



HUMANZ

דו"ח המשפיענים ויוצרי התוכן של יומנז  
ישראל - 2022

# BE WORTH FOLLOWING

מעוניינים לדעת היכן שיתופי הפעולה שיצרת עם משפיענים ויוצרי תוכן עומדים מול יוצרים ומותגים אחרים? הגעתם למקום הנכון! המדדים שתמצאו בדו"ח זה הופקו ע"י ניתוח נתונים מאלפי שיתופי פעולה עם יוצרי תוכן שנערכו בין ה-1 בינואר 2021 ל-31 בדצמבר באמצעות הפלטפורמה של HUMANZ.

אנחנו לא הראשונים שאומרים את זה, אבל דאטה=כוח, ובעזרתו ניתן להסיק מסקנות רבות, אך חשוב לזכור שכשמדברים על שיווק משפיענים, המרכיב האנושי חשוב במידה שווה אם לא יותר כשמדובר בהצלחה של הקמפיינים והמטרות שהצבתם.

שינוי עדין שהתחיל ב-2021 היה המעבר משימוש במילה "משפיענים" ל"יוצרים". אנחנו אוהבים את השינוי הזה ומאמינים שהוא משקף הרבה יותר טוב את האופן שבו משווקים צריכים לגשת לשיתופי פעולה פוטנציאליים.

תוכן איכותי בתוך שותפות אותנטית ושקופה מהדהד הרבה יותר ומתפקד טוב יותר בטווח הארוך. חיפוש ושיתוף פעולה עם היוצרים הנכונים יעזור לכם להשיג הבנה טובה יותר של קהל היעד ולתכנים שהוא מצפה, וע"י כך להפיק ולפרסם תכנים שמרגישים אותנטיים יותר שיעזרו לבנות אמון למותג. אנו מזמינים אתכם לקרוא את הדו"ח שהפקנו, להסיק את המסקנות המתאימות לאסטרטגיית השיווק שלכם, ולזכור שאנחנו כאן בשבילכם לכל שאלה נוספת.



באהבה,  
צוות HUMANZ



# קמפיינים שיווקיים עם משפיענים

במבט על, איך עולמות יוצרי התוכן נראו בשנת 2021?

מותגים משתמשים בממוצע ב-

7

יוצרי תוכן בכל קמפיין

אחוז המעורבות הממוצע הוא

3.5%

לפוסט בכל קמפיין

מותגים מוציאים בממוצע

₪ 83.26

לאלף חשיפות (CPM) לכל קמפיין

עלות המעורבות (CPE) הממוצעת היא

₪ 5.42

עבור המותגים לכל הקמפיין

אם אתם סקרנים לדעת,  
CPM הוא מחיר  
לאלף חשיפות  
ו-CPE הוא העלות  
לפעולת מעורבות.

# היכן מותגים משיקים את הקמפינים שלהם?

INSTAGRAM	90%
TIKTOK	15%
YOUTUBE	3%
TWITTER	2%

חלק מהקמפינים עלו באינסטגרם ובטיקטוק במקביל ולכן הסכום הכולל לא מסתכם ב-100%



אינסטגרם ממשיכה לארח את מרבית הקמפינים בישראל

## TikTok

יוצרי התוכן בטיקטוק נהנו מהגידול הגדול ביותר בהכנסות במהלך 2021

8% → 15%

מההוצאות על יוצרי תוכן בישראל

## YouTube

באופן מפתיע, יוטיוב, שנותרה אפקטיבית ביותר ומספקת למוטגים ערך רב לטווח הארוך, תופסת רק

