



התובעים הייצוגיים:

1. אלירס עובד

2. אוריאל רז המאושר

על ידי ב"כ G&A גלסברג, אפלבאום
בית ש.א.פ, קומה 21, היצירה 3, רמת גן
טל': 03-7774777, פקס': 03-7774770

– נ ג ד –

הנתבע:

רמי בן דוד

על ידי ב"כ עוה"ד אלדד בן הרוש ו/או רועי זילברמן
ו/או אח' ממושרד סרור, בן הרוש ושות'
רח' המגינים 32, חיפה
טל': 04-8339595 ; פקס': 03-7252843

בקשה לאישור הסדר פשרה

הצדדים מתכבדים בזאת להודיע לכבוד בית המשפט כי הגיעו לפשרה בעניין הסוגיות המפורטות בתובענה הייצוגית דנן (להלן: "התובענה"). לפיכך, ובהתאם להוראות סעיף 18 לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "החוק"), בית המשפט הנכבד מתבקש להורות כדלקמן:

- (1) להתיר פרסומה של מודעה בנוסח שיוגש לבית המשפט ויאושר על ידו בשני עיתונים יומיים בהתאם להוראות סעיף 25(א)(3) לחוק;
- (2) להתיר כי במסגרת המודעה, יוזמנו חברי הקבוצה, החפצים בכך, להגיש לבית המשפט, בצירוף העתק לב"כ הצדדים, התנגדות להסדר הפשרה כאמור בסעיף 18(ד) לחוק, או בקשה לפרוש מהקבוצה, וזאת בתוך 45 ימים מיום פרסומה (להלן: "תקופת ההתנגדות והפרישה");
- (3) להסמיך את הצדדים לשלוח עותק של בקשה זו והסכם הפשרה ליועץ המשפטי לממשלה לממונה ולמנהל בתי המשפט, כאמור בהוראות סעיף 18(ג) לחוק ותקנות 12(ד) ו-16 לתקנות;
- (4) כי בית המשפט הנכבד יקבע, כי בנסיבות העניין מתייתר הצורך במינוי בודק;
- (5) לאחר שיחלפו המועדים להגשת הודעת פרישה והתנגדויות בהתאם לאמור במודעה, להורות על אישור ההסכם כהסכם פשרה בתובענה הייצוגית וליתן להסדר תוקף של פסק דין;
- (6) ליתן כל הוראה אחרת כפי שבית המשפט הנכבד ימצא לצודק ונכון בנסיבות העניין.

בקשה זו נסמכת על תצהירים מטעם הצדדים ובאי הכוח כנדרש בסעיף 18(ב) לחוק ובתקנה 12(ב) לתקנות תובענות ייצוגיות, התשס"ע-2010 (להלן: "תקנות תובענות ייצוגיות"), וכן על צרופותיו כמפורט להלן.

יוער כי לאור העובדה שחלק מהנספחים הינם קבצים דיגיטאליים עתירי מידע, קבצים אלה ישלחו לתיק על גבי דיסק, במקביל להגשת בקשה זו.

ואלה נימוקי הבקשה :

