

## שיעור 1 - אפיון

### מה לצפות מהקורס? ומה אני מצפה מכם? 00:00

ציפיות מהקורס:

- לתת לכם בסיס טוב ממנו אתם יכולים לצאת לדרך להפוך למומחים בתחום.
- לדעת לבנות אתר בוויקס ברמה מספיק גבוהה כדי לקבל על זה כסף.
- להבין את התהליך שעובר הלקוח ולדעת על הצד העסקי של בניית העסק.

הציפיות שלי מכם:

- לחקור גם לבד
- להבין שאין גבול לכמה אפשר לדעת בתחום ושיש לכם גם אחריות לעשות את המשימות שנתתי לכם בזמן
- לשאול שאלות ולראות את ההצלחה שלכם בדמיון

### מה זה אפיון אתר? 20:00

האפיון הוא שלב מאוד חשוב, שבו בעצם מונחים היסודות לחוויית השימוש של הלקוח באתר. באפיון נקבעים הקווים המנחים לאיך יראה האתר, מה תהיה היררכיית התוכן בו, באילו יישומים נשתמש באתר, איזו חוויה יעבור המשתמש ועוד. האפיון בעצם יוצר את זהות האתר והוא גם מהווה את הבסיס לשלבים הבאים בפיתוח האתר – עיצוב, תכנות, SEO ועוד.

- הכרה
- מטרת
- קהל יעד
- סוג האתר
- מבנה האתר
- עדכונים ותפעול
- זהות, DNA

### תהליך אפיון אתר 27:40

- תשאול ראשוני בטלפון לפני הצעת מחיר
- פגישה של שעה שבה שואלים יותר שאלות ובוחרים את הדפים באתר ומה יהיה בתוכם (יש כאלה ששולחים שאלון לפני הפגישה, אני לא)
- כניסה לאתרים אחרים בתחום כדי לקבל השראה
- שרטוט האיפיון ושליחה למשוב.
- ניתן לעשות עוד פגישה אם צריך לאישור סופי
- שליחה של מסמך דרישות חומרים

### שיחת איפיון ראשונית 35:22

שאלון לקוח (דברים שאני שואל בדרך כלל בשיחה בטלפון וכותב במחברת לפני הצעת מחיר ואיפיון).  
כל אחד יכול לעשות את זה איך שמוצא לנכון

שאלון המטרות והצרכים של האתר החדש:

• מהן המטרות העיקריות לאתר האינטרנט שלך? (סמן את כל מה שיתאים)

- לקוחות פוטנציאליים יוכלו למצוא את העסק שלי באינטרנט
- לקבל שיחות טלפון מלקוחות פוטנציאליים
- להוציא את שמי ולבסס את עצמי כמומחה בתחום שלי
- למשוך מבקרים למיקום הפיזי שלי
- אלמכור את המוצרים והשירותים שלי באינטרנט
- לבנות קהילה סביב המותג שלי
- אחר \_\_\_\_\_

• מי קהל היעד של האתר שלך?

• ספר/י לי קצת על קהל הלקוחות שלך

• מה את/ה רוצה שאנשים יעשו אחרי שהם מבקרים באתר שלך?

• האם את/ה מנהל בלוג? כן / לא / ניהלתי בעבר

• האם יהיה צורך לעדכן את האתר על בסיס קבוע? אם כן, באיזו תדירות ועם מה?

• סוג של תוכן?

• האם ימכרו פריטים/שירותים באתר? אם כן, אנא פרטו ורשמו מספר משוער של פריטים

• כיצד את/ה מקווה שהאתר הזה ישפר את החברה/עסק שלך?

• איפה את/ה רואה את העסק שלך בעוד שנתיים? 5 שנים?

• האם יש מועד אחרון לפרויקט זה?

כאן מגיעה הצעת מחיר, נתעכב על זה בשיעור של המכירה

## הגדרת השירותים של העסק ותעדוף - איך למקד את הלקוח ולקבל מידע על השירותים של העסק 45:27

רוב הלקוחות מבולבלים ולא יודעים מה הם מוכרים!  
עלינו לוודא שיהיה מאוד ברור באתר מהם השירותים או המוצרים המוצעים ואיך רוכשים!  
התפקיד שלנו למקד אותם בשירותים שהם מציעים כרגע ולא בעתיד!

## התאמת האפליקציות לשירותים המוצעים באתר, ואיך זה משפיע על הצעת המחיר? 51:03

מתי משתמשים ב - [בוקינג](#), [אוונטס](#), [גרופס](#), [חנניות](#), [תכניות מנויים](#), [בלוג](#)

## שאלות: 55:35

### תאור מקרה - חדר עבודה 01:00:05

בריף לקוח:  
מרין כהן, מנהלת סטודיו לחוגים של עיצוב אופנה ותפירה בתל אביב.  
קהל היעד - ילדים עד גיל נוער והוריהם.  
הנעה לפעולה מכירה באתר ויצירת קשר.  
מטרת האתר לתת מידע, למכור מוצרים ושירותים, להקל על העומס בטלפון.

השירותים שהיא מציעה:  
חוגים בימים ושעות קבועות  
קייטנות בחגים - דגש על פורים שהכי רווחי  
ערכות תפירה  
שיעורים פרטיים  
סדנאות  
ימי הולדת

## תאור מקרה - מוביוס מכון פסיכולוגי 01:11:55

בריף לקוח:

יהודה ישראלי, פסיכולוג ומנהל מכון פסיכולוגי  
קהל היעד מפוצל ל 2: אנשים הזקוקים לטיפול והייטקיסטים בתהליך יזמות.  
הנעה לפעולה יצירת קשר.  
מטרת האתר לתת מידע, חשיפת צוות המרפאה, להוציא מומחיות ולהניע ליצירת קשר.

השירותים המוצעים:

טיפולים ע"י מומחים

ליווי ותמיכה למייסדי STARTUP

פתרון:

אתר תדמית הכולל - צוות, בלוג, ספריית וידאו וקישור לדף נחיתה עבור הסטארטפים

## מסמך דרישות חומרים

מסמך המסביר לפרטי פרטים מה אנו צריכים שהלקוח ישלח בכדי לבנות את הדפים השונים באתר . דרישות החומרים על פי תרשים הזרימה של מפת האתר.

## דרישת חומרים אתר מוביوس + Growth Founders

לפניכם פירוט על החומרים הדרושים לאתר:  
לוגו - בקובץ PNG עם רקע שקוף או קובץ SVG

פרטי קשר :  
אימייל לקבלת פניות  
קישורים חברתיים לפייסבוק לאינסטגרם וליו טיוב  
טלפון  
כתובת  
שם העסק  
סלוגן

תמונות:  
תמונות שלך, תמונת פרופיל שלך במפגש עם עסקים אם יש, תמונות פרופיל של הצוות.

סרטונים:  
קישור לערוץ היוטיוב, סרטונים להעלאה והשכרה באתר.

דף הבית:  
סלוגן או משפט המתאר את האתר.

אודות קצר עליך עד 4 משפטים.

תאור קצר של כפתורי הניווט לאן נגיע בלחיצה על הכפתור? הזמנה לשירות.

3 שורות על :  
1. שירותים לפרטיים  
2. גדילת מייסדים  
מידע על חברי הצוות – תמונה, שם, תפקיד, כתובת, פרטי התקשרות,  
תאור.

דף אודות:  
אודות השיטה – 6 שורות. (פירוט ארוך יותר יכול להינתן בבלוג)  
אודותיך – 6 שורות.  
חברי הצוות יש לנו מדף הבית.

הטיפולים שלנו (שירות לפרטיים):  
כותרת ומשפט קצר המתאר את המידע שיהיה מוצג בדף  
אודות השירות עד 6 שורות  
כותרת ותאור של 2 שורות על כל סוג טיפול.  
שאלות נפוצות עד 10. שאלה ותשובה.

### **: Founders Growth**

כותרת ומשפט קצר המתאר את המידע שיהיה מוצג בדף  
אודות השירות עד 6 שורות.  
3 כותרות ליתרונות בשימוש בשירות .  
תהליך (אינפו גרפיקה) – כותרת לכל שלב ותיאור של עד 3 שורות .  
כ 3 – 5 המלצות .  
שאלות נפוצות – עד 10 .

מוצרים דיגיטליים:

כותרת

כ 3 שורות על השירות .

שמות לקטגוריות של הסרטונים עם יש חלוקה כזו.

סרטונים רלוונטים להשכרה + כותרת וכמה מילים , סרטונים חינוכיים קישור ליוטיוב .

בלוג – מאמרים:

כ 3 מאמרים בתחום פרטיים ו3 בתחום עסקים. את שאר המאמרים אדריך אותך איך

להכניס **A**.

אם יש תמונות רלוונטיות למאמר אז לשלוח ביחד.

