מערכת רב מסר – מדריך ידידותי למשתמש

מבוא

נכון! בדרך כלל לא קוראים מדריכים. למי יש כוח לזה...אבל למדריך הזה אני בכל זאת מציע (כמעט מתחנן) שתקדישו זמן. באמת השקענו זמן ומחשבה להפוך אותו לידידותי ופשוט. קריאת המדריך תסייע לכם להתניע את מערך השיווק החדש שלכם המבוסס על מערכת רב מסר במהירות ובקלות, כך שתוכלו לראות תוצאות מיד.

מדריך זה ידריך אתכם כיצד להשתמש באופן מיטבי במערכת רב מסר: כיצד ליצור רשימות תפוצה, כיצד לשמור בהן את הנרשמים שלכם, כיצד לכתוב ולשלוח את המסרים, כיצד ליצור את החיבור בין המערכת והאתר שלכם ועוד נושאים רבים. המדריך הוא טכני מעיקרו אך מדי פעם הוא מציג גם טיפים שיווקיים לשימוש מיטבי במערכת.

אני מציע שתדפיסו אותו וכך יהיה לכם נוח לעבור עליו בעת שאתם משתמשים במערכת.

צוות רב מסר מאחל לכם קריאה מועילה של המדריך ושימוש מושכל במערכת שיביא ללא ספק לתוצאות עסקיות משמעותיות!

מערכת רב מסר – תמונה כללית

לפני שנערוך ביקור אצל אלוהים, שכידוע נמצא בפרטים הקטנים, בואו נתבונן על מערכת הרב מסר ממעוף הציפור.

מערכת רב מסר היא ללא ספק **מערכת הדיוור האלקטרוני המתקדמת ביותר בישראל**. יש בה אפשרויות שאין באף מערכת אחרת המוצעת בעברית והיא עומדת בשורה אחת עם המערכות המתקדמות מסוגה בעולם.

המערכת נמצאת בפיתוח מתמיד. אנחנו לא מפסיקים להוסיף אפשרויות ולשפר את המערכת בהתאם לבקשות של לקוחות ולרעיונות מקוריים שאנחנו יוזמים. לעיתים הפיתוח מקדים אפילו את עדכון המדריך למשתמש. לכן ייתכן, שפה ושם, תתקלו באפשרויות שקיימות במערכת אך אינן מכוסות עדיין על ידי המדריך הזה.

מערכת הרב מסר מיועדת לתמוך בהשגת שתי מטרות עיקריות הנחוצות לכל בעל עסק:

- רכישת לקוחות חדשים
- שימור לקוחות קיימים

רכישת לקוחות חדשים באמצעות סדרת מסרים

מערכת הרב מסר מסייעת ברכישת לקוחות חדשים באמצעות הגדלה משמעותית של מספר החשיפות של הלקוחות הפוטנציאליים למסר שלכם. ידוע שלקוח ממוצע זקוק **לבין חמש לשבע חשיפות** כדי לקבל החלטת רכישה או כל החלטה אחרת שמשמעותה ביצוע פעולה מצידו.

מערכת הרב מסר תשלח למתעניינים שלכם באמצעות הדואר האלקטרוני סדרת מסרים שטענתם מראש, בתזמון שאתם קבעתם. הגעתם של המסרים הללו ללקוח פוטנציאלי שלכם תבטיח שהמסר השיווקי שלכם ישאר "חם" במוחו עד הרגע שבו ירגיש נוח להפוך ללקוח.

המערכת מאפשרת גם **פרסונליזציה מלאה**. כל מסר שלכם ישא את שמו של הלקוח שלכם ופרטים אישיים נוספים שקלטתם ממנו בעת ההרשמה והחלטתם שכדאי שיופיעו במסר. פניה אישית מגבירה מאוד את נכונותו של הלקוח הפטנציאלי להיות קשוב למסר שלכם.

התבוננו בשני המסרים הללו:

מסר מספר 1:

שלום **יוסי**,

תודה שנרשמת לקורס הקצר שלנו בנושא תזונה נכונה. במשך השבועות הקרובים תקבל מאיתנו מידע וטיפים על תזונה שיסייעו לך לפתור את **בעיית העייפות** ממנה אתה סובל.

יוסי, נשמח לשמוע ממך בכל עת, כדי לפנות אלינו כל שעליך להקיש reply על המייל הזה.

להתראות במסר הקרוב בעוד שלושה ימים,

יאיר וצוות תזונה נכונה

מסר מספר 2:

שלום לך,

תודה שנרשמת לקורס הקצר שלנו בנושא תזונה נכונה. במשך השבועות הקרובים תקבל מאיתנו מידע וטיפים על תזונה שיסייעו לך לפתור את הבעיה ממנה אתה סובל.

נשמח לשמוע ממך בכל עת, כדי לפנות אלינו כל שעליך להקיש reply על המייל הזה.

להתראות במסר הקרוב בעוד שלושה ימים,

יאיר וצוות תזונה נכונה

במסר הראשון המערכת קלטה מהמשתמש באמצעות טופס ההרשמה פרטים על שמו וגם על הבעיה ממנה הוא סובל. לאחר מכן נשתלו הפרטים הללו במסרים וגרמו להם להראות רלוונטיים ואישיים יותר.

אני מניח שתסכימו איתי שהמסר הראשון יצור אצל המקבל הקשבה רבה יותר, אהדה למסרים המופיעים בו ונכונות להענות לקריאה לפעולה.

המסרים שתצרו באמצעות מערכת רב מסר יכולים להיות מעוצבים כרצונכם, אם כי עיצוב-יתר לא מומלץ. המדיום של הדואר האלקטרוני הוא אישי יותר וסולידי יותר מהמדיום של ה web ולכן אנשים מצפים לפחות רוח ולצלצולים גראפיים במסרי המייל.

שימור לקוחות קיימים באמצעות מסר בודד (ניוזלטר)

בנוסף לאפשרות לשלוח ללקוחות שלכם סדרת מסרים בתזמון אישי מערכת רב מסר מכילה את כל המרכיבים המאפשרים לכם לשלוח לכל הלקוחות הקיימים (ואולי גם הפוטנציאליים) ניוזלטר מעוצב דו שבועי, חודשי או בכל תדירות שתבחרו.

שמירת קשר עם לקוחות נוכחיים ולקוחות פוטנצייאליים, באמצעות משלוח סדיר של מידע מועיל, תבטיח שאתם תעלו ראשונים בזכרונם כשיגיע העת לרכוש את המוצר או השירות שאתם מספקים.

זרימת המידע במערכת הרב מסר

בפרק זה אציג דוגמא למתאר שכיח של הפעלת מערכת הרב מסר. מטרת הדוגמא להציג את פעולתם המשולבת של המרכיבים השונים במערכת ואת זרימת המידע בניהם. הנה הדוגמא:

לקוח פוטנציאלי מבקר באתר שלכם. הוא מבחין בטופס ההרשמה הממוקם באתר במקום בולט. המבקר מחליט להרשם. הוא ממלא את כל השדות בטופס (למשל כתובת email מספר טלפון ואולי אפילו שם הכלב, אם העסק שלכם הוא במקרה מספרת כלבים) ומקיש על הכפתור "שלח".

לאחר שהמבקר מקיש על כפתור "שלח" (או "הצטרף" או "קבל מאיתנו טיפים" או כל טקסט אחר שהחלטתם שיתנוסס על הכפתור), הנתונים שהכניס זורמים למערכת הרב מסר.

המבקר עצמו מופנה ל "דף תודה" שהוא דף **באתר שלכם** בו אתם מודים לו על הרשמתו ומבשרים לו שהמייל הראשון כבר מחכה לו בתיבת הדואר הנכנס שלו. לדף התודה חשיבות רבה מאוד. בדף זה עליכם לשוב ולהזכיר לנרשם מה יקבל מכם באיזה תדירות וכו'.

בינתיים הגיעו נתוני הנרשם גם למערכת הרב מסר והם נרשמים במסד הנתונים שלה. מייד לאחר הגעת הנתונים מערכת רב מסר שולחת למבקר את המייל הראשון בסדרת המסרים שטענתם מראש במערכת. המסרים אגב, נשלחים אומנם מהשרת של מערכת רב מסר אבל נושאים את כתובת המייל שלכם ואת שמכם (או כל שם אחר שבחרתם בו, כמו למשל שם החברה שלכם וכו').

הערה חשובה: מערכת רב מסר מאפשרת לכם להפעיל יותר מרשימה אחת. טופס ההרשמה שנמצא באתר שלכם ידאג לשלוח למערכת הרב מסר גם את פרטי הרשימה **אליה נרשם המבקר** (למשל רשימת מתעניינים). בהמשך אותו אדם עשוי להירשם לרשימות נוספות שלכם (למשל רשימת לקוחות).

אם כך הגדרתם, המערכת מבצעת גם את הפרסונליזציה – שתילת הנתונים המתאימים, שהתקבלו מתוך טופס ההרשמה, במקומות המתאימים במסר שנשלח לנרשם.

לאחר שעבר פרק הזמן שהגדרתם בין המסר הראשון לשני, מערכת הרב מסר תשלח באופן אוטומתי לחלוטין את המסר השני מתוך סדרת המסרים. באותו אופן יישלחו המסר הרביעי, החמישי וכו'.

אם בשלב כל שהו הנרשם ירצה להסיר עצמו מרשימת התפוצה הוא יוכל לעשות זאת בקלות באמצעות הקשה על הקישור שיופיע באופן אוטומטי בכל מייל שתשלחו. הקישור הזה יופיע תמיד ולא ניתן להסירו – קישור זה הוא חלק מדרישות החוק!

המערכת תאפשר למי שהחליט להסיר את עצמו מרשימת התפוצה גם להשאיר לכם מסר ובו הוא מציין את סיבת החלטתו לעזוב. זהו מידע יקר ערך שיסייע לכם לשפר באופן מתמיד את המסרים שלכם ואת המערכת השיווקית כולה. כאשר נרשם עוזב את המערכת תקבלו גם (אם תרצו בכך) הודעה במייל.

מערכת רב מסר תספק לכם מידע חשוב על יעילות המסרים שלכם: תקבלו מידע על מספר המיילים שנפתחו מתוך כלל המיילים שנשלחו ועל מספר ההקלקות על הקישורים במסרים שלכם. כמו כן תקבלו

מידע על המיילים החוזרים (כתוצאה מכתובת שגויה, תיבה מלאה או חסימה של ספק האינטרנט של הנמען). מידע זה יספק לכם הערכה של מידת העניין שהמסרים שלכם יוצרים בקרב קהל היעד שלכם.

המתאר שספרתי לכם עליו כאן מציג את האופציה של סדרת מסרים. כמובן שמערכת רב מסר היא מערכת מתקדמת ומובילה למשלוח ניוזלטר. אך מכיוון שמשלוח ניוזלטר הוא עניין מוכר יותר בחרתי לפרט בעיקר את נושא סדרת המסרים.

הפעלה ראשונית של המערכת

עתה לאחר שקיבלתם תמונה כללית על תועלות מערכת הרב מסר ועל זרימת המידע בה, בואו נצלול למים הקרים ונעבור על כל השלבים הנדרשים כדי להתחיל לבצע דיוור לנרשמים.

הפעולות שיש לבצע לצורך הפעלת מערכת רב מסר מחלקות לשניים:

- פעולות שמתבצעות במערכת הרב מסר
- פעולות שמתבצעות באתר שלכם

את כל הפעולות שמתבצעות במערכת הרב מסר תוכלו לבצע בעצמיכם, אך ייתכן שלצורך ביצוע הפעלות הנדרשות באתר שלכם (למרות שהן פשוטות ביותר) תזדקקו לסיוע מבונה האתר שלכם או מכל מי שיודע כיצד לשתול פיסת קוד HTML בדף אינטרנט.

> **הערה חשובה**: עוד לפני שאתם מתחילים את הפעילות במערכת רב מסר מומלץ שיהיו בידכם טיוטת של סדרת המסרים שאתם רוצים לשלוח (לפחות לרשימה אחת) כולל שדות הפרסונליזציה וכן החלטה על משך הזמן בין המסרים. אם אתם רוצים להתחיל במשלוח ניוזלטר החזיקו בידכם טיוטא של גליון אחד לפחות.

אז בואו נתחיל!