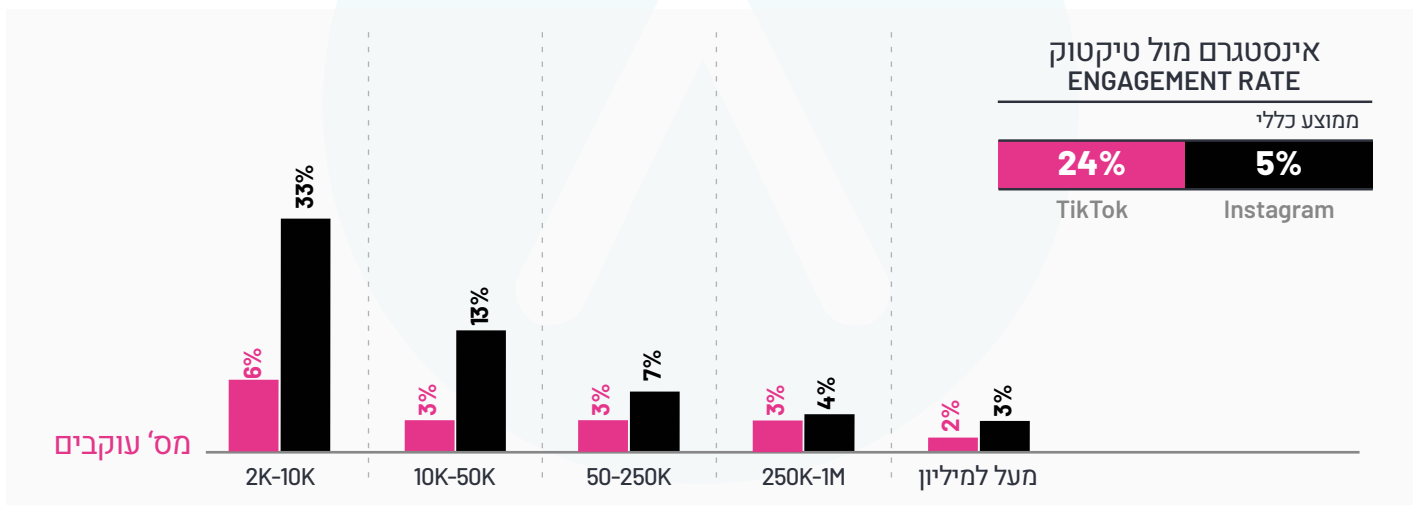
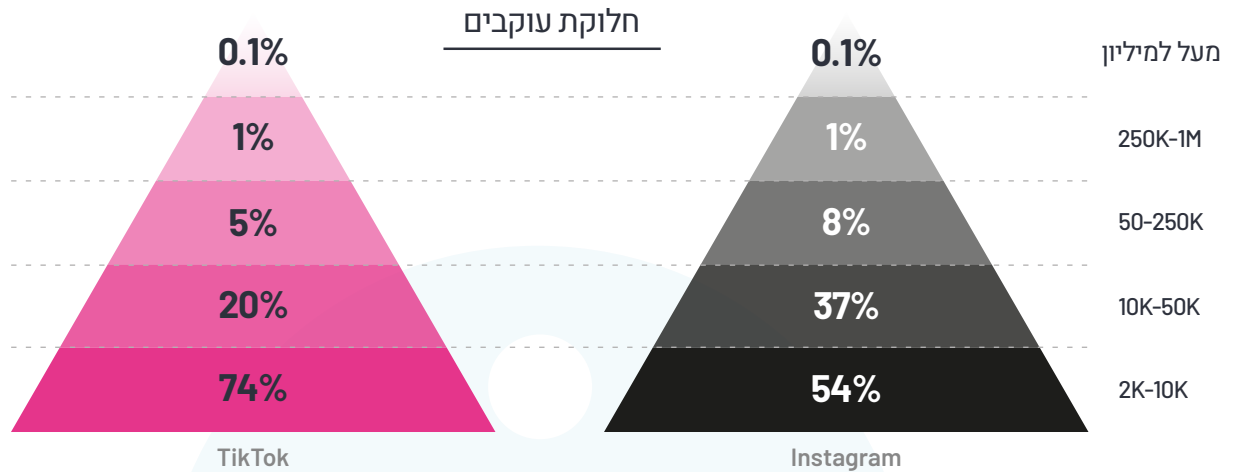
3%

מההוצאות על יוצרי תוכן בישראל

# התחרות המושלמת

## TikTok vs Instagram

למרות שאינסטגרם עוקפת את טיקטוק כשמדובר במספר הקמפיינים, יוצרי התוכן בטיקטוק מובילים בכל הנוגע למעורבות וניתן לראות שב-2021 הם נהנו מצמיחה תלת ספרתית במעורבות.