א. ההליך עד כה

1. ביום 14.11.2021 הוגשה בקשת האישור בענייננו, שעניינה בטענה למשלוח דברי פרסומת על ידי הנתבע באמצעות מסר קצר (SMS) (להלן: "ההודעות"), ללא הסכמת הנמענים ובניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב – 1982 (להלן: "חוק התקשורת") לאור, בין היתר, העדר ציון זהות השולח ודרכי יצירת קשר עימו. התובעים הציגו נוסח הודעה אשר נשלח אליהם ואל נמען נוסף ואף הודאה של הנתבע במשלוח אחת מן ההודעות האמורות (ראו: נספחים 5, 7 ו- לבקשת האישור). ביום 1.03.2022 הוגשה תשובת הנתבע לבקשת האישור וביום 14.03.2022 הוגשה תגובת התובעים לתשובה לבקשת האישור. ביום 20.07.2022 התקיים דיון הוכחות בשלב בקשת האישור ואף נשמעו סיכומי הצדדים ולאור האמור, אישר כבוד בית המשפט את התובענה כיצוגיית בהחלטתו מאותו מועד. בגין הכרעה זו הגיש הנתבע בקשת רשות ערעור במסגרת בר"ע 25555-11-22 בן דוד נ' עובד ואח' (נבו, 23.01.2023), אשר נדחתה כליל.
2. לאחר הגשת כתבי הטענות ואישור התובענה כייצוגית, נכנסו הצדדים למשא ומתן במטרה להסדיר את הסוגיות המפורטות בתובענה האמורה. הצדדים הגיעו להסכמה, כי סיום ההליך בהסדר פשרה הוא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה בנסיבות העניין וייתור ניהולם של הליכים משפטיים ממושכים ומורכבים הכרוכים בהוצאות כבדות תוך חסכון בזמן שיפוטי.
3. לפיכך הסכימו הצדדים על נוסח הפשרה המוצעת באופן המייתר את המשך ההליך. עיקרי הסכם הפשרה הינם פיצוי הקבוצה, כפי שיפורט בפרק ג' להלן וכן הימנעות הנתבע ממשלוח עתידי של דברי פרסומת בניגוד להוראות חוק התקשורת, לרבות משלוח דברי פרסומת ללא הסכמה כדין מטעם הנמענים ומשלוח דברי פרסומת ללא ציון זהות השולח בדברי הפרסומת ופרטי יצירת קשר עימו.
4. נוכח הפירוט שנמסר על ידי הספק בהם השתמש הנתבע ולאור הסבריו, כפי שיפורט להלן, הצדדים סבורים שיש לעדכן את הגדרת הקבוצה ותחת ההגדרה בהחלטת האישור ("כל אדם אשר קיבל דבר פרסומת אשר שוגר על ידי הנתבע בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב – 1982 ו/או תוך רשלנות, וזאת בתקופה שקדמה להגשת התובענה נושא בקשה זו ובמהלך ניהולה, וספג עקב כך נזק"¹), לצמצם את הגדרת הקבוצה כך שתתייחס רק לנמענים, באופן שלהלן: "כל עסק או בעל עסק אשר קיבל דבר פרסומת אשר שוגר על ידי הנתבע בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב – 1982 ו/או תוך רשלנות, וזאת בתקופה שבין 4.03.2019 – 31.12.2020, ואשר ספגו נזק עקב קבלת ההודעה ללא הסכמתם או העדר אפשרות למסור הודעת סירוב".
5. למען הסר ספק יובהר כי הקבוצה אינה כוללת את לקוחות הנתבע, ככל שאלה מסרו הסכמה מפורשת לקבלת דברי פרסומת במסגרת התקשרותם עם הנתבע.

ב. הצהרות הצדדים

¹ ראו פסקה 36 להחלטת האישור מיום 20.07.2022.

6. הנתבע הציג מצג לפיו הודעות הנתבע נשלחו דרך מערכת דיוור אוטומטית ובאמצעות ספק הדיוור ביטאיט בע"מ (תחת המותג פייקול) (להלן: "הספק"). כפי שנמסר על ידי הנתבע, בהתאם לנתוני הספק, נשלחו על ידי הנתבע סך של 720,215 הודעות שיווקיות, מתוכן הגיעו ליעדן 482,933 הודעות, אשר נשלחו ונמסרו ל- 188,368 עסקים ובעלי עסק.

נספח "1": העתק קבצי תיעוד השליחות כפי שהורד על ידי הנתבע ממערכת הספק².

7. מוסכם על הצדדים כי לצורך הסכם הפשרה מספר חברי הקבוצה עליהם חל ההסכם הינו 188,368 נמענים, בעלי עסקים ועסקים, שמספרי הטלפון שלהם מופעים בטבלה שלהלן, אשר הוכנה על ידי הנתבע.

נספח "2": העתק קובץ מספרי הטלפון של חברי הקבוצה.

8. עוד נמסר על ידי הנתבע כי ההודעות נשלחו לשם גיוס לקוחות עסקיים פוטנציאליים לשירותי הנתבע וכי ההודעות נשלחו לגורמים עסקיים בלבד.