הכנסו למערכת רב מסר באמצעות השם והססמא שלכם. לאחר שהנתונים שלכם ייבדקו תגיעו לדף הראשי של המערכת. אם אתם נכנסים למערכת מהמחשב הקבוע שלכם, מומלץ לסמן את תיבת הבדיקה ששואלת אם לזכור את פרטיכם. כך תוכלו להיכנס לחשבון ללא הטרדה של הקלדת הפרטים בכל פעם.

> **הערה**: ייתכן שזו לא הכניסה הראשונה שלכם, ומכיוון שהמערכת זוכרת אתכם במחשב שממנו נכנסתם למערכת בפעם הקודמת (אם כך הגדרתם) לא תתבקשו כלל להכניס את הססמא ושם המשתמש (אל תבהלו – רק המחשב שלכם יאפשר לכם להכנס לחשבון ללא הפרטים הללו)

בדף הראשי תוכלו לקבל מבט מהיר על מצב הרשימות שלכם – כמה נרשמים פעילים יש בכל רשימה, כמה נרשמים שאינם פעילים. נרשמים במצב "לא פעיל" הם אלה שבקשו להסיר את עצמם מהרשימה - המערכת מפסיקה לשלוח להם מיילים אך פרטיהם אינם נמחקים מהמערכת. סוג אחר של נרשמים במצב לא פעיל הם אלה שהמייל שנשלח אליהם חזר מספר פעמים ומערכת רב מסר חסמה את משלוח המיילים אליהם. בנוסף מציג הדף הראשי מידע על מספר הנרשמים היום ואתמול.

כמובן שאם אתם קוראים מדריך זה בתחילת דרככם במערכת הדף הראשי עדיין אינו מציג כל מידע.

יבוא ויצוא של נרשמים

בדף הראשי נמצאות גם אופציות **היצוא והיבוא**. באמצעות הקישור "יצוא" תוכלו לשמור את כל רשימת התפוצה שלכם, על כל הפרטים שנשמרו בה, בקובץ גיליון אלקטרוני אקסל על גבי המחשב שלכם.

מומלץ מאוד לשמור קובץ אקסל מעודכן של הרשימה לפחות פעם בשבוע לצרכי גיבוי. בקובץ אקסל תוכלו להשתמש גם לצרכים נוספים כגון הדפסה על מעטפות לצורך משלוח דואר רגיל.

יבוא רשימות תפוצה:
אופציית היבוא מאפשרת לכם לטעון רשימות מקובץ אקסל במערכת. אופציה זו מיועדת כדי לבצע טעינה ראשונית של רשימת התפוצה הקיימת שלכם או לטעון רשימות שנאספו במערכות אחרות (למשל מערכות CRM למינהן).

> **חשוב ביותר!!** בכל מקרה **חל איסור חמור** לטעון למערכת רב מסר רשימת תפוצה שאינה מבוססת על בקשה מפורשת של הרשומים בה להיכלל בה. בין היתר, אין לטעון למערכת רשימה שנרכשה מגורם אחר או שנאספה בדרך כל שהי מרשת האינטרנט. מערכת רב מסר מיועדת לשיווק מורשה בלבד. **אם יתקבלו אצלנו תלונות על משלוח מסרים בלתי מורשה החשבון ייסגר מיידית**.

בשלב זה הקישור "יבוא" אינו נוכח במערכת כי **יש צורך לבקש אישור לבצע יבוא**. באמצעות הדרישה לבקשת אישור לייבוא לכל רשימה אנחנו מוודאים שאכן לא מנצלים את אופציית הטעינה מאקסל כדי לטעון רשימות שמקורן אינו בגולשים שביקשו באופן מפורש לקבל מידע.

כדי לבקש אישור, ובכך לגרום לקישור "יבוא" להופיע, עליכם לשלוח מייל, לציין בו את שם הרשימה באנגלית שלגביה אתם מבקשים אישור יבוא וכן פרטים על מקור הרשימה וגודלה. האישור אגב, הוא לצמיתות ומבוסס על אמון.

כדי לייבא רשימה עליכם לבצע את הפעולות הבאות:

1. **הכנת קובץ הרשימה**: עליכם לשמור את קובץ פרטי הנרשמים בפורמט של **CSV** (השתמשו לשם כך באופציית SAVE AS של אקסל). **אין צורך לדאוג לסדר העמודות** – לאחר טעינת הקובץ המערכת תבקש מכם להגדיר את משמעותה של כל עמודה.
2. **טעינת הקובץ למערכת**: לחצו על הקישור "ייבוא" (שיהיה נוכח לצד הכפתור "יצוא" לאחר שביקשתם וקיבלתם אישור לטעון רשימה) בתיבת השיחה שנפתחת סמנו את קובץ ה CSV שברצונכם לטעון למערכת ולחצו על אישור.
3. **הגדרת השדות**: בשלב הבא המערכת תשאל אתכם לפשרה של כל עמודה. בחרו מתוך הרשימה את השדה הרלוונטי ולחצו על אישור. עמודות שלא נבחר להן שדה לא יישמרו במערכת.

> **הערה חשובה ואזהרה!:** אם בשלב זה מוגדרת סדרת מסרים המסר הראשון בסדרה יישלח מיידית לכל הרשימה שתיטען **ללא כל אזהרה מוקדמת**.

לאחר שערכנו הכרות ראשונית עם הדף הראשי של המערכת – דף הבית – ועם האפשרויות שהוא מציע בואו נפנה להגדיר את הרשימה הראשונה!

הגדרת רשימת תפוצה

מערכת הרב מסר, כזכור, מאפשרת לכם **להפעיל מספר בלתי מוגבל של רשימות**, אבל עכשיו נתרכז בהגדרות של **הרשימה הראשונה**.

אך לפני מהי בעצם רשימה? במערכת רב מסר כל רשימה היא ישות נפרדת לחלוטין. ברשימה מסוימת לעולם לא תופיע כתובת מייל מסוימת יותר מפעם אחת , גם עם אותו אדם יירשם שוב ושוב. לעומת זאת, מכיוון שאין קשר בין הרשימות, בהחלט ייתכן שכתובת מייל מסוימת תישמר ביותר מרשימה אחת.

בשלב זה הרשימה הראשונה כבר נפתחה עבורכם, באופן אוטומטי, בעת פתיחת החשבון ולכן אינכם צריכים לפתוח אותה. כל שעליכם לעשות הוא להשלים את הפרטים הנדרשים כדי שתוכלו לעבוד איתה.

בחרו בתפריט הראשי את הלשונית "ניהול רשימות".

תגיעו לדף חדש ובו האפשרויות הבאות:

"ניהול רשימות תפוצה", "הגדרת רשימת תפוצה", "שדות מותאמים אישית" ו – "טופס הרשמה".

הדף שנפתח הוא הדף של "הגדרת רשימת תפוצה" שאת השדות בו עליכם למלא כדי שתוכלו להשתמש ברשימת התפוצה הנוכחית. כאמור, בעתיד, תוכלו לפתוח רשימות חדשות באמצעות הלשונית "ניהול רשימות תפוצה".

הנתונים שתתבקשו למלא מתחלקים לשלושה:

- נתונים כלליים על הרשימה
- נתונים על דף הסרה מרשימת התפוצה
- נתונים על עצמכם (כלומר על השולח)

נתונים כלליים על הרשימה:

שם הרשימה באנגלית – מידע זה הוא עבורכם בלבד ובשום שלב לא יגיע לידי נמעני הרשימה. למעשה מדובר בקוד שמגדיר את הרשימה ולא תעשו בו שימוש.

> **הערה חשובה:** שם הרשימה באנגלית של הרשימה הראשונה שלכם זהה לשם החשבון שלכם והוא **בלתי ניתן לשינוי**.

שם רשימה בעברית – שם הרשימה בעברית הוא זה שיוצג בדף הראשי ובמקומות שונים במערכת. קבעו שם בעל משמעות – בעתיד כשיהיו לכם רשימות רבות שמות בעלי משמעות בהחלט יסייעו. הצורך בשני שמות – עברית ואנגלית – נובע מסיבות טכניות.

כתובת דוא"ל לדיווח על כל הרשמה / עזיבה: בשדה זה עליכם להגדיר את כתובת הדואר האלקטרוני שאליה אתם מעוניינים שהמערכת תשלח לכם דיווחים על כל נרשם / עוזב של הרשימה הנוכחית (הגדרה זו היא לכל רשימה בנפרד). אם אין לכם עשרות נרשמים ביום ואינכם חוששים מהצפת תיבת הדואר הנכנס שלכם בדיווחים על הרשמות, מומלץ מאוד לסמן את תיבת הבדיקה ולהכניס כתובת מייל. כאשר נרשם עוזב את הרשימה יש לו אפשרות לציין את סיבת העזיבה וזהו מידע חשוב מאוד.

> **הצעה:** העובדה שמערכת רב מסר מסוגלת לשלוח לכם מייל על כל הרשמה חדשה, בנוסף לעובדה שמייל זה מכיל את כל המידע שהפונה מסר, מאפשרת לכם ליצור באמצעות מערכת רב מסר מנגנון "צור קשר". כדי לעשות זאת צרו רשימה שתקרא "רשימת צור קשר", ומקמו בה לפחות מסר אחד מיידי בסדרת מסרים (שמודה לפונה על פנייתו ואולי מספק קצת מידע נוסף). מערכת רב מסר תשלח לכם מייל המפרט את כל הפניות אליכם. בונוס נוסף שתקבלו הוא שהמערכת תשמור עבורכם במסד הנתונים שלה את כל הפניות.

הגדרת דף ההסרה:

כזכור, כל חבר ברשימת התפוצה שלכם יכול להסיר את עצמו מהרשימה בכל עת באמצעות הקלקה על קישור המופיע בתחתית כל מייל שיוצר ממערכת רב מסר. קישור זה שולח אותו לדף במערכת הרב מסר שבו עליו ללחוץ על כפתור נוסף כדי להסיר את עצמו. בחלק זה של דף ההגדרות אתם מתבקשים לספק למערכת מידע על דף זה.

הערה: כל הפרטים בחלק זה אינם הכרחיים! אתם יכולים לדלג על החלק הזה ולשוב אליו מאוחר יותר, או לא לשוב אליו כלל. אם לא תגדירו כאם דבר המערכת תעבוד אבל בדף ההסרה לא יופיעו פרטים הקשורים אליכם.

כותרת דף ההסרה – זו הכותרת שיראה חבר ברשימת התפוצה שלכם לאחר שיקיש על קישור ההסרה שמופיע בכל מייל שיוצא מהמערכת. כותרת אפשרית כאן היא "אנו מודים לך על שהיית מנוי על רשימת התפוצה שלנו בעניין טיולים לתורכיה".

הערה חשובה: שימו לב שעצם הלחיצה על הקישור במייל עדיין אינה מסירה את הנרשם מהרשימה. כדי להשלים את הפעולה עליו ללחוץ על כפתור הנמצא בדף ההסרה. שיטה זו נועדה למנוע טעויות, לאפשר שיקול דעת נוסף, וכן לאפשר אופציה של שינוי כתובת המייל שגם נמצאת בדף זה. חשוב לכן שהכותרת של הדף לא תהיה "הסרנו אתכם לבקשתכם" כי , כאמור, כאשר הם מגיעים לדף הם למעשה עדיין לא הוסרו.

כתובת תמונת הלוגו – אתם יכולים לספק כאן כתובת אינטרנט URL של תמונה **באתר שלכם** שאתם מעוניינים שתוצג בדף ההסרה. מערכת הרב מסר "תשאב" את התמונה מהאתר שלכם ותציג אותה בדף ההסרה.

שם האתר שלכם – כאן יופיע שם האתר שלכם (למשל "אומנות הלידה")

כתובת האתר – כאן תופיע כתובת האתר (למשל http://www.leida.co.il). מטרת המידע הזה לאפשר למערכת הרב מסר ליצור קישור מדף ההסרה (נשמצא כאמור בתוך מערכת הרב מסר) אל האתר שלכם (ייתכן שמי שנפרד מהרשימה ירצה לערוך ביקור פרידה באתר שלכם...).

הגדרת פרטי השולח (אתם...) שיופיעו במסרים:

כאן אתם מגדירים את פרטי השולח שאתם רוצים שיופיעו במסרים. מערכת הרב מסר מאפשרת לכם להגדיר שם וכותבת מייל שונה לכל אחת מהרשימות שאתם מנהלים.

שם השולח – שמכם, כפי שאתם רוצים שיופיע בשדה FROM אצל הנמענים ברשימה התפוצה שלכם.