## TikTok

ליוצרים בטיקטוק מעורבות כוללת גבוהה יותר בהשוואה לאינסטגרם

אותו הדבר נכון לגבי טיקטוק

## TikTok

אבל מותגים עדיין יכולים להניב מעורבות  
בריאה בטווח של 10-50 אלף עוקבים

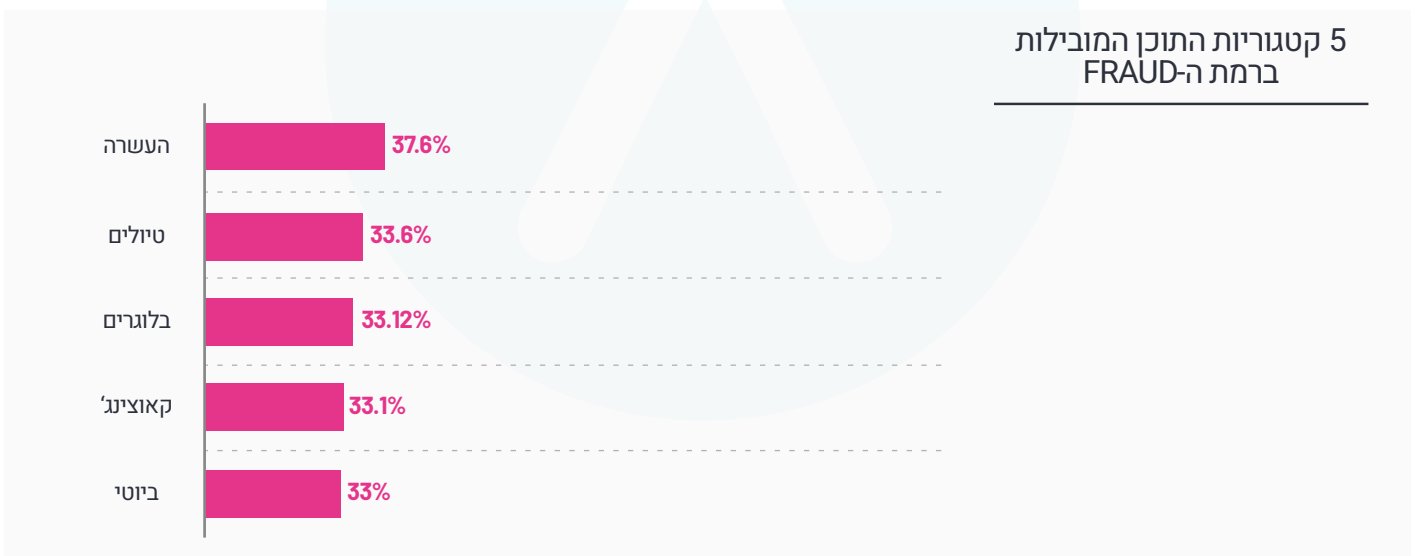
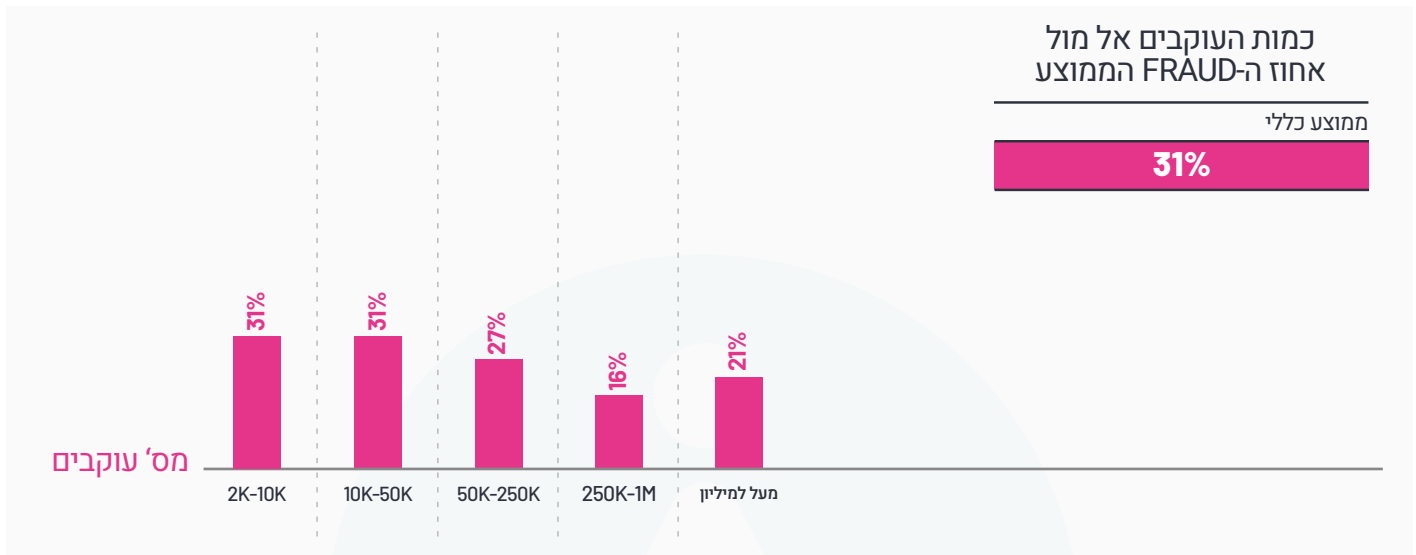
אם אתם מחפשים יותר מעורבות באינסטגרם



