



ברוכים הבאים למערכת השיווק של ורייטיב עסקים

חוברת הדרכה

תוכן עניינים

3	דבר המנכ"ל ומייסד הארגון
4	ברוכים הבאים לעולם הנטוורקינג של וריטיב עסקים
6	שכבה ראשונה – מפגשי נטוורקינג
11	שכבה שניה – מפגשי 1 X 1
14	שכבה שלישית – פעילות דיגיטלית
16	טיפים לבניית פרופיל מנצח להגדלת הסיכוי לקבל הפניות
18	בניית כרטיס בית עסק
19	פעילות אקטיבית
20	הזנת פוסט (עדכון)
21	תגובות ושיתוף
22	מכרזים / שאלות
23	הפנית עבודה
25	כרטיס ביקור דיגיטלי
26	מערכת לידים
27	מנוע חיפוש
28	מערכת דוחות

דבר המנכ"ל ומייסד הארגון

ראשית אני רוצה להודות לכם על הצטרפותכם לארגון וריטיב עסקים ובחירתכם בנו כפלטפורמה שיווקית אשר יכולה להביא את העסק שלכם להישגים משמעותיים.

וריטיב עסקים הינה פלטפורמה המשלבת שני עולמות שיווק. העולם הפיזי בו נוצרים קשרים אישיים עמוקים המלווים אתכם שנים קדימה והעולם הטכנולוגי המחזק את הקשרים ומייצר פעילות דיגיטלית המגדילה את החשיפה שלכם במדיות השונות ומייצרת הזדמנויות חדשות.

החברות בוריטיב עסקים יכולה להוות תשתית צמיחה מהותית לעסק שלכם ע"י יצירת קשרים חדשים, פתיחת דלתות, יצירת שיתופי פעולה וגיוס לקוחות חדשים. אנו מעמידים לרשותכם כלים יחודיים פיזיים ודיגיטליים, וככל שתשתמשו בהם יותר ותשקיעו זמן לביצוע הפעולות כך תגדילו את התמורה שתקבלו ותהנו מגידול בפעילות העסקית שלכם.

עם הצטרפותכם לוריטיב עסקים, עשיתם צעד משמעותי בשיווק העסק שלכם. ההזדמנויות העסקיות שיגיעו לפתחכם יוכלו לשמש אתכם שנים רבות. זרעים הנזרעים היום יניבו למשך זמן ממושך.

כשהקמתי את וריטיב עסקים, שמתי לי למטרה לתת מענה לאתגרים איתם מתמודד כל עצמאי ובעל חברה – גיוס לקוחות חדשים, יצירת ערוץ שיווק לחשיפת העסק וקבלת כלים לניהול נכון וצמיחה עסקית. השילוב בין העולם הדיגיטלי ובין קשרים אישיים הנוצרים בפעילות הקבוצות, מביא בשורה חדשה והאצת פעולות השיווק שלכם. מעתה, קל להפיץ את השירותים והמוצרים שלכם לקהל הלקוחות הרלוונטי עבורכם.

חשוב להבין שפעילות נטוורקינג אורכת זמן. המטרה לייצר קשרים ארוכי טווח, בניית היכרות עמוקה ובניית אמון במקצועיות שלכם. ככל שנכיר יותר אנשים ונהיה קשובים לפעילות שלהם כך גם הם יתעניינו בנו, נוכל לעזור ולהיעזר ברשת עסקית איכותית שנבנית בבטחה וליהנות מרשת שיווק הצועדת בחזית אחת למטרה משותפת – הצלחה!

אני מעריך מאוד את ההשקעה שלכם בעצמכם ובעסק שלכם. לנו יש את כל הכלים לעזור לעסק שרוצה להתפתח ומוכן להשקיע.

הצוות שלי ואני משקיעים ונמשיך להשקיע בפיתוח כלים טכנולוגיים נוספים ופיתוח תוכניות שיווק על מנת להביא אתכם להצלחה עסקית.

מאחל הצלחה לכולנו!

דוד בן דוד
מנכ"ל
וריטיב עסקים

ברוכים הבאים לעולם הנטוורקינג של וריטיב עסקים

בחוברת הדרכה זו, נלמד כיצד להוציא את המיטב ממערך המפגשים ומהמערכת הדיגיטלית להגדלת הפעילות העסקית ומימוש הפוטנציאל בקבוצות.

לימוד הכללים והצמדות לשלבי הפעילות מבייחם תוצאות איכותיות.

10 המפתחות להצלחה בנטוורקינג:

1. לא למכור! הפעילות בוריטיב עסקים נועדה להכשיר ולבצע פעולות שיווק הדידיות ולהיעזר בכוח הרב הטמון בקבוצה. ניסיונות למכור לחברי הקבוצה יגרמו לדחיה בקרב החברים. גילוי עניין ורצון לעזור יגרמו לקרבה ורצון לעזור גם לכם.
2. ספרו על העסק שלכם ומה הערך אותו אתם מביאים ללקוח. מדוע כדאי ללקוח הבא שלכם להתעניין בכם ולמדו את החברים כיצד לשווק אתכם.
3. היפגשו עם כמה שיותר בעלי עסקים. תעדפו את העסקים שיכולים לעזור לכם ואתם להם והיפגשו איתם קודם. לאחר מכן הרחיבו את מעגל הפגישות.
4. אתרו מעגלי כח וצרו שיתופי פעולה.
5. הקפידו על הנראות וההווייה שלכם. אנשים נמשכים לאנשים שמחים, קלילים ובעלי רצון לעזור. לפני המפגש, התרעננו והגיעו מוכנים.
6. קחו חלק פעיל בקבוצה. אחד בשביל כולם וכולם בשביל אחד. במידה ותהיו פעילים למען אחרים, הם יהיו פעילים למענכם.
7. השתמשו באופן רציף וקבוע במערכת הדיגיטלית של וריטיב עסקים.
8. נצלו את הבמה לקבלת הפניות, שיתופי פעולה, הגדלת סל השירותים והמוצרים, פתיחת דלתות, סיעור מוחות ויעוץ עסקי.
9. ערבות הדידית בין חברי הקבוצה לשיתוף פעולה ועזרה בגיוס לקוחות, שיתוף התכנים מהמערכת ברשת החברתית ופרגונים הדדיים.
10. זכרו שמפגשי הנטוורקינג הינם פגישות עבודה. באים להכיר כמה שיותר ושיכירו אתכם. באים לראות את ההצגה של האחרים ולתת הצגה טובה משלכם. מה שתבקשו זה מה שתקבלו. איך שתתייחסו לאחרים, כך יתייחסו אליכם.

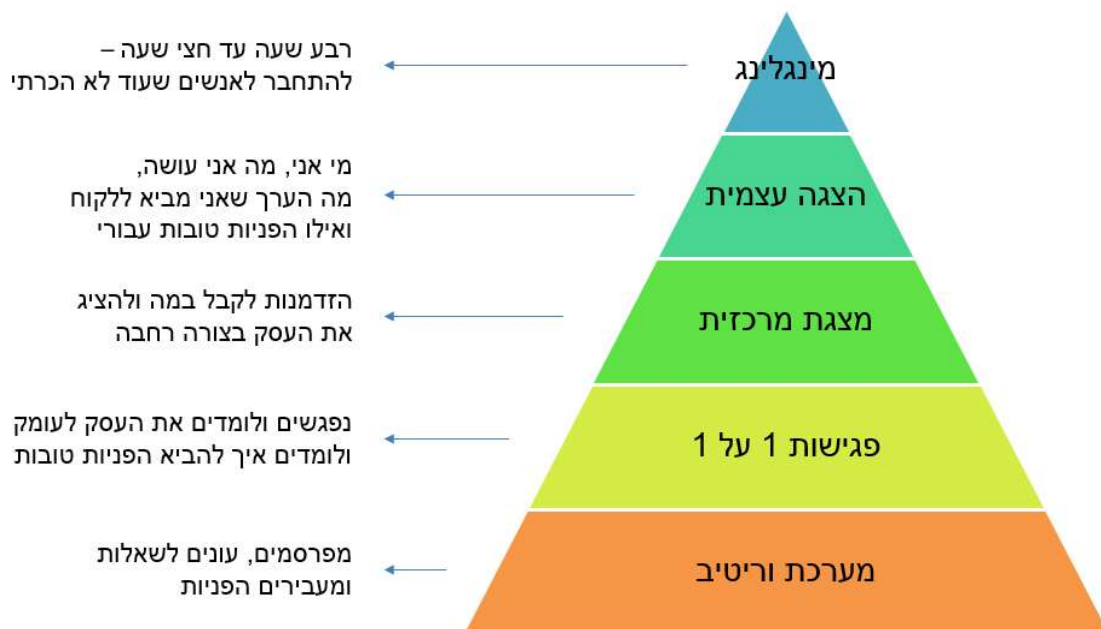
הפעילות בורטיב עסקים מורכבת מ 3 שכבות:

שכבה ראשונה - מפגשי נטוורקינג קבועים.

שכבה שנייה - מפגשי 1 X 1 עם כמה שיותר חברים.

שכבה שלישית - פעילות דיגיטלית רציפה (המערכת הטכנולוגית).

תיאור השלבים להצלחה בורטיב עסקים:



- ככל שאתם מתקדם יותר בשלבים, התמורה שלכם תהיה גדולה יותר.
- ביצוע כל השלבים בצורה יעילה מייצר משפך לידיים שהולך וגדל.
- המעבר משלב לשלב בצורה נכונה מגדיל את כמות ההזדמנויות שלכם.
- ניצול כח הקבוצה מביא לחשיפה רבה והגדלת ההזדמנויות.

שכבה ראשונה – מפגשי נטוורקינג

מפגשי הקבוצות נערכים אחת לשבועיים בזמן ומקום קבועים ויש להתייחס אליהם כמפגשי עבודה לכל דבר ועניין. בהתאם לכך, יש להתכונן למפגש על מנת למצות את המיטב.

מטרת המפגש לייצר קשרים חדשים ולהעמיק קשרים עם חברים ותיקים, ללמוד את פעילות החברים וללמד את פעילות העסק שלכם ולקבוע פגישות המשך להעמקת הקשרים.

ככל שנדע לספר על עצמנו טוב יותר ונהיה פעילים יותר במפגש, כך יגדלו הסיכויים לקבלת תמורה והכרה מהחברים.

ככל שהקבוצה תתגבש ותהיה פעילה יותר למען החברים בה, כך יגדלו הסיכויים לעזרה הדדית, הגדלת כמות הפניות, הלקוחות וההזדמנויות העסקיות.