כתובת דוא"ל השולח – כתובת הדואר אליה ישלחו מיילים של נמען שיקיש על הכפתור reply (אגב, בניגוד לדואל"י זבל הנמענים שלכם יוכלו, כאמור, להגיב למסרים שלכם באמצעות reply אפשרות זו חשובה מאוד לניהול מערכת יחסים עם הנרשמים שירצו להגיב למסרים שלכם.)

לאחר שספקתם את המידע הדרוש למערכת על הרשימה שלכם תוכלו לפנות להגדרת הנתונים שתרצו לאסוף מכל נרשם באתר. המערכת מכילה כמה שדות נתונים קבועים שעליהם תוכלו להוסיף שדות משלכם – שדות מותאמים אישית.

הגדרת שדות מותאמים אישית

"שדות" הם ההגדרה המקובלת לפרטי המידע שאנחנו אוספים מהנרשמים שלנו. "שם" הוא שדה, "מספר טלפון" הוא שדה ו"תאריך יום הולדת" הוא שדה.

מערכת רב מסר מגיעה עם שלושה שדות קבועים: "שם", "שם משפחה" וכמובן "כתובת דואר אלקטרוני". בנוסף לשדות הללו אתם יכולים להוסיף גם שדות משלכם הנקראים: **שדות מותאמים אישית**.

הערה: אם אין לכם כוונה לאסוף מהנרשמים שלכם מידע נוסף על זה המפורט לעיל אתם יכולים לדלג כל שאר הפרק הנוכחי ישירות להגדרת טופס ההרשמה.

הפרטים הנאספים מהנרשמים משמשים לשני שימושים עיקריים: פרסונליזציה ומשלוח מפולח.

פרסונליזציה

מכירים את אפקט מסיבת הקוקטייל? בערב רב של קולות דיבור רמים, צחוק ולהג, קולות השקת כוסות, מצליח אדם לזהות את שמו המוזכר בידי מישהו בקצה השני של החדר. אין מה לעשות, אנשים רגישים קודם כל לעצמם. הם פותחים חלון קשב גדול כאשר מזכירים את שמם או פרטים אחרים שקשורים אליהם.

לכן הפרסונליזציה – היכולת של מערכת הרב מסר לשתול מידע שנמסר באמצעות טופס ההרשמה במיילים שיוצאים אל הנרשמים שלכם – היא כל כך קריטית להצלחת הקמפיין השיווקי שלכם בדואר אלקטרוני.

אבל האם אנשים לא יודעים שאנחנו שותלים במסרים את הפרטים שמסרו לנו בעת ההרשמה?, שמדובר בלא יותר במשחק פינג פונג עם הפרטים שלהם? רבים יודעים ובכל זאת נהנים מהפניה האישית. חישבו על צמחיה מלאכותית – כולם יודעים שהיא מלאכותית ובכל זאת נהנים מיופייה.

למשל מספרה לכלבים עשויה להגדיר שדה מותאם אישית בשם "שם הכלב" ואז להשתמש בנתון במיילים למשל כך:

שלום **דני**,

מה שלומך ומה שלום כלביך **חומי**.... וכו' וכו'

האפשרויות כאן הן רבות ומוגבלות ביד הדמיון בלבד. הכלל הוא ברור: ככל שהמיילים שלכם יהיו אישים יותר כך תזכו לקשב רב יותר מהנמענים שלכם.

פילוח הרשימה באמצעות שדות מותאמים אישית:

שימוש נוסף לשדות מותאמים אישית הוא פילוח הרשימה ומשלוח מסרים נפרדים לפלחים השונים שלה. למשל מרפאה וטרינרית עשויה להוסיף לרשימת הלקוחות שלה שדה ששמו "סוג בעל חיים" ולשמור בו מידע על סוג בעל החיים: כלב, חתול, ציפור צב, איגואנה וכו'.

המרפאה יכולה לנצל את המידע השמור בשדה הזה כדי לשלוח מסר שונה לבעלי כלבים (למשל להזהיר אותם מפני מחלת כלבים מדבקת המשתוללת לאחרונה) ומסר שונה לבעלי חתולים וכו. אפשר גם לבצע חיתוכים שונים – למשל לשלוח מסר לבעלי חתולים צעירים או כלבים מבוגרים (בתנאי שמוסיפים שדה המכיל את גיל בעל החיים כמובן).

כדי להשתמש באפשרויות הפילוח יש להיכנס ל "נרשמים / קבוצת נרשמים" ולהגדיר שם את הפילוח שבו מעוניינים (מידע נוסף על אפשרות זו בפרק "נרשמים" מאוחר יותר במדריך)

איך מגדירים שדות מותאמים אישית:

כדי להגדיר שדות מותאמים אישית חדשים גשו לניהול רשמות תפוצה ובחרו "שדות מותאמים אישית". בדף תראו את רשימת השדות הקבועים ומעליה רשימת השדות המותאמים אישית.

הזינו את שם השדה החדש במקום המתאים, בחרו את ערך ברירת המחדל (ערך שאם הנרשם לא ישנה אותו הוא יהיה הערך שירשם) קבעו אם השדה הוא בעברית RTL או באנגלית LTR או שדה מספרי כמו טלפון שגם הוא יוגדר LTR. LTR = Right to Left RTL = Left to Right .

לחצו על כפתור שמור שינויים. השדה החדש שיצרתם ייקלט וייוצר מקום להגדרת שדה חדש. כדי להגדיר שדה חדש חזרו על התהליך.

את פרטי המידע שתאספו בפועל מהמבקרים באתר שלכם תגדירו בשלב הבא "**בניית טופס הרשמה**" (שימו לב – אין הכרח שבטופס ההרשמה יופיעו כל השדות שהגדרתם בשלב זה!) ואילו את השדות שישתלו בפועל במיילים (ואת המקום במסר בו יישתלו) תגדירו בעת כתיבת המסרים שלכם, בשלב מאוחר יותר (כדי להגיע לאזור כתיבת המסרים עליכם להקליק על הלשונית "מסרים", אבל כאמור את זאת נעשה בשלב מאוחר יותר).

אחרי שהגדרתם את פרטי המידע שאתם רוצים לאסוף אתם מוכנים לשלב הבא – הגדרת טופס ההרשמה לניוזלטר או לסדרת המסרים שלכם.

הגדרת טופס ההרשמה

טופס הרשמה המוצב באתר שלכם הוא אחת הדרכים בהן כתובת נרשם יכולה להיטען במערכת רב מסר. שתי הדרכים האחרות הן: 1. הוספה ידנית של נרשמים בתוך המערכת (נרשמים / הוספת נרשם) או 2. טעינה של קובץ אקסל באמצעות אופציית היבוא (יש צורך לבקש אישור ליבוא עבור כל רשימה).

בניית טופס הרשמה:

כדי שמתעניינים יוכלו להרשם לרשימה שלכם עליכם לספק להם טופס הרשמה באתר שלכם. מבקרים באתר שלכם יזינו את הטופס בנתוניהם האישיים ולאחר שיקליקו על הכפתור "שלח" הנתונים יזרמו למערכת רב מסר. ברגע שהמערכת תקלוט את פרטיהם היא תתניע את סדרת המסרים שלהם – זו שתטענו במערכת באחד מהשלבים הבאים של הכנת המערכת לפעולה.

> **הערה חשובה:** גם אם אתם משתמשים במערכת רב מסר אך ורק כדי להפיץ ניוזלטר ואינכם מתכוונים להשתמש בסדרת מסרים מומלץ מאוד להוסיף לפחות מסר אחד – מסר תודה שיישלח מיידית עם ההרשמה, יאשר את ההרשמה ויזכיר לנרשם מה יקבל ומתי. כמו כן אפשר בהחלט להוסיף מסר נוסף כשלושה ארבעה חודשים לאחר הראשון שיבקש משוב על הניוזלטר.

לפני שתפנו להגדרת הטופס עצרו רגע לחשוב איזה נתונים תרצו לבקש מהמבקר באתר שלכם. נסו לחשוב על המינימום הנדרש – ככל שהטופס יהיה עמוס יותר בפרטים כך תקטן נכונות המבקרים באתר להירשם. זה נכון גם אם חלק מהשדות בטפס הם שדות רשות.

זכרו – המבקר באתר מקבל את ההחלטה אם להירשם או לא כהרף עיין. כל סימן לכך שיהיה עליו לעמול כדי להירשם ושפרטיתו עלולה להפגע יקטין מאוד את הסיכויים שירשם. מומלץ מאוד שבצמוד לטופס ההרשמה תתארו בקצרה את התועלת שתצמח למבקר מהרשמתו ותצהירו על שמירה קפדנית של פרטיותו.

מומלץ מאוד למקם את הטופס במקום בולט בכל דפי האתר. כמו כן חשוב, כאמור, שהטופס ילווה במידע המציג את התועלת שבהרשמה ומבטיח שמירה על פרטיות הנרשמים.

> **הערה:** מערכת הרב מסר מאפשרת לכם להגדיר יותר מטופס אחד. אפשרות זו נועדה לאפשר לכם למקם טופס הרשמה לרשימה שלכם, בנוסף לאתר שלכם, **גם באתרים אחרים**. תוכלו להשתמש באפשרות הזו כדי ליצור שיתופי פעולה עם בעלי אתרים אחרים שבמסגרתה הם ימקמו באתר שלהם את טופס ההרשמה שלכם. הטופס שמיועד לאתר אחר עשוי להיות שונה מהטופס שמיועד לאתר שלכם כי למשל דף התודה יהיה דף אחר.

כך תגדירו טופס:

ראשית עברו לדף שעוסק בבניית הטפסים – הקליקו על הלשונית הנושאת את השם "טופס הרשמה"

לאחר מכן הקליקו על הקישור "הוספת טופס" וייפתח בפניכם הדף שבאמצעותו תגדירו את טופס קליטת הנתונים שלכם.

הגדירו **שם לטופס** (במקום שכתוב "אין שם") לשם הטופס יש משמעות עבורכם בלבד והגולשים באתר לא יראו אותו. למשל שם טוב הוא "טופס עבור הדף הראשי של האתר".

בנוסף לשם הטופס המערכת מצפה מכם להגדיר עוד שלושה פרטים כלליים על הטפס שלכם:

הנתון הראשון הוא **הכיתוב על כפתור משלוח הנתונים**. זהו הטקסט שיופיע על הכפתור שהקלקה עליו שולחת את נתוני הטופס למערכת רב מסר. אני ממליץ לבחור טקסט בעל משמעות כמו "קבל את הטיפים" או "שלח לי את הקורס" או "לחץ כאן להרשמה לניוזלטר", ולא "שלח" או submit או אחד מהטקסטים היבשים המקובלים באינטרנט.

הנתון השני הוא את "**קידוד האתר**". אם אינכם מבינים על מה מדובר אל תיבהלו. זה נתון טכני שקשור לעובדה שאנחנו שולחים מיילים בעברית - שפת התנ"ך.

כדי לדעת מה עליכם לבחור עבור הנתון הזה עומדות בפניכם שתי אפשרויות: 1. להתייעץ עם ה webmaster שלכם 2. לגלוש לאתר שלכם (או לאתר שבו ימוקם טופס ההרשמה, שכאמור, אינו בהכרח האתר שלכם) ולהציץ לו מתחת לשמלה...כלומר להקיש על view source ולראות מה כתוב בשורה הזו:

<"meta http-equiv = "content-type" content="text/html;charset=windows-1255>

כפי שאתם רואים בשורה הזו שנלקחה מתוך האתר שלי הקידוד הוא "windows-1255".

שימו לב! הקידוד הרלוונטי ליצירת הטופס הוא של הדף שבו ימוקם הטופס. ייתכן שבאתר מסוים יהיה קידוד שונה לדפים שונים.

הנתון השלישי שתתבקשו להגדיר הוא - **כתובת דף התודה**. מהו אותו "דף תודה" נימוסי? דף התודה הוא בפשטות הדף אליו מופנה גולש לאחר שהכניס את פרטיו לטופס ולחץ על כפתור משלוח הנתונים.

בדף התודה תודו כמובן לגולש על הרשמתו, תספרו לו שמייל מכם נמצא כבר בתיבת הדואר הנכנס ותציעו לו קישור להמשך השיטוט באתר.