שאלות: 01:32:59

איך מקבלים השראה מאתרים אחרים? 01:48:04

הכנת איפיון - מעשי 01:51:23

תרגול

- כתבו בריף לקוח לפי הנושא שבחרתם לפרויקט
- מהם השירותים/מוצרים המוצעים באתר?
- ענו על השאלון המצורף - מטרות, קהל יעד, הנעות לפעולה
- הסתכלו על אתרים בתחום
- רשמו את רשימת העמודים שופיעו באתר
- רשמו בכל עמוד איזה חלקים יהיו בו
- רשמו איזה אפליקציות כדאי להשתמש? חיפוש, שאלות נפוצות, חנות, הזמנות, אירועים, בלוג, פורום, קהילה. לא זוכרים מה יש? [הסתכלו כאן](#)
- הוסיפו בקשות מיוחדות כמו - צ'ט, הרשמה לניוזלטר, מייל אוטומטי, פופ אפ וכו'
- הכינו תרשים זרימה של האתר
- הכינו מסמך דרישות חומרים

לינקים שימושיים:

[מרכז התמיכה של וויקס](#)

[בוקינג](#)

[אוונטס](#)

[גרופס](#)

[חנניות](#)

[תכניות מנויים](#)

[בלוג](#)

[שאלון לקוח להורדה](#)

[אפליקציה לבניית תרשים זרימה](#)

[אפליקציה נוספת לתרשים זרימה](#)

## שיעור 2 - עקרונות העיצוב

שאלות 00:00

על מה נדבר בשיעור 05:20

שלבים בעיצוב האתר 11:20

- תשאול לקוח
- בחירת צבעים
- בחירת פונטים
- השראה מאתרים אחרים ופינטרס
- השראה מתבניות של וויקס
- חשיבה על רעיון מיוחד שיבדיל את האתר ויעביר את מי שהרגשתי שהוא הלקוח. או מסר עיקרי
- איסוף נכסים
- ניסיון על העורך

שאלות לפגישת עיצוב: 22:45

- האם יש לוגו לחברה?
- האם יש ספר מיתוג? בקשו לראות אותו.
- שאלו שאלות על הלוגו:
  - אתה אוהב את הצבעים של הלוגו?
  - למה בחרת את הלוגו הזה?  
(במידה ואין לוגו) -
  - האם יש צבעים שאתה יותר אוהב?
  - האם יש צבע שאתה ממש לא אוהב?
- איזה אתרים אתה מכיר שנראים לך ממש יפים בעיצוב? למה זה יפה?
- איזה אתרים ראית עם עיצוב לא יפה? מה לא יפה?
- מה היית רוצה שהאתר שלך ישדר? איזו תחושה או רגש?
- יש איזה פונט שאתה אוהב? מהפונטים שהראיתי לך למה אתה הכי מתחבר?



[תשובה מלקוח על מה הוא רוצה בעיצוב](#) 27:20  
ספר מיתוג 33:15

### סגנונות באתרים 37:45

יוקרתי אלגנטי:

[דוגמא 1](#)

[דוגמא 2](#)

נקי:

[דוגמא 1](#)

[דוגמא 2](#)

צעיר ובוט:

[דוגמא 1](#)

[דוגמא 2](#)

[דוגמא 3](#)

מתוחכם אומנותי:

[דוגמא 1](#)

[דוגמא 2](#)

עתידי טכנולוגי:

[דוגמא 1](#)

### צבעוניות איך בוחרים?

כל התשובות בטבע

תחושות ורגשות - איזו פלטת צבעים תתאים למה שהאתר משדר

[פסיכולוגיה של צבעים](#) 01:04:15

[פלטות צבעים](#)

### שאלות 01:07:22

### פונטים 01:21:22

איך בוחרים פונט?

על פי ההרגשה הכללית שאנו רוצים להביא לאתר

כמה סוגי פונטים באתר אחד?  
עד 2-3 פונטים, בדרך כלל מאותה משפחה

איזה מתאים לכותרות ואיזה לא?  
פונטים לכותרות יש להם נוכחות עזה, בדרך כלל עבים יותר, וקשים יותר לקריאה בכתב רץ

נגישות - טקסט ברור וקריא  
גדלי פונטים מעטים  
גודל פונט מומלץ 16-17

## עובד ביחד

### לורם איפסום

לורם איפסום דולור סיט אמט, קונסקטורר אדיפיסינג אלית גולום ארווס סאפיאן - פוסיליס קוויס, אקווזמן גולום ארווס סאפיאן - פוסיליס קוויס, אקווזמן קוואזי במר מודוף. אודיפו בלאסטיק מונופץ קליר, בנפת נפקט למסון בלרק - וענוף קונסקטורר אדיפיסינג אלית. סת אלמנקום ניסי נון ניבאה. דס איאקוליס וולופטה דיאם. וסטיבולום אט דולור, קראס אגת לקטוס וואל אאווגו וסטיבולום סוליס טידום בעליק. קונדימנטום קורוס בליקרה, נונסטי קלובר בריקנה סטום, לפריקר תצטריק לרטי

אותו פונט 2 משקלים

## לא עובד ביחד

### מתאים לכותרת

### לורם איפסום

לורם איפסום דולור סיט אמט, קונסקטורר אדיפיסינג אלית גולום ארווס סאפיאן - פוסיליס קוויס, אקווזמן גולום ארווס סאפיאן - פוסיליס קוויס, אקווזמן קוואזי במר מודוף. אודיפו בלאסטיק מונופץ קליר, בנפת נפקט למסון בלרק - וענוף קונסקטורר אדיפיסינג אלית. סת אלמנקום ניסי נון ניבאה. דס איאקוליס וולופטה דיאם. וסטיבולום אט דולור, קראס אגת לקטוס וואל אאווגו וסטיבולום סוליס טידום בעליק. קונדימנטום קורוס בליקרה, נונסטי קלובר בריקנה סטום, לפריקר תצטריק לרטי

לא מתאים להרבה טקסט

## כתב קטן מידי

### לזרם איפסום

לזרם איפסום דולר סיט אמט, קונטקטור אדיפסינג אלת נולס ארום סאפיאן - סופילס קוויס, אקוומ נולס ארום סאפיאן - סופילס קוויס, אקוומ קוואי כתר מורין, ארום בלאסטק מונפך קלי, נגפס נסקט למסון ברוק - ונפוי קונטקטור אדיפסינג אלת, פת אלמנטק נסי נון כבאה, דס אינקוליס וולפטר דיום, וסטיבלום אט דולר, קראם אנת לקטום וול אאנו וסטיבלום סילי טידום בעליק, קנדימנטום קורום בליקרה, ננסטי קולבר ברוקנה סטום, למריק תעטריק לרטי

אי אפשר לקרוא



## שתי סגנונות שונים

### טורק איפסום

לזרם איפסום דולר סיט אמט, קונטקטור אדיפסינג אלת נולס ארום סאפיאן - סופילס קוויס, אקוומ נולס ארום סאפיאן - סופילס קוויס, אקוומ קוואי כתר מורין, ארום בלאסטק מונפך קלי, נגפס נסקט למסון ברוק - ונפוי קונטקטור אדיפסינג אלת, פת אלמנטק נסי נון כבאה, דס אינקוליס וולפטר דיום, וסטיבלום אט דולר, קראם אנת לקטום וול אאנו וסטיבלום סילי טידום בעליק, קנדימנטום קורום בליקרה, ננסטי קולבר ברוקנה סטום, למריק תעטריק לרטי

מה הקשר?



תבניות של וויקס ומה לבחור? 01:39:50

הגדרת פלטה ופונטים בעורך של וויקס 01:46:50

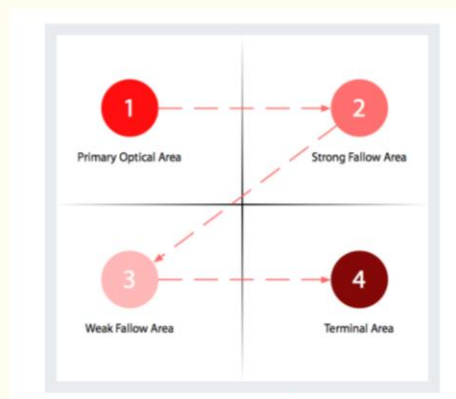
עיצובים מוכנים לדפים וסטריפים בעורך 01:56:00

שאלות 02:02:35

סיכום עיצוב נכון

- העין אוהבת נקיון ומנוחה
- לשאוף לאיזון - לא יותר מידי ולא מעט מידי
- עבודה עקבית עם 3H1, H2, H
- עבודה עם צבעים מהפלטה הראשית
- גדלי פונטים מעטים
- עד 2-3 פונטים
- אלמנטים וריווח - לא מעט מידי ולא להעמיס
- לעבוד מסודר, לתכנן את הפונטים והצבעים מראש
- לתכנן את גודל HEADERS
- לרווח בין האלמנטים
- כתב ברור ונקי
- ריווח טוב בין האלמנטים
- איזון
- לעבוד מסודר בוויקס
- לתכנן מראש
- גודל פונט מומלץ 16-17

## מעקב עיניים באתר



### שעורי בית

- הכינו בריף לקוח על עיצוב האתר - קבלו תשובות על השאלות והבינו את הסגנון שהוא מחפש
- החליטו על צבעוניות
- החליטו על פונטים
- החליטו על סגנון

## לינקים שימושיים:

[ספר מיתוג](#)

[תשובה מלקוח על מה הוא רוצה בעיצוב](#)

[פלטות צבעים](#)

[גוגל פונטים](#)

[פונטים בתשלום](#)

[עוד פונטים](#)

[דגימת צבע מתמונה - תוסף לכרום](#)

[פסיכולוגיה של צבעים](#)

[תמונות חינמיות 1](#)

[תמונות חינמיות 2](#)

[תמונות חינמיות 3](#)

הסרת רקעים בחינם:

<https://pixlr.com/remove-background/>

<https://www.remove.bg>

תמונות:

פורמטים: JPG. אם הרקע שקוף – PNG.

הקטנת תמונות דרך פוטושופ:

מגדירים:

JPEG

איכות 8

W 1900

H 1000

מעלים תיקיה שלמה ועושים "ctrl" עובר תמונה תמונה ומתקין אוטומטי.

הוא מקטין לפי הערכים שביקשנו ושומר על היחס.

הוא יוצר תיקייה JPEG עם התמונות המוקטנות.

