

# קבוצת חיפה

## גיבוש אסטרטגיה דיגיטלית וליווי שוטף



חיפה כימיקלים (Haifa) היא חברה בעלת פעילות בינלאומית העוסקת בייצור דשנים לחקלאות וכימיקלים לתעשייה ולתעשיית המזון, החברה הוקמה בשנת 1969, ובעלותה 3 מפעלים ו-14 חברות בנות.

קבוצת חיפה מייצגת את העתיד של החקלאות באמצעות טכנולוגיות מתקדמות, עם ערכים כגון: חלוציות, חדשנות, הסתכלות מנקודת המבט של החקלאי, ידע, אכפתיות, שיתוף ונחישות.

### בנקודות

- < הכפלת מספר המבקרים החודשיים באתר החברה תוך קצת יותר משנה
- < קהילה חיה של אגרונומים, מפיצים וחקלאים
- < אסטרטגיה יציבה המלווה את קבוצת חיפה לאורך שנים

### Haifa – Pioneering the Future

בשנת 2009 עברה חיפה כימיקלים תהליך אסטרטגי ומיתוגי, במסגרתו קבוצת חיפה הבינה כי עליה לבנות אסטרטגיה דיגיטלית, שתשקף את הערכים החדשים של החברה ותביא לידי ביטוי את המטרות והאסטרטגיה השיווקית שלה. לצורך כך, פנתה החברה לסיועה של חברת הייעוץ **BO - Business Online**, המתמחה בגיבוש אסטרטגיות דיגיטליות וליווי הוצאתן לפועל עבור [חברות מובילות](#) במגוון קטגוריות.

# האתגר

## בניית נכסים דיגיטליים שיתמכו במטרות העסקיות של קבוצת חיפה

קבוצת חיפה פועלת בארץ ובחו"ל בעיקר מול מפיצי דשנים (B2B), אך כבר בתחילת התהליך זיהינו כי באמצעות הערוצים הדיגיטליים ניתן לתקשר גם עם לקוחות הקצה (B2C):

1. לחזק את תחושת הצורך בדשנים ייחודיים לשיפור וייעול פעילות החקלאי.
2. לחשוף את המותג חיפה כמותג מוביל בעל ידע ומוצרים חדשניים.
3. לגרום לחקלאי להעדיף ולבקש מוצרים של קבוצת חיפה.

### מטרות

- < מיצוב חיפה כחדשנית וחלוצה.
- < יצירת קהילה מקצועית.
- < הפצת חדשות ותוכן מקצועי לקהל היעד.
- < בניית מסד נתונים לתקשורת עם קהלי היעד.

לאור השינויים בהרגלי צריכת המדיה בעולם ומאחר ומדובר בחברה בינלאומית, בעלת ידע רב, חיפה מצאה את הזירה הדיגיטלית כזירה המרכזית לפעילותה.

## האסטרטגיה

### Sharing Knowledge – שיתוף ידע בין קבוצת חיפה לחקלאים ובין החקלאים לבין עצמם

לצורך יצירת האסטרטגיה, BO ביצעה תהליך של מחקר וגיבוש תובנות:

- ניתוח מצב קיים.
- בנצ'מרק פעילות דיגיטלית רלוונטית ממדינות נוספות בתחום החקלאות ובתחומים דומים או משיקים.
- איסוף מידע פנים ארגוני: ראיונות אישיים בתוך הארגון וספקים וניהול סיעור מוחות.
- אפיון קהל המטרה.
- הגדרת מטרות ויעדים מדידים.