הערה: אם תחליטו בשלב ראשון להמנע מלהגדיר דף תודה מערכת הרב מסר תיצור עבורכם באופן אוטומתי דף תודה. המשמעות היא שהגולש יופנה לדף במערכת רב מסר במקום לדף באתר שלכם. מאוד מומלץ להגדיר דף תודה באתר שלכם.

לאחר הגדרת דף התודה תוכלו לבחור את השדות שיופיעו בטופס. שדה החובה היחיד בטופס הוא כתובת הדואר האלקטרוני (יקשה על מערכת הרב מסר – משוכלת ככל שתהיה – להפיץ עבורכם מיילים ללא כתובת דואר אלקטרוני של הנמענים)

כל שדה אחר בטופס הרשמה הוא שדה שאתם יכולים לבחור אם יהיה נוכח או לא נוכח בטופס ההרשמה שיוצב באתר. שדות הרשות כוללים את השדות הקבועים (אלה שמספקת מערכת רב מסר) וגם השדות המותאמים אישית (אלה שאתם הגדרתם). שדה שנוכח בטופס נקרא "שדה פעיל".

שוב, אין הכרח שכל השדות שהגדרתם יופיעו בטפס ההרשמה. כמו כן כאמור, אתם יכולים להגדיר מספר טפסים ולמקם אותם במקומות שונים באתר שלכם או אפילו באתרים אחרים ואין חובה שבכל הטפסים יופעו אותם שדות פעילים.

כדי ששדה ישולב בטופס עליכם להפוך אותו ל"פעיל" באמצעות לחיצה על תיבת הבדיקה (check box) המתאימה.

בנוסף להגדרה של שדה פעיל תוכלו לבחור לגבי כל שדה פעיל אם הוא שדה חובה או שדה רשות עבור הנרשם. המשמעות של שדה חובה הוא שמערכת רב מסר לא תאפשר לנרשם לשלוח את הטופס כאשר קיים שה חובה שנרשם לא סיפק לגביו נתון כל שהו.

> **הערה**: כמובן שהמערכת לא תוכל לבדוק את אמיתות הנתונים שמספקים לכם (אם בעל הכלב חומי משטה בכם וכותב ששם הכלב שלו הוא למעשה בלקי מערכת רב מסר לא תוכל לנזוף בו על כך. כל שמערכת תוכל לודא הוא ששדה חובה לא נשאר ריק.)

לאחר שתשלימו את יצירת טופס ההרשמה לרשימה שלכם לחצו כל הכפתור "שמור" וקוד HTML עבור הטופס שלכם יווצר.

שימו לב: כדי להגיע לקוד **עליכם לגלול מעט את הדף למטה**. הקוד נמצא בחלון הטקסט בעל הכותרת "טופס הרשמה". העתיקו אל הקוד באמצעות סימון הקוד ולחיצה על CONTROL C או באמצעות לחיצה על הכפתור SELECT ALL ושתלו אותו באתר שלכם במקום שבו אתם מעוניינים שיופיע הטופס.

אם אינכם יודעים כיצד לשתול קוד HTML באתר עליכם לבקש זאת ממי שבנה את האתר שלכם או מכל מי שמסוגל לעשות זאת. חשבו שתדעו שזו פעולה פשוטה ביותר – אל תתנו לבוני האתרים לנצל את העובדה שאינכם מומחים בתחום ולדרוש עבור פעולה זו מחיר מופקע!

את הקוד הזה עליכם לשתול באתר שלכם במקום בולט כדי למשוך גולשים להרשם. כמובן שבנוסף לשדות הטופס עליכם להציג לגולשים באופן ברור את התועלת שתצמח להם מההרשמה וכן כמובן, הצהרת פרטיות שבה תבטיחו לשלוח מיילים בנושאים ובתדירות עליהם הודעתם. (וכמובן לא להעביר את כתובות המייל לגוף שלישי.)

מספר הערות נוספות:

1. המערכת אינה מאפשרת בשלב זה לקבוע את **סדר השדות** בטופס. בכל זאת כל אדם בעל הבנה מינימאלית ב HTML (וממילא כדי לשתול את הקוד באתר שלכם עליכם להיות בעלי ידע מסוים ב HTML או להעזר באדם כזה) יוכל לארגן את סדר השדות ישירות בקוד ה HTML באמצעות שינוי הסדר של השדות בטבלת ה HTML של הטופס.
2. המערכת יוצרת עיצוב מסוים עבור הטופס. אתם יכולים לעצבו מחדש כל עוד שהקודים השונים (שמות השדות המבוטאים באמצעות התג name של HTML) נשמרים. כל מי שמבין קצת ב HTML יוכל לסייע לכם בעניין זה.
3. ייתכן שאתם מעוניינים לשמור את פרטי הנרשמים גם במסד נתונים משלכם לצרכים אחרים (למשל מערכת CRM) בנוסף לשמירתם במערכת רב מסר. הדבר אפשרי אך דורש תכנות מצידכם (כלומר קוד PHP או ASP). היוועצו בעניין עם ה webmaster שלכם. תוכלו גם לפנות אלינו לקבלת יעוץ נוסף.

בפעולות אלה: הגדרת הרשימה, קביעת השדות המותאמים אישית ובניית טופס ההרשמה השלמנו את התשתית למשלוח מסרים באמצעות המערכת. עתה אנחנו מוכנים לדבר האמיתי: לכתוב את המסרים ולשגרם ללקוחות.

עיצוב כתיבה ועריכה של מסרים

פרק זה של המדריך מתייחס ללשונית "מסרים".

באזור זה של מערכת הרב מסר מגידירם את המסרים שברצונכם לשלוח לנרשמים. המערכת מאפשרת שני סוגים של מסרים:

1. סדרת מסרים
2. שיגור מסר בודד

בנוסף באזור זה אפשר להגדיר **תבניות של מסרים**: עיצוב קבוע הנשמר במערכת ושעליו אפשר לבסס מסרים. מטרת התבניות לפשט את עבודת עיצוב המסרים ולהבטיח מראה קבוע למסרים שלכם.

מבוא לסוגי המסרים במערכת רב מסר

מערכת רב מסר מאפשרת כאמור שני סוגים של הפצת מסרים: סדרת מסרים ומסר בודד. ההבדל בניהם משמעותי אך לעיתים מבלבל – אנא קראו בעיון!

סדרת מסרים היא מכשיר שיווקי המאפשר לכם לשלוח לכל נרשם סדרה של מסרים באמצעות הדואר האלקטרוני **שנטענו מראש במערכת** ואשר נשלחים לכל נמען במרווחי זמנים בין מסר למסר שקבעתם מראש וביחס למועד ההרשמה שלו.

חשוב להבין: בשיטת רב מסר כל נרשם מקבל את סדרת המיילים **באופן יחסי למועד ההרשמה שלו**. במסרים כאלה מאוד לא רצוי לשלב טקסטים העוסקים בתאריכים קבועים ובעונות השנה כי כל נרשם יקבל את המסר במועד אחר על פי מועד ההרשמה שלו!

סדרת מסרים תוכל לשמש אתכם בין השאר ל –

- הפצת קורס קצר בעל מספר פרקים שכל אחד מהם נשלח בנפרד בדואר אלקטרוני
- הפצה של מספר רב של טיפים
- שכנוע מתוחכם של הנרשמים לצרוך את המוצר או השירות שלכם תוך שילוב תוכן איכותי
- מעקב אחרי נרשמים שמלאו טופס צור קשר

ועוד ועוד שימושים מעניינים ויצירתיים המוגבלים רק בדמיונכם.

שימו לב! סדרת מסרים (בניגוד לניוזלטר תקופתי) היא שיטה חדשה ולא מוכרת בארץ. ייתכן מאוד שרכשתם את מערכת רב מסר רק עבור הפצת ניוזלטר. אם כך הדבר אני ממליץ מאוד לשקול גם, במקביל לניוזלטר, את השימוש בסדרת מסרים – זהו כלי שיווקי **בעל עוצמה רבה מאוד!**

שיגור מסר בודד היא השיטה המתאימה להפצה של ניוזלטר תקופתי. בשיטה זו אתם שולחים מסר אחד לכל הרשימה שלכם **במועד מסוים** קבוע. כולם יקבלו את המסר בו זמנית ללא קשר למועד ההרשמה שלהם. כאן בהחלט אפשר (ואף רצוי) להתייחס לעונת השנה או למאורעות שמתרחשים ביום ההפצה או בסמוך לו. מערכת הרב מסר אף מאפשרת לכם לטעון מספר בלתי מוגבל של מסרים בודדים למשלוח בתאריכים עתידיים (חישבו על כך: אתם במטוס בדרך לחופשה והמסר שלכם משוגר לאלפי המנויים שלכם)

זכרו: בסדרת מסרים מגדירים לכל מסר את **מרווח הזמן מהמסר הקודם** בו יישלח. במסר בודד מגדירים לכל מסר את **התאריך המדויק בלוח השנה** בו הוא נשלח. בסדרת מסרים כל מסר נשלח לנרשם **בהתאם למועד הרשמה של הנרשם** במסר בודד המסר נשלח לכל רשימת התפוצה **בו זמנית**.

כיצד יוצרים סדרת מסרים

בחרו את הלשונית **מסרים** ולאחר מכן **סדרת מסרים** (זו ברירת המחדל כך שסביר שכבר תהיו שם).

כדי ליצור מסר חדש בסדרת מסרים לחצו על הקישור "מסר חדש" בטבלת "עריכת מסרים".

הקישור הזה יוליך אתכם לדף עריכת המסר.

דף עריכת המסר כולל את השדות הבאים:

נושא המסר – זהו הטקסט שיופיע בשורת הנושא במייל שיקבלו הנרשמים שלכם. טקסט זה חשוב מאוד כי הוא עשוי להשפיע על הסיכוי שהמייל שלכם ייפתח. מומלץ מאוד לשלב פרסונליזציה בנושא המסר כך למשל אם אתם שולחים סדרת מסרים אזי נושא המסר ייראה כך : "סיוון, טיפ מספר 4 בסדרת הטיפים לטיפוח עור הפנים" (על אופן הביצוע – בהמשך)

ניתוח קישורים – מערכת רב מסר מאפשרת לכם דו"ח מפורט על ההקלקות על קישורים שנמצאים במסר. דו"ח זה יאפשר לכם לדעת על איזה קישורים הנמענים שלכם לוחצים. זהו מידע שיווקי בעל ערך רב!

סידור המסר – מאפשר לכם לקבוע את מיקומו של המסר בסדרת המסרים שלכם. כמובן שאם עד כה לא הגדרתם מסרים למערכת עליכם לבחור כאן "הודעה ראשונה". חשוב מאוד שהמסר הראשון בסדרה יהיה מיידי (כלומר יוגדר ביום 0 שזו גם ברירת המחדל)

מרווח ממסר קודם – כאן עליכם להגדיר את המרווח מהמסר הקודם (בימים) שבו יישלח המסר הנוכחי

שפה – בחרו כאן את שפת המסר**. בחירה** זו תשפיע גם על הקישור להסרה שיופיע במסר**.**

שדות מותאמים אישית – שדה זה מאפשר לכם לשתול את שדות הפרסונליזציה לתוך המסר. אתם יכולים לבצע את אותה פעולה באמצעות כתיבה ישירה של [[שם שדה]] בתוך סוגריים מרובעים כפולים בטקסט.

> **הערה חשובה**: אפשר לבצע פרסונליזציה (שתילת שדות בתוך ההודעה) גם בשורת הנושא. פשוט רשמו את שם השדה שברצונכם לשתול בתוך סוגריים מרובעים כפולים למשל כך:
>
> [[שם פרטי]], הנה טיפ סידור פרחים מספר אחד.
>
> דני השתעניין בסידור פרחים ונרשם לרשימה שלכם יקבל מייל ובו שורת הנושא הבאה:
>
> דני, הנה טיפ סידור פרחים מספר אחד
>
> פרסונליזציה של שורת הנושא עשויה להגביר את סיכויי הפתיחה של המערכת!

קובץ HTML חיצוני – מערכת רב מסר מאפשרת לכם, במקום לערוך את המסר בעורך של רב מסר, ליצור אותו **כדף אינטרנט באתר שלכם** ופשוט להכניס את הכתובת שלו (ה- URL שלו) לעורך של מערכת רב מסר בשדה זה. מערכת רב מסר "תגלוש" לדף שלכם תאסוף ממנו את קוד ה HTML ותשלח אותו כמו שהו.