מבנה המפגש:

מינגלינג –

בשלב זה מתאספים חברי הקבוצה ומתבצעים סידורים אחרונים לקראת תחילת הפעילות. מטרת שלב זה להכיר חברים חדשים בתחום עיסוקם ויצירת עניין להמשך עד לקביעת פגישה 1 X 1. בנוסף, העמקת השיח עם חברים ותיקים, עדכון על השינויים והנעשה מאז המפגש האחרון והחלפת מידע.

דברי פתיחה –

בשלב זה מנחה הקבוצה פותח את המפגש בכמה מילים על הפעילות הצפויה, עדכונים חדשים מארגון וריטיב עסקים והצגת החברים החדשים בקבוצה.

הצגה עצמית –

בשלב זה מתקיים סבב הצגה עצמית של כל חברי הקבוצה. ההצגה העצמית אורכת כדקה ומתחלקת לשלושה חלקים:

- מי אני ומה אני עושה.
- מה הערך שאני מביא ללקוח.
- אילו הפניות טובות עבורי.

מטרת ההצגה העצמית היא לייצר עניין ולעורר סקרנות בקרב חברי הקבוצה ורצון להמשיך את השיח ולהעמיק את ההיכרות בשלב מתקדם יותר.

לא נוכל לספר את כל מרכיבי העסק שלנו בדקה אחת. לכן מומלץ להתכונן מראש ובכל מפגש להתמקד בנושא אחד עיקרי. לאחר מספר מפגשים, תוכלו לכסות את כל הפעילות שלכם.

טיפים:

- את ההצגה העצמית יש לבצע בעמידה במרכז החדר בסמוך למנחה, על מנת לשדר ביטחון ולאפשר לכל חברי הקבוצה לראות ולשמע אתכם. ככל שתעבירו את ההצגה העצמית בהתלהבות ושמחה רבה יותר, כך אנשים רבים יותר ירצו להמשיך להתקשר איתכם.
- חשוב להדגיש את הערך אותו אתם מביאים ללקוח. בסופו של דבר, חברי הקבוצה צריכים לדעת כיצד לשווק אתכם ומה לספר ללקוח הבא שלכם. מה שתספרו לחברי הקבוצה, זה מה שיעבור ללקוח.
- זכרו שלאנשים קשה לזכור יותר מידי פרטים. לכן התמקדו בכל פעם בנושא אחד או שניים בכל הצגה. נסו "לגעת" באנשים עם המסרים כדי שיזכרו את החוויה שגרמתם להם להרגיש כשדיברתם.
- חשוב להציג בצורה ברורה ומדוייקת אילו הפניות טובות עבורכם. מה שתבקשו, זה מה שתקבלו. ניתן לבקש הפניות שונות בכל מפגש.
- צרו מצב להנעה לפעולה בקרב החברים – מה אני רוצה שיעשו עבורי כעת.
- יש לסיים את המצגת האישית בחזרה על שמכם ותחום העיסוק שלכם.

בזמן ההצגה האישית, שאר חברי הקבוצה מבצעים את הפעולות הבאות:

- מקשיבים לדברים הנאמרים.
- רושמים כיצד יכולים לעזור לעסק המציג.
- רושמים כיצד יכולים להיעזר בעסק המציג.
- רושמים אילו הפניות טובות עבורו.

לאחר המפגש, ניתן לעבור על מה שרשמתם ולהעמיק את הקשר על פי נושאים אלו. ככל שתהיו רציניים וקשובים יותר לאחרים, כך גם הם יגלו עניין בכם ויעזרו לכם.

מצגת מרכזית –

בכל מפגש, אחד מחברי הקבוצה יעביר מצגת מורחבת על העסק. בדומה לשלב ההצגה העצמית, גם כאן מטרת המצגת להעשיר את הידע של חברי הקבוצה בפעילות שלכם, לגרום להם להבין עד כמה אתם מקצועיים בתחומכם ולהגדיר אילו הפניות טובות עבורכם.

למצגת המרכזית חשיבות רבה בהעמקת ההבנה על עיסוקכם. לרוב, בהצגה העצמית יהיה קשה לתאר בפרטי פרטים את הפעילות שלכם וזו ההזדמנות שלכם לרתק את הקהל.

טיפים:

- הכינו מצגת מדוייקת שתחשוף את היתרונות והתועלות של העסק שלכם.
- ספרו לקהל על הצלחות מיוחדות שהיו לכם בעבר.
- הביאו והראו דוגמאות והמלצות של לקוחות.
- ספרו בהרחבה על הערך אותו אתם מביאים ללקוח.
- מקדו את הקהל להפניות טובות עבורכם.

מומלץ להתכונן היטב למצגת המרכזית, לאפיין ולתכנן את מהלך המצגת לפרטי פרטים ולא להגיע למצב של אלתורים. מומלץ לתרגל את הדברים ולראות שהתוכן נכנס למסגרת הזמן העומד לרשותכם (בדרך כלל 10 דקות, אך בתיאום עם המנחה ניתן להאריך את המצגת). להגיע מוכנים עם המצגת על דיסק נייד ולוודא שניתן להציג אותה לפני תחילת המפגש על מנת לא לאבד זמן.

פעילות נטוורקינג –

בכל מפגש בהתאם לזמן שישאר, תתקיים פעילות נטוורקינג שונה בהתאם למרכיב הקהל ולבקשות המגיעות למנחה הקבוצה.

סוגי פעילויות:

- ספיד נטוורקינג – כהכנה למפגשי 1 X 1 בשלב הבא.
- סיעור מוחות – חלוקה לקבוצות ודיון על שאלות / דילמות / קשיים איתם מתמודדים חברי הקבוצה בניהול השוטף של העסק.
- פעילות חברתית מקרבת ומגבשת.
- 1 X 1 עם חברים חדשים בקבוצה.

טיפים להתנהלות נכונה במפגש נטוורקינג –

חשוב לזכור שחברי הקבוצה רואים אתכם וחשים אתכם במפגשים. ככל שתהיו יותר פעילים ותהיו קשובים לאחרים, כך גם הם יהיו כלפיכם. אנשים אוהבים להיות בחברת אנשים שמחים עם אנרגיות טובות.

- הגיעו בלבוש המכבד אתכם ואת חבריכם.
- הגיעו בזמן. שלב המינגלינג הינו חלק מהמפגש והזדמנויות רבות נוצרות בו.
- הביאו כלי כתיבה ורשמו דגשים הניתנים ע"י החברים בשלב ההצגה העצמית.
- הקדישו את תשומת הלב לחברים המדברים והתעניינו בהם. איך שתתנהגו לאחרים כך יתנהגו אליכם.
- בזמן הפעילות אל תתעסקו בטלפון הנייד. התייחסו למפגש כפגישה עסקית לכל דבר. במידה ותשדרו רצינות ותביעו עניין באחרים כך גם הם יתעניינו בכם ויהיו רציניים כלפיכם.
- דאגו שכרטיס העסק שלכם מעודכן במערכת והכינו את כרטיס הביקור הדיגיטלי שלכם מוכן לשליחה בקלות (חלק ממערכת וריטיב עסקים).
- הביאו אתכם חומר שיווקי רלוונטי והציעו לחברי הקבוצה להפיץ הלאה לאחר המפגש.
- קבעו פגישות 1 X 1 עם חברי הקבוצה.

שימו לב! מפגשי הקבוצות אינם פגישות מכירה. אל תנסו למכור לחברי הקבוצה במהלך המפגש כולו. מטרת המפגשים לייצר היכרות מעמיקה והכשרת הקרקע לפעולות שיווק הדדיות.

חשוב! סמנו מראש את מועדי המפגשים ביומן. הגעה רציפה מבטיחה רצף עשייה והידוק הקשרים עם החברים. היעדרות ממפגשים גורמת להיחלשות הקשרים ושיכחה בקיומכם בקרב החברים הקבועים. על כן, פנו זמן מראש למפגשים. התמידו להגיע ולהיות חלק בלתי נפרד מהקבוצה.

שכבה שניה – מפגשי 1 X 1

לשלב זה חשיבות רבה בביסוס רשת הנטוורקינג שלכם.

ככל שתבצעו פגישות 1 X 1 בצורה נכונה ויעילה יותר, כך תכשירו יותר אנשי שיווק שלכם ותופתעו לגלות כמה פוטנציאל טמון בכל אחד מחברי הקבוצה.

מפגשי 1 X 1 לא נועדו למכירה אחד לשני בשום צורה. במידה ואחד הצדדים מבקש לרכוש מכם, ניתן לבצע מכירה אך במידה ויורגש רצון או דחף מצידכם למכור לצד השני, הפגישה תסתיים ללא תוצאות ותפספסו את ההזדמנות.

מטרת הפגישה הינה להעמיק את הידע בפעילות 2 הצדדים ולהכשיר אתכם לשיווק עתידי אחד של השני.

במפגש הקבוצתי, בשלב ההצגה העצמית רשמתם אילו עסקים מעניינים אתכם ועוררו את סקרנותכם, איך אתם יכולים לעזור להם ואיך אתם יכולים להיעזר בהם. כעת זה הזמן לרענן את הזיכרון ולקבוע פגישה עם כל אחד שרשום אצלכם.

שלבי מפגש 1 X 1:

הכנה למפגש -

לאחר ששוחחתי וקבעתם מועד ומקום מפגש, למדו כמה שניתן את מי שעתיד להפגש אתכם. הכנסו לכרטיס העסק שלכם במערכת וריטיב עסקים, קראו על השירותים שהוא נותן ועל הפעילות שלו.

הכינו חומרים שיווקיים שלכם, הגדירו מראש את תוכן הדברים שאתם הולכים לדבר עליהם והגדירו מראש את מטרות המפגש אותם תרצו להשיג.

מהלך המפגש -

חשוב מאוד להגיע למפגש במועד שקבעתם. כולנו אנשי עסקים והזמן של האחר חשוב כמו שלנו. תכננו מראש את זמן היציאה וקחו בחשבון את הפקקים ואת זמן חיפוש החניה.

זיכרו שאתם נפגשים לעשות יחד עסקים. התייחסו לצד השני כשותף לדרך ואיש עסקים ולא כחבר המוכן להתגמש עבורכם. לכן, הגיעו בלבוש מכובד, הגיעו בזמן שנקבע מראש, הכינו חומרים בהתאם והניחו את הטלפון הנייד בצד במהלך המפגש.

חלקו את המפגש ל 2 חלקים.