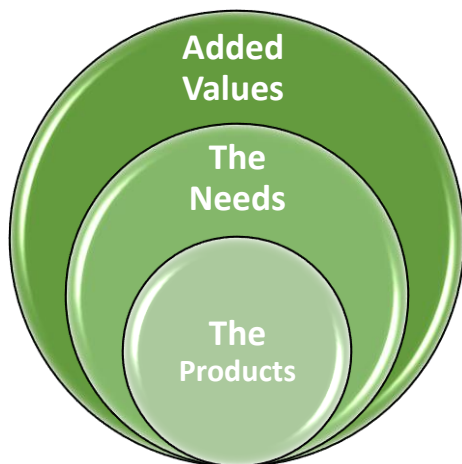
### תוצר התהליך: אסטרטגיה דיגיטלית – Sharing Knowledge

במטרה להגיע לקהל היעד: מפיצים, יועצים וחקלאים, קבוצת חיפה תיצור פלטפורמות לשיתוף בידע בין קבוצת חיפה ללקוחותיה, ובין הלקוחות עצמם.

באמצעות פלטפורמה זו יחשפו הצרכים של הלקוחות, המוצרים החדשניים של קבוצת חיפה כפתרונות וההצלחות של החקלאים. פלטפורמה זו תאפשר חיזוק מערכת היחסים בין קבוצת חיפה לצרכני הקצה בעולם.

הפלטפורמה תאפשר לקבוצת חיפה להיות מובילת ידע מקצועי ושיתוף הידע בתחום, בערוצים הדיגיטליים, ותמצב את קבוצת חיפה כחברה חלוצה, מתקדמת, מובילה וכפתרון המועדף של דשנים לחקלאות בקרב החקלאים.

## השלב הראשון ביישום האסטרטגיה: אתר אינטרנט ומובייל חדש



### אתר המשלב תוכן משלושה מעגלים שונים:

- **המוצר** – אודות קבוצת חיפה, המוצרים, סביבה...
- **הצורך** – סיפורי לקוחות, שאלות ותשובות...
- **ערך מוסף** – שיתוף ידע מעולם החקלאות

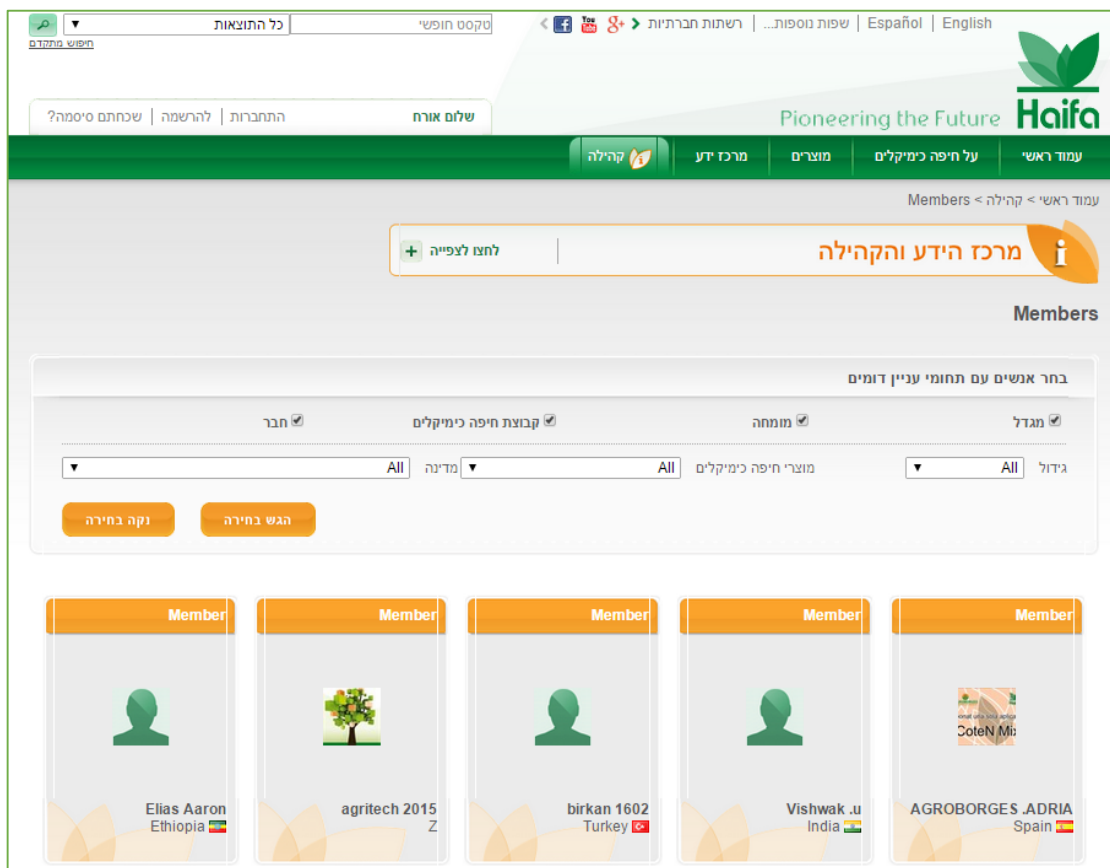
על מנת למקסם את הפעילות, קבוצת חיפה משתמשת בשפה המשלבת מקצוענות, דיבור בגובה העיניים עם החקלאים ופרקטיקה, ובתצוגה נוחה ויעילה של צרכים ופתרונות.