עריכת המסר בעורך של רב מסר: מכיוון שאופן עיצוב וכתיבת המסרים הוא זהה בין סדרת מסרים ומסר בודד (זה אותו עורך מסרים!) החלטנו לייחד סעיף מיוחד בפרק המסרים זה לעניין. ראו בהמשך!

שמירת המסר ושליחתו:

לאחר שתשלימו את עיצוב המסר וכתיבתו לחצו על "שמור"

> **הערה חשובה ואזהרה!:** חשוב להדגיש שנרשם שירשם למערת אחרי ששמרתם את המסר הראשון כבר יקבל אותו מיידית באופן אוטומטי. **לכן חשוב לטעון את המסרים ולבדוק אותם לפני שמתחילים להכניס נרשמים למערכת**.

לאחר שתבצעו את פעולת השמירה, המערכת תחזיר אתכם לדף הראשי של סדרת מסרים. משם תוכלו ללחוץ על הקישור "מסר חדש" לחזור על התהליך כדי ליצור את המסר השני ואחר כך השלישי עד שתשלימו את כל סדרת המסרים שלכם.

> **הערה:** ברירת המחדל במרווח ממסר קודם היא יום אחד אבל ביכולתכם לשנות זאת למסר כל שהו. שימו לב שעבור המסר הראשון (שבדרך כלל תהיו מעוניינים שיישלח מיידית עליכם לשנות נתון זה ל – 0).

משלוח בדיקה

לפני שאתם מפיצים את דברכם לאלפי החברים ברשימת התפוצה שלכם מומלץ מאוד לבצע משלוח נסיון לתיבת המייל שלכם ואולי לעוד כמה תיבות webmail כדוגמת walla, hotmail, gmail. כדי לוודא שהמייל נראה כפי שרציתם במערכות דואר אלקטרוני שונות.

כדי לשלוח בדיקה לחצו על "בדיקה" בשורה המתאימה למסר אותו אתם מעוניינים לבדוק. מלאו את כל הפרטים הרלוונטיים בטופס (זאת כדי שתוכלו לבדוק גם כיצד משולבים שדות הפרסונליזציה במייל) ולחצו על הכפתור "שדר". המסר ישלח לכתובת האימייל שהכנסתם לטופס. המייל יישלח מיידית כך שאתם יכולים לעבור מייד לתיבת המייל אליה נשלחה הבדיקה כדי לחזות בתוצאות.

מחיקת והזזה מסרים

באפשרותכם **למחוק מסר** מרשימת המסרים. התוצאה תהיה שהמסר העוקב יתפוס את מקומו של המסר שנמחק. מרווח הזמן יחושב על פי ההגדרה של המסר העוקב לזה שנמחק. כלומר אם מחקתם את מסר מספר 4 שהמרווח שלו היה ארבעה ימים ממסר שלוש, ואם המרווח של מסר מספר חמש היה ארבעה ימים ממסר מספר 4, התוצאה תהיה שמסר מספר חמש יהפוך להיות מסר מספר ארבע בעל מרווח של ארבעה ימים ממסר מספר שלוש.

אפשר גם **לשנות את מיקומם** של המסרים בסדרה. השינוי אפשרי באמצעות החיצים שבעמודה "הזז". החץ הפונה כלפי מעלה יקפיץ את המסר מקום אחד למעלה (תוך שהוא עוקף את המסר שמעליו). החץ הפונה כלפי מטה יקפיץ את המסר מקום אחד למטה (תוך שהוא עוקף את המסר שמתחתיו).

מסר בודד: שיגור מסר לכל רשימת התפוצה בעת ובעונה אחת

בעוד שהאופציה של "סדרת מסרים" משגרת באופן אוטומטי סדרת מסרים לכל נרשם בהתאם למועד הרשמתו. "שיגור מסר בודד" מתאים במיוחד לפרסום ניוזלטר או עלון מידע תקופתי לכל רשימת התפוצה בו זמנית.

אבהיר זאת שוב באמצעות דוגמא. נניח שיוסי ודני נרשמו לאוסף הטיפים שאתם מציעים בהפרש של חודש. יוסי מקבל כבר את הטיפ החמישי מכם (כלומר את המסר החמישי בסדרת המסרים) ואילו דני שזה עתה נרשם קיבל את הטיפ הראשון. טיפים אלה נשלחים ליוסי ודני באופן אוטומטי לחלוטין באמצעות אופציית סדרת מסרים של רב מסר. יום לאחר שדני נרשם אתם מחליטים לספר לכל הנרשמים שלכם על המבצע המיוחד שאתם מציעים לרגל עונת הסתיו. אתם מנסחים מסר מושך ושולחים אותו באמצעות האופציה של "שיגור מסר בודד". מסר זה מגיע באותו יום (לעיתים באותה דקה!) ליוסי ולדני.

שימו לב! בעוד שבסדרת מסרים כל נרשם מקבל את המסר שלו בזמן שהוא יחסי למועד ההרשמה שלו, כאשר אתם משגרים מסר בודד כל החברים ברשימה שלכם יקבלו את המסר באותו יום, באותה שעה ולעיתים באותה דקה. לכן בסדרת מסרים אין להתייחס לארועי היום, הרי שבשיגור מסר בודד אפשר ואף רצוי. אזכור של ארועים עכשוויים מעשיר את הניוזטר שלכם באווירה אקטואלית ותורם לרלווניות שלו בעיני המקבל.

מועד המשלוח: אחד השדות שידרשו מכם למילוי ב"שיגור מסר בודד" ואשר לא נתקלתם בו ב"סדרת מסרים" הוא כמובן **התאריך** (בסדרת מסרים קובעים לכל מסר רק את **מרווח הזמן** מהמסר הקודם). ברירת המחדל היא התאריך הנוכחי ולכן אם אתם מעוניינים לשלוח את המסר שלכם מיד אין צורך לשנות את התאריך.

אם לעומת זאת אתם מעוניינים לשלוח את המסר בתאריך עתידי עליכם לשנות כמובן את התאריך לתאריך המשלוח המיועד.

הערה: השירות נקרא אומנם "שיגור מסר בודד" אבל אין זה אומר שאתם מוגבלים למשלוח מסר אחד בלבד. למעשה ב"שיגור מסר בודד" אתם יכולים לטעון למערכת מספר בלתי מוגבל של מסרים שישלחו **בתאריכים עתידיים**. אם אתם משתמשים במערכת הרב מסר למשלוח עלון שבועי ואתם מתכננים טיול בן חמשיה שבועות באזור נידח ללא חיבור אינטרנט, תוכלו לטעון במערכת חמישה גליונות של ניוזלטר לחמשת השבועות הקרובים וכל אחד יישלח בזמן הנקוב. שוב, אל תבלבלו בין האופציה לשיגור מיילים בתאריכים נקובים מראש לכל הנרשמים במקביל לאופציה של " סדרת מסרים" השולחת לכל נרשם באופן אוטומתי סדרת מסרים שנטענו מראש במערכת ביחס למועד ההרשמה שלו.

OK, מספיק הסברים כלליים הנה הסבר מפורט איך מפעילים את אופצית "שיגור מסר בודד".

הפעלות בשיגור מסר בודד:

הכנסו ל "מסרים" ובחרו את הלשונית של "שיגור מסר בודד" התבוננו בטבלה שכותרתה "עריכת מסרים קיימים" ולחצו על הקישור "מסר חדש".

הקישור יוביל אתכם לאזור העריכה של המסר הדומה מאוד לאזור העריכה של "סדרת מסרים". למעשה כל הנאמר על עורך המסרים של "סדרת מסרים" נכון גם כאן ולכן לא אחזור על כך.

עריכת מסר: עריכת המסר מורכבת משני שלבים – כתיבת שורת הנושא וכתיבת גוף המסר.

שורת הנושא: שורת הנושא היא חשובה ביותר כי היא קובעת אם המסר שלכם ייפתח או לא. ביכולתכם לשלב בשורת הנושא גם מרכיבי פרסונליזציה למשל אם אתם מעוניינים ששורת הנושא עבור נרשם בשם רוני תראה כך:

"רוני, הנה הגליון השמיני של עלון תיירות הספא בצפון"

עליכם לרשום כך:

[[שם פרטי]], הנה הגליון השמיני של עלון תיירות הספא בצפון

הערה: מכיוון שאופן עיצוב וכתיבת המסרים הוא זהה בין סדרת מסרים ומסר בודד החלטנו לייחד פרק מיוחד במדריך זה לעניין. פרק זה ישרת אתכם בעיצוב מסרים בסדרת מסרים או מסר בודד.

גם בגוף המסר אפשר (ורצוי) להשתמש בשדות פרסונליזציה. בניגוד לשורת הנושא כאן תוכלו להשתמש ברשימה הנגללת של שדות מותאמים אישית שנמצאת מעל אזור העריכה. העבירו את הסמן למקום שבוא אתם רוצים שיישתל נתון הפרסונליזציה ובחרו מהרשימה הנגללת את השדה שאותו אתם מעוניינים לשתול. עצם הבחירה תבצע את הפעולה.

הגדרות נוספות:

שלח ל – זוהי אופציה מתקדמת המאפשרת לשלוח מסר ל – קבוצות משלוח. קבוצות משלוח הן פלחים בתוך הרשימה בעלי אפיון מסוים (למשל גברים בעלי מזל גדי או בעלי חתולים או כל מאפיין אחר הידוע לכם כי ערכו נשמר השדה מותאם אישית ואשר אתם מעוניינים לפלח באמצעותו את הרשימה). כדי להפעיל אופציה זו עליכם ראשית להגדיר קבוצת משלוח באמצעות "נרשמים / קבוצות משלוח". עוד על אופציה מתקדמת זו בהמשך.

ניתוח קישורים – מערכת רב מסר מאפשרת לכם דו"ח מפורט על ההקלקות על קישורים שנמצאים במסר. דו"ח זה יאפשר לכם לדעת על איזה קישורים הנמענים שלכם לוחצים. זהו מידע שיווקי בעל ערך רב!

שפה – בחרו כאן את שפת המסר**. בחירה** זו תשפיע גם על הקישור להסרה שיופיע במסר**.**

שדות מותאמים אישית – שדה זה מאפשר לכם לשתול את שדות הפרסונליזציה לתוך המסר. אתם יכולים לבצע את אותה פעולה באמצעות כתיבה ישירה של [[שם שדה]] בתוך סוגריים מרובעים כפולים בטקסט.

קובץ HTML חיצוני – מערכת רב מסר מאפשרת לכם, במקום לערוך את המסר בעורך של רב מסר, ליצור אותו **כדף אינטרנט באתר שלכם** ופשוט להכניס את הכתובת שלו (ה- URL שלו) לעורך של מערכת רב מסר בשדה זה. מערכת רב מסר "תגלוש" לדף שלכם תאסוף ממנו את קוד ה HTML ותשלח אותו כמו שהו.

הפעולה האחרונה שעליכם לבצע לפני שמירת המסר היא לקבוע את תאריך השיגור שלו. אם אתם מעוניינים לשגר את המסר מייד לאחר עריכתו אין צורך לשנות דבר. לעומת זאת, אם אתם מעוניינים לשלוח את המסר בתאריך עתידי, עליכם להכניס את התאריך הזה לשדה שכותרתו "מועד המשלוח".

המסר שלכם ישלח בתאריך שקודדתם במערכת. שימו לב עם זאת שכדי שהמסר יישלח בתאריך העתידי עליכם ללחוץ על **"הכנס לתור"** בדף של שיגור מסר בודד. מסר שלא הוכנס לתור **לא יישלח** בין אם בתאריך קיים או תאריך עתידי!

לאחר שתגדירו את התאריך לחצו על כפתור "שמירה". המערכת תעביר אתכם בחזרה לדף הראשי של "שיגור מסר בודד". שם תמצאו שורה חדשה בטבלה המתאימה למסר שזה עתה יצרתם.

הערה חשובה! פעולת השמירה **אינה שולחת** את המסר לרשימת התפוצה**!** היא רק שומרת את המסר במערכת רב מסר. כדי לשלוח את המסר עליכם לבצע פעולה מיוחדת, **"הכנס לתור"** ועל כך מייד. לאחר השמירה תוכלו להכנס שוב ושוב למסר ולהכניס בו שינויים כרצונכם ללא חשש שיישלח לרשימת התפוצה. כדי לשלוח את המסר עליכם ללחוץ כאמור על "הכנס לתור"

בדיקת המסר: לאחר ששמרתם את המסר מומלץ מאוד לשלוח אותו לבדיקה. כדי לבצע זאת הקליקו על הקישור "בדיקה" הכניסו את כתובת הדואר האלקטרוני אליה אתם רוצים לשלוח את המסר לבדיקה ומלאו בטופס פרטים נוספים המיועדים לבדיקת שדות הפרסונליזציה.