9. הצדדים מצהירים כי אין כל מניעה חוקית, חוזית ו/או אחרת, להתקשרותם בהסכם זה, ולקיום חיוביהם על פיו במלואם ובמועד, הכול בכפוף לאישור בית המשפט הנכבד.

ג. התחייבויות הנתבע והפיצוי לחברי הקבוצה

10. הנתבע מתחייב לא לשגר דברי פרסומת באמצעות הודעות מסר קצר (SMS) או כל אמצעי אחר הנקוב בסעיף 30 לחוק התקשורת, מבלי שקיבל את הסכמת הנמענים מראש ובכתב, כדרישות סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, אלא אם מתקיימים התנאים הקבועים בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת. בפרט, הנתבע ימנע בעתיד מלפנות לנמענים אשר פרטיהם נאספו מן המרשתת אלא אם קיבלו את הסכמתם לכך בכתב ומראש.

11. הנתבע מתחייב כי במידה וישגר דברי פרסומת באמצעות הודעות מסר קצר (SMS), יציין את פרטיו המזהים וכן פרטים יצירת קשר עימו לצורך מסירת הודעת סירוב, וכן יאפשר מסירת הודעת סירוב כאמור באמצעות משלוח מסרון חוזר, כדרישת הדין.

12. מוסכם כי הנתבע יעניק לחברי הקבוצה הטבות לפי שיעור של 50 ₪ לכל נמען בגין משלוח ההודעות שלא כדין. במצטבר יעניק הנתבע לקבוצה סך כולל של עשרה מיליון ₪ (10,000,000 ₪) לכל הפחות (להלן: "שווי ההטבות הכולל"). בקביעת סכום זה, הצדדים התחשבו בין היתר, בגודל הקבוצה, בסיכונים ובסיכויים הקשורים בהוכחת סכום התביעה המלא בגין כל הודעה (100 ₪), ואף בשלב בו מוסדר ההליך.

13. לאור האמור הוסכם כי ההטבות יינתנו לחברי הקבוצה באחת מארבע דרכי מימוש אפשריות, וזאת בתוך פרק זמן בן שלוש שנים, שתחילתו עם אישור הסכם הפשרה (להלן: "ההטבות לחברי הקבוצה"):

13.1. כרטיס ביקור דיגיטלי לשנה – דף אינטרנט המכיל את כלל המידע אודות בית העסק, בצורה נוחה וממוקדת עבור הלקוח, לרבות טלפון, דוא"ל, כתובות בית העסק, תיאור כללי, פירוט שירותים, גלריית תמונות, טופס יצירת קשר ועוד. לכל נמען תהיה אפשרות להירשם עם שם משתמש וסיסמה ולערוך את הכרטיס באופן אישי. הנתבע יעלה לאתרו סרטון הדרכה לטובת הסבר על הקמת ותפעול המערכת, העלאת חומרים ועיצוב הכרטיס. כלל הפעולות ביחס לכרטיס הן בשירות עצמי, אולם הנתבע יעניק תמיכה בשירות באופן סביר.

² לאור העובדה שהאסמכתאות כוללות קבצים שהועברו בקבצי EXCEL, אלה מוגשים במקביל באופן פיזי לתיק בית המשפט.

שווי ההטבה הוא 700 ₪. ככל שחברי הקבוצה יבקשו להחזיק בכרטיס מעבר לתקופה בת שנה, עלות תהיה 99 ₪ בגין אחסון הקבצים לכל שנה נוספת.

נספח "3": העתק דף מידע אודות כרטיס ביקור דיגיטאלי.

נספח "4": העתק אודות שירות דומה ועלויותיו מאתר מתחרה³.

13.2. אחסון אתרים לשנה – שירות אירוח אתרי אינטרנט על ממשק וורדפרס בלבד לאתר אחד, הכולל, בין היתר, דפי אינטרנט, קבצי מידע, תמונות, קבצי אודיו, וידאו ותכנים נוספים, במטרה להפוך אותם לגישיים באופן מקוון. שווי ההטבה היא 1,200 ₪. השירות אינו כולל תמיכה בהעברת האתר, אשר תינתן, ככל שנמען יבקש, בעלות נפרדת.

עלות חידוש השירות לכל שנה נוספת תהיה בכפוף לתשלום של 1200 שקלים לשנה.