תוכנות לעריכת והקטנת תמונות בחינם:

<https://www.figma.com>

<https://www.photopia.com/>

כיווץ נפח תמונה מבלי לפגום באיכות באתר:

<https://tinypng.com>

איך להתחיל עסק עצמאי ורווחי של בניית אתרים בוויקס

## שיעור 3 - הכרת העורך

**00:00** הקמת האתר ובחירת טמפלטים  
[מרכז התמיכה של וויקס - תבניות](#)

**11:20** הכרת העורך  
תמונות באתר 12:30  
עריכת תמונה בעורך וויקס 20:25  
שינוי גודל לתמונות מרובות בפוטושופ 22:50  
[מרכז התמיכה של וויקס - פעולות ומידע בסיסי](#)

**30:00** עריכת הדר  
שימוש ב - **30:45** columns - gridlines  
[הוספת סטריפ](#)  
[עמודות](#)  
[קווי רשת](#)

קביעת צבעים ופונטים ראשיים לאתר **39:10**  
הוספת תפריט **44:25**  
[ככה בונים MEGA MENU](#)

**עריכת סקשנים**  
הוספת וידאו שקוף - **01:04:40**  
הוספת תמונה וגזירה - **01:10:50**  
הבדל בין סטריפ לסקשיין **01:22:25**  
[מרכז התמיכה של וויקס - הוספת והגדרת מקטעים](#)  
הוספת ווקטור ארט **01:31:05**  
עוגן **01:44:38**  
[מרכז התמיכה של וויקס - anchors](#)  
שכבות ומציאת פריט נסתר **01:46:37**

שאלות 01:49:40

### שעורי בית

נסו ליצור את מה שיצרנו בשיעור  
מי שרוצה להתקדם בדף לבד ולנסות להעתיק יכול  
[תמונות לגזירה והקטנה](#)  
[לוגואים מסודרים](#)  
[תמונות אווירה](#)  
[שונות](#)

### לינקים שימושיים:

[ככה בונים MEGA MENU](#)  
[הטקסטים שקיבלתי](#)  
[האפיון](#)  
[דרישות החומרים](#)  
[שפת המתג](#)

איך להתחיל עסק עצמאי ורווחי של בניית אתרים בוויקס

## שיעור 4 - הכרת העורך

### המשך עריכת סקשיין 00:00

עריכת כפתור

הוספת סקשיין

עיצוב לסטריפ 5:50

פסקה נפתחת (קרא עוד) 22:23

### הוספת גלריית וידאו 42:30

[מרכז התמיכה של וויקס - סרטוני וידאו](#)

שינוי הגדרות שפה ועוד בדשבורד 50:55

חיבור לסליקה באזורים שונים 54:30

### שאלות 58:40

### המשך הוספת וידאו 01:04:40

הוספת וידאו בתשלום 01:08:50

### הוספת המלצות 01:16:50

### הוספת בלוג 01:23:45

[מרכז התמיכה של וויקס - בלוג](#)

[מרכז התמיכה של וויקס - התאמה אישית של הבלוג](#)

הוספת כפתור חיפוש וניהול מערכת אחורית של הבלוג 01:48:40

### שעורי בית

המשיכו התקדמות בדף

נסו להוסיף בלוג ופוסטים משלכם



נסו להעלות סרטון ולהוסיף לגלריה בתשלום  
[תמונות לגזירה והקטנה](#)  
[לוגואים מסודרים](#)  
[תמונות אווירה](#)  
[שונות](#)

**לינקים שימושיים:**

[איך מעלים וידאו בתשלום](#)  
[Wix Editor: Importing Lottie Animations to Your Site](#)  
[הכירו את Lottie](#)  
[אפליקציה להכנת סרטונים מאיורי יד](#)

איך להתחיל עסק עצמאי ורווחי של בניית אתרים בוויקס

## שיעור 5 - הכרת העורך

### **המשך הסבר בלוג 06:30**

עיצוב פוסט

### **פטר 12:45**

חלוקה לעמודה לא שווה של עמודות

תפריט מאונך

טריק למרווחים שווים בין טקסטים ואובייקטים **21:40**

תצוגה מקדימה מהירה

### **טופס הרשמה 32:15**

טפסי הרשמה מאפשרים לגולשים להירשם לניוזלטר, למבצעים מיוחדים, לעדכונים עסקיים ועוד. אחרי שהם ממלאים את הטופס, הם מתווספים אוטומטית לרשימת אנשי הקשר עם התווית 'Subscriber' (מנוי).

[מרכז העזרה של וויקס - טופס הרשמה](#)

עיצוב טופס

אופציות נוספות ואוטומציות

### **כפתור התקשרות - PIN**

**01:02:07**

שמירת עיצוב אישי של כפתור

לינק למספר ווטסאפ **01:04:00**

הוספת אייקון לכפתור

כפתור קבוע PIN

**01:14:33**

[נעיצת אלמנטים במסך](#)

### **יצירת דף חדש 01:19:16**

שכפול אלמנטים

### **הוספת גלריה 01:27:35**

[מרכז העזרה של וויקס - גלריה](#)

שימוש בגלריה  
EXPAND MODE  
עיצוב טקסט כתמונה בגלריה

## FAQ 01:47:30

[מרכז העזרה של וויקס - FAQ](#)

שימוש באפליקציה  
עריכת השאלות

## שאלות 02:01:20

### שעורי בית

- המשיכו התקדמות בדפים
- צרו טופס הרשמה לניוזלטר
- סיימו את הפוסט
- הוסיפו שאלות נפוצות
- הוסיפו כפתור שצף בצד ימין בכל האתר

[תמונות לגזירה והקטנה](#)

[לוגואים מסודרים](#)

[תמונות אווירה](#)

[שונות](#)

לינקים שימושיים:

[איך מעלים וידאו בתשלום](#)

## שיעור 6 - בוקינג ותוכנית מנויים

### התנהלות מול לקוח 00:00

אם לקוח מתעכב עם הבאת החומרים לאחר התשלום יש לומר לו שהתהליך יתעכב כי נצטרך לעשות אפיון מחדש או שאני אהיה עסוק בפרוייקט אחר. כדאי לקבוע מועד ומסגרת זמן לשליחת החומרים, יעד זמן לדף הבית וכו' בשיחת המכירה לא להעלות את הנושא. בשיחת המכירה לא להיות ממוקדים על איך אנו מוציאים מהלקוח כסף, אלא איך אנו יכולים לתרום ולעזור לו ולמנף את העסק שלו. להתעניין בבן אדם, להקשיב. לייצר אינטימיות ואמון. לומר גם את המובן מאליו: "תודה על האמון", "אני אעשה עבודה מקצועית ואתר יפה"

לאחר שיחת המכירה נשלח הצעת מחיר, לעשות פולואפ ולאחר קבלת הצעת המחיר חתומה ותשלום נתחיל לעבוד.

יש הרבה לקוחות בשלב הבידורים, איתם נראה מנהיגות וניצור אינטימיות. לא להראות התלהבות יתרה. לזכור שגם אנחנו בוחרים את הלקוחות שאנו רוצים לעבוד איתם.

אנחנו בעסקי האנשים - להגדיר את האופי שלהם בצורה חזותית

### שאלות 11:50

#### עבודה עם קווי הרשת של ה-Editor

הגולשים לא יכולים לראות את קווי הרשת באתר שבאוויר. קווי הרשת נמצאים כסימון שיעזור לכם למפות ולעצב את האתר טוב יותר.

חשוב למקם את כל התוכן שלכם בתוך קווי הרשת האנכיים כדי להבטיח שהוא יוצג באופן תקין בכל דפדפן ומכשיר. אלמנטים שמוצבים מחוץ לקווי הרשת האנכיים יחתכו ולא יופיעו בטאבלטים ובמסכים קטנים יותר.

גודל תמונה רצוי? שלא יהיה מפוקסל, אך שלא יכביד על האתר עד kb200-300

### המשך עיצוב 28:50

הוספת סטריפים חוזרים, רווחים שווים, שכפול ועיצוב

הוספת REPEATER

**35:30**

רפיטר הוא רשימה של פריטים שיש להם אותם עיצוב ופריסה, אבל תוכן שונה. אתם יכולים להתאים אישית את התוכן של כל פריט בנפרד, כולל הרקע, התמונות והטקסט. רכיבי תוכן חוזרים מתאימים במיוחד להצגת כמה פריטים מהאוספים שלכם בו-זמנית.

[מרכז העזרה של וויקס - Repeater](#)

עיצוב אחיד של טקסטים באורך שונה

הבדל בין שימוש בסטריפ לבין Repeater

**44:00**

**בוקינג 53:13**

**Wix Bookings** (ההזמנות של Wix) היא מערכת ניהול יומן, קלה לשימוש, המאפשרת ללקוחות שלכם לקבוע מועד לקבלת שירות אונליין.

[מרכז העזרה של וויקס - Booking](#)

[מרכז העזרה של וויקס - שימוש ב-Booking](#)

הוספת הבוקינג לאתר ועיצוב **01:15:30**

מה ההבדל בין בוקינג לאוונטס **01:27:00**

Paid plans **01:28:40**

הוספת Paid plans לסקשיין **01:46:00**

תקנון **01:51:24**

**שאלות 01:53:30**

למה להישאר אדמין על אתרים שבנית? קבלת עמלות בעבור הפרמיום שהלקוח משלם

**שעורי בית**

- המשיכו התקדמות בדפים
- הוסיפו אפליקציית בוקינג
- הוסיפו אפליקציית מנויים Paid plans
- הוסיפו Repeater

איך להתחיל עסק עצמאי ורווחי של בניית אתרים בוויקס

## שיעור 7 - חנות ו-SEO

### הקמת חנות

[מרכז העזרה של וויקס - חנות](#)

הקמת האפליקציה

עיצוב

פילטרים

ניהול החנות בדשבורד **27:20**

הוספת ALT TEXT לתמונת מוצר

הוספת אופציות למוצרים

יבוא קובץ CSV של מוצרים

קטגוריות **50:20**

חיבור חשבונות דיגיטליות

אפשרויות תשלום

### הכנסת החנות לאתר **01:01:50**

חלוקה לתתי קטגוריות

דף יעודי לתת קטגוריות

### יצירת סרטון מתמונות בוויקס **01:27:00**

### **SEO 01:37:54**

אופטימיזציה למנועי חיפוש (SEO) היא התהליך שבו מוודאים שהתוכן באתר יהיה קריא יותר עבור מנועי חיפוש, כדי שהם יוכלו לאנדקס את האתר בצורה טובה יותר. התהליך הזה משפר את רמת הדיוק בחיפוש ואת הרלוונטיות של תוצאות החיפוש.