בשלב ראשון צד אחד מציג ומעביר את החומר שלו. הצד השני מקשיב, רושם ומתכנן כיצד יוכל לעזור לו. קבעו מראש מי יציג ראשון כדי למנוע מבוכה במפגש.

לאחר מכן, מתחלפים בתפקידים.

שימו לב – הצד השני יתייחס אליכם באותה הרצינות שאתם תתייחסו אליו. תנו לו את מלוא תשומת הלב וחשיבה משותפת כיצד ניתן לעזור לו ולקדם אותו. אתם תיהנו מיחס דומה והרווח הנקי יהיה שלכם.

הקפידו לא לחרוג מהזמן המוקצה לכל צד על מנת לא לייצר תסכול לצד השני. במידה ולא תשאירו זמן לצד השני להעביר את החומר שלו, הפגישה תסתיים ללא תוצאות.

בשלב זה תפקידכם ללמד את הצד השני כיצד להפנות אליכם לקוחות:

- כיצד יוכלו לזהות את הלקוח הבא שלכם.
- מה יספרו ללקוח עליכם על מנת שירצו ליצור עמכם קשר.
- מדוע כדאי ללקוח ליצור איתכם קשר (מה הערך שאתם מביאים ללקוח).
- כיצד יוכלו לעזור לכם לשווק את העסק לאורך זמן.

לקראת סיום המפגש -

לאחר שכל צד העביר את החומר שלו ויש בידיכם את הידע כיצד תוכלו לעזור לו, זה הזמן לעבור על רשימת אנשי הקשר שלכם ולסמן את מי תרצו להפנות לצד השני. לאחר סימון האנשים הרלוונטיים, רשמו אותם יחד, קבעו מועד לביצוע בדיקת סטטוס.

לאחר המפגש -

עברו על רשימת האנשים שרשמתם כפוטנציאליים לצד השני. צרו איתם קשר ועניינו אותם בעסק איתו נפגשתם בהתאם לדרך אותה לימד אתכם לייצג אותו.

חשוב לזכור שלא תמיד לכל אחד יש בנמצא את הלקוח הבא שלכם. יתכן ובמועד המפגש עצמו אין לצד השני יכולת להפנות אליכם לקוחות, אך במידה והעברתם בצורה מכובדת ואיכותית את הפעילות שלכם, הכשרתם איש שיווק שלכם ובמהלך הדרך הלקוחות יבואו.

זכרו גם שככל שתהיו רציניים יותר כלפי האחר כך הוא יהיה רציני כלפיכם וההזדמנויות הרבות יגיעו במהרה.



המערכת הטכנולוגית של וריטיב עסקים www.veritiv.com

חוברת הדרכה

שכבה שלישית – פעילות דיגיטלית

שימוש נכון ורציף במערכת, מבטיח חשיפה רבה בקרב לקוחות פוטנציאליים וקידום הפעילות שלכם בין כלל חברי הארגון, קידום ברשתות חברתיות וקידום במנועי חיפוש כגון גוגל, בינג ועוד.

בחלק זה של חוברת ההדרכה נעבור על רכיבי המערכת ואופן השימוש.

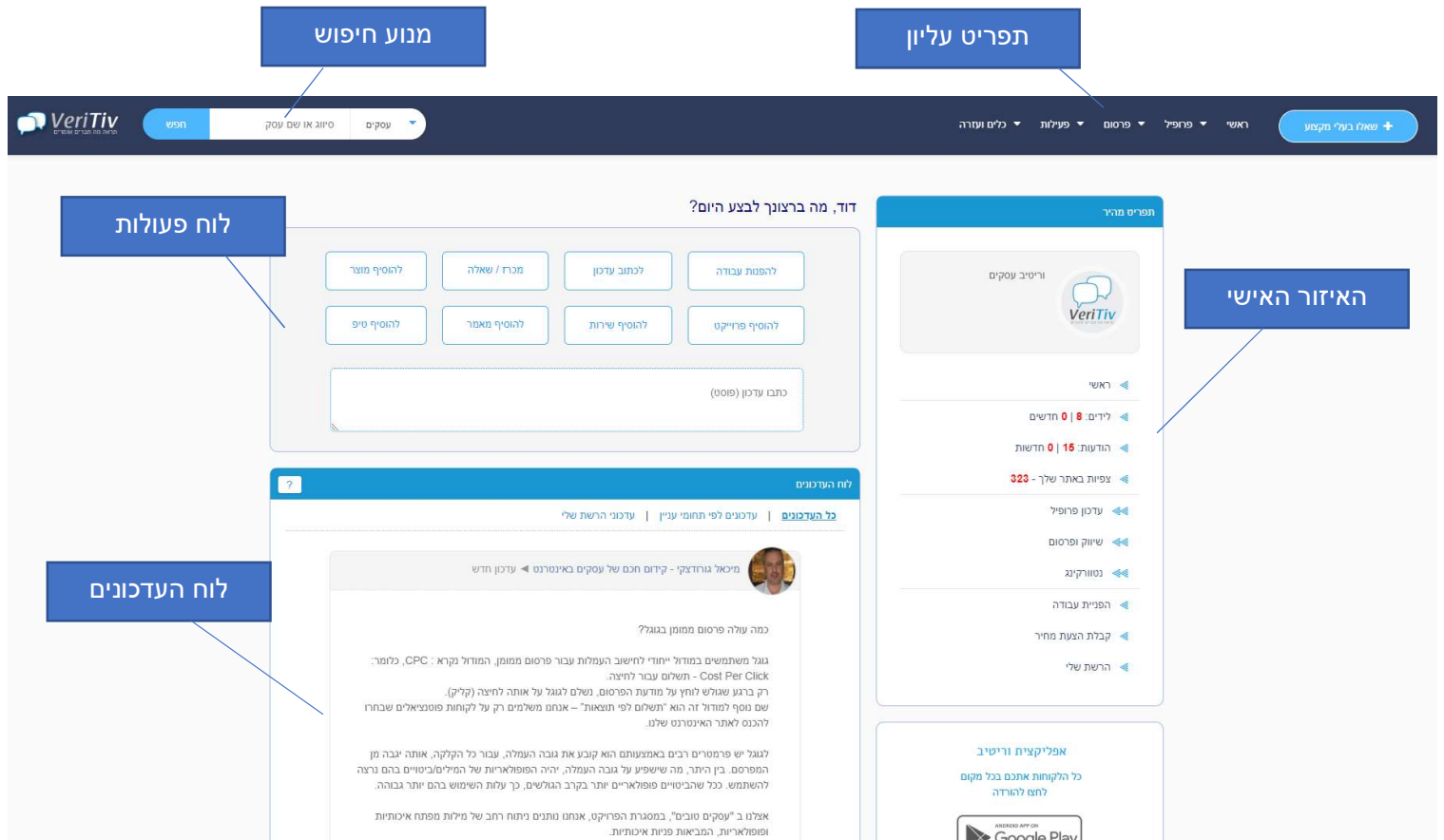
שימוש יעיל במערכת מורכב משני שלבים:

1. בניית כרטיס מלא בעל תכנים איכותיים המתארים את העסק שלכם. לאחר מילוי הפרטים, גוגל מתחיל לעבוד עבורכם.
2. השלב האקטיבי בו אתם מבצעים פעולות להגדלת החשיפה והמיתוג שלכם.

להלן האפשרויות העיקריות העומדות בפניכם במערכת:

- בניית אתר רספונסיבי המתאים לכל סוגי המכשירים והרזולוציות
- קידום אורגני בגוגל
- הקמת כרטיסי ביקור דיגיטליים
- הזנת שירותים
- הזנת מוצרים
- הזנת פרוייקטים ותיק עבודות
- גלרית תמונות
- הזנת מאמרים
- הזנת טיפים
- הזנת הטבות מיוחדות לחברי וריטיב עסקים
- מערכת לידים (קבלת לידים והפניות)
- מערכת הודעות
- שיוך לקבוצות נטוורקינג
- הפניות עבודה
- מערכת לקבלת הצעת מחיר
- אפשרות שליחת שאלות לבעלי מקצוע (מכרזים)
- לוח עדכונים להזנת פוסטים שוטפים
- מערכת דוחות
- שיתוף ברשתות חברתיות
- קבלת המלצות מלקוחות
- כתיבת תגובות לפוסטים
- מענה לשאלות (מכרזים) וצירוף עסקים
- שימוש במערכת כרשת חברתית
- אפליקציה לסלולרי – קבלת התראות בזמן אמת
- מנוע חיפוש לאיתור עסקים, מוצרים, שירותים ופרוייקטים של חברי וריטיב

לאחר שלב הרישום ופתיחת חשבון במערכת, תגיעו לעמוד הראשי. מעמוד זה תוכלו לבצע כל פעולה שתמצאו במערכת ולצפות בנעשה בין כלל חברי וריטיב עסקים




The screenshot shows the VeriTiv dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with the VeriTiv logo, a search bar, and user profile information. Below the navigation bar, the main content area is divided into several sections:

- מנוע חיפוש (Search Engine):** A search bar with a dropdown menu for categories like 'עסקים' (Business) and 'סיווג או שם עסק' (Business name or classification).
- תפריט עליון (Top Menu):** A horizontal menu with options like 'ראשי' (Home), 'פרופיל' (Profile), 'פרסום' (Advertising), 'פעילות' (Activity), and 'כלים ועזרה' (Tools and Help).
- לוח פעולות (Action Dashboard):** A grid of buttons for various actions: 'להפנות עבודה' (Assign work), 'לכתוב עדכון' (Write update), 'מכרה / שאלה' (Market / Question), 'להוסיף מוצר' (Add product), 'להוסיף פרויקט' (Add project), 'להוסיף שירות' (Add service), 'להוסיף מאמר' (Add article), and 'להוסיף טיפ' (Add tip). There is also a text input field for 'כתבו עדכון (פוסט)' (Write update (post)).
- לוח העדכונים (Update Dashboard):** A section for updates, featuring a profile picture and a post by 'מיכאל גורדאקי - קידום חכם של עסקים באינטרנט' (Michael Gurdaki - Smart promotion of businesses on the internet). The post discusses 'מה עולה פרסום ממומן בגוגל?' (How much does Google advertising cost?) and mentions 'Cost Per Click' and 'CPC'.
- האיזור האישי (Personal Area):** A sidebar on the right containing a profile card with the VeriTiv logo and a list of navigation links: 'ראשי' (Home), 'לידים: 8 | 0 חדשים' (Leads: 8 | 0 new), 'הודעות: 15 | 0 חדשות' (Messages: 15 | 0 new), 'צפיות באתר שלך - 323' (Views on your site - 323), 'עדכון פרופיל' (Update profile), 'שיווק ופרסום' (Marketing and advertising), 'נסוורקינג' (Networking), 'הפניות עבודה' (Job offers), 'קבלת הצעת מחיר' (Receive quote), and 'הרשת שלי' (My network).