נספח "5": העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות אחסון אתרים אצל הנתבע כיום.

13.3. ניהול קמפיין ממומן ב-Google Ads או Facebook למשך חודש – כולל תכנון אסטרטגיה שיווקית לעסק המסוים, וכן ביצוע אופטימיזציה/ שיפור איתור קהל יעד רלוונטי/ ניהול כספי. השירות יכלול לפחות שיחת ייעוץ אחת ומסמך לסיכום הפעילות והאסטרטגיה בסוף החודש, כאשר כלל השירות לא יפחת משלוש שעות. הקמפיין ינוהל עבור חברי הקבוצה המעוניינים בכך, באמצעות חשבון בגופי הפרסום Google Ads או Facebook אשר ברשותם או באמצעות חשבונות אשר יוקמו לטובתם על ידי הנתבע. בכל מקרה, הקמפיין עבור חברי הקבוצה לא ינוהל מחשבון הפרסום של הנתבע.

13.4. כמו כן כל חשבון שייפתח בגופי הפרסום (Google Ads או Facebook) יישאר בבעלות הנמען ולא יועבר לבעלות הנתבע. השירות אינו מיועד לפעילות של מסחר דיגיטאלי. שווי ההטבה היא 750 ₪. התשלום הינו בגין הניהול בלבד ואינו כולל תשלום לגופי הפרסום (Google Ads או Facebook) או יצירת חומרים פרסומיים. למען הסר ספק, במידה והנמען ירצה להמשיך מעבר לחודש ההטבה העלות תהיה בעלות של 750 שקלים לכל חודש נוסף.

נספח "6": העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות ניהול קמפיין ממומן אצל הנתבע כיום.

13.5. קורס דיגיטאלי לשיפור היכולות לניהול שיחת מכירה עם לידים נכנסים – הדרכה מוקלטת שתיווצר במיוחד במסגרת הסכם זה באורך כולל של חצי שעה לפחות. הקורס לא יכיל קידום או פרסומות של הנתבע. עיקרי התוכן: איך לענות לשיחה; תנו ללקוח לקנות; בירור צרכים; הצגת מחירים והעצמת השירותים; טכניקות מנצחות לסגירת עסקה. שווי ההטבה למקבל 150 ₪.

14. מוסכם כי כל ההטבות לחברי הקבוצה יועמדו במשך 36 חודשים ממועד משלוח הודעה לחברי הקבוצה, כפי שיפורט להלן בסעיף 15 (להלן: **"תקופת ההטבות לקבוצה"**).

³ ראו בכתובת <https://new-digital.co.il/%D7%A2%D7%9C%D7%95%D7%AA-%D7%9B%D7%A8%D7%98%D7%99%D7%A1-%D7%91%D7%99%D7%A7%D7%95%D7%A8-%D7%93%D7%99%D7%92%D7%99%D7%98%D7%9C%D7%99>

15. ככל שהנתבע יציע מי מהשירותים המפורטים בסעיף 11 או שירותים דומים בתקופת ההטבות לקבוצה, במחיר נמוך יותר מהמפורט בסעיף 11 לעיל (להלן: "מחיר מוזל"), הרי שהמחיר המוזל יחול חלף המחיר הנקוב בסעיף 11.

16. לשם מתן ההטבות יפרסם הנתבע בתוך 60 ימי עסקים ממועד אישור הסכם הפשרה הודעה במסגרתה יודיע לחברי הקבוצה על ההטבה לה הם זכאים לאור הסכם הפשרה, וזאת באמצעות שיגור מסרון למספרי הטלפון של חברי הקבוצה, בנוסח הבא (להלן: "ההודעה לחברי הקבוצה"):

"בהתאם להסדר הפשרה שאושר במסגרת תובענה ייצוגית ת.צ.
32853-11-21 עובד ואח' נ' בן דוד, עומדת לזכותך, לבחירתך, אחת
ההטבות הבאות: (1) כרטיס ביקור דיגיטאלי לשנה, בשווי של 700
ש"ח; (2) אחסון אתרים לשנה, בשווי של 1,200 ש"ח; (3) ניהול קמפיין
ממומן בשווי של 750 ש"ח לחודש; (4) זכות להורדת קורס דיגיטאלי
בעניין שיחות מכירה ללידים נכנסים בשווי של 150 ש"ח. אתה זכאי
להטבה אחת בגין כל מסרון פרסומי שקיבלת שפרסם את רמי בן
דוד או את העסק WEB4All ובפרט בנוסח שמופיע בקישור *.**
בכדי לממש את ההטבה יש לפנות באמצעות הקישור ** או**
בדוא"ל **.**

הודעה זו נשלחת באישור בית המשפט. הודעה נוספת לא תשלח."