כדי לעשות SEO צריך להשקיע מאמץ, אבל ככל שעושים יותר אופטימיזציה, כך מנועי החיפוש יכולים להבין טוב יותר במה עוסק האתר ולהציג אותו לגולשים המתאימים.

מה קובע דירוג של אתר בגוגל?

בגדול: האם האתר רלוונטי לגולשים ויעזור להם למצוא את מה שהם מחפשים

כמה זמן האתר באוויר  
כמה מבקרים יש לו?  
האם התוכן שלו מתעדכן באופן רציף?  
כמה זמן אנשים מבליים באתר?  
האם אתרים אחרים ברשת שמפנים לאתר הזה?  
האם יש הפניה לאתר מאתר גדול?  
כמה דפים יש באתר?  
האם האתר מהיר?  
האם אתר מותאם למובייל?  
האם אנשים חוזרים לאתר יותר מפעם אחת?  
האם יש לינקים שבורים?

### SEO מקומי מול לא מקומי 01:44:56

כל מה שאנחנו עושים בתוך האתר לעומת מה שעושים מבחוץ

אז מה עושים בתוך האתר?

- נותנים שמות לתמונות - ALT ו- TOOLTIP
- מסדרים תגית לכתורות לפי חשיבות וכוללים מילות מפתח.
- בודקים שהאתר עולה מהר
- נותנים כותרת ותיאור לכל דף כולל דפי הבלוג והחנות וכוללים מילות מפתח שחוזרות בכותרת ובתיאור
- בדגש על דף הבית
- יוצרים דף 404
- עושים הפניות 301 אם מדובר בשדרוג אתר ויש לינקים שלא קיימים יותר אבל מאונדקסים
- מדווחים את האתר לגוגל בסיום התהליך

### אזור אישי 01:50:16

וויקס מוסיף דפים אוטומטים על פי האפליקציות שהוספנו לאתר  
באזור האישי לקוח הקצה יכול לנהל את האזור האישי שלו באתר לאחר הרשמה, ניהול הזמנות, תגובות בבלוגים,  
רשימת משאלות, לבטל מנוי, הרשאות וכו'.  
[מרכז העזרה של וויקס - עמוד חברי האתר](#)

הרשאות דפים ספציפיים ל MEMBERS ONLY תחת ניהול הדף- < PERMISSIONS

### שאלות 01:58:45

תמיכה בעברית בוויקס - יש לוויקס גם תמיכה בעברית גם במייל ובשיחות  
[יצירת קשר עם שירות הלקוחות של Wix](#)

חיבור יומן גוגל לוויקס

[הוספה והגדרה של Google Event Calendar באתר](#)

[הניהול של אפליקציית Google Event Calendar](#)

## שעורי בית

הקמת חנות באתר  
צרו וידאו מתמונות שהעלתם לאתר

## לינקים שימושיים:

[מרכז העזרה של וויקס - SEO](#) (אנגלית)

[הסבר על SEO](#)

[Wix SEO Wiz](#)

[אופטימיזציה של תמונות וגלריות למטרות SEO \(עם Alt Text\)](#)



איך להתחיל עסק עצמאי ורווחי של בניית אתרים בוויקס

## שיעור 8 - מובייל ו-SEO

### נגישות באתר

תוסף enable

הטמעת קוד באתר

[מרכז העזרה של וויקס - הוספת תוסף נגישות של צד שלישי](#)

[מרכז העזרה של וויקס - נגישות](#)

### המשך SEO

11:45

H1, H2, H3, P - אנו בעצם מספרים לגוגל מה הכותרות הרלוונטיות יותר באתר לפי סדר חשיבות.

יש להשתמש ב-H1 פעם אחת בדרך

Title tag & Meta tag - מילות מפתח רלוונטיות למשתמש קצה של גוגל

שמות לתמונות ו- ALT TEXT

דרכים למצוא מילות מפתח: 42:10

[מילות מפתח - גוגל](#)

מילות המפתח צריכות לחזור על עצמן ב- H1, META TAG, DESCRIPTION

חיפוש רלוונטי לאתר שאנו מעצבים בגוגל ולראות את התוצאות

### 301 48:20

הפניות 301 אלו הפניות של לינקים שבורים אל לינקים חדשים שאנו מקימים

מתי אנו עושים הפניית 301?

• כאשר מעצבים מחדש אתר המאונדקס בגוגל

• עיצוב מחדש של דף מסויים המאונדקס בגוגל

יבוא ויצוא של הפניות URL

במידה ואין הפנית 301, המשתמש יגיע לדף 404

עיצוב דף 404

הפניות 301 הם רק על אותו דומיין!

הפניות 301 אוטומטיות (על אותו דומיין בלבד) 58:37

הסרה של דף או האתר מאינדוקס של גוגל

## אשף SEO של וויקס 01:05:30

חיבור סופי למנוע החיפוש של גוגל נעשה לאחר העברת האתר ללקוח ועל ידי הלקוח בדשבורד תחת אשף ה-  
SEO - get found on google  
[מרכז העזרה של וויקס - SEO WIZ](#)

## אינדקסים

רישום העסק בגוגל מפיס, גוגל עסקים וכו', ניתן להציע כשירות בעלות נוספת ללקוח או להמליץ ללקוח לעשות זאת בעצמו, עוזר לדירוג האתר

## לסיכום סדר פעולות SEO

- נותנים שמות לתמונות - ALT ו- TOOLTIP
- מסדרים תגית לכותרות לפי חשיבות וכוללים מילות מפתח.
- בודקים שהאתר עולה מהר
- נותנים כותרת ותיאור לכל דף כולל דפי הבלוג והחנות וכוללים מילות מפתח שחוזרות בכותרת ובתיאור
- בדגש על דף הבית
- יוצרים דף 404
- עושים הפניות 301 אם מדובר בשדרוג אתר ויש לינקים שלא קיימים יותר אבל מאונדקסים
- מדווחים את האתר לגוגל בסיום התהליך

## התאמה למובייל 01:31:05

התאמה למובייל נעצב רק לאחר האישור הסופי לגרסת הדסקטופ

עיצוב ייחודי למובייל

תוספים במיוחד למובייל

Quick Action

[מרכז העזרה של וויקס - בדיקת ההתאמה של האתר למובייל](#)

PAGE BACKGROUND

01:50:25

01:58:50 מפות

הוספת SEO לתמונות שהוספנו למובייל בלבד

02:04:20 תפריט מובייל

העברת תפריט Login לאזורים שונים במובייל

## [בדיקת ההתאמה של האתר למובייל באמצעות הכלי Mobile-Friendly של Google](#)

### שאלות 02:02:10

עיצוב האתר ל-2 שפות 02:30:35

[מרכז העזרה של וויקס - Wix Multilingual](#)

### שעורי בית

- סדרו את המובייל לדפים שיצרתם
- סדרו את ה-SEO בדפים שיצרתם, כולל כותרות, שמות לתמונות ומטה תג ותיאור לכל עמוד.
- הכניסו תוסף נגישות לאתר
- נסו ליצור הפניית 301

### לינקים שימושיים:

[מרכז העזרה של וויקס - SEO](#) (אנגלית)

[הסבר על SEO](#)

[מרכז העזרה של וויקס - SEO WIZ](#)

[מילות מפתח - גוגל](#)

[עוברים לדומיין חדש בלי לפגוע בדירוג בגוגל](#)

[מרכז העזרה של וויקס - פתרון בעיות בתפריט מובייל שלא מגיב](#)

[מרכז העזרה של וויקס - הוספת והגדרת מפות של Google Maps](#)

[מרכז העזרה של וויקס - הוספת תוסף נגישות של צד שלישי](#)

[מרכז העזרה של וויקס - Wix Multilingual](#)

[Hidden Elements in Your Mobile Editor](#)

## שיעור 9 - מכירה וניהול העסק

### מכירה - תכנית עבודה בשלבים

- יצירת תיק עבודות לצבירת ניסיון - למי שאין ניסיון בעיצוב רצוי להתחיל לעבוד עם טמפלטים.
- בחירת סוג לקוח
- ייעול תהליך עבודה
- הרשמה לתכנית השותפים של וויקס - ניתן להירשם ללא תנאים מוקדמים
- בחירת צינור שיווקי בשתפ
- יעד ראשון 20 אתרים
- שדרוג אתר אישי
- כניסה למרקט פלייס
- העלאת מחירים
- יצירת תכנים
- הוספת ערוצים לשיווק
- להגיע ל 50 אתרים
- העלאת מחירים
- חיזוק קשרי לקוחות

### בחירת צינור שיווקי ושת"פ

יותר קל למכור את השירות שלכם במידה והלקוח קיבל המלצה מגורם שלישי. לכן יש למצוא שת"פ עם גורם שמתעסק עם אותו קהל יעד שאנו מחפשים, או מדיה או פלטפורמה בה קהל היעד שלי מבלה. יש עלות לשת"פ אך זה משתלם לכל הנוגעים בדבר.