טיפים לבניית פרופיל מנצח להגדלת הסיכוי לקבל הפניות

- בנו פרופיל עסקי מכובד, עשיר בתכנים מעניינים, בכתיבה קלילה ואוורירית
- דאגו להזין בשלב הראשוני טלפונים, כתובות וסיווגים מתאימים כדי שתעלו בתוצאות חיפוש
- העלו תמונות היכן שניתן - לוגו בית העסק או תמונה שלכם בה אתם נראים מכובדים
- מלאו את השירותים שאתם מספקים בצורה ברורה ומלאה כדי שיבינו מה הלקוחות עומדים לרכוש
- צרו בידול בתכנים שלכם. היו מעניינים ויחודיים. פרטו על הפעילות שלכם ככל הניתן בשפה נעימה לקריאה
- הזינו פרוייקטים ותיק עבודות כולל תמונות ותיאור העבודה. גולשים במערכת ומגוגל יראו אותם
- העיפו מבט בפרופילים של קולגות, קבלו רעיונות וצרו בכרטיס שלכם עניין וסקרנות
- בכל פוסט, טיפ או מאמר שתעלו, דאגו לסיים את הטקסט בהנעה לפעולה – ציינו את שימכם, מספר הטלפון שלכם והזמינו לקוחות ליצור קשר (בסגנון – "שיחת יעוץ חינם", או "התקשרו לקבלת פרטים נוספים")
- הזינו תוכן חדש אחת לשבוע לפחות. כך תייצרו תכנים חדשים לגוגל ותישארו בתודעה של חברי וריטיב (יראו אתכם פעם אחר פעם)
- הזמינו לקוחות להזין עליכם המלצה. כל המלצה תקדם אתכם במנוע החיפוש ותיסרק בגוגל
- הזינו את אנשי הצוות שלכם וצרו כרטיס ביקור דיגיטלי לכל איש צוות. עודדו שימוש בכרטיסים והפצה ללקוחות. תוכלו ליהנות מחשיפה רבה והצגת העסק שלכם בקידמת הטכנולוגיה
- פתחו מכרזים ושאלות לפי הצורך שלכם ושל הקרובים אליכם, ענו למכרזים (שאלות) של אחרים והעבירו הזדמנויות לעסקאות לעסקים אחרים שאתם מכירים ומתגו עצמכם כעסקים שעוזרים לקבל תשובות
- השתמשו במערכת לשליחת לידיים והפניות לעסקים בקבוצה שלכם



ורטיב עסקים

אודות | שירותים | כריזמות | מחירים | צור קשר | Like

נטוורקינג לעסקים ברמת גן

חברת "ורטיב עסקים" שמה לה למטרה לספק תאמות פרטיות שמהות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל. ורטיב עסקים ממעילה 4 ערוצי פרסום ופיקוח הנגזרות הנגזרות לעסקים - 1. מערכת שיווק ופרסום הכוללת כלים המאפשרים הגעת...

10% הנחה לחברי הרשת של


נגזר ולי באמצעות


קבלו הצעת מחיר

עיתונים | מדי קבוצה | אודות

הנחלת | מאמרים | טיפים

מחיר | הצעות | מספר





ורטיב עסקים


נטוורקינג, עסקים, שיווק ופרסום

המטרות עשויה להחליף

מחירים ושירותים


חבילת Gold

62.1 ₪




מנועי נטוורקינג


26 ₪



כיצד להבין את הדף העסקי דף שיווקי המיקרו-בילד ורטיב עסקים



הדוגמאות נודות לעסקים קטנים ורטיב עסקים



לשירותים נוספים +
לשירותים שלנו +

אודות בית העסק

תאור בית העסק:

10% הנחה לחברי הרשת של.

חברת "ורטיב עסקים" שמה לה למטרה לספק תאמות פרטיות שמהות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל. ורטיב עסקים ממעילה 4 ערוצי פרסום ופיקוח הנגזרות הנגזרות לעסקים.

1 - מערכת שיווק ופרסום הכוללת כלים המאפשרים הגעת בית העסק בצורה מקצועית.

2 - אפליקציה Gold לזכרון אשאלת רכישת - מקרי הנחמה בעבודה נגזרת.

3 - מנועי נטוורקינג מקצועיים לשירות שיווקי שמהות הנחמה תאור הקהילות.


4 - מערכת עיתונים שנושפים על העמדה בקרב חברי ורטיב עסקים להנחלת שיתופי שמהות.


ארבעת עמודי-סדר אלה מכוונים לעסקים המבוססים באופקון הקהילות של ורטיב עסקים ממלל פרסום יחיד ונחל נכסיהם של תשתיות החברה.

לאחר רישום לשירות חובה לבנות פרופיל בית עסק מלא. לבנות פרופיל, להציע מאמרים ופיק עבודות. להחיל מאמרים ופיקים, לקבל תגובות, לבנות מערך לקוחות יחיד, להזין מסמכים יחידים של שמהות בית העסק, שיתופי תגובות ברשתות החברתיות בלחיצת כפתור ועוד כלים שיווקיים לרטיב.

אפליקציה Gold מאפשרת לכם לקבל מידע מלקוחות העסקיים באיכות. לאחר קבלת המידע, תוכלו להשיג לקוחות יחידים מהפניה ולמנוי מסקאות. ע"י פתח השמהות לקוחות, תוכלו לטרום את בית העסק שלכם דרך הגדרת...

שירותים

מנועי נטוורקינג



חבילת Gold


+ הגז את כל השירותים


מאמרים

לא רחוק מאמרים


הרשות של




...Liat Shilo




...החברת




...Gabriel Me




...Mark Jaffe




...חברת




...Mark Jaffe



...Mark Jaffe



...Chen Sabag



...חברת

בניית כרטיס בית עסק

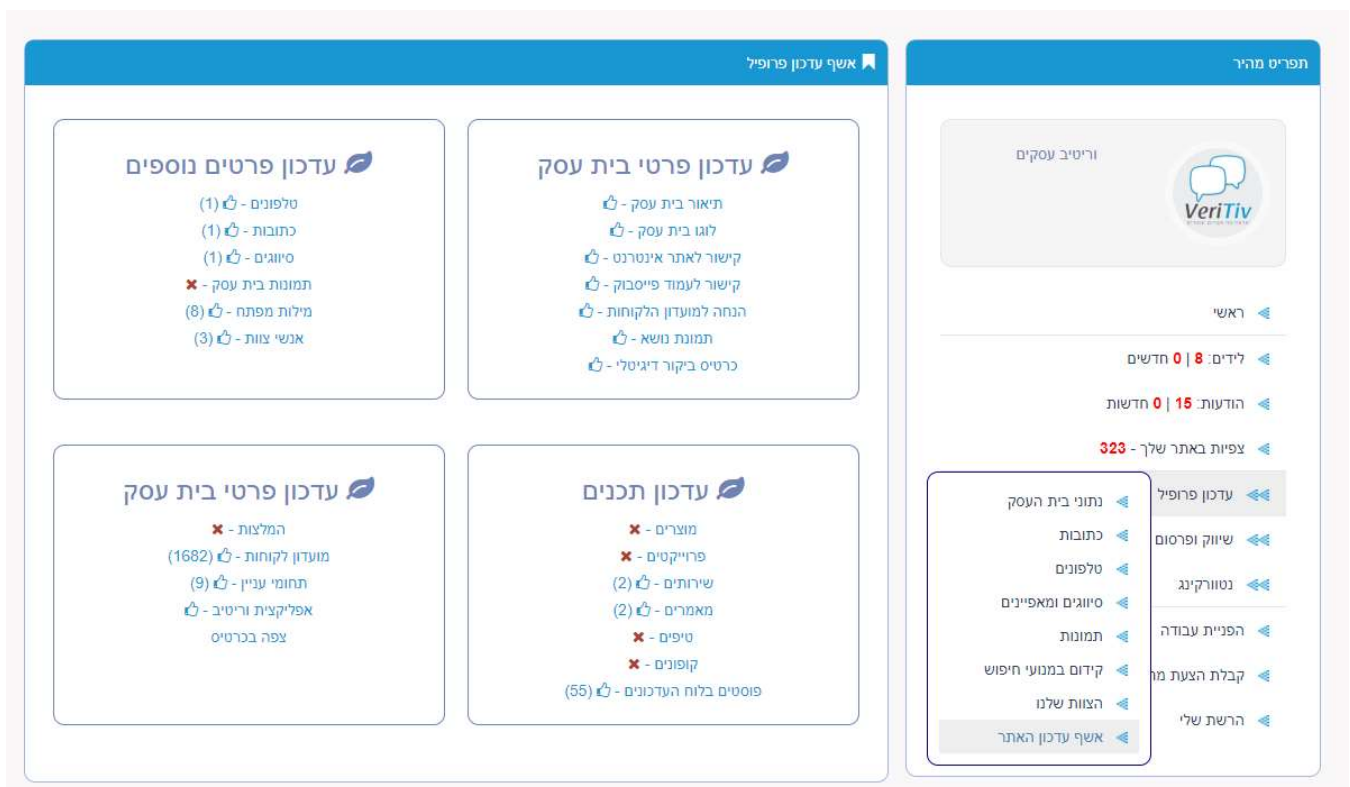
לבניית האתר שלכם בקלות (שלב 1), בנינו עבורכם אשף עדכון.

באיזור האישי, תחת "עדכון פרופיל" תראו קישור לאשף עדכון האתר.

העזרו באשף זה כדי לוודא שמילאתם את כל חלקי המערכת כהלכה ואתם מוכנים לפעילות.

מומלץ להקדיש את הזמן הדרוש לבניית האתר. ככל שתמלאו יותר פרטים, כך החשיפה שלכם בגוגל תגדל, ולקוחות אשר יגיעו לכרטיס שלכם, ידעו מה אתם עושים ומדוע כדאי להם להתקשר איתכם.

ניתן תמיד לחזור לאשף זה ולהוסיף שירותים, מוצרים, פרוייקטים ועוד ככל שיהיו בעתיד.



The screenshot displays the 'Update Profile' (עדכון פרופיל) interface. It is divided into two main columns. The left column contains four boxes, each representing a category of services or products with a list of items and their counts. The right column shows a summary of statistics and a navigation menu.