17. ככל ששווי ההטבות המצטברות שהוענקו לכלל הקבוצה בתקופת ההטבות לקבוצה נמוך משיעור של 90% משווי ההטבות הכולל, הרי שווי ההטבות שלא נוצלו יועבר, בתשלום כספי, לקרן תובענות ייצוגיות לניהול ולחלוקת כספים הנפסקים כסעד מכוח סעיף 20(א)(3) ו-(ג)(2) לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו - 2006, וזאת בתוך 30 יום מתום תקופת ההטבות לקבוצה.

18. לצורך תיעוד מתן ההטבות יקים הנתבע מערכת במסגרתה יוכל כל חבר קבוצה להזין את פרטיו לצורך בחירת וקבלת ההטבה. מערכת זו תכלול את פרטיו המזהים של חבר הקבוצה, לרבות שם, שם משפחה, מספר טלפון וכן את בחירתו של חבר הקבוצה ותכלול מערכת אימות כפול באמצעות דוא"ל או סמס.

נספח 7": העתק הסבר לעניין אימות כפול מאתר ויקיפדיה⁴.

19. לאור העובדה שהשירות המפורט בסעיף 11.2 ו- 11.3 דורשים שירות אנושי, הרי שהמערכת תאפשר תיאום מועדים לכל נמען מעוניין. כך, על פי הסברי הנתבע, השירות הנקוב בסעיף 11.2 ביחס לאחסון אתר דורש כשלושה ימי עבודה, בעוד שהשירות הנקוב בסעיף 11.3, ביחס לניהול קמפיין ממומן עשוי להתמשך על פני 4 ימי עבודה. לפיכך, ועל מנת לקבוע את סדר מתן השירות ביחס להטבות הנקובות בסעיף 11.2 ו- 11.3 ינהל הנתבע יומן דיגיטאלי, לרבות באמצעות קובץ טבלה דיגיטאלי, במסגרתה יוכל כל נמען לבחור מועד פנוי לטיפול בעניינו, בהתאם לסוג השירות שבחר, כאשר בין חלונות הזמן לאחסון אתר יחלפו 3 ימי עסקים ובין חלונות הזמן לניהול קמפיין ממומן

בכתובת

ראו

4

https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%A2%D7%96%D7%A8%D7%94:%D7%90%D7%99%D7%9E%D7%95%D7%AA_%D7%93%D7%95-%D7%A9%D7%9C%D7%91%D7%99