שלחו את המסר ובדקו כיצד המסר התקבל. מומלץ לחזור על הבדיקה עבור מספר מערכות email שונות.

שליחת המסר: כאשר אתם בטוחים שהמסר מושלם והגיע הזמן לשלוח אותו עליכם ללחוץ על הקישור "הכנס לתור".

פעולה זו תשלח את המסר מיידית אם התאריך הנוכחי הוא **מאוחר יותר** מהתאריך שהוגדר עבור המסר. (אם לא בצעתם שינוי בתאריך המסר בשלב העריכה שלו המשלוח יהיה מיידי).

אם הוגדר למסר תאריך עתידי. פעולת "הכנס לתור" **לא תבצע משלוח מיידי** של המסר אלא רק תכניס אותו ל "תור המסרים למשלוח". המסר ישהה בתור זה עד שיגיע המועד המתכונן למשלוח.

בכל מקרה בין אם מדובר במשלוח מיידי או משלוח עתידי המסר לא יישלח אם לא תלחצו על "הכנס לתור"

הערה: כדי לאזן את העומסים במערכת מערכת רב מסר אינה שולחת את כל המסרים בו זמנית. משלוח של כמה אלפי מיילים יכול לארוך מספר דקות.

קבוצות משלוח: אפשרויות משלוח מתקדמות:

שם המשחק בשיווק הוא פילוח.

- אם אתם מספרה תרצו לשלוח מסר נפרד לנשים וגברים
- אם אתם מרפאה וטרינרית תרצו לשלוח מסר נפרד לבעלי כלבים ולבעלי חתולים
- אם אתם מאמנים תרצו לשלוח מסר נפרד למתאמנים העסקיים שלכם ומסר נפרד למתאמנים האישיים שלכם

אפשרות הפילוח הבסיסית ברב מסר היא הרשימה. כלומר תמיד אפשר להחזיק את האוכלוסיות השונות ברשימות שונות. אלא שכל רשימה היא ישות נפרדת לחלוטין והגמישות בחיתוך המידע ובפילוח שלו מוגבלת.

מערכת רב מסר מאפשרת שיטת פילוח מתקדמת יותר באמצעות **קבוצת משלוח**.

קבוצת משלוח היא תת קבוצה בתוך רשימה בעלת מאפיינים מסוימים (לדוגמא בעלי כלבים בתוך קבוצת לקוחות מרפאה וטרינארית).

כדי לשלוח מסר לפלח מסוים בתוך רשימה יש ראשית להגדיר את קבוצת המשלוח באמצעות "נרשמים / קבוצות משלוח" ולקרא לה בשם.

לאחר מכן, בשלב עריכת המסר, יש לבחור את שם קבוצת המשלוח בשדה "שלח ל".

הגדרת קבוצות משלוח:

כדי להגדיר קבוצת משלוח גשו ל "נרשמים / קבוצות משלוח". הדף מתחלק לקבוצות משלוח כלליות שאותן לא ניתן לערוך והן מבוססות על משך הזמן מרגע ההרשמה וכן קבוצות משלוח מותאמות אישית "אישיות" שאותן תוכלו לערוך.

הגדרת קבוצת משלוח חדשה:

לחצו על הקישור "קבוצה חדשה"

ייפתח לכם דף חדש המאפשר להגדיר את קבוצת המשלוח. יש שני סוגים של קבוצות משלוח – קבוצות המבוססות על שדות טקסט וקבוצות המבוססות על יום ותאריך.

ראשית הגדירו את שם הקבוצה הקפידו שזה יהיה שם בעל משמעות.

אם אתם מעוניינים שהמסר שלכם יישלח לבעלי כלבים בלבד הכניסו לשדה הטקס "סוג בעל חיים" את הטקסט "כלב".

אם יש לכם שדה נוסף כמו למשל "סוג לקוח" שבו הערכים הם למשל רגיל ו – vip , אזי אם לשדה זה תכניסו את הערך vip המסר יישלח רק לבעלי כלבים שהם לקוחות vip.

אפשר גם ליצור קבוצות משלוח שמבוססות על **היום שבו הנרשם נמצא במערכת** ועל **תאריך ההרשמה** שלו. כך למשל תוכלו לשלוח מסר רק לאלה שהצטרפו בשבוע או בשבועיים האחרונים – למשל ברכת תודה לחדשים.

סדרת מסרים ומסר בודד - מעקב אחרי תוצאות המשלוח:

מערכת רב מסר מספקת לכם שלושה סוגים של מידע על תוצאות המשלוח של המסרים שלכם. מידע זה מאפשר לכם לבחון את יעילות המסרים שלכם ואת האופן שבו הקהל שלכם מגיב אליהם.

שלושת סוגי המידע הם:

- אחוזי פתיחה של המסרים
- מספר מיילים חוזרים
- הקלקה על קישורים

המידע הזה מוצג בדף הראשי של כל אחד מסוגי המסרים – סדרת מסרים ומסר בודד. לכל מסר מוקדשת בדף זה שורה אחת שבה מוצגים שלושת הנתונים המדוברים.

אחוזי פתיחה:
מערכת רב מסר מאפשרת לכם לעקוב אחרי אחוזי הפתיחה של המסרים שלכם. מידע זה חשוב מאוד כי הוא מעיד עד כמה המסרים שלכם מעניינים את קהל היעד שלכם. מערכת רב מסר (כמו מערכות אחרות) מודדת את אחוזי הפתיחה באמצעות תמונה זעירה שמאוחסנת על גבי השרת שלנו. כל קריאה לתמונה הזו מעידה על פתיחה של המייל. המערכת יודעת לזהות את הנמען הספציפי ואינה סופרת פתיחות חוזרות של אותו המסר מצידו.

כדי לשמור על פרטיות הנרשמים שלכם מערכת רב מסר אינה מוסרת מידע פרטני לגבי זהות פותח המייל אלא רק סטטיסטיקה כללית לגבי אחוז הפותחים.

חשוב להדגיש שטכנולוגיה זו יכולה לספור את פתיחת המיילים רק של אלה שאישרו להציג תמונות. בהחלט ייתכן שאחוז מסוים של הנמענים שלכם לא אישר להציג תמונות ולא נספר למרות שפתח את המייל. אני אומד שיעור זה בלא יותר מ 10 אחוז מרשימת תפוצה.

אל תתאכזבו אם אחוז פתיחת המייל יהיה נמוך מ 50%. מתוך הניסיון שלנו ברשימת רב מסר אחוז הפתיחה הממוצע נע סביב 40%.

התייצבות אחוזי הפתיחה: מניסיוננו משך הזמן שלוקח לאחוזי הפתיחה להתייצב הוא כשבוע. לכן עליכם לעקוב אחרי אחוזי הפתיחה במשך מספר ימים.

מיילים חוזרים:
אחוז מסוים מכל משלוח של מיילים חוזר. הסיבה יכולה להיות מייל בלתי תקין, תיבת דואר מלאה או שננטשה או חסימה של ספק אינטרנט. הנתון הזה יאפשר לכם לוודא שהמשלוח שלכם הוא תקין. על כל חריגה של מיילים חוזרים מעל 5% מרשימת התפוצה דווחו לנו מיידית.

הקלקות על קישורים:
מערכת רב מסר מספקת לכם מידע על הכמות הכוללת של הקלקות על כל מסר וכן מידע פרטני על מספר ההקלקות על כל קישור במייל שלכם. מידע זה הוא אופציונאלי ויוצג רק אם הפעלתם את אופציית ניתוח הקישורים בעת הגדרת המסר. כדי לצפות בהקלקות על הקישורים הספציפיים לחצו על הקישור שבו מספר ההקלקות הכללי ותגיעו לדף הפירוט.

תבניות מותאמות אישית

תבניות מותאמות אישית מאפשרות לכם לטעון למערכת קוד HTML לשמור אותו בשם (שם התבנית) ולאחר מכן להכיל את התבנית על מסר חדש. כדי להכיל את התבנית על מסר עליכם ללחוץ על הכפתור בעורך המסרים שם תוכלו לראות את רשימת התבניות – תבניות המערכת (אלה שאנחנו הכנו עבורכם) והתבניות האישיות (אלה שאתם הכנתם - תבניות מותאמות אישית).

מדריך מפורט לעיצוב ועריכת מסרים באמצעות מערכת רב מסר

לפני שאצלול למדריך עריכת המסרים אומר לכם את דעתי העקרונית: במייל, עוד יותר מאשר באתר אינטרנט המרכיב החשוב ובעל הערך הרב למשתמש **הוא התוכן**. מיילים עשירים מדי בצבע ובתמונות (במיוחד תמונות שאינן מוסיפות ערך מוסף לתוכן (תמונות "אווירה" למיניהן...) נחשדים מייד כמסחריים מדי, ולנמענים יש נטייה להתעלם מהם.

כמובן שמסר שמעוצב באופן נאה ומקצועי ושבו העיצוב משאיר את הבמה המרכזית לתוכן בהחלט יכול לשרת אתכם היטב. **מערכת רב מסר מאפשרת לכם לעצב את המייל כרצונכם** – אין כל מגבלה בעיצוב – אתם יכולים לשלב במייל צבעים, תמונות ואפילו סרטוני פלש.

ומשהבהרתי זאת אפשר להתפנות למדריך המפורט לעיצוב מסרים.

בכל זאת...לפני שאצלול לפרטים יש כמה דברים שעליכם לדעת על האופן שבו מוצג מסר דואר אלקטרוני למשתמש. בשוק פועלות מערכות רבות – מערכות שמותקנות על המחשב כמו Outlook ו – Outlook Express ומערכות מבוססות web כמו Gmail, Hotmail ו – Walla. מערכות המייל הללו נוהגות לבדוק את הקוד של המסר שלכם (שכתוב בשפת HTML) ולערוך בו שינויים על פי ראות עינם...

התוצאה היא שאם לא מקפידים על כתיבה נכונה של המייל הוא עלול להראות באופן שונה במערכות שונות. כדי להסביר כיצד מעצבים מייל נכון, כך שיראה זהה בכל מערכות המייל, אין לי ברירה אלא לספר לכם קצת על שתי טכנולוגיות חשובות לצורך העניין - HTML ו – CSS.

הערה: אם אתם כותבים ומעצבים את המסרים שלכם אך ורק באמצעות העורך שלנו (או באמצעות העתקה מ word לעורך שלנו) ללא שימוש בעורכי HTML אחרים כמו FrontPage או DreamWeaver אתם יכולים לוותר על קריאת הקטע הבא.

שפת המייל – HTML ו – CSS

כאמור, איני רוצה להלאות אתכם בפרטים טכניים אך יש בכל זאת כמה דברים שעליכם לדעת על הטכנולוגיה שמאחורי עיצוב המסרים. זאת במיוחד אם אתם מסתייעים בעורך HTML חיצוני או שחברה אחרת מעצבת עבורכם את המסרים. אם הפרטים הבאים "בלתי אכילים" לחלוטין עבורכם תוודאו שלפחות האנשים הטכניים שלכם או אלה שיצרו עבורכם את תבנית המייל יקראו את המקטע הזה.

יש שני אופנים שבהם אפשר לשלוח מוצג מייל – טקסט פשוט ו – HTML. בעברית טקסט פשוט יהיה מיושר לשמאל ולכן הדרך היחידה למעשה לשלוח מייל שיראה היטב היא באמצעות HTML. מערכת רב מסר מאפשרת לכם לשלוח מייל **בפורמט HTML בלבד**.

שפת HTML היא מוגבלת בכל האמור לשליטה מוחלטת בעיצוב המסר (או דף אינטרנט) ולכן הומצאה טכנולוגיה משלימה שנקראת CSS - Cascading Style Sheets או בעברית "גיליונות סגנון מדורגים" באמצעות CSS שולטים במאפיינים כמו צורת הפונט, גודל הפונט, מרווחים בין פסקאות צבעים ועוד ועוד.

את פקודות ה CSS מצרפים למסר באחת משלוש שיטות: באמצעות קובץ חיצוני (שמקושר למסר עצמו) , או בתוך המסמך – הפקודות מופיעות בין שני תגי style (נראה כך בקוד <style>...css code</style>) או בתוך תגי ה HTML עצמם.