Left Column - Service and Product Categories:

- עדכון פרטים נוספים (Additional Details Update):**
 - טלפונים - 1
 - כתובות - 1
 - סיווגים - 1
 - תמונות בית עסק - *
 - מילות מפתח - 8
 - אנשי צוות - 3
- עדכון פרטי בית עסק (Business Profile Update):**
 - תיאור בית עסק - 1
 - לוגו בית עסק - 1
 - קישור לאתר אינטרנט - 1
 - קישור לעמוד פייסבוק - 1
 - הנחה למועדון הלקוחות - 1
 - תמונת נושא - 1
 - כרטיס ביקור דיגיטלי - 1
- עדכון פרטי בית עסק (Business Profile Update - Second Box):**
 - המלצות - *
 - מועדון לקוחות - 1682
 - תחומי עניין - 9
 - אפליקצית וריטיב - 1
 - צפה בכרטיס
- עדכון תכנים (Content Update):**
 - מוצרים - *
 - פרוייקטים - *
 - שירותים - 2
 - מאמרים - 2
 - טיפים - *
 - קופונים - *
 - פוסטים בלוח העדכונים - 55

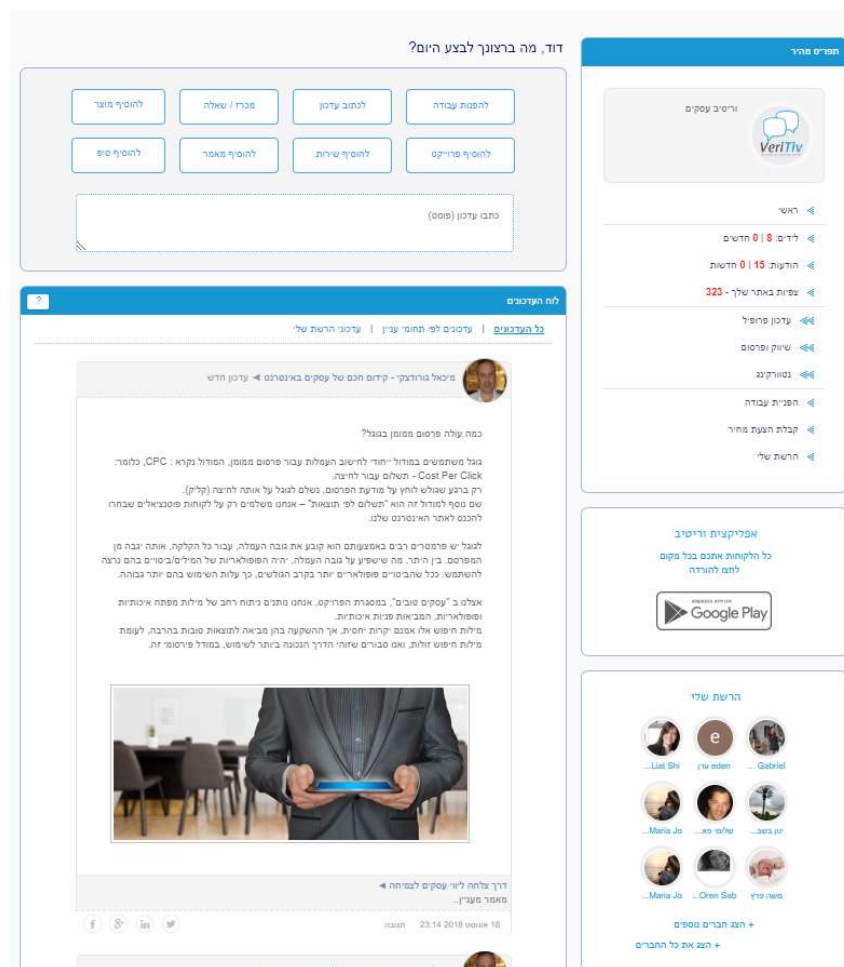
Right Column - Summary and Navigation:

- ורטיב עסקים (VeriTiv Business)
- ראשי
- לידים: 8 | 0 חדשים
- הודעות: 15 | 0 חדשות
- צפיות באתר שלך - 323
- עדכון פרופיל (Selected)
- שיווק ופרסום
- נטוורקינג
- הפניית עבודה
- קבלת הצעת מחיר
- הרשת שלי
- אשף עדכון האתר

פעילות אקטיבית

לאחר השלמת שלב 1 מתחיל החלק האקטיבי שלכם במערכת. ככל שתהיו פעילים יותר, כך תגדל החשיפה שלכם ותוכלו למתג עצמכם בקלות. בעמודים הבאים נעבור על פעולות אקטיביות הניתנות לביצוע והן:

- הזנת פוסטים שוטפים על הפעילות שלכם.
 - הזנת תגובות לפוסטים ותכנים של קולגות בלוח העדכונים
 - הפנית עבודה לעסקים במערכת
 - פתיחת מכרזים / שאלות ומענה למכרזים / שאלות של אחרים
 - שיתוף תכנים ברשתות חברתיות
- פעולות אלו ניתן לבצע מהעמוד הראשי (קישור מופיע בתפריט העליון בצד ימין)



הזנת פוסט (עדכון)

המערכת מאפשרת הזנת פוסטים ועדכון החברים על הפעילות השוטפת שלכם. בכל פוסט ניתן:

- לכתוב טקסט חופשי
- להזין קישור לאתר אינטרנט חיצוני (בלחיצה על הקישור יופנו לאתר)
- להזין כתובת סרטון מיוטיוב (הסרטון יופיע כחלק מהפוסט)
- להזין תמונה מגלריה או מהמצלמה במידה והפוסט מוזן מהסלולרי.

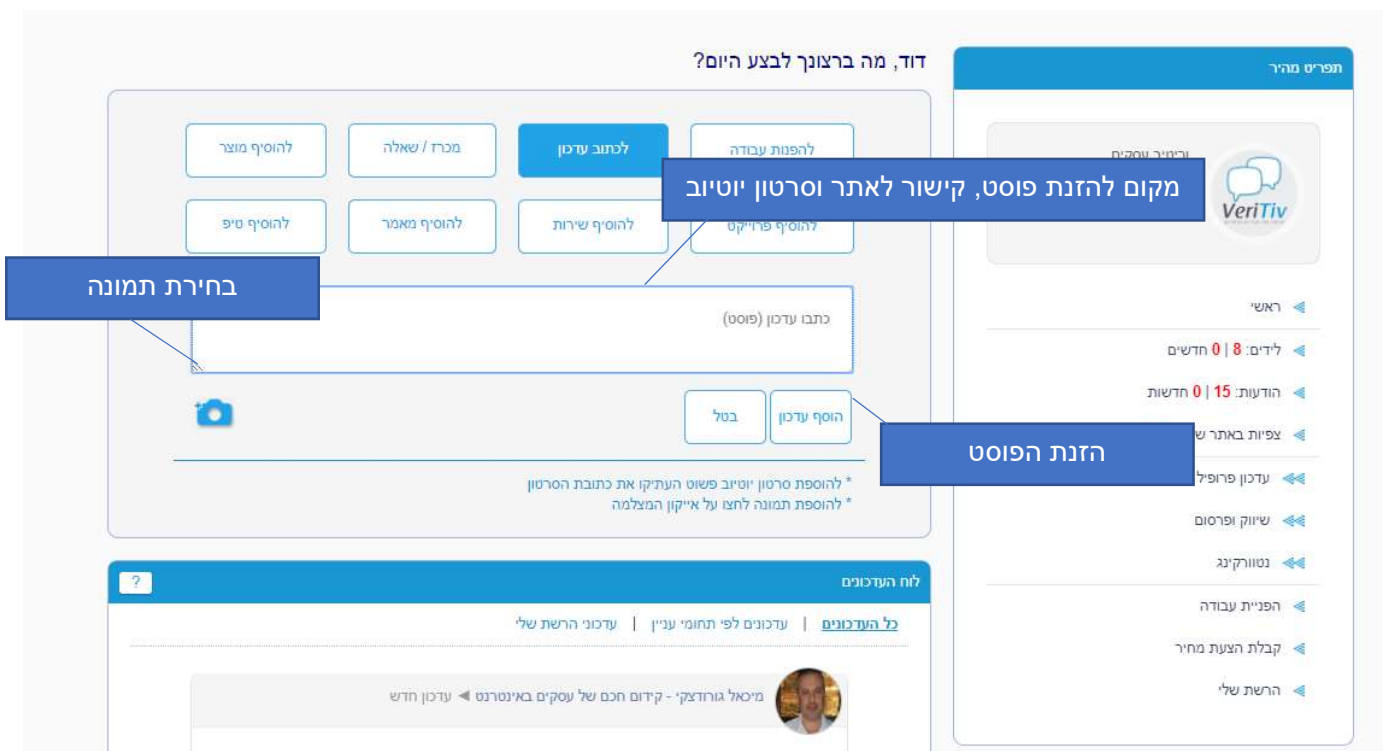
כל פוסט מייצר עבורכם עמוד נוסף באתר ונסרק בגוגל בהתאם.

מומלץ להזין פוסטים באופן שוטף עם מילות מפתח מגוונות.

בכל הזנת פוסט נשלחת הודעה לכל חברי הקבוצה שלכם במטרה שיקראו, ילמדו עליכם וישתפו ברשתות חברתיות.

הזנת פוסט מתבצעת מהעמוד הראשי ומוצגת לכל חברי וריטיב בלוח העדכונים.

עברו על פוסטים של חבריכם והשארו מעודכנים. קראו אותם כפי שתרצו שיקראו את שלכם.



The screenshot displays the VeriTiv website interface for creating a post. A central panel titled "דוד, מה ברצונך לבצע היום?" contains several buttons: "להפנות עבודה", "לכתוב עדכון" (highlighted), "מכרז / שאלה", "להוסיף מוצר", "להוסיף שירות", "להוסיף פרויקט", "להוסיף מאמר", and "להוסיף טיפ". A blue callout box labeled "מקום להזנת פוסט, קישור לאתר וסרטון יוטיוב" points to the "לכתוב עדכון" button. Below these buttons is a text input field with a camera icon and a "כתבו עדכון (פוסט)" label. A blue callout box labeled "בחירת תמונה" points to the camera icon. To the right of the input field are "בטל" and "הוסף עדכון" buttons. A blue callout box labeled "הזנת הפוסט" points to the "הוסף עדכון" button. Below the input field is a disclaimer: "* להוספת סרטון יוטיוב פשוט העתיקו את כתובת הסרטון * להוספת תמונה לחצו על אייקון המצלמה". At the bottom, a "לוח העדכונים" section shows a post by "מיכאל גורודצקי - קידום חכם של עסקים באינטרנט" with a profile picture. On the right, a "תפריט מהיר" menu lists navigation options like "ראשי", "לידים: 0 | 8 חדשים", "הודעות: 0 | 15 חדשות", "צפיות באתר", "עדכון פרופיל", "שיווק ופרסום", "נטוורקינג", "הפניית עבודה", "קבלת הצעת מחיר", and "הרשת שלי".