בחרו משפיענים עם 2,000-10,000 עוקבים

# הצד האפל של אינסטגרם, והפתרון

עם השנים, אנחנו רואים יותר ויותר מקרי FRAUD ברשתות החברתיות, ולכן היה חשוב לנו לספק לכם מידע אמין אודות יוצרי התוכן באינסטגרם בישראל, כדי שתוכלו לדעת ממה להישמר. להלן שיעורי ההונאה הממוצעים לכל מספר עוקבים ולכל קטגוריה:



שיעור ההונאות מתחיל לרדת כשיוצר התוכן מגיע ל-50 אלף עוקבים

ליוצרי תוכן עם מס' נמוך של עוקבים יש יותר תמריץ לבצע FRAUD על מנת "לנפח" את המספרים ולמשוך משווקים לבחור בהם לקמפיינים

טיפ למקצוענים: לפני שאתם מתחילים פעילות כלשהי עם יוצרי תוכן ומשפיענים, השתמשו בפלטפורמה של HUMANZ על מנת לבחון את מס' העוקבים הפקטיביים שלהם ופרמטרים נוספים.

# מעורבות ממוצעות באינסטגרם על פי קטגוריה

ENGAGEMENT RATE ממוצע	מס' יוצרים	קטגוריה
4%	4935	Lifestyle
4%	4613	כושר גופני
4%	4604	אופנה
4%	3197	טיפוח
4%	1780	צילום
4%	1697	חיי לילה
4%	1403	טיולים
3%	1334	אוכל
4%	1325	מוזיקה
4%	1308	בריאות
3%	1204	בלוגרים
5%	881	ספורט
3%	872	אימהות
4%	822	אומנות
3%	791	משפחה
3%	743	בעלי עסקים
3%	560	פיננסים
4%	554	הומור
4%	408	בישול
4%	366	קואוצ'ינג
4%	217	טכנולוגיה
3%	212	ספרים
3%	203	טבעונות
5%	168	חיות מחמד
4%	150	חיילים
3%	111	חדשות
7%	73	גיימינג
5%	71	צמחונות
4%	36	חינוך
5%	26	שיפוץ הבית

# תוכן ומעורבות לפי קטגוריה

גיימינג, ספורט ובעלי חיים  
הן הקטגוריות המובילות בישראל  
כשמדברים על אחוז מעורבות כללי

מבחינת כמות יוצרי התוכן, אפשר לראות  
שעולמות ה-Lifestyle, כושר גופני ואופנה  
מובילים בפער משמעותי!