### לאחר 20 אתרים

ניתן להיכנס לוויקס מרקט פלייס ולהעלות את המחירים. גם מי שלא הגיע אלינו דרך המרקט פלייס, ניתן לבקש מהלקוח שירשם לוויקס ויבקש אותנו לעבודה הספציפית וכך ניתן לעבות את הפורטפוליו בוויקס.

### במרקט פלייס

יש ליצור קשר ראשוני עם הלקוח. במידה ויש לקוח שלא הגיע דרך המרקט פלייס, בכדי לצבור נקודות ולקבל עוד לידים, לבקש מהלקוח שיבקש אותי במרקט פלייס לעשות עבורו את העבודה.

[וויקס - איך להפוך לשותף](#)

[וויקס - הטבות בתוכנית השותפים](#)

זכרו גם עזרה למישהו בחינם דרך קבוצות בפייסבוק והרשמה כאדמין באתר יאפשר לכם לקבל נקודות במערכת

שדרוג האתר האישי

לאחר שנעשתם מקצועיים יותר ויש יותר תוכן להציג. נוכל לתכנן נכון יותר את העבודות שאנו רוצים להציג, להיות ממוקדים יותר במה שאנו מציעים. התמקצעות מהירה דורשת מיקוד. לכן להפנות את הלקוח לאיש מיתוג, קוד וכל מה שאני לא בחרתי להתמקצע בו.

יצירת תכנים

לתת מידע בחינם לאנשים באחת הפלטפורמות שאנו מחליטים להתמקד בה ששם נמצא קהל היעד שלנו. בכדי להתבלט בין כל המתחרים אנו צריכים להבליט את עצמנו באופן יזום, להראות את הידע, המקצועיות ואותנו. שיווק מסוג זה יכול להפחית את הזמן שאנו צריכים להשקיע בשיווק הפעיל והשוטף שלנו בעבודה.

## איפה מוצאים לקוחות? 40:25

מעגל ראשון: משפחה, חברים, רשתות חברתיות, עמיתים לעבודה, בעלי עסקים שאנו לקוחות שלהם, המוכר במכולת

העלאת פוסט לרשתות חברתיות

צרו הזדהות עם הסיפור שלכם

הציעו הטבה משמעותית לפונים הראשונים

הבטיחו עבודה מקצועית ואחריות מלאה

אנשים אוהבים לעזור

3 הלקוחות הראשונים הם אנשי השיווק שלנו

המטרה להכפיל את תיק העבודות והניסיון שלנו

בקשו מהם להשוויץ באתר ולהפנות לכם לקוחות נוספים

בקשו מהם להפנות לקוחות נוספים

הציעו הטבה על כל לקוח שגיע דרכם

הזכירו להם אחרי שבועיים שוב בשיחה שאנו נבדוק שהכל כשורה והם מרוצים

בקשו המלצות והוסיפו לאתר שלכם

אני מציע לכל מי שאני מכיר 500 ₪ על אתר שסגרתי דרכו. ככה אני הופך את כולם לאנשי המכירות שלי. ואני

מתעקש לשלם, לא תאמינו כמה זה עובד.

לשלם על הפניות שת"פ!!!

אוקי יש התעניינות מהפוסט או דרך המלצה, איך מוכרים?

## שיחת מכירה 01:00:00

- מנהיגותו אמונה עצמית
- תהליך ברור מראה מקצועיות
- המובן מאליו אינו מובן מאליו
- ביטחון ואמון
- אותנטיות ועזרה אמיתית
- שימוש במושגים להוצאת המומחיות

- מדברים בזמן נוח לשנינו
- תהליך תשלום קל ללקוח
- להכיר את הבעיות של הלקוח ליצירת הזדהות
- לתת פתרונות מהירים
- לכבד את עצמנו והזמן שלנו
- לא לתת תחושה שאנחנו צריכים אותו אלה הוא צריך אותנו ואנחנו מוכנים לעזור
- אנחנו לא מוכרים אתר! אנחנו יוצרים אמון ומציעים יותר הכנסה וייעול לעסק

#### שיחה אישית

מוכרת יותר מהשיחה הטכנית. אנו לא מוכרים את האתר ולא באים לקחת את הכסף מהלקוח, אלא אנו מוכרים פתרונות, שירות ועזרה ללקוח. יש ליצור אינטימיות בשיחה.

#### מנהיגות, אמונה עצמית

לא להראות התלהבות יתרה, לא לשכוח שאנו גם מראיינים את הלקוח אם אנו מעוניינים לעבוד איתו. להכניס בשיחה סוגסטיות על עבודה משותפת

#### לתת ביטחון ואמון

הסברה מקצועית ובביטחון תוך כדי ירידה לפרטים על התהליך. הובלת הלקוח. המובן מאליו אינו מובן מאליו - לפרט לפרטים גם דברים פשוטים כגון: אני אעשה עבודה מקצועית וטובה, תודה על האמון. יש להפיג את חששות הלקוח.

#### שיחה בזמן נח ללקוח ולנו

לשאל אם זה זמן נח ומתי אפשר לדבר. לקבוע שעה, הזמן שלנו חשוב גם כן לכבד את עצמנו ואת הזמן שלנו - אני עסוק בפרויקטים נוספים, בוא נקבע יום ושעה ספציפית לזמן שאני מקדיש את זמני.

#### תשלום קל

בהצעת המחיר לשלוח לינק ולבקש מהלקוח שישלם. לאחר שליחת הצעת המחיר יש להמתין מספר שעות או יום ולוודא שהלקוח קיבל. לאחר שהלקוח קיבל להמתין כשבוע לבדוק.

#### להכיר את בעיות הלקוח ליצירת הזדהות

לעשות בדיקה מקדימה לפני ולתת פתרונות להגדלת רווחי העסק על ידי האתר שאני מציע לבנות לו. כלומר להבין מראש מה יתכן והחששות שלו ואילו הזדמנויות אני יכול לפתוח לו. אנחנו לא מוכרים אתר, אנו יוצרים אמון ומציעים יותר הכנסה וייעול לעסק. הלקוח צריך להבין אילו יתרונות עסקיים וטכניים הוא יקבל.

### טיפול בהתנגדויות 01:20:15

יש להסכים עם הלקוח באיזו שהיא צורה. לומר את המובן מאליו - "אתה בידיים טובות", "תודה על האמון", "אני אעשה אתר מקצועי" וכו'.

להפיג את חששות הלקוח - שהאתר לא יכסה את העלות, שהמחיר גבוה מידי, שהאתר לא יהיה כמו שהוא מצפה וכו'.

**וויקס לא עובד טוב ב-SEO**

אני מכיר את השמועה, היא לא נכונה, יש לי המון דוגמאות של אתרים מדהימים שהגיעו לדירוגים יפים ב-SEO. לתת הסבר מפורט על SEO ומה התהליך שאני עומד לעשות. שימוש במונחים מקצועיים.

למה לא וורדפרס?

שתיהן פלטפורמות מעולות. אך ישנם כמה הבדלים: התעסקות עם אפליקציות נוספות ועדכונים שוטפים של כל אפליקציה, אפליקציות שמפסיקות את פעילותן יכולות להשפיע על האתר, פרצות אבטחה מסוימות, מערכת אחורית יותר אינטואיטיבית

החניות של וויקס לא טובות

כמובן שבקדו ולחניות ענק יש פתרונות טובים יותר. הכל עניין של תקציב בהתאם לסל המוצרים לשך. אין מנוי חודשי, אין עמלות מכירה ויש תמיכה בעברית

אני לא צריך אתר, יש לי מספיק לקוחות

אני שמח שיש לך המון לקוחות, אך האתר יכול לשרת ולשמור על הלקוחות הקיימים ולגייס לקוחות חדשים. כדאי להשקיע את הרווחים בנראות ומיתוג העסק - "החלון ראוה של העסק", ועל ידי כך להעלות מחירים.

זה יקר

אני מבין, אך אני יכול לבנות לך אתר מהמם ונכון לעסק שלך שימשוך X לקוחות חדשים, או יגדיל מכירות, האתר יכסה את עצמו ויביא רווחים טובים יותר בעתיד. ניתן להציע אפשרויות פריסת תשלום

אני יכול לבנות לבד

בהחלט, אבל לא בטוח שזה יצא מקצועי. אני יודע לדבר בשפת עיצוב ולהניע באתר את הלקוח לפעולה, אני יודע לנהל SEO נכון יותר ואת חווית המשתמש של הלקוחות בצורה שתבטיח יותר לקוחות ומיתוג נכון יותר לעסק. אני בטוח שיש לך מספיק על הראש מאשר להתחיל ללמוד את כל הנושאים האלו, עדיף לך להשקיע בעסק. אם עדיין לא השתכנע - אם תצטרך עזרה תוכל לפנות אלי ברצון.

אני אחשוב על זה

אני מבין, כדאי לחשוב על זה. יש משהו ספציפי שאתה צריך לחשוב עליו? להבין מה מטריד את הלקוח ומדוע הוא לא סוגר עכשיו. לקבוע שיחה חוזרת

אני צריך להכין חומרים קודם - יתכן שזה אדם דחיין.

לעודד ולהיות שם בשבילו לעזור. לחייב אותו לתהליך. "קשה להכין חומרים אם עוד לא עברנו על האפיון, נוכל לקבוע שיחת אפיון, שעליה תוכל לשלם בנפרד אם זה יותר נח לך, ולאחר מכן יהיה לך הרבה יותר קל לאסוף את החומרים הממוקדים.