וכאן ההערה החשובה: בעוד שבאתרי אינטרנט כל השיטות הללו עובדות היטב, הרי שמסרי דואר אלקטרוני רק השיטה השלישית (מיקום פקודות CSS בתוך תגי ה HTML) היא בטוחה. ספקי מייל רשת רבים למשל Gmail) פשוט קוצצים כל דרך אחרת של שילוב CSS במסמך.

כאמור, אם אתם משתמשים בעורך שלנו לעיצוב המסר, או שאתם מעצבים את המסר באמצעות WORD ולאחר מכן מעתיקים לעורך שלנו אין לכם מה לדאוג בעניין זה – כל פקודות ה CSS ימוקמו בתוך תגי ה HTML.

האופנים שבהם ניתן לעצב מסר במערכת רב מסר:

מערכת רב מסר מאפשרת לכם גמישות רבה מאוד בעיצוב המסרים שלכם:

כתיבת המסר ועיצובו בעורך HTML של מערכת רב מסר
העורך של מערכת רב מסר הוא עורך בסיסי. יתרונו בכך שהוא מייצר קוד HTML נקי מאוד שגורם למסר שלכם להראות היטב בכל מערכות המייל ואף לעבור דרך מסנני ה Spam למיניהם.

כתיבת מסר במעבד תמלילים WORD והעתקתו למערכת רב מסר
מעבד התמלילים WORD הוא סביבת עריכה מוכרת המאפשרת לכם לערוך את המייל במהירות. יש בה תכונות שאינן קיימות בעורך שלנו כמו בודק איות. החיסרון של WORD הוא שהוא מייצר HTML מאוד לא נקי ולכן בעת העתקה של מסר מ WORD לעורך המסרים של מערכת רב מסר העורך מפעיל על הקוד המועתק פונקצית ניקוי מיוחדת. כדי ליצור מסר שיראה כפי שרציתם שיראה עליכם להקפיד על כמה אופני עבודה שיתוארו בהמשך.

חשוב לציין שתמונות שמשולבות במסמך WORD לא יוכלו לעבור ישירות למערכת! את התמונות יש לטעון למערכת בנפרד ואחר כך לשלבן במסמך.

עיצוב המסר באמצעות תבנית מערכת
אם תלחצו על האייקון הזה:  שנמצא בצד הימני העליון של שורת האייקונים בעורך של רב מסר תוצג לכם רשימת התבניות של מערכת רב מסר (רשימה זו כוללת את תבניות המערכת – התבניות שעיצבנו עבורכם וכן את התבניות האישיות שאתם עיצבתם ושמרתם במערכת)

עיצוב מסר באמצעות תבנית שנוצרה בעורך HTML מקצועי
אפשר כמובן לערוך את המסר, או את תבנית המסר באמצעות ערך HTML מקצועי כמו DreamWeaver או FrontPage. אם אתם משתמשים בשיטה זו עליכם להעתיק את קוד המסר או התבנית אל עורך המסרים או התבניות (שהוא זהה למעשה לעורך המסרים, אבל נמצא ב - מסרים / תבניות אישיות). שם עליכם לקרוא לתבנית בשם. לאחר שתשמרו את התבנית היא תופיע ברשימת התבניות שמופיעה כאשר לוחצים על האייקון של התבניות - 

יצירת מסר כדף אינטרנט
אפשרות מעניינת ליצור מסר היא באמצעות יצירת דף באתר שלכם המעוצב כדף ניוזלטר. לאחר שיצרתם את הדף באתר כל שעליכם לעשות הוא להעתיק את כתובת הדף אל העורך בשדה ששמו "קובץ HTML חיצוני " (סמנו לפני כן את תיבת הבדיקה כדי להפוך את השדה לפעיל). מערכת רב מסר תאסוף את הקוד של הדף ותשלח אותו כמו שהוא ללא כל שינוי. שימו לב שבבחירה של אפשרות זו אין אפשרות לערוך את הדף באמצעות העורך של רב מסר אלא רק באמצעות עריכת דף האינטרנט המקורי.

שילוב תמונות במסרים

השילוב של תמונות במסרים הוא אחד הנושאים שגורם מבוכה ובלבול רב בקרב המשווקים באמצעות דואר אלקטרוני. כאן תקבלו את ההסבר המלא.

ראשית יש לדעת שהתמונות **אינן נשלחות ביחד עם המסר**. המרכיב היחיד שנשלח הוא קוד המקור (ה – HTML וה - CSS) של המסר. התמונות "נמשכות" אל קורא המייל (בין אם הוא על המחשב או כלי אינטרנטי כמו Gmail) רק **לאחר שהמסר נפתח**. לכן לעיתים לוקח זמן מסוים עד שהתמונות מופיעות.

קוראי המייל מאוד חשדניים כלפי תמונות. הסיבה היא שהתמונות (מכיוון שהן מגיעות בנפרד) משמשות כדי לאסוף מידע על קוראי המייל – במיוחד מידע על אחוזי פתיחה. קוראי המייל המודרניים אינם מציגים את התמונות כברירת מחדל **ועל הקורא לאשר באופן יזום את מוכנותו לצפות בתמונות**. לכן כדאי מאוד ליצור את המסרים כך שאפשר לקרוא אותם גם ללא התמונות.

מכיוון שהתמונות, כאמור, אינן משולבות במסר עצמו אלא יורדות למחשב המציג אותו בנפרד לאחר פתיחת המייל, על התמונות להיות מאוחסנות ברשת האינטרנט במקום שיהיה נגיש לתוכנה שקוראת את המסר.

עומדות בפניכם שתי אפשרויות עיקריות לאחסן בהם את התמונות שלכם:
א. על גבי השרת של מערכת רב מסר או -
ב. על גבי השרת שלכם (בדרך כלל יהיה זה השרת שבו מאוחסן האתר שלכם).

שילוב תמונות המאוחסנות על גבי השרת שלכם:
אם אתם מאחסנים את התמונות שלכם על גבי השרת שלכם כדי להציג את התמונה בעורך של מערכת רב מסר עליכם להציב את הסמן במקום שבו אתם מעוניינים להציב את התמונה, לאחר מכן ללחוץ על כפתור התמונה בעורך  ולהכניס את כתובת התמונה (ה- url) שלה בשדה המתאים. לאחר שתאשרו את הפעולה התמונה תופיע במקום שבו הכנסתם אותה.

את ה URL של התמונה תוכלו לדעת באמצעות הקלקה עליה עם המקש הימני שת העכבר.

אם התמונה אינה מופיעה זה יכול להיות בגלל שה url מצביע על קובץ תמונה שאינו נגיש לרשת האינטרנט הפתוחה – למשל באזור ממשק הניהול שלכם המוגן באמצעות שם משתמש וסיסמא.

שילוב תמונות המאוחסנות על גבי השרת של מערכת רב מסר:
כדי לאחסן תמונות על גבי השרת של מערכת רב מסר עליכם ראשית לוודא שהתמונה מאוחסנת בספריה כל שהיא **במחשב שלכם**. לאחר מכן לחצו על כפתור התמונה בעורך  . תפתח לכם תיבת שיחה. במקום להכניס את ה url לחצו על כפתור הסייר שנמצא מימין לשדה ה url. בשלב זה ייפתח חלון שמציג את ספריית התמונות שאחסנתם בעבר (כמובן שאם לא אחסנתם תמונות החלון יהיה ריק). בשלב זה אתם יכולים לבחור תמונה מתוך הספרייה או לטעון תמונה מתוך המחשב שלכם.

כדי לטעון תמונה מהמחשב לחצו על הכפתור  - האמצעי מבין שלושת הכפתורים שנמצאים בצד הימני העליון של החלון (באזור הנקרא image manager). לאחר שתלחצו על הכפתור הזה ייפתח חלון נוסף שבו שדה עם כפתור בעל הכיתוב **browse** לחצו על הכפתור הזה כדי לבחור את קובץ התמונה. לאחר מכן לחצו על הכפתור **upload** וקובץ התמונה יישמר בספריית התמונות שלכם ברב מסר. שימו לב שאם התמונה גדולה טעינתה למערכת עשויה להמשך זמן מה. לאחר שהתמונה מסיימת להיטען עליכם לבחור אותה (להקליק עליה) ואז ה URL שלה ייכנס באופן אוטומטי למקומו.

טיפים להעתקה ממעבד תמלילים WORD

העורך של מערכת רב מסר מאפשר לכם להעתיק טקסט ועיצוב ממעבד התמלילים WORD. יש להבין שהאופן שבו מעבד התמלילים WORD שומר מסמכים הוא שונה לחלוטין מהאופן שבו אמורים להשתמש מסרי דואר אלקטרוני (HTML) לכן העורך של מערכת רב מסר עובד קשה כדי להתאים להמיר את הפורמט של WORD לפורמט HTML נקי – כזה שעומד בתקנים ושלא ייחסם במערכות הסינון השונות האורבות למסר בדרכו.

כל זה נאמר כדי להדגיש שלא תמיד העיצוב שייצרתם ב WORD יעבור באופן מושלם למסר. באופן כללי מומלץ להשתמש ב WORD בעיקר לצורך עיצוב טקסט ופחות לצורך עיצוב המסר בכללותו.

עיצוב פסקאות:
נקודה חשובה מאוד במעבר מ WORD לעורך של רב מסר קשורה בפסקאות. רבים לא מבינים נקודה זו ואחר כך מופתעים למצוא בעורך של רב מסר מרווחים לא צפויים.

כדי לעבור פסקה ב WORD משתמשים במקש ENTER. המרווח בין פסקה לפסקה מוגדר ב WORD באמצעות הסגנונות של מעבד התמלילים. אבל שימו לב! הסגנונות של WORD אינם עוברים למערכת רב מסר ולכן המרווח בין פסקה לפסקה יהיה שונה מזה שבחרתם ב WORD.

זאת ועוד! רבים מוותרים על הסגנונות של WORD ולמעשה עוברים פסקה באמצעות לחיצה כפולה על מקש ENTER. מבחינת WORD – וגם מבחינת רב מסר – למעשה נפתחה פסקה כפולה. אלא שב WORD זה נראה טוב וברב מסר זה נראה כמרווח כפול.

כדי למנוע את התופעה הזו מומלץ להגדיר ב WORD מרווח של חצי שורה בין פסקה לפסקה ולעבור פסקה באמצעות **הקשת ENTER פעם אחת בלבד!**

מעבר שורות:
לעיתים רוצים לעבור שורה ללא מעבר פסקה. כדי להשיג זאת לחצו על SHIFT ENTER. זה נכון גם ל WORD וגם לעורך של מערכת רב מסר.

טיפים לגבי פונטים

בעורך של מערכת רב מסר פונט ברירת המחדל הוא Arial לעומת זאת ב outlook פונט ברירת המחדל הוא Times. לכן אם אתם כותבים מסר במערכת רב מסר **ולא מגדירים באופן מפורש** מהו הפונט, הפונט שיוצג לכם בעת העריכה יהיה Arial אבל ב - outlook להפתעתכם הפונט יהיה Times. במערכות אחרות בהחלט ייתכן שהפונט יהיה אחר.

כדי למנוע את התופעה, סמנו כאמור, את הפונטים באופן מפורש בעורך של מערכת רב מסר. כדי לעשות זאת עליכם לסמן את כל הטקסט שברצונכם שיראה באמצעות פונט מסוים ולאחר מכן בחרו את הפונט מהתיבה בשורת הכלים למעלה.

הערה: כל האמור לגבי סוג הפונט נכון גם לגבי גודלו. כלומר כדי לכפות הצגת גודל פונט מסוים בכל המערכות עליכם לסמן את הטקסט ולקבוע את גודלו.

העתקת מסר מרשימה אחת לאחרת

לעיתים קרובות לקוחות רב מסר מפעילים מספר רשימות ומעוניינים לשלוח מסר זהה לכולן. את המסר יוצרים באחת הרשימות ולאחר מכן מעתיקים אותו לרשימות הבאות. כדי לשמור על מבנה ועיצוב מדויק של המסר, במקום להעתיק את הטקסט עליכם להעתיק את קוד המקור ה HTML. אין צורך בכל ידע ב HTML כדי לבצע את הפעולה הזו.