תגובות ושיתוף

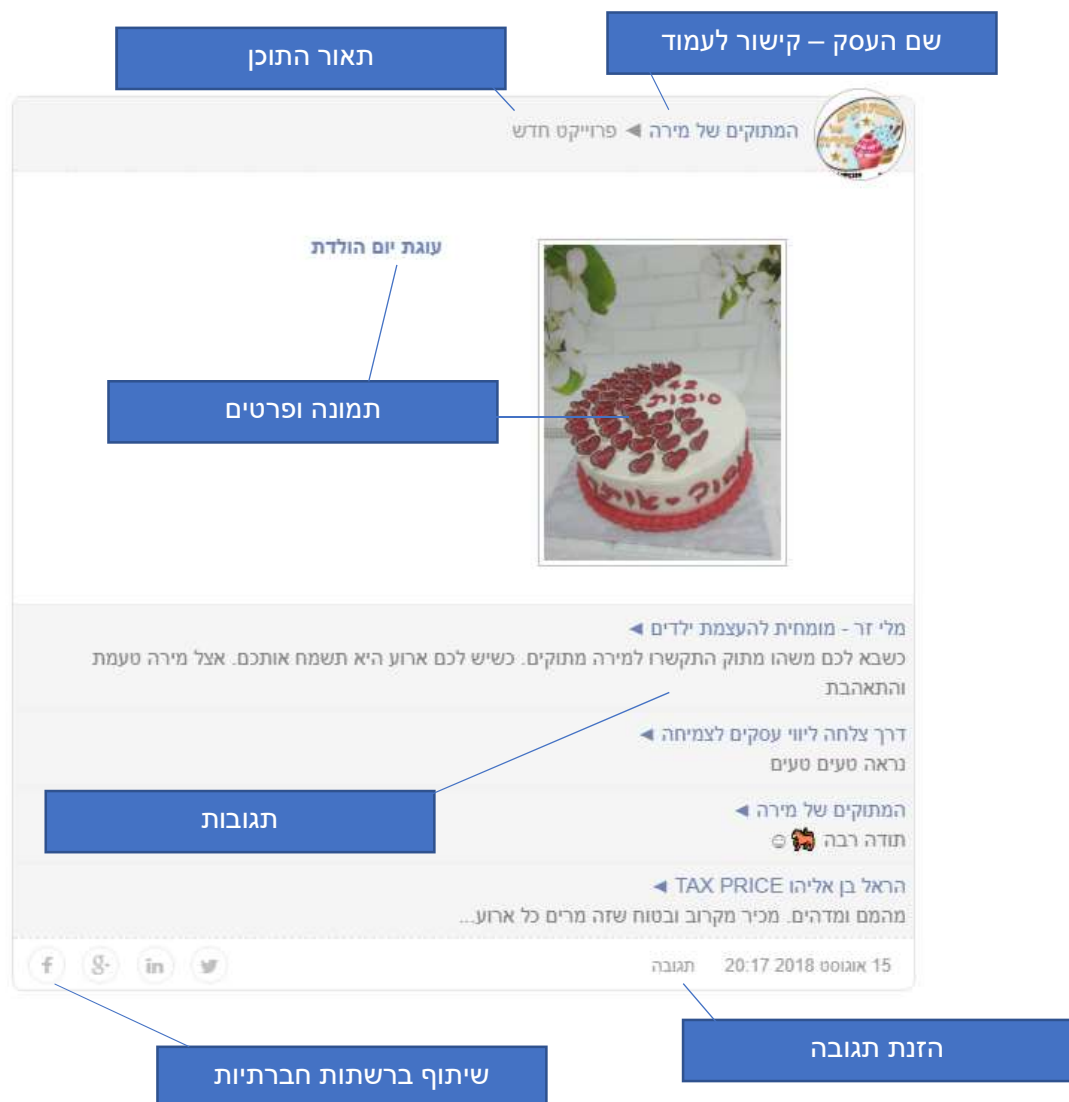
בלוח העדכונים מוצגים פוסטים ועדכונים של כלל חברי הארגון.

בכל פעולה של עסק (הוספת מאמר, טיפ, פרוייקט, עדכון, מוצר, שירות, הפניה ועוד) מתווסף עדכון ללוח ומאפשר לכם להתעדכן ואף לכתוב תגובה עניינית בנושא. פעולה זו מאפשרת יצירת דיון סביב הנושא, הבהרת שאלות וחשוב מכך, אתם נשארים בתודעה של החברים ושמכם ותגובתכם יופיעו בעמודים הרלוונטיים באתר ויסקו בגוגל.

בעת הזנת תגובה, נשלחת הודעה למזין התוכן. באותו הרגע יוכלו לראות אתכם. כך תוכלו לקחת חלק פעיל בהיכרות עם חברי קבוצות אחרות ולעורר את סקרנותם בפעילותכם.

ככל שתהיו פעילים יותר, תגיבו יותר ותשתפו יותר, כך החשיפה שלכם תגדל וכך אחרים ישתפו אתכם.

חבר קבוצה שהזין תוכן למערכת, ישמח לקבל תגובות ענייניות מכם וישמח אם תשתפו אותו ברשת החברתית שלכם. כקבוצה, הכח לחשיפות הדדיות עצום ומומלץ לשתף את כל חברי הקבוצה. שיתוף פוסטים ברשתות חברתיות מביא לכם חשיפה רחבה.



The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'מתוקים של מירה' (Mithras). The post includes a photo of a birthday cake with the text 'עוגת יום הולדת' (Birthday cake) and 'תמונה ופרטים' (Image and details). Below the photo is a comment section with a comment from 'מלי זר - מומחית להעצמת ילדים' (Mali Zor - Expert in Empowering Children) and a reply from 'תודה רבה' (Thank you very much). The post also has social sharing icons at the bottom. Blue boxes with arrows point to various elements: 'שם העסק - קישור לעמוד' (Business name - link to page), 'תאור התוכן' (Content description), 'עוגת יום הולדת' (Birthday cake), 'תמונה ופרטים' (Image and details), 'תגובות' (Comments), 'שיתוף ברשתות חברתיות' (Social sharing), and 'הזנת תגובה' (Posting comment).

מכרזים / שאלות

שימוש יעיל בפונקציה זו עשוי לתרום לכם ולחברי הקבוצה רבות.

בכל הזדמנות בה אתם צריכים שירות מסויים מבעלי עסקים, יעוץ כלשהו או יש לכם שאלה כללית לבעלי מקצוע, השתמשו באפשרות זו. הזנת מכרז / שאלה נשלחת לכל העסקים תחת הסיווג הנבחר והם יענו לכם Online.

המידע מגיע ישירות אליכם וחוסך לכם זמן וכאב ראש בחיפוש אחר נותני שירותים, קבלת הצעות מחיר, מידע כללי והכוונה.

בעת הזנת שאלה חדשה ע"י חבר קבוצה, השאלה נשלחת לכל חברי הקבוצה וניתנת הזדמנות ראשונית לקבלת מענה ע"י החברים הקרובים על מנת לשמור על הפעילות הקבוצתית. לאחר 3 שעות, מופצת השאלה לכלל חברי הארגון.

כאשר אתם שומעים ממכר או חבר שצריך שירות או יעוץ, תוכלו להזין עבורו את השאלה ובכך להפנות לידיים לחברי הקבוצה והארגון. בנוסף (וכאן הכח במערכת), כאשר נשאלת שאלה ע"י אנשים אחרים, תמיד תוכלו לתת מענה, הכוונה ועזרה גם אם השאלה לא בסיווג הישיר שלכם. לצורך הדוגמא: במידה ולקוח שאל שאלה בנושא הריון ולידה ואתם בסיווג מחשבים, במידה ומישהו מהסובבים אתכם מתעסק בתחום הריון ולידה, תוכלו לשלוח לו את השאלה או לשלוח ללקוח את פרטי העסק הרלוונטי. בכך עזרתם גם ללקוח שצריך שירות וגם לעסק שקיבל הזדמנות לעבודה.

ככל שתשתמשו יותר בפונקציה זו, שמכם יופיע יותר ויותר במערכת, יופיע בעמודי השאלות והתשובות באתר ויסרק בגוגל. חשוב יותר מכל – כך תעזרו אחד לשני לקבל לידיים ותשובות לבעיות המצריכות מידע מבעלי מקצוע.

שואלים ועסקים עונים

3

קבלת תשובות

2

הדהות

1

כתיבת שאלה

במקום לחפש, בעלי מקצוע עוזרים לכם.

סיווג: (התחילו להקליד ובחרו מהרשימה)

תאור השאלה:

צרוף תמונה

שאלה אנונימית

שלח שאלה

כתבו כאן כל שאלה, יעוץ או שירות שאתם צריכים ובעלי מקצוע עונים Online.

הפינור בבית דולף או המזגן לא מקרר?

צריכים מחשב חדש או שירות לסלולרי?

הפקת אירוע או צילום?

יעוץ עם עורך דין או יעוץ עסקי?