גישה אחרת - "אני מבין, זו החלטה קשה לבנות אתר ואתה לא יודעא אם יהיה לך את הזמן להתעסק אם זה ואולי אתה עדיין לא יודע מה בדיוק אתה מעוניין להציג שם ואיך ואם זה שווה את זה כלכלית, אך אני כאן בשבילך, אני כאן בכדי לעזור לך להבין מה אתה רוצה להציג באתר, באיזו דרך, איך להניע אנשים לפעולה בכדי שהאתר לא רק יכסה את ההשקעה אלא מעבר. בוא נתחיל את התהליך, סמוך עלי"

אחרי החגים  
"בוא נתחיל תהליך עכשיו, כיוון שבחגים יש לכם יותר זמן ותוכלו לאסוף ולשלוח את החומרים. ואז לאחר החגים תהיו מוכנים להתחיל התחלה חדשה".

לא לוותר מהר מידי - לקוחות תמיד יתנו תירוצים למה לא, התמדה עוזרת.

### בחירת סוג הלקוח 01:35:00

ידע מוקדם על הלקוח מאפשר מכירה קלה יותר  
מיקוד הוא מה שעושה את ההבדל מבחינת הזמן שאנו מקדישים בעסק שלנו.  
במידה ויש לכם ניסיון בתחום מסויים, למשל ביטוח, או הוראה, יהיה יותר קל לפנות לאנשים האלו, לדבר בשפה שלהם ולמצוא אותם.

- לדעת כמה כסף יש לו להשקיע (גודל חברה, גיל, תחום עיסוק וכו')
- מה הבעיות בתחום שלו
- להציע לו רעיונות מוכנים מראש
- להראות דוגמאות דומות
- להראות תהליך עבודה מוכח
- לתת ערך מוסף מול בוני אתרים אחרים שלא התמקצעו בתחום

### ייעול תהליך של עבודה: 01:38:15

- שירות לקוחות
- מכירה
- הצעת מחיר
- סגירה
- אפיון
- דרישת חומרים
- עיצוב
- דף בית
- מובייל
- הקמת SEO
- העברת האתר ללקוח
- הדרכה
- ללמוד מטעויות: האם התהליך לקח יותר מידי זמן

### תהליך הייעול

- לאחר היכרות עם הלקוח יודעים מה הכי מתאים
- למדו מהטעויות שעשיתם עם אחרים
- שיפור הצעת המחיר והתאימו אותה ללקוח: חנות, פורטפוליו, תדמית, סוג הלקוח והדרישות המיוחדות שלו.
- שפרו הסכם העבודה
- שיפור תהליך האפיון - ככל שהדברים ברורים מראש, זה יחסך המון זמן ואנרגיה



- שיפור תהליך קבלת המשוב - בשלב זה יש להסביר ללקוח שאם התהליך מתעכב אני ממשיך לפרוייקטים אחרים ותהליך בניית האתר יתעכב.
- שיפור תהליך העיצוב (כמו באפיון, תשאול נכון לפני התהליך יקל מאוד את זמן העיצוב)
- שיפור זמנים בהשלמת הפרוייקט (אמור להיות כ- 3 שבועות)

### יש להימנע מלקוחות ש:

- מציגים את העבודה כפשוטה
- לא מגיעים בזמן לפגישה או שוכחים
- מתעכבים עם התשלום
- היו להם סכסוכים עם ספקים קודמים
- נשמעים לא רציניים בשיחה

### כמה לבקש? 31:25

- אתרי תדמית 5 עד 10 עמודים: 3500 - 7000 ש"ח
- אתרי חנות 5 עד 10 עמודים: 5000 - 12000 ש"ח
- אתרים מורכבים מרובי דפים עם קוד: 20000 - 150000 ש"ח
- תלוי בניסיון, גודל הפרוייקט ורמת דחיפות

### שעורי בית

בנו הצעת מחיר  
התאמנו על שיחת מכירה

### שאלות 02:03:45

איך יודעים באיזו פלטפורמה האתר שאנו גולשים בו נבנה? תוספים או 12F בכרום  
הכנסת קרדיט לעצמנו באתר שבנינו (כדאי לעשות גילוי נאות ללקוח ולשים את הלינק במידה ואנו רוצים)

### לינקים שימושיים

[בלוג פרטנרים](#)

[תהליך עבודה עם לקוחות](#)

[ערוץ היוטיוב של וויקס](#)

[עדכונים של וויקס](#)

# שיעור 10 - המשך שלבים בניהול

## העסק

### הצעת מחיר

לאחר שבנינו ארון עם הלקוח לאחר השיחה הראשונית נשלח לו הצעת מחיר שבה מוצג מה הוא מקבל ובה נוכל להראות את המקצועיות שלנו, לכן חשוב שזה יהיה מרשים, סוג של כרטיס ביקור נוסף. המלצת המחיר מראה את המקצועיות והרצינות שלנו. אפשר להוסיף המלצה עלי בהצעת המחיר. לא להראות התלהבות יתרה בשליחת הצעת המחיר.

- לעבות אך לא להלאות.
- אפשר להשתמש בפונטים ייחודיים
- שימוש במשפטי מכירה
- לחלק לשלבים:
- מחקר
- גיבוש סיפור המותג
- דטה בייס
- SEO
- מובייל
- הדרכה
- תהליך העבודה
- תמחור

הצעת המחיר היא גם חוזה להוסיף שם, תאריך וחתימה, אפשר דיגיטליים או אישור בכתב בווטסאפ. מומלץ שיהיה שם גם לינק לתשלום

שורת מחיר אחת ברורה לא לתמחר כל דבר בנפרד תנאי תשלום ברורים תחילת עבודה רק לאחר התשלום

מספר מוגבל של שינויים בעיצוב

לאחר מיצוי סבבי השינוי (לדוג' 3), כל שינוי נוסף בתוספת תשלום

עבודה מול אנשי מקצוע חיצוניים  
במידה והשרות כלול בהצעת מחיר שלנו (לוגו, קוד וכו') אנחנו מתנהלים מול הלקוח ואנחנו אחראיים.  
כשאין לנו יותר מידי הבנה בנושא - רצוי להפנות את הלקוח ישירות לספק ולקבל אחוזים.

### שת"פ 39:20

יש אנשים שכבר יש להם מאגר לקוחות  
עכשיו שיש לכם כבר תיק עבודות חפשו בעלי עסקים שנותנים שירות לעסקים חדשים ותציעו להם שיתוף פעולה  
ששני הצדדים מרוויחים בו

איפה נמצאים הלקוחות שלכם? חפשו בעלי קהילה, כנסים, מנהלים, משפיענים שיש להם גישה ישירה לפרופיל  
לקוח שלכם והציעו להם שת"פ

הציגו את העבודות שלכם ברשת  
בחרו פלטפורמה אחת שבה רוב הלקוחות שלכם נמצאים והשקיעו בה בלבד. לא להתפזר.

### מרקט פלייס 45:15

ניתן לעשות אוטומציה למענה לקוח  
הצטרפות בחינם  
איך לעבוד את את האתרים בוויקס (להיות אדמין על אתרים של חברים) 01:00:15  
קביעת אילו אתרים יופיעו במרקט פלייס  
ברגע שהאתר מפסיק לשלם פרימיום אנו מפסידים את הנקודות

### כיצד קובעים את המחיר? 01:05:15

מחיר השוק  
כמה אנו מעריכים את עצמנו זהו הפקטור המשמעותי ביותר בקביעת המחיר  
לא לנחש כמה כסף יש ללקוח  
תשלום סופי לפני מסירת האתר  
רובריקת מחיר לעבודה לאחר מסירת האתר  
תורת המחיר תלויה מאוד על איך אנו עוטפים את הדברים

### הוספת ערוצים לשיווק 01:08:55

לפעמים הכוח נמצא בהתמקדות ערוץ אחד או שניים שאנו טובים בהם

- ממומן
- סרטונים
- קהילות
- ניוזלטר
- מרקט פלייס

- עוד שת"פים
- בלוג
- עזרה בקבוצות
- יח"צ

### שיפור קשרי לקוחות 01:25:00

- שליחת חג שמח
- טלפון אישי
- מבצע מיוחד לשדרוג אתר או יצירת דף נחיתה
- הצעת הדרכה חדשה
- שיפור נגישות
- יצירת סרטון או פיצ'ר נחמד חדש לאתר
- מבצע תחזוקת אתר
- רענון אתר ישן (בין 3-5 שנים)
- כלים שיווקים
- המלצה על איש מקצוע וקבלת אחוזים

### סיפורי הצלחה 01:35:30

#### התפתחות ולמידה

- להקדיש זמן לפיתוח העסק
- לקרוא על חידושים
- לראות וובינרים בתחום
- ללמוד מעסקים אחרים
- לדבר עם קולגות
- זמן מוגדר לשיווק
- סיעור מוחות לשיפור
- שיפור אוטומציות בעסק
- מייל אוטומטי במרקט פלייס

### שאלות 02:08:30

כמה לשלם/לקבל על הפניה מספק חיצוני - תלוי במחיר העבודה. לפעמים כדאי לנו לעבוד באחוזים או במחיר אחיד.

מה אדם עשה לפני שהוא בנה אתרים??

#### שעורי בית

בנו הצעת מחיר  
התאמנו על שיחת מכירה

חפשו שת"פ

## לינקים שימושיים

[הצעת מחיר לדוגמה](#)

[וויקס פרטנרס](#)

[וויקס בלוג פרטנר](#)

[תהליך עבודה עם לקוחות](#)

[ערוץ היוטיוב של וויקס](#)

[עדכונים של וויקס](#)

[ערוץ היוטיוב של עדי ליניאל](#)

[האתר של של מלכת הקוד](#)

[AWAKEN סטודיו](#)

# שיעור 11 - Data Base בסיס

## נתונים

### שאלות

שימוש מסחרי בתמונות באתר? יש להפנות את הלקוח לבדוק מול בעל התמונה ישירות האם אפשר לשנות את הודעת שגיאה בטפסים? (כרגע לא)  
איך לטפל בלקוח המתעכב בתשלום? לומר בעדינות אך בתקיפות לעניין התשלום, לדוגמה "לאחר הטיפול בתשלום נקבע פגישה"

### מה זה דטה בייס?

במילים פשוטות - דטה בייס זה טבלה המכילה נתונים.