העתקה מעורך HTML חיצוני

לקוחות רב מסר רבים בונים את המסר שלהם בעורך HTML שמותקן על המחשב שלהם כמו Dream Front Page Weaver או אחרים. אם אתם בונים את המסרים באמצעות עורך חיצוני עליכם להעבירו לעורך של מערכת רב מסר באמצעות העברת קוד המקור. כדי לבצע זאת העתיקו את קוד המקור ובעורך של מערכת רב מסר לחצו על הכפתור המסומן HTML העתיקו את הקוד לשם ולחצו על כפתור ה UPDATE. המסר שלכם אמור להראות זהה למסר כפי שהוא נראה העורך HTML החיצוני.

נקודה חשובה היא גיליונות הסגנון CSS. עליכם לוודא שהגדרות הסגנון יהיו מקוננים בתוך תגי ה HTML ולא בקובץ חיצוני או בתגי STYLE נפרדים.

עיצוב מסרים באמצעות דף web

דרך מעניינת לייצר מסרים היא ליצור אותם על גבי האתר שלכם ולהכניס למערכת רב מסר את כתובת הדף URL. מערכת רב מסר "תאסוף" את כתובת הדף מהאתר שלכם ותשלח אותו כמו שהוא לרשימת התפוצה.

אם אתם משתמשים באופציה הזו שימו לב שמסר במייל הוא שונה מדף וב. למשל לא מומלץ לשלב במסר את כל מערך הניווט של האתר שלכם או בנרים למיניהם.

לגבי גיליונות ה- CSS, עליכם לוודא שהגדרות הסגנון יהיו מקוננים בתוך תגי ה HTML ולא בקובץ חיצוני או בתגי STYLE נפרדים.

שימוש בתבניות

אפשר לראות תבנית כמסר מעוצב ללא תוכן. מטרות השימוש בתבנית היא לחסוך מכם עבודת עיצוב בכל פעם מחדש ובנוסף ליצור אחידות עיצובית בין המסרים דבר שיקנה למסרים שלכם מראה מקצועי, זהות קבועה ויחזק את המותג שלכם.

כדי ליצור תבנית אישית עליכם פשוט ליצור מסר באמצעות העורך שלנו או באמצעות קובץ חיצוני ולשמור אותו כתבנית במקום כמסר רגיל.

כדי לבצע זאת גשו לעורך התבניות שנמצא ב מסרים / תבניות אישיות לחצו על הקישור "תבנית חדשה" תנו לתבנית שלכם שם וערכו את התבנית, כאמור, כפי שאתם עורכים מסר רגיל. בתבנית צריכים להופיע

כל המרכיבים הקבועים במסרים שלכם (הלוגו למשל) ללא תוכן המסר כמובן. לאחר שתסיימו תשמרו את התבנית. למותר לציין שהתבנית הזו אינה נשלחת לרשימה כל שהי בשום שלב...

כדי ליצור מסר באמצעות התבנית שיצרתם צרו מסר חדש (בסדרת מסרים או במסר בודד) ובחרו את התבנית שיצרתם באמצעות כפתור בחירת התבניות בעורך - שהוא הראשון מימין.

פירוט המשמעות של כפתורי העורך של מערכת רב מסר

חשוב! באמצעות כפתור זה תגיעו לתבניות המערכת של רב מסר ולתבניות שיצרתם בעצמכם. התבנית שתבחרו תוצג בעורך.

, , , כפתורים אלה משמשים ליישור טקסט. הם פועלים באופן דומה לכפתורים במעבד התמלילים שלכם.

, , , באמצעות כפתורים אלה תשלטו בסגנון הפונט: קו חוצה, קו תחתי, הטיה והדגשה. אגב, אם אתם מעוניינים להדגיש טקסט השתמשו בכתב עבה (Bold) ולא בכתב מוטה.

צביעת הרקע של הטקסט

צביעת הטקסט עצמו (אל תשתמשו יותר מדי, המסר שלכם יראה מצועצע)

חשוב! באמצעות כפתור זה תוכלו לראות תצוגה מקדימה של המסר שלכם.

הכנסת שעה נוכחית

הכנסת תאריך נוכחי

חשוב! כפתור זה מציג לכם את קוד המקור של המסר שלכם. באמצעותו תוכלו להעתיק מסר שנוצר בעורך חיצוני או מרשימה אחת לאחרת במערכת רב מסר.

ניקוי קוד HTML בעל שגיאות קוד.

חשוב! כפתור זה מאפשר לכם למקם תמונות במסר וגם לטעון תמונות מהמחשב שלכם לשרת של מערכת רב מסר.

מאפשר לכם ליצור עוגן – קישור פנימי לתוך דף המייל עצמו. משמש למסרים ארוכים מאוד שבראשם תוכן עניינים. קישור מעין זה יאפשר לקפוץ ישירות למאמר המבוקש מתוך תוכן העניינים.

, **חשוב!** כפתור זה מאפשר לכם להציב קישורים לדפי רשת במסר שלכם. הכפתור הימני מיועד לביטול קישורים.

, ביטול פעולה קודמת או ביטול של הביטול

, מאפשר לכם להזיז טקסט ימינה ושמאלה

, יצירת רשימה ממוספרת או לא ממוספרת (Bulleted). כדי ליצור רשימה עליכם ראשית ליצור את כל האייטמים של הרשימה (תוך הקשת Enter בין אחד לשני) לאחר מכן עליכם לסמן את כל האייטמים ואז ללחוץ על הכפתור.

, חיפוש והחלפה של טקסט או חיפוש בלבד.

הדבקה מתוך WORD

הדבקת טקסט רגיל – השתמשו באופציה זו אם אין ברצונכם לשמור את העיצוב של טקסט שהעתקתם ממקור אחר (למשל מ WORD)

הדבק

העתק

גזירת מקטע

העברה לפעולה במסך מלא

, שינוי כיוון ימין-שמאל, שמאל-ימין

הדפסה

הכנסת קו מפריד. העורך אינו מאפשר לשלוט בצבע של הקו אבל מי שיודע יוכל לעשות זאת באמצעות CSS.

הכנסת אנימציה אן וידאו למסר (לא מומלץ במיוחד)

הכנסת סמיילי...עזבו אתכם מזה....

הנסת תווים מיוחדים כמו "כל הזכויות שמורות - © " וכו'

, כתב עלי וכתב תחתי

מיועד לטבלאות: מאפשר להסתיר את הקווים המנחים של הטבלה (קווים אלה בכל מקרה בלתי נראים במסר הסופי)

ביטול עיצוב. כדי להשתמש סמנו את הטקסט המעוצב שברצונכם לבטל ולחצו על הכפתור.

קו מפריד דק

,

, , , , , פעולות על טבלה. רלוונטי רק כאשר מוגדרת טבלה.

, , , **חשוב!** יצירת טבלה (השמאלי) ופעולות על שורה או על תא של הטבלה. לטבלה יש חשיבות ביצירת מבנה המסר.

כמו כן כפתור **ENTER** משמש ליצירת פסקה חדשה (למביני HTML יוצר אלמנט חדש מסוג P) הצירוף של **SHIFT ENTER** משמש למעבר לשורה חדשה ללא פתיחת פסקה חדשה (למביני HTML מדובר בהחדרת תג <br />).

ניהול וטיפול הנרשמים

כדי להגיע אל האפשרויות העומדות לפניכם בקטגוריה זו עליכם ללחוץ על הלשונית ,נרשמים". כאן תוכלו לחפש נרשם מסוים ברשימה מסוימת ולערוך את הפרטים שלו כולל שינוי הסטאטוס שלו (על הסטאטוסים מיד). כמו כן תוכלו להוסיף נרשמים, למחוק נרשמים, למיין את קבוצת הנרשמים על פי פרמטרים שונים וליצור קבוצות משלוח.

סטאטוס נרשם:

לנרשם יכולים להיות שלושה סטאטוסים:

- **פעיל**: זהו נרשם המקבל את המסרים שלכם
- **לא פעיל**: זהו נרשם שאינו מקבל את המסרים שלכם משום שלחץ על הקישור להסרה מרשימת התפוצה
- **חסום**: זהו נרשם שהמייל שלו חזר מספר פעמים והמערכת חסמה את האפשרות לשלוח לו מיילים נוספים

מידע על הסטאטוס נמצא ב "כל הנרשמים" אפשר למיין את הרשימה על פי הסטאטוס כדי לצפות באופן מרוכז בקבוצות הנרשמים בעלי סטאטוס מסוים.

פרוט האפשרויות בלשונית "נרשמים"

חיפוש נרשם ברשימה הנוכחית. ביכולתכם לחפש נרשם על פי מרווח של תאריכי הרשמה או על פי שם ודואר אלקטרוני.

שימו לב ששדה כתובת הדואר האלקטרוני של כל נרשם הוא קישור. הקלקה על הקישור הזה תוביל אתכם לכרטיס האישי של הנרשם בו תוכלו לראות את כל הפרטים לגבי הנרשם. שם גם תוכלו לערוך את הפרטים הללו (למשל לשנות את מספר הטלפון או הכתובת של הנרשם).

כל הנרשמים באופציה זו אתם יכולים לצפות בכל רשימת הנרשמים שלכם, למחוק נרשמים, להעביר אותם למצב בלתי פעיל או לערוך את פרטיהם.

הערה: במערכת רב מסר מוגדרים **שני מצבים של נרשם פעיל ולא פעיל**. נרשם פעיל מקבל את המסרים שלכם, נרשם שאינו פעיל אינו מקבל את המסרים אבל נמצא בבסיס הנתונים וביכולתכם להעבירו בחזרה למצב פעיל. נרשם שביקש להסיר עצמו מרשימת התפוצה עובר למצב "לא פעיל" אך אינו נמחק מהמערכת.

מיון הנרשמים

באזור "כל הנרשמים" אפשר גם למיין את הנרשמים על פי תאריך ההרשמה או על פי הסטאטוס. כדי לבצע מיון עליכם להקליק על הכותרת העליונה של העמודה.

הנקודות האדומות בדף "כל הנרשמים" תראו ליד חלק מהנרשמים נקודות אדומות. הנקודות האלה מצינות שמסרים שנשלחו לכתובת הזו חזרו. לאחר שמספר מסוים של מיילים חוזרים מכתובת מסוימת הכתובת הזו נחסמת.

הוספת נרשם:

כאן ביכולתכם להוסיף נרשמים ידנית למערכת. בדרך כלל, אם תפעילו את מערכת רב מסר באופן נכון, לא תזדקקו לאפשרות הזו כי הנרשמים שלכם יכנסו למערכת באופן אוטמתי באמצעות טופס ההרשמה.

קבוצות משלוח

באמצעות קבוצות משלוח אתם יכולים להגדיר פילוחים שונים של רשימת התפוצה שלכם. אם אתם למשל חנות אופניים תוכלו לשלוח מסרים שונים לבעלי אופני הרים ולבעלי אופני מרוץ שנמצאים באותה רשימה. מדריך מלא לעבודה עם קבוצות משלוח תוכלו למצוא בפרק "מסרים".

ניהול החשבון

כאן תוכלו לעדכן את מערכת הרב מסר בפרטים כמו –

שם בעל החשבון

דואר אלקטרוני שלכם למשלוח הודעות ממערכת רב מסר

וכן פריטכם האישיים, החברה שלכם וססמת הכניסה למערכת

יצוא פרטי הנרשמים שלכם לצורך גיבוי או לצרכים אחרים

מסד הנתונים של מערכת רב מסר מגובה באופן קבוע. למרות זאת מומלץ מפד פעם על פי קצב הגעת הנרשמים אלכם (ולא פחות מפעם בשבוע) למשוך מהמערכת את כל קובץ הנרשמים שלכם ולשמור אותו במחשב שלכם ואף מדי פעם לצרוב אותו בדיסק. מערכת רב מסר מאפשרת לייצא את כל נתוני הנרשמים לקובץ אקסל.

בנוסף לגיבוי ייתכן שתזדקקו לקובץ אקסל של הנרשמים לצורך שימוש בתוכנות להדפסת פרטי הנרשמים על מעטפות כדי לשלוח להם מכתבים בדואר.

כדי לייצא את פרטי הנרשמים גשו לדף הראשי. בדף זה מופיעה טבלה של כל הרשימות שלכם. השדה השמאלי בטבלה הזו הוא "יצוא ל Excel". הקליקו על הקישור באמצעות **הכפתור הימני** של העכבר ובחרו את האופציה ..save target as ושמרו את הקובץ במקום הרצוי לכם.