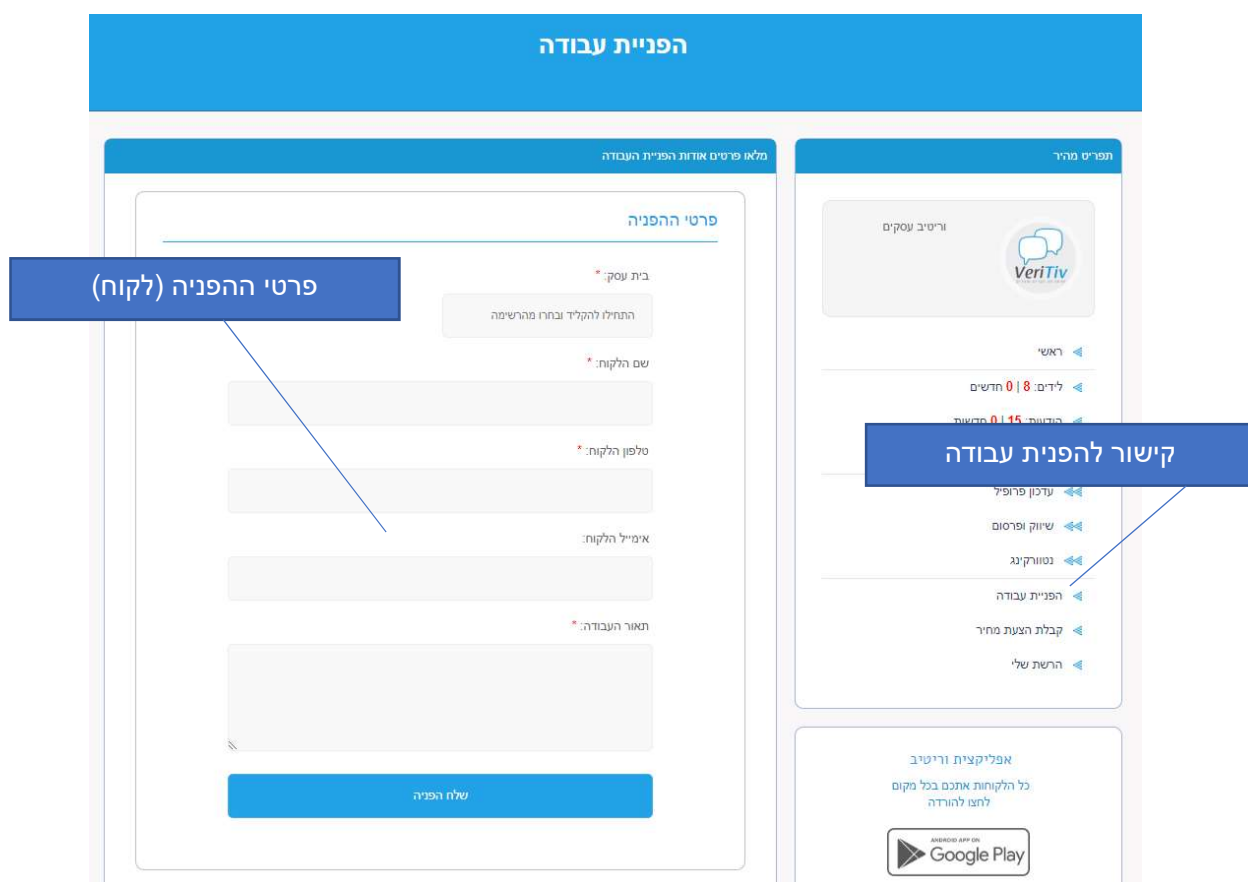
פשוט כתבו כאן ובעלי מקצוע יענו לכם

לצפייה בשאלות אחרונות
לחצו כאן

הפניית עבודה

הפונקציה שתוצו להשתמש בה כמה שיותר...

לאחר שהכרתם את החברים בקבוצה והבנתם אילו הפניות טובות עבורם, כאן תוכלו לבצע את שליחת ההפניה. בחרו את שם בית העסק אליו אתם מפנים, רשמו את שם הלקוח הפוטנציאלי, טלפון ותאור בקשת הלקוח. ההפניה נרשמת במערכת כליד ובית העסק המקבל יוכל ליצור קשר עם הלקוח ולבצע מעקב אחר הפעילות. השתמשו באפשרות זו בכל הזדמנות. החברים יעריכו זאת מאוד!



לאחר הזנת ההפניה תוכלו לראות הפניות קודמות ואת הסטטוס המעודכן עבור כל אחת מהן.
מומלץ להשאר בקשר עם בית העסק אליו הפנתם מתעניין כדי לדעת אם העסקה אכן יצאה לפועל.

הפניות שלי

בחר סטטוס

סגן לפי סטטוס


נקה סינון

עבור: ניהול מודע

תאריך: 09 מאי 2018

פרטים: ברוך בסה לקוח מועדף

סטטוס: הפניה נמחקה




עבור: אלדור תאורה מתקדמת

תאריך: 28 פברואר 2018

פרטים: שרשרת לדים 100 מ

סטטוס: חדש




עבור: הראל בן אליהו TAX PRICE

תאריך: 17 פברואר 2018

פרטים: לקוחה מעוניינת להחליף את רואה החשבון שלה... תתקשר אליה... היא עוסק מורשה...

סטטוס: חדש



כרטיס ביקור דיגיטלי

כרטיסי הביקור הדיגיטליים של וריטיב עסקים הינם מהמשוכללים והמקיפים ביותר הקיימים כיום בשוק. אתם מקבלים אותם במסגרת החברות בוריטיב עסקים בגרסה המלאה והכוללת. שימוש בכרטיסי הביקור הדיגיטליים, מעמיד אתכם בחזית הטכנולוגיה ובעזרתם תוכלו להגיע ללקוחות מכל זמן ובכל מקום.

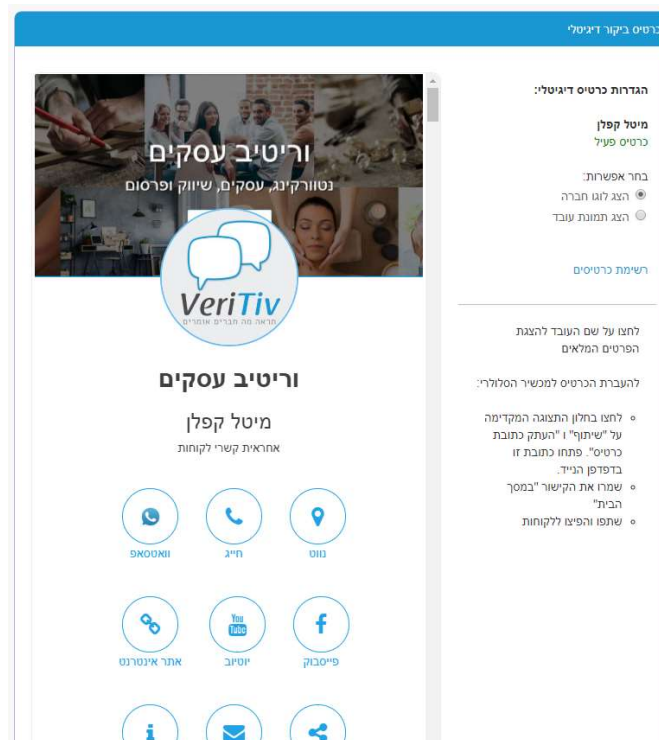
תוכלו להנפיק כרטיסי ביקור לכל אחד מעובדי החברה שלכם ובכך להפיץ את בית העסק ללא הגבלה ושמירה על סביבה ירוקה.

הכרטיס כולל את המרכיבים הבאים:

- תמונת כיסוי ותמונת לוגו החברה (ניתן להציג את תמונת העובד במקום לוגו החברה).
- שם בית העסק, שם העובד ותיאור העיסוק שלו. בלחיצה על שם העובד, יפתח חלון עם פרטי העובד המלאים.
- חיוג בלחיצת כפתור מהנייד (במידה והזנתם טלפון).
- ניווט בלחיצת כפתור ע"י waze (במידה והזנתם כתובת).
- יצירת פניה בוואטסאפ (לקוח יכול להתכתב איתכם בקלות ללא שמירת הטלפון ותוכלו להשיב).
- קישורים לאתר האינטרנט, עמוד הפייסבוק וערוץ היוטיוב שלכם.
- אודות בית העסק. בלחיצה על כפתור זה יפתח חלון ובו תיאור העסק, קישור לשירותים, פרויקטים וגלריה.
- שיתוף. לקוחות יוכלו לבצע הפצה ויראלית שלכם לקבוצות בוואטסאפ, פייסבוק ועוד.
- מתחת לפאנל הלחצנים, יופיעו העדכונים שלכם והפעולות שביצעתם במערכת.

לקוחות מקבלים תמונה מלאה על העסק שלכם והפעילות.

מומלץ לשמור את הכרטיס בעמוד הבית במכשיר הסלולרי שלכם להפצה נוחה ומהירה בכל הזדמנות.



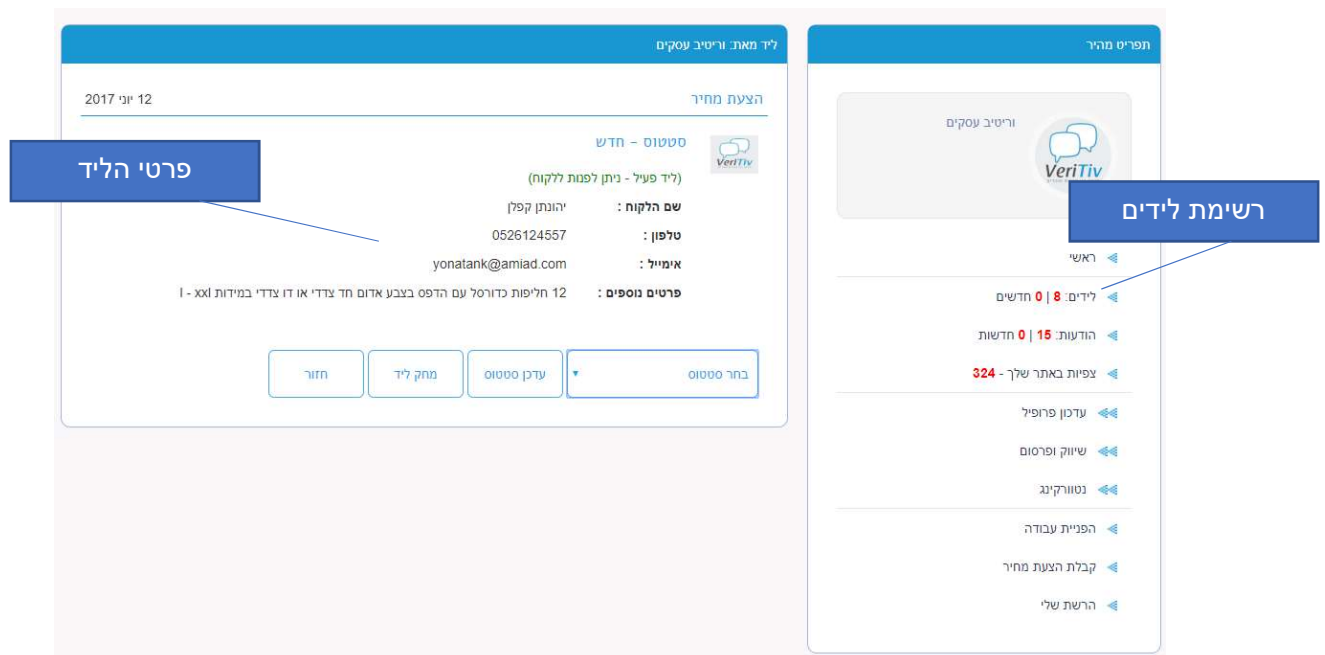
מערכת לידיים

בכל פעם שתקבלו ליד מהמערכת הוא ישמר במערכת הלידיים שלכם. תוכלו לבצע פעולות ובעיקר להתקשר ללקוח.