האתר מוצע במגוון הולך וגדל של שפות (למעלה מ-10 שפות), תוך התאמה לאזורים בעולם ולצרכים השונים שלהם.



לב האתר מורכב משני אזורים, המהווים את תמצית האסטרטגיה: מצד אחד חיפה כגורם מקצועי מוביל תוך תפיסת בעלות על עולם החקלאות ומהצד השני קהילה ערה של חקלאים מכל העולם הנהנים מהפלטפורמה של חיפה, משתפים בידיע שלהם ולומדים מאחרים.

- [מרכז הידע](#) – מציע מדריכי גידולים, המלצות גידול, מחקרים ועוד, באמצעות מחשבוני, סימולטורים, וידאו, טקסט אפליקציות וכדומה.
- [קהילה](#) – מאפשרת להירשם, לנהל בלוג מקצועי, לקבל תגובות וליצור קשר עם מומחים מכל העולם.

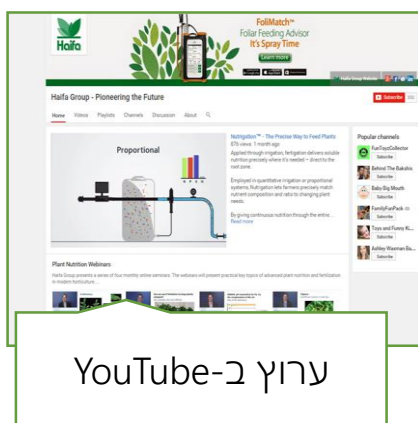
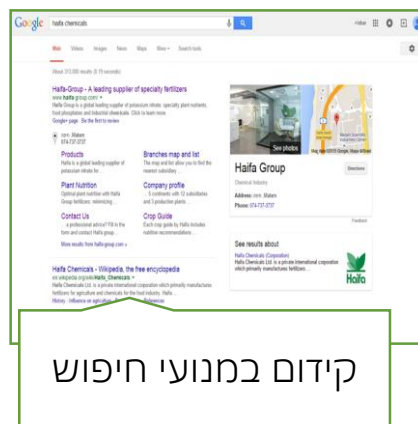


## יישום האסטרטגיה לאורך זמן

BO מלווה את קבוצת חיפה ביישום האסטרטגיה לאורך זמן וממשיכה לחשוב ולפתח בכל עת:

- גיבוש תוכנית עבודה שנתית וחלוקת תקציב הדיגיטל.
- ניתוח התנהגות הגולשים ומתן והמלצות אופרטיביות לשיפור.
- ניהול ספקים: איתור, בחינה, ניהול.
- ניהול פרויקטים: ייזום, גיבוש הדרישה, בקרה, סיכום ומסקנות.
- הדרכה והעשרה בתחום הדיגיטל: יכולות חדשות, טרנדים וכו'.