- יחלפו 4 ימי עסקים. עוד יצויין כי חבר קבוצה אשר יעכב את עליית הקמפיין או אחסון האתר מטעמיו יתבקש לקבוע מועד חדש, בהתאם ללוח הזמנים הפנוי ביומן הניהול.
20. יובהר כי כל אחד מחברי הקבוצה יהיה זכאי למימוש ההטבה, באחת מן הדרכים המפורטות בסעיף 11 לעיל בלי קשר למימוש על ידי חברי הקבוצה האחרים, ולא תישמע בעניין זה כל טענה מטעם הנתבע בעניין מיצוי הפיצוי על ידי אחרים. עוד יובהר כי כלל ההטבות יינתנו לחברי הקבוצה ללא כל תשלום נוסף או כל תנאי אחר שאינו נובע ישירות מהסכם זה, לרבות התנייה בהסכמה לקבל פרסומות. עוד יובהר כי לא תישלח הודעת פרסומת כלשהי למי שניצל הטבה ולא הסכים מראש ובכתב לקבל פרסומות.
21. כל חבר קבוצה זכאי רק למימוש אחד בין האפשרויות המוצעות. הזכאות תחול כלפי חברי הקבוצה ועסקיהם ו/או עסקים בבעלותם, ולא ניתן להעביר את הזכאות לאדם אחר.
22. המערכת תיבדק, טרם הפעלתה על ידי בודק מוסכם, שייבחר ויועסק על ידי ב"כ התובעים, במימון הנתבע. הבודק אף יוכל לערוך בדיקה בדבר המערכת בכל מועד לפי דרישת התובעים ובאי כוחם. מוסכם כי ככל שעלות הבודק תעלה על 10,000 ₪ + מע"מ, תוגש בקשה לבית המשפט לשם אישור הוצאות נוספות בעניין זה.
23. באי הכוח המייצגים יהיו זכאים לעיין בתיעוד בכל מועד, לפי דרישתם, תוך שמירה על חיסיון הפרטים. באי כוח המייצגים יהיו זכאים לדרוש עדכונים אודות מימוש ההטבות בכל זמן, והנתבע מתחייב לספק עדכונים כאמור בתוך 7 ימים מקבלת דרישה כאמור. כמו כן, עם סיומה של העברת ההטבות לחברי הקבוצה יעביר הנתבע אסמכתא לידי באי הכוח המייצגים בדבר מימוש ההטבה.
24. הנתבע לא יעשה כל שימוש בנתונים שיאספו במסגרת ביצוע ההסכם לכל מטרה החורגת מהאמור בהסכם זה ועם סיום ביצוע שלב ההטבה לחברי הקבוצה, הסכמת התובעים ואישור בית המשפט, ימחק את כלל הנתונים.
25. הנתבע יישא בכל ההוצאות הכרוכות בביצוע ההסכם הפשרה וההתחייבויות לעיל, לרבות ומבלי לגרוע, הוצאות פרסום מודעות בהתאם לחוק.
26. לאור אופי ההטבות ושוויין ולאור העובדה כי על פי הצהרתו של הנתבע, חברי הקבוצה הינם בעלי עסקים, הצדדים סבורים כי התועלת הגלומה בהטבות המוצעות במסגרת הסדר זה עולה על התועלת הנמוכה יחסית של מתן פיצוי ישיר בכסף לחברי הקבוצה בסכום נמוך יותר.
27. לאור האמור, הצדדים סבורים, בשים לב לסיכונים ולסיכויים של הצדדים, כי הסדר הפשרה הינו ראוי הוגן וסביר, וכי סיום ההליך בהסדר פשרה הוא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בין הצדדים, באופן המונע הפצה עתידית של דברי פרסומת ללא הסכמת הנמענים ואף מפצה את התובעים ואת חברי הקבוצה בכלל. כמו כן, הצדדים סבורים כי מדובר בהטבה בשווי משמעותי וראוי בנסיבות העניין.

ד. מעשה בית דין

28. עם אישור הסדר הפשרה על ידי בית המשפט הנכבד יתגבש מעשה בית-דין כלפי חברי הקבוצה (למעט קבוצת הפורשים, ככל שיהיו כאלה) בעילות התביעה הקשורות בפיצוי חברי הקבוצה בגין הנזק הנטען שנגרם להם.

ה. החרגה מחברי הקבוצה

29. הסדר זה לא יחול על כל חבר קבוצה שהודיע לבית המשפט שאינו מעוניין כי הסדר הפשרה יחול עליו, בתוך תקופת ההתנגדות והפשרה, ובית המשפט אישר את בקשתו.

ו. אי-מינוי בודק

30. כאמור להסדר זה מצורפות אסמכתאות מן הספק אשר ביצעו את משלוח ההודעות, הן לעניין כמות ההודעות שנשלחו והן לעניין כמות הנמענים שקיבלו הודעות כאמור.
31. בהתאם, הצדדים סבורים כי נוכח היקף הקבוצה הנהיר בענייננו, והעובדות הברורות אשר נתמכו בנתונים מטעם הספק, אין צורך במינוי בודק. באם ימונה בודק, מוסכם כי הנתבע ישלם את עלותו.