לידיים יכולים להגיע במספר דרכים:

- הפנית עבודה על ידי חבר קבוצה.
- מכרזים / שאלות שנפתחו בסיווג שלכם.
- בקשה להצעת מחיר שנשלחה בסיווג שלכם.
- הודעות שהתקבלו באתר והוסבו לליד.

עם קבלת הליד, תקבלו הודעה ומייל (במידה ולא חסמתם אפשרות קבלת מיילים) ותוכלו ליצור קשר עם הלקוח. מומלץ לעדכן סטטוס לאחר השלמת יצירת הקשר עם הלקוח לצורך מעקב עתידי.



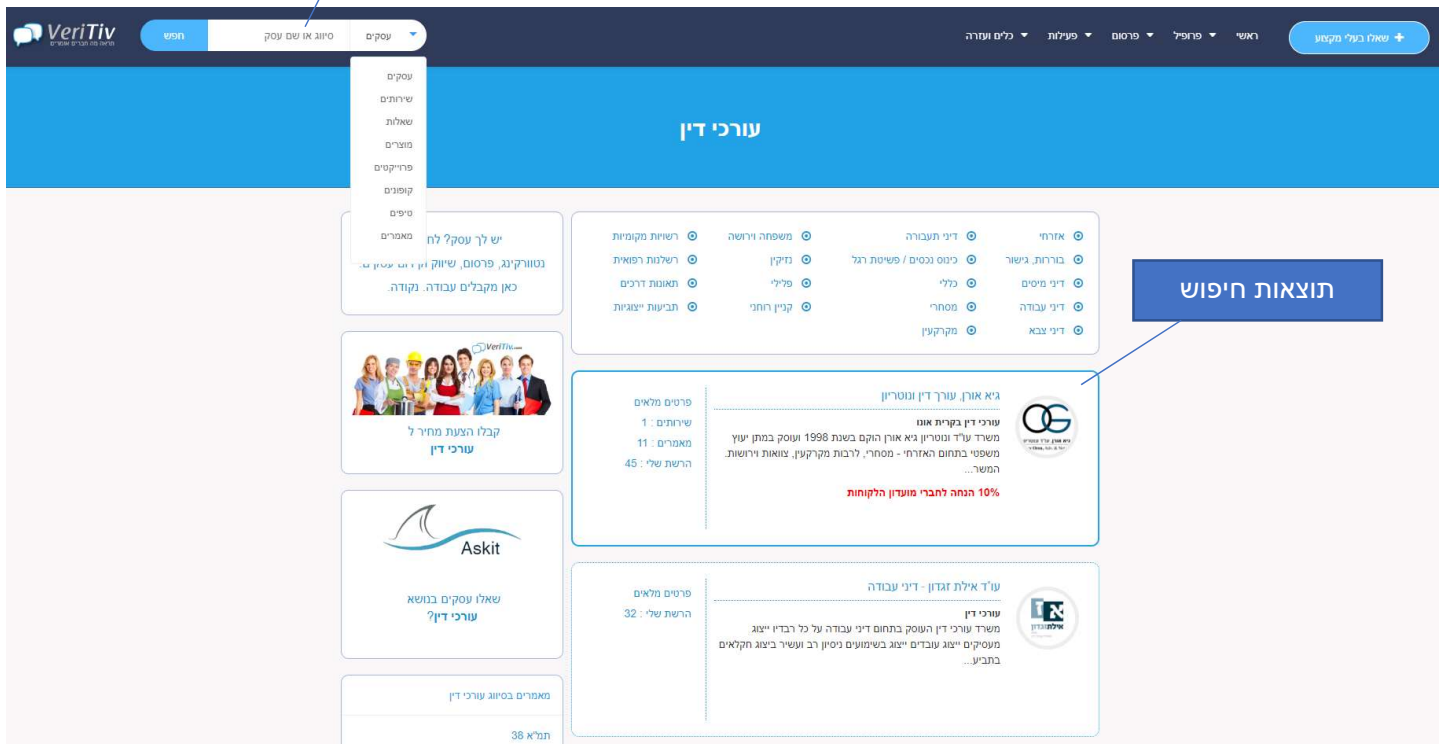
The screenshot displays two panels from the VeriTiv system. The left panel, titled 'ליד מאת: וריטיב עסקים', shows lead details for a lead received on 12/2017. A blue callout box labeled 'פרטי הליד' points to the contact information. The details include: 'סטטוס - חדש', '(ליד פעיל - ניתן לפנות ללקוח)', 'שם הלקוח: יהונתן קפלן', 'טלפון: 0526124557', 'אימייל: yonatan@amiad.com', and 'פרטים נוספים: 12 חליפות כדורסל עם הדפס בצבע אדום חד צדדי או דו צדדי במידות xxl - l'. At the bottom are buttons for 'חזור', 'מחק ליד', 'עדכן סטטוס', and 'בחר סטטוס'. The right panel, titled 'תפריט מהיר', shows a navigation menu with items like 'ורטיב עסקים', 'ראשי', 'לידים: 8 | 0 חדשים', 'הודעות: 15 | 0 חדשות', 'צפיות באתר שלך - 324', 'עדכון פרופיל', 'שיווק ופרסום', 'נסוורקינג', 'הפניית עבודה', 'קבלת הצעת מחיר', and 'הרשת שלי'. A blue callout box labeled 'רשימת לידיים' points to the 'לידים' item in the menu.

מנוע חיפוש

כחברים בורטיב עסקים, בכל פעם שנצטרך בעל מקצוע, ראשית נפנה לחברי הקבוצה. במידה ואין בקבוצה את הסיווג המבוקש, נוכל להיעזר במנוע החיפוש (במידה ולא נפתח מכרז) כדי לאתר בעלי מקצוע איכותיים במערכת ולספק עבודה הדדית בין חברי הארגון.

ניתן לחפש לפי שם או סיווג בתחומים הבאים – עסקים, שירותים, מוצרים, פרויקטים ועוד. בתוצאות החיפוש תוכלו לראות פרטים על בתי העסק בסיווג שבחרתם וליצור קשר בקלות.

מנוע החיפוש

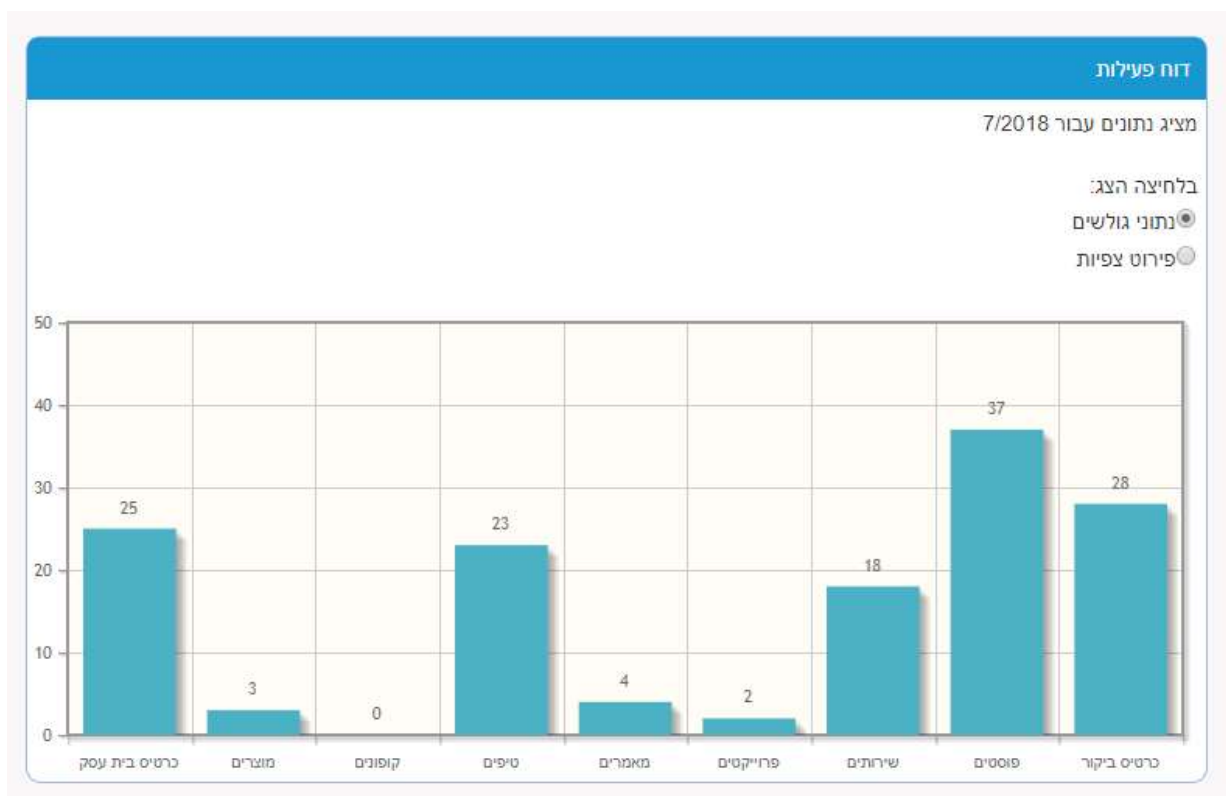


מערכת דוחות

כאן תוכלו למדוד את פופולריות התכנים שלכם ולראות אילו תכנים כדאי לקדם יותר. ניתן לראות כמה צפיות היו לכם בחלוקה חודשית לתכנים הבאים:

- כרטיס בית העסק
- מוצרים
- קופונים
- טיפים
- מאמרים
- פרוייקטים
- שירותים
- פוסטים
- כרטיסי ביקור

בלחיצה על עמודה מסויימת, תוכלו לראות אילו תכנים נצפו ומי צפה בתכנים. במידה והצופה חבר מערכת, תוכלו לראות את הכרטיס שלו. במידה וצפו גולשים אקראיים שהגיעו מגוגל או רשתות חברתיות, ירשם "גולשים כלליים".





אנו מודים לכם על בחירתכם בורייטיב עסקים כפלטפורמת השיווק שלכם

בהצלחה לכולנו!