הנתונים יכולים להיות מכל מיני סוגים:

טקסט, מספר, בוליאני, טקסט עשיר, תוכן עשיר, תאריך, תמונה, גלריה, וידאו כתובת ועוד

הטבלאות יכולות לתקשר ביניהם ואנחנו יכולים להציג את הנתונים בקולקציות או בדפים דינמיים ולהציג מידע לפי פילטר או מיון. קצת כמו חנות ודף מוצר.

### מהי קולקציה?

קולקציה בעצם מראה לנו חלק מכל הטבלה ומקושרת לדף דינמי שיציג לנו עוד נתונים מאותה שורה בטבלה.

לדוגמה אלה המוצרים שיש בחנות - קולקציה

לחיצה על מוצר תיקח אותנו לדף המוצר - דף דינמי ותיתן לנו עוד נתונים על פריט ספציפי בטבלה.

### מהו דף דינמי?

זה דף שמעצבים אותו פעם אחת והתוכן שבו משתנה בהתאם לשורה בטבלה

כל האלמנטים מקושרים לעמודה בטבלה בנפרד

### מה זה דאטה סט?

זה הגורם המקשר בין הטבלה לאלמנטים באתר

איתו אפשר למיין לפלטר ולהחליט כמה אלמנטים להציג מהקולקציה  
אם משתמשים בקוד לא צריך אותו

### מתי כדאי להשתמש בדאטה בייס?

- שיש המון דפים באתר שחוזרים על עצמם
- שרוצים להציג דוחות ולחפש נתונים
- שרוצים שיהיה קל לייצר דפים חדשים באתר בלי לבנות או לשכפל דף
- שרוצים לעשות דברים שדורשים קוד . כמו להציג נתונים מסוימים לפי הרשאות
- שרוצים לייעל ולהקל על העבודה
- שרוצים עיצוב שונה לכל דף פריט

מתי לא?

- שאין הרבה דפים
- שלא צפוי להוסיף דפים בעתיד והאתר הוא סטטי
- שרוצים עיצוב שונה לכל דף פריט

### הקמת דטה בייס 44:40

תפריט שמאלי - CONTENT MANAGER

הקמה עם פריסט

חיבור אלמנט שהוספנו לדף דינאמי לשורה חדשה בטבלה **01:06:20**

איך מסדרים את האלמנטים שעולים אחד על השני ועדיין לשמור על מרחק אחיד בכל הדפים? **01:07:20**  
(הוספת וקטור ארט, הצמדה שלו דרך החץ העליון לאלמנט שמעליו ולהצמיד שוב את הטקסט/אלמנט שהוספנו לוקטור ארט)

הקמת דטה בייס ללא פריסט **01:12:00**

[Content Manager: הצגת תוכן ב-Repeater](#)

### שימוש ב-DATASET

**01:25:30**

הוספת פילטרים

הוספה של דף דינאמי ללא שימוש בפריסט

**01:31:45**

בתפריט הדפים <- COLLECTION

לחיצה על ה-3 נקודות <- ADD DYNAMIC LIST PAGE

הוספת גלריה כדף קטלוג בכל דף שנרצה **01:59:40**

## שאלות 02:03:40

למה להוסיף 2 דאטה סטים באותו עמוד? בכדי להשתמש ב2 פילטרים שונים לכל ריפטר  
הוספת פילטר דרופדאון 02:13:45

## שעורי בית

בנו דטה בייס  
גם מפריסט  
וגם לבד

## לינקים שימושיים

[מרכז העזרה של וויקס - content manager יצירת אוסף](#)

[מרכז העזרה של וויקס - content manager](#)

[מרכז העזרה של וויקס - dataset](#)

[מרכז העזרה של וויקס מנהל התוכן: הוספה והגדרה של מערך נתונים](#)

[מרכז העזרה של וויקס יצירת עמוד אינדקס לעמודים הדינמיים שלכם](#)

[מרכז העזרה של וויקס הצגת תוכן מבסיס נתונים בעמודים רגילים](#)

[מרכז העזרה של וויקס](#)



# שיעור 12 - דשבורד, לייט בוקס

## ושאלות

### מנטליות בעבודה

#### איזון

למצוא את האיזון בין שיפור תמידי בעיצוב האתר (כי תמיד נוכל לשפר) לבין סיום פרויקטים והעברה ללקוח.

#### קבלת פידבקים

לפעמים כשאנו מקבלים הערות מלקוח על עיצוב שאנו חושבים שהוא נראה ממש טוב והלקוח לא אוהב, או שלאחר עבודה של שעתיים על אזור מסוים הלקוח לא אהב את התוצאה ואין לנו רעיונות אחרים. יש לזכור כי התחייבנו ל3 שינויים בעיצוב, לכן מראש לבוא מוכנים לכך. קבלו הערות בצורה בונה, איפה הביקורת נכונה, והיכן אני יכול לשפר את עצמי.

אם הלקוח נותן הערות כלליות, לגבי תחושה, צבעים, פונטים - אפשר לעבוד עם זה אך אם הלקוח נכנס לפרטים ולתיקונים אינסופיים לגבי אלמנטים ספציפיים יש להסביר ללקוח שאנו נעבוד רק עם קווים מנחים כלליים. אנחנו לא רוצים לסתום ללקוח שלנו את הפה, אך יש להסביר לו לעיתים שהוא צריך לסמוך עלינו. בכל אופן, לא לקחת את ההערות באופן אישי, נהיה שכלתניים, לא נחשוב שאנחנו לא טובים או מחשבות שלא יקדמו אותנו. זה חלק מהתהליך ונמשיך קדימה.

#### מכירה בעיצוב

כמעצבים, אנחנו אוטוריטה לגבי מה יפה, מה עובד באתר, כיצד להניע אנשים לפעולה באתר וכו', לכן אנו רוצים ליצור מצב שגם אנחנו מרוצים וגם הלקוח. לכן אנו צריכים למכור את העיצוב שבנינו. דרכים לעשות את זה - כשאנו שולחים את הקישור לדף הבית "מצורף קישור לדף הבית בדסקטופ בלבד, יצא עיצוב יפה ואלגנטי כמו שרצית", "יצא מהמם, הצבעים שבחרנו משתלבים באלגנטיות" וכו'. נכין את הלקוח לתחושה חיובית. נוכל גם "לוותר" על חלקים בעיצוב שהלקוח מתעקש עליהם, בתנאי להבנה של הלקוח לגבי אזור אחר שחשוב לנו יותר. כדאי לומר ללקוח גם להסתכל על הדברים בזמן אחר, שיסתכל על זה בעין שונה.

## מנוחה בזמן עיצוב

כמו שהלקוח צריך לתת לעין מנוחה ולבדוק את הדברים בזמן שונה, קל וחומר אנחנו. בזמן שאנו עובדים על האתר שעות ברצף, העין כבר רגילה לדברים וקשה לנו לראות את הדברים בעין אחרת, בסך הכל זה תהליך יצירתי, לכן כדאי מאוד לנוח ולהסתכל על זה בעין אחרת יום למחרת.

## להרוס ולבנות מחדש

לעיתים, הכי נכון לעיצוב זה להתחיל מחדש. קורה שאנו מתחילים עם רעיון וממשיכים איתו אך בפועל הרעיון הוא טוב בראש, פחות במציאות, הבעיה היא שהתהליך הזה יכול לקחת שעות בין הרעיון שהיה לנו בראש לבין ההבנה שהרעיון פשוט לא מתאים. היכולת להתחיל שוב את העיצוב ולבוא עם רעיון מחדש זה כח גדול ומשמעותי. אם עבדנו כבר שעות על האתר ואנחנו מבינים שאנו צריכים להתחיל מחדש, קחו הפסקה, תתחילו מחר שוב. זה חלק מהתהליך, זה מקדם ומלמד. עם הזמן נעשה פחות טעויות. אבל היכולת להתחיל מחדש חשובה מאוד בתהליך היצירתי. אל תיקשרו לשעות שעבדתם על העיצוב.

## אפיון ושיחת עיצוב כשלב מקדים למנוע פידבקים מיותרים

ככל שהאפיון מדויק יותר ונוכל להסכים עם הלקוח מראש על הדברים. כך הלקוח לא יבקש להוריד חלקים, לשנות חלקים שיתכן שנצטרך לעצב מחדש את כל העמוד מבחינה עיצובית.

## שחיקה

עם הזמן יהיה עומס בעבודה ובחיים - צריך לדעת מה הגבולות שלנו, לקחת אוויר לנשימה. להעמיס על עצמנו פוגעת בעיצוב ובמקצועיות שלנו וכן יכולה לפגוע במוטיבציה שלנו - "אני לא מספיק טוב", "זה לא בשבילי" וכו'.

## חיבור דומיין לשרתים של וויקס 28:05

מה זה DNS? בעצם כתובת שאנחנו רוצים לחבר לשרת (כמו מחשב מאוד גדול), כשיש לנו דומיין (כתובת) אנו רוצים לומר לו מאיפה לשלוף את כל המידע, לכן אנו רוצים לחבר אותו לשרתים של וויקס. כשאנו קונים תוכנית פרמיום, וויקס ישאל אם נרצה לקנות דומיין מוויקס או לחבר לדומיין חיצוני. וויקס ידריך אותנו כיצד לחבר את הדומיין לשרתים של וויקס.