ז. החזר הוצאות, גמול ושכר טרחה

32. המלצת הצדדים המוסכמת לעניין גמול לתובעים ושכר הטרחה לבאי הכוח הינה כי הנתבע ישלם לשני התובעים, במשותף, גמול בסך 55,000 ₪, בתוספת מע"מ, כך שכך תובע יקבל סכום בסך 27,500 ₪ זאת כנגד חשבונית מס/ קבלה כדין ושכר טרחה לבאי כוח התובעים בסך כולל של 275,000 ₪, כאשר כלל הסכומים האמורים ישולמו בצירוף מע"מ כדין, ככל שמע"מ חל וכן החזר הוצאות בסך 3,541.7 ש"ח.
33. הצדדים סבורים כי סכומים אלה ראויים נוכח העובדה שפעולות התובעים הביאו להפסקת הפעילות המעוולת, תוך מניעת נזקים עתידיים לקבוצה ולציבור בכלל; נוכח סכומי הפיצוי שהקבוצה תזכה להם; ונוכח המטלות שבאי-כוח התובעים נוטלים על עצמם במהלך ולאחר תקופת ההטבות לקבוצה.
34. מוצע כי ההוצאות ישולמו לתובעים בתוך 30 יום ממועד אישור הסדר הפשרה; הגמול ישולם ב- 5 תשלומים שווים ועוקבים שהראשון בהם בתוך 30 יום ממועד אישור הפשרה; ואילו שכר הטרחה ישולם ב- 28 תשלומים חודשיים שווים, שהראשון בהם לתאריך החל 6 חודשים לאחר המועד הנקוב לתחילת תשלום הגמול.
35. לשם קיומו של הסכם זה, לכל המאוחר בתוך 14 ימים ממתן פסק דין המאשר הסכם זה, יעביר הנתבע לבאי הכוח 34 המחאות לעניין התשלומים החודשיים המפורטים בסעיפים 29 - 31 לעיל, כאשר המחאה אחת תכלול את התשלום בגין ההוצאות והגמול; חמש המחאות יכללו את תשלום הגמול ואילו 28 המחאות יופקו לשם תשלום שכר הטרחה, הכל כאמור בסעיף 31 לעיל.
36. אי פירעון אחד התשלומים במועד הקבוע בהסדר זה או אי העברת המחאות במועד יעמידו את כל התשלומים של ההוצאות, הגמול ושכר הטרחה לפירעון באופן מלא ומיידי.
37. במסגרת ההמלצה לעניין גמול ושכר הטרחה נלקחו בחשבון השיקולים שלהלן:
- 37.1 חשיבות אכיפת הוראות סעיף 30 לחוק התקשורת, והרתעת מפריס;
- 37.2 הושגו, בהסכמה, הצווים שהתבקשו בתובענה;
- 37.3 פער לטובת חברי הקבוצה בין שווי הפיצוי המוצע בהסדר לבין סכום הפיצוי הנתבע לכל חבר קבוצה – 100 ₪ (כאשר במסגרת האפשרויות העומדות לחברי הקבוצה שווי ההטבה אף עולה על סכום הפיצוי שנתבע – 150 ₪ עד 1,200 ₪ לפי סוג ההטבה);
- 37.4 נכונות הצדדים להביא את המחלוקות לכדי סיום בצורה יעילה ומהירה;
- 37.5 היקף ההטבה המשמעותית המוענקת במסגרת ההסכם;
- 37.6 הסיכון בו נשאו התובעים בהגשת התביעה ובקשת האישור, בשים לב, בין היתר, לחשיפת התובעים לכך שייפסקו כנגדם סכומי הוצאות ניכרים לו הייתה נדחית בקשתם;
- 37.7 התועלת החברתית הגלומה בהליך;
- 37.8 סכום שכר טרחה וגמול שנפסקו בתיקים דומים.
38. על יסוד כל האמור לעיל, מתבקש בית המשפט הנכבד להורות כמבוקש ברישא לבקשה זו.