## האשטאגים ותיוגים

יוצרי התוכן בישראל היו עסוקים מאוד שנה שעברה, ריכזנו עבורכם את 25 האשטאגים  
והתיוגים המובילים לשנת 2021, בקמפיינים ממומנים ולא ממומנים.

משהו = #

פרסום מחדש אופנה שיעור סלילים  
דובאי איפור אהבה קיץ  
תלאביב אנחנו\_סמסונג יופי  
סגנון עדיקה צילום חתונה  
מאפרת 2021 ישראל  
חופשה קולקציה חדשה  
סגנון עדיקה  
תלאביב  
צילום חתונה  
מאפרת 2021 ישראל  
חופשה  
קולקציה חדשה





@ = מישהו

אייקונו בימדיה זרה  
 עשרים וארבע שבוע\_TFS מנגו ישראל  
 שייין רשמי גוצ'י  
 טייניק ישראל  
 אדיקה  
 אדיס ישראל  
 רנואר  
 סטודיו\_דירוקוקו  
 קשת12 די\_רוקו  
 מאקו קוסמטיקה ישראל  
 רשת טי ווי  
 שוורצקופףפרו.ישראל  
 טרמינל אסוס  
 נייקי # HM  
 אייתי מודילו  
 סמסונג ישראל  
 ריטולב  
 שניל רשמי

ISRAEL# היה ההאשטאג הכי נפוץ על ידי יוצרים ישראלים בשנת 2021

ZARA  
TERMINAL X  
SHEIN



שלושת המותגים המובילים שהוזכרו על ידי היוצרים הישראלים ב-2021 היו כולם מתחום האופנה שינוי עצום ממה שראינו במהלך הסגרים של 2020

5 האשטאגים המובילים בקרב יוצרי התוכן בישראל קשורים כולם לסטייל ואהבה!

# WE ARE HUMANZ

## שיווק משפיענים מדיד, בטוח ומתגמל

HUMANZ הינה הפלטפורמה האולטימטיבית לשיווק משפיענים A-Z, שנבנתה במטרה לחבר בין מותגים, משווקים ויוצרי תוכן. בתוך המערכת תוכלו למצוא מבחר רחב של כלי ניתוח שיעזרו לכם לבחון ולבחור את יוצרי התוכן והמשפיענים המתאימים ביותר עבור המותג והמטרות שלכם, לנהל מהלכים מלאים עם יוצרי התוכן ולקבל דיווח בזמן אמת אודות הקמפיין.

*"It's Humanz that's the standard bearer... They've raised the bar again for everyone, if not for new features, then for an incomparable user experience."*

Influencer MarketingHub

★★★★★  
לסקירה המלאה

## תכירו את ה-HUMANZ PIXEL

הפתרון המושלם לאתרי E-COMMERCE המאפשר לכם לקבל מידע בזמן אמת אודות פעילויות המכר של המשפיענים עמם אתם עובדים, נגמרו הניחושים, הגיע הזמן להתבסס על נתונים אמניים.

- + מעקב מלא אודות מסע הרכישה של הלקוחות שלכם, החל מהקליק הראשון
- + יצירת לינקים בצורה עצמאית לכל משפיען
- + חישוב מדויק של ביצועי הקמפיין ושל כל משפיען בנפרד

**בואו נדבר!**

קבעו פגישת דמו

[WWW.HUMANZ.COM](http://WWW.HUMANZ.COM)





למידע נוסף אודות דו"ח זה או על  
הפלטפורמה של HUMANZ, תוכלו ליצור איתנו קשר ב-

**[WWW.HUMANZ.COM](http://WWW.HUMANZ.COM)**

משפיענים? הרשמו בחינם לאפליקציה של HUMANZ