTA (Call to Action) – קריאה לפעולה. כל פוסט או סטורי שמניע את הקהל שלך לבצע פעולה מסוימת (למשל: "לחצו כאן", "תייגו חברה").
 11. שימור (Retention) – האסטרטגיה לשמור את העוקבים שלך ולהגביר את המעורבות שלהם עם התוכן שלך.
- הפצה אורגנית (Organic Reach) – החשיפה שלך בפייד של העוקבים מבלי לשלם על פרסום. תלויה באיכות התוכן ובמעורבות.

- שיווק ממומן (Paid Ads) – פרסום בתשלום שמגדיל את החשיפה שלך באופן ממומן, למשל פוסטים ממומנים, סטוריז ממומנים, או רילס ממומנים.
- התקשרות (Engagement Rate) – היחס בין כמות המעורבות (לייקים, תגובות וכו') לבין מספר העוקבים או הצפיות. מדד זה חשוב להבין כמה הקהל מגיב לתוכן שלך.
- פרופיל עסקי (Business Profile) – פרופיל באינסטגרם שמיועד לעסקים ומספק כלים כמו גישה לסטטיסטיקות, אפשרות לפרסם מודעות, ולכלול מידע על העסק.
- סטטיסטיקות (Insights) – נתונים שמספקת אינסטגרם על כל פוסט וסטורי: כמה אנשים ראו את התוכן שלך, איך הם הגיבו, ומתי התוכן הגיע לחשיפה הכי גבוהה.
- תיוג (Tagging) – תיוג של אנשים או עסקים בפוסט או סטורי. דרך מצוינת להגדיל את החשיפה כשאת תורמת או משתפת פעולה עם אחרים.
- שיתופים (Shares) – פעולה שבה עוקבים משתפים את התוכן שלך עם אחרים, זו דרך מצוינת להגדיל את החשיפה.
- פיד (Feed) – המסך הראשי שמציג את הפוסטים של העמודים שאת עוקבת אחריהם, שם את גם מפרסמת את הפוסטים שלך.
- שיתוף פעולה (Collaboration) – עבודה משותפת עם עסקים אחרים או משפיענים לצורך קידום תוכן משותף.
- גלריה (Grid) – החלק בפרופיל שלך שבו כל הפוסטים מופיעים, כלומר 3 עמודות של תמונות ו/או סרטונים.
- 22. פוסט קולבוריישן (Collaboration Post) – פוסט משותף שנעשה עם אדם או מותג אחר, לרוב למטרת קידום הדדי. זו דרך מצוינת להגדיל את החשיפה על ידי יצירת תוכן משותף ולגעת בקהל חדש.
- שיתופי פעולה (Partnerships) – עבודה משותפת עם אחרים כדי להפיק תוכן, להגדיל את החשיפה, ולהגיע לקהל יעד חדש. שיתופי פעולה יכולים לכלול פוסטים, מבצעים משותפים, או כל צורת קידום אחרת.
- לייב (Live) – שידור חי שמבצע העמוד שלך, שבו את יכולה לקיים שיחה עם העוקבים בזמן אמת, לענות על שאלות, לשתף חוויות ולהגביר את המעורבות עם הקהל.

- סטיקרים בסטורי (Story Stickers) – תוספות אינטראקטיביות שיכולות להופיע בסטוריז, כמו "סקרים", "שאלות", "מיקומים", "אימוג'י", "הגרלות", "קישורים" ועוד. סטיקרים הם דרך מצוינת להגביר את המעורבות ולעודד את העוקבים לקחת חלק בתוכן שלך.
- לוח בקרה מתקדם (Advanced Dashboard) – כלים מתקדמים לניהול העמוד שלך. אלו עשויים לכלול ניתוחים וסטטיסטיקות שמספקים נתונים על ביצועי הפוסטים, התנהגות הקהל, וביצועים של פרסומים ממומנים. ניתן לעקוב אחרי התקדמות ולשפר את אסטרטגיית השיווק בעזרת נתונים אלו.
- קאבר לרילס (Reels Cover) – התמונה המקדימה שמייצגת את הסרטון שלך ברילס. הקאבר חשוב כי הוא עוזר למשוך תשומת לב לפוסט שלך וגורם לו להיות יותר אטרקטיבי בעין הצופה, במיוחד כשמדובר בתוכן חשוב או ויראלי.
- קרוסלה (Carousel) – סדרת תמונות או סרטונים שמפורסמים יחד בפוסט אחד, וניתן לדפדף בין התוכן. קרוסלות נפוצות כשיש הרבה מידע לשתף או כשברצונך לשתף תוכן שמחולק למספר שלבים או קטגוריות.
- פוסט תמונה (Image Post) – פוסט המורכב מתמונה אחת בלבד. פוסטים כאלו יכולים להיות קלילים, יצירתיים, או מידעיים, תלוי במטרה של הפוסט ובסוג התוכן.
- SEO (Search Engine Optimization) – אופטימיזציה למנועי חיפוש. מדובר בתהליך שבו את מתאימה את התוכן שלך כך שיתקבל ויופיע בצורה טובה יותר בחיפושים באינסטגרם (וגם בגוגל), באמצעות שימוש במילות מפתח, הגברת המעורבות, ושיפור כותרות ותיאורים. SEO לא רק עוזר לך להופיע בפיד של עוקבים, אלא גם להחמיא לתהליך החיפושים החיצוני.

אלה המונחים הנוספים שיכולים לשדרג את הביצועים שלך באינסטגרם ולהגביר את המעורבות והחשיפה בעמוד שלך. אם את מבינה את כל הכלים האלו, את יכולה להיות הרבה יותר ממוקדת ויעילה בשיווק!



**רוצה לדעת עוד על איך לשווק את העסק שלך לגמרי בעצמך?
בואי לעקוב אחריי**