במהלך השנים האחרונות, מלבד אתר קבוצת חיפה, BO יזמה וליוותה את כלל הפעילות הדיגיטלית של קבוצת חיפה:



# תוצאות

## קשר עם הלקוחות בכל העולם: קבוצת חיפה מעשירה בידע, כלים ופתרונות

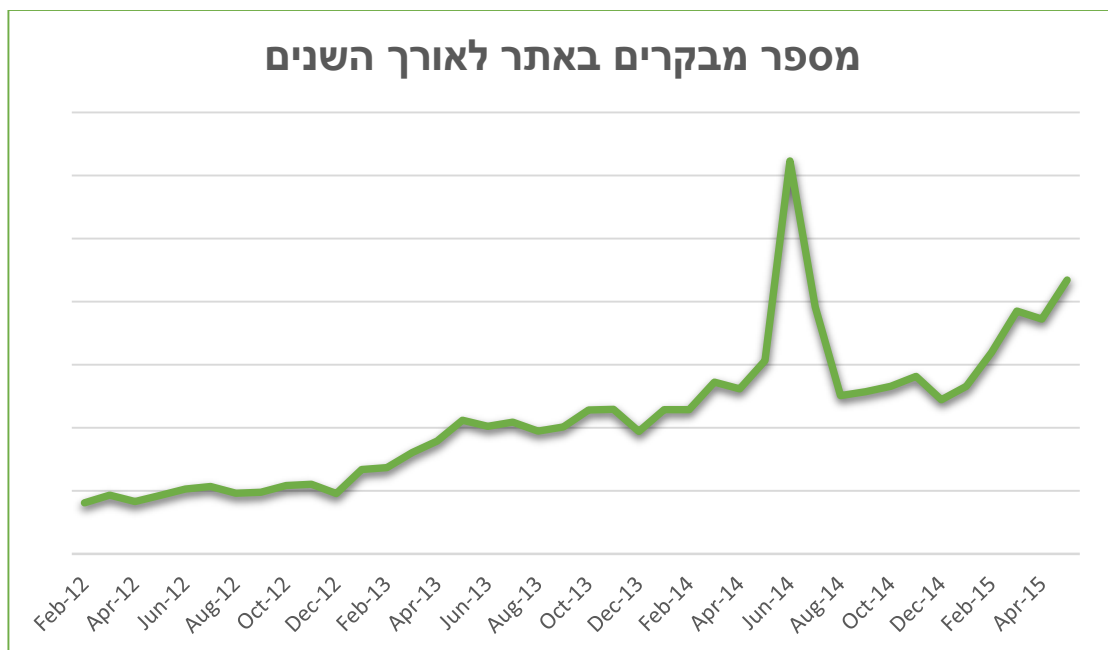
גידול עקבי של המבקרים והביקורים באתר לאורך שנים:

- גידול ממוצע במספר המבקרים ובמספר הביקורים של כ-6% מדי חודש!
- תוך כ-3 שנים מספר המבקרים החודשיים גדל פי 5.6.
- אלפי משתמשים רשומים מכל העולם בקהילה ומאות רשומות בבלוגים השונים בנושאים הנוגעים לחקלאות בלבד!
- אלפי חברים ב-Facebook
- עשרות סרטונים ב-YouTube

### קשר עם הלקוחות

- < פי 5.6 יותר מבקרים בחודש באתר
- < אלפי חברי קהילה
- < אלפי חברי פייסבוק

### מספר מבקרים באתר לאורך השנים



"השילוב בין הראייה העסקית של BO והיכרותם העמוקה עם הזירה הדיגיטלית, סייעה לנו בפיצוח הפעילות בזירה זו עבור קהל יעד שאינו שייגרת. והתוצאות מדברות בעד עצמן. BO שותפים מלאים, המסייעים לנו להיות מעודכנים ולהתאים את עצמנו לסביבה המשתנה ללא הפסק."

נתן פלדמן, סמנכ"ל שיווק ומכירות, קבוצת חיפה