### [מרכז העזרה של וויקס חיבור דומיין לשרתים של וויקס](#)

בסוף התהליך נרצה לעדכן את כתובת השרת שוויקס מראה לנו על פי ההוראות.

בדרך כלל, אנו נשלח את דף ההסבר בוויקס בכדי שיחבר את הדומיין בלבד. אם הלקוח מאותגר טכנולוגית, נוכל לעזור לו. לוקח לרוב עד 48 שעות.

## שינוי הפביקון והגדרות סושייל מדיה 33:20

פביקון (Favicon) הוא אייקון קטן המופיע על הטאב בדפדפן. זו דרך מעולה לגרום לגולשים לזהות את המותג שלכם (ניתן לשנות רק בפרמיום).

### [מרכז העזרה של וויקס שינוי פביקון](#)

שימו לב כי התמונה היא ריבוע, לכן יש ליצור לוגו ביחס ריבועי לפני ההעלאה.

בכל דף נוכל לשנות את תמונת הסושייל באופן ספציפי: תפריט דפי- < 3 נקודות-> SEO-< סושיאל

### **דשבורד 39:00**

ככל שאנו נכיר מה יכולות הלקוח לעשות עם האתר, כך נוכל להגדיל את המכירות ולהציע פתרונות ייעודיים ללקוח וכך נוכל גם להגדיל את מחיר ההקמה.

[מרכז העזרה של וויקס - דשבורד](#)

### **Contacts**

בעצם דטה בייס של הלקוחות, ניתן לתייג לפי קטגוריות, רשימת דיוור, להשתמש במערכת הזו כCRM לכל דבר וכן כמערכת לידיים.

ניתן לייבא רשימות אנשי קשר בקובץ CSV

### **Site members**

לקוחות שנרשמו לאתר. נוכל לנהל את החברים, ההרשאות וכדומה.

### **Communication**

שם נמצאים כל השיחות עם הלקוחות שפנו אלינו דרך האתר

### **Automation**

שליחת מיילים אוטומטיים מעוצבים לאחר מילוי טופס, הרשמה.

שליחת תזכורות תשלום

[Wix Automations](#)

### **Marketing integration**

חיבור לגוגל אנליטיקס, פייסבוק פיקסל ועוד

### **Payments**

דוחות של לקוחות ותשלומים, מעולה לחנויות.

פיילינקס - קישור שבעזרתו ניתן לשלם

ניתן לשלוח חשבוניות דרך וויקס (בישראל לא קבילות), נוכל לחבר את החשבון לחברה של חשבוניות דיגיטליות.

מפנים את הלקוח להיכנס לספק החשבוניות שלו ולחבר את החשבוניות לאתר של וויקס.

### **Settings ->accept payments**

להנחות את הלקוח לשייך את אפשרויות התשלום הרלוונטיות שלו לאתר.

## Content Manager

כל הדטה בייס שיש באתר.  
יש לוודא בהגדרות של טופס יצירת קשר שנוצר דטה בייס. כך נוכל לפלג את הלקוחות לפי קטגוריות ולפנות בהתאם לקבוצה.  
מומלץ לתת שמות לטפסים

פיצ'רים נוספים  
אימייל מרקטינג, ניהול מודעות פייסבוק ואינסטגרם מתוך הדשבורד, יצירת לוגו, הגדרות קוקיס, הגדרות תפקיד לחברי האתר ועוד

## אפליקציות ניהול במובייל 01:33:25

### [ויקס owner](#)

אפליקציית **Wix Owner** מאפשרת לכם ליצור, לנהל ולפתח את העסק שלכם מכל מקום דרך הנייד. עם אפליקציית **Wix Owner** אתם יכולים להראות מה העסק שלכם מציע ולתקשר ישירות עם חברי האתר. מהאפליקציה, אפשר לעצב את הנראות של אפליקציית חברי האתר שלכם, עם עריכה של הצבעים והלוגו של המותג שלכם והוספת מדיה שתמשוך את תשומת הלב שלהם. מאפשר להעלות בלוגים, להוסיף אירועים ולנהל את החנות הכל ישירות מהנייד וכן לנהל את כל המערכת האחורית מכל מקום עם הנייד.

ניתן גם ליצור אפליקציה לאתר דרך וויקס

[אפליקציות מובייל ללקוחות](#)

לא לשכוח לשנות את השפה והאזור לפי האזור של הלקוח והמטבע הרלוונטי

נהלו את העסק נכון - הקדישו זמן קבוע לפיתוח העסק ולמידה, ניהול הלקוחות ועיצוב בפועל.

## פופ-אפ Lightbox

01:16:20

הוסיפו חלונית קופצת (לייטבוקס) כדי למשוך את תשומת הלב של הגולשים ולהציג הודעות ומידע חשוב. אתם יכולים להוסיף אלמנטים לחלונית הלייטבוקס, להחליט מתי היא תופעל ואפילו לבחור איך הגולשים יסגרו אותה.

[הוספה והגדרה של לייטבוקס](#)

לעבוד מסודר ולקרוא לו בשם המתאים

ניתן להגדיר רק פופ אפ אחד שקופץ אוטומטית בכל דף

נבטל את האופציה של הגולש באתר ליציאה מהלייטבוקס במקרים בו נרצה שהלקוח ימלא טופס לפני היציאה

TABS 01:27:00

טאבים הם קונטיינרים שאפשר לחלק לצגים נפרדים. אתם יכולים להוסיף תוכן שונה לכל פריט בטאב, והגולשים יכולים להקליק על הטאבים כדי למצוא את מה שהם צריכים. השתמשו באלמנט ה-Tabs כדי להציג מגוון רחב של מידע ולהקל על הגולשים לגשת לחדשות ולתוכן של המותג שלכם.

נוכל להשתמש בזה כשיש הרבה טקסט ונרצה לחלק אותו לחלקים יכול להיות שבנייד זה לא יראה טוב, במיוחד אם יש הרבה טאבים

## נגישות 01:36:15

[יצירת אתר נגיש](#)

[הנגשת האתר - וויקס](#)

### [Checklist for Improving Your Site's Accessibility](#)

[נגישות: הכנת המבנה של האתר](#)

[שימוש באשף הנגישות של וויקס](#)

חשוב לצרף הצהרת נגישות באתר (הלקוח מספק דרך עורך דין, משתנה אם העסק פיזי או רק דיגיטלי)

- עיצוב נקי ונעים
- לא לשים טקסטים על רקע מטושטש
- פונטים ברורים וקריאים
- לא יותר מידי הבהובים
- ניגודיות בין הטקסט לרקע
- לתת שמות לתמונות
- סידור של כותרות לפי הסדר H1, H2, H3 וכו'

אפשר להוסיף תוסף נגישות (לא חובה ולא פוטר מאחריות)

[ENABLE](#)

להטמעה יש להנחות את הלקוח לגשת בדשבורד:

SETTINGS-> CUSTOM CODE

## שלבי העברה האתר ללקוח 01:48:45

אחרי עיצוב המובייל וה-SEO

בקרת איכות

עוברים על כל הכפתורים באתר לבדוק שהם תקינים, אין לינקים שבורים, הכל מיושר נכון, הלוגו מקושר וכדומה.

**change owner**

(רק לאחר שהלקוח יצר חשבון בוויקס) קליק ימני על האתר ב- Change owner -> MY SITE הכנסת האימייל שלו, להשאיר אותנו כאדמין.

פעולות הלקוח

יצירת חשבון בוויקס

רכישת תוכנית פרמיום רלוונטית שנאמר לו  
אם יש לו אתר אחר בוויקס שמקושר לפרמיום, ניתן להעביר את הפרמיום לאתר החדש. Account settings-  
>premium subscription  
אם יש לו דומיין משלו - להנחות אותו כיצד להעביר כמו שהסברנו למעלה  
אם אין לו - מנחים אותו לקנות ולהעביר  
התחברות הלקוח  
הכנסת פרטי קבלת תשלום אם רלוונטי  
הדרכה על הדשבורד

## שאלות 02:07:45

בשדרוג אתר יש לומר ללקוח שזה בניית האתר מחדש  
במקרים מסויימים אם אין אפשרות, ניתן להשאיר על אותו האתר אם הוא בוויקס ואחר כך להעתיק סקשנים,  
מלבד גלריות וטפסים שצריך ליצור מחדש, את הטבלאות ניתן לייצא ולייבא.  
איך מעבירים אתר וורפרס לוויקס? צריך לבנות מחדש. את הבלוג נוכל להעביר אוטומטית כמו שלמדנו בבלוגים.  
כשיוצרים מספר תמונות/איור עם טקסט לשים לב שהכל מיושר באופן אחיד לפני שמעלים לוויקס  
גלריה היא יותר רספונסיבית מסטריפ שבו יש אזורי חיתוך, גם אם עשינו סטרץ' לסטריפ.  
דף נחיתה הוא אתר לכל דבר מבחינת דומיין ואחסון - רק שהוא דף אחד בלבד.

## לינקים שימושיים

[מרכז העזרה של וויקס חיבור דומיין לשרתים של וויקס](#)

[מרכז העזרה של וויקס שינוי פביקון](#)

[מרכז העזרה של וויקס - דשבורד](#)

[Wix Automations](#)

[וויקס owner](#)

[אפליקציות מובייל ללקוחות](#)

[הוספה והגדרה של לייטבוקס](#)

[יצירת אתר נגיש](#)

[הנגשת האתר - וויקס](#)

[Checklist for Improving Your Site's Accessibility](#)

[נגישות: הכנת המבנה של האתר](#)

[שימוש באשף הנגישות של וויקס](#)

[ENABLE](#)

[מאמר בנושא נגישות באתרים בישראל](#)