

פעילות תקשורתית

8

סקירה כללית

יעדים

1

- השוק הישראלי
- ארגונים ושותפים אסטרטגיים עתידיים.

פעילות

2

שיתוף פעולה עם משרד יחסי ציבור ישראלי.

מטרה

3

הגברת הנראות והאמינות של EmotionAid® בשוק הישראלי.

תוצאות

4

התוצאות מבטיחות ביותר: השגנו 16 הופעות בתקשורת (בעברית ובאנגלית) במגוון נושאים אסטרטגיים, כולל חינוך. החשיפה התבצעה במגוון פורמטים, בהם כתבות ופודקאסטים.

75%
אתרי אינטרנט



12.5%
רדיו



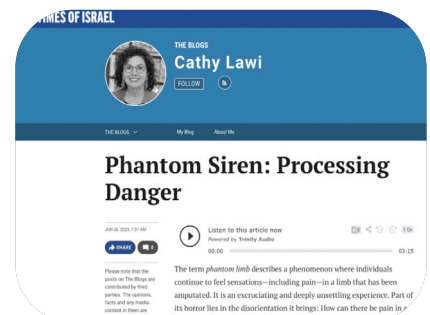
6.3%
עיתונות כתובה



6.3%
פודקאסטים



להלן דוגמאות נבחרות לחשיפה התקשורתית (יחסי ציבור):



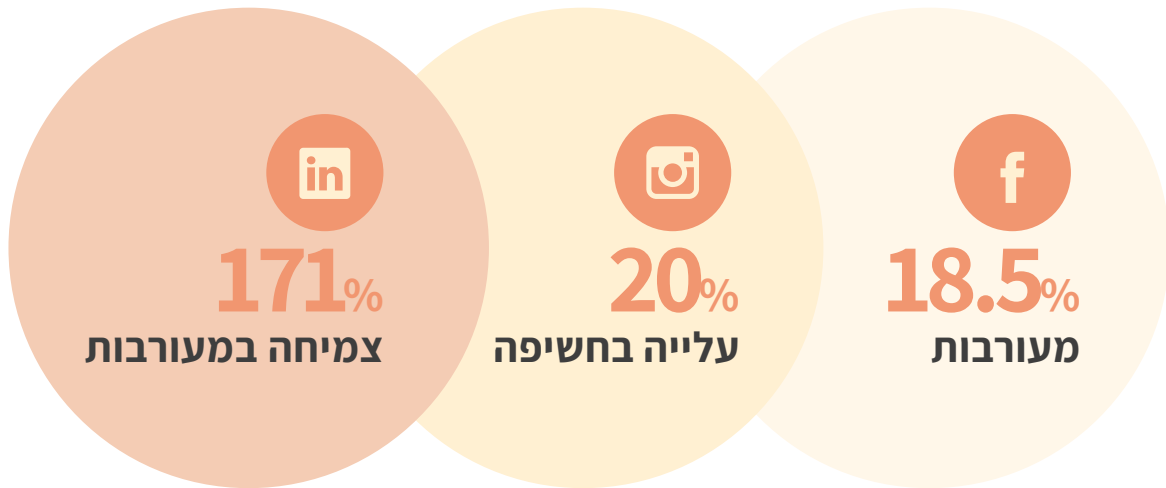
קישורים



רשתות חברתיות

בניית קהילה בעלת השפעה רחבה: צמיחה אורגנית מואצת ב-90 הימים האחרונים, המבוססת על שלושה חודשי פעילות ללא קידום ממומן.

נתוני רשתות חברתיות:



הנתונים הנוכחיים מהווים בסיס איתן להרחבת הפעילות המקצועית בשנת 2026.