אלדד בן הרוש, עו"ד
מ.ר. 44009
עיריית תל אביב, 33252

אלדד בן הרוש, עו"ד
ב"כ הנתבע

נדב אפלבוים, עו"ד
ב"כ התובעים

רשימת תצהירים

מס' עמ'	שם המסמך	מס'
10-11	אלירם עובד	1
12-14	אוריאל רז המאושר	2
15-16	נדב אפלבאום	3
17-23	רמי בן דוד	4
24-25	אלדד בן הרוש	5

תצהיר 1

אלירס עובד

התובעים הייצוגיים:

1. אלירם עובד

2. אוריאל רז המאושר

על ידי ב"כ G&A גלסברג, אפלכאום ושות'
בית ש.א.פ, קומה 21, היצירה 3, רמת גן
טל': 03-7774777, פקס': 03-7774770

– נ ג ד –

הנתבע:

רמי בן דוד

על ידי ב"כ עוה"ד אלדד בן הרוש ו/או רועי זילברמן
ו/או אח' ממשד סרור, בן הרוש ושות'
רח' המגינים 32, חיפה
טל': 04-8339595 ; פקס': 03-7252843

תצהיר

אני הח"מ, אלירם עובד, ת.ז. 034712752, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת בכתב כדלקמן:

1. תצהירי זה ניתן בהתאם להוראות סעיף 18(ב) לחוק תובענות ייצוגיות התשס"ו-2006, לשם תמיכה בבקשה לאישור הסכם פשרה המוגשת במסגרת ההליך נשוא הכותרת לעיל (להלן בהתאמה: "בקשת אישור הפשרה" ו- "התובענה").
2. אני משמש כתובע בתובענה הייצוגית שבכותרת אשר הוגשה על ידי כנגד הנתבע.
3. ההסכמות שגובשו בין הצדדים, לשם סילוק סופי ומוחלט של הטענות שנטענו כנגד הנתבע, מפורטות בהסכם הפשרה המוגש לבית המשפט הנכבד.
4. הסכם הפשרה המצורף לבקשה לאישור הסכם פשרה מגלם את מלוא ההבנות שהושגו בין הצדדים, ולא ניתנו טובות הנאה נוספות כלשהן לי או לבאי כוחי.
5. זה שמי וזו חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.



חתימת המצהיר

אישור

אני הח"מ, עו"ד אוריאל בירנבאום מאשר בזה כי ביום 20/2/2023 הופיע בפני, אלירם עובד, ת.ז. 034712752, ולאחר שזיהיתיו, ולאחר שהוזהרתי כי עליו לומר את האמת, וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן, אישר בפניי את נכונות הצהרתו לעיל וחתם עליה בפניי.

אוריאל בירנבאום, עו"ד
URIEL BIRNBAUM, Adv.
מ.ר. 74967 ת.נ.

חתימה וחתימת עו"ד

תצהיר 2

אוריאל רז המאושר

בבית המשפט השלום

בתל אביב

ת"צ 32853-11-21

בפני כב' השופט עדי הדר

התובעים הייצוגיים:

1. אלירס עובד

2. אוריאל רז המאושר

על ידי ב"כ G&A גלסברג, אפלכאום ושות'

בית ש.א.פ, קומה 21, היצירה 3, רמת גן

טל': 03-7774777, פקס': 03-7774770

- נ ג ד -

הנתבע:

רמי בן דוד

על ידי ב"כ עוה"ד אלדד בן הרוש ו/או רועי זילברמן

ו/או אח' ממשד סרור, בן הרוש ושות'

רח' המגינים 32, חיפה

טל': 04-8339595; פקס': 03-7252843

תצהיר

אני הח"מ, אוריאל רז המאושר, ת.ז. 057277600, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת בכתב כדלקמן:

1. תצהירי זה ניתן בהתאם להוראות סעיף 18(ב) לחוק תובענות ייצוגיות התשס"ו-2006, לשם תמיכה בבקשה לאישור הסכם פשרה המוגשת במסגרת ההליך נשוא הכותרת לעיל (להלן בהתאמה: "בקשת אישור הפשרה" ו-"התובענה").

2. אני משמש כתובע בתובענה הייצוגית שבכותרת אשר הוגשה על ידי כנגד הנתבע.

3. ההסכמות שגובשו בין הצדדים, לשם סילוק סופי ומוחלט של הטענות שנטענו כנגד הנתבע, מפורטות בהסכם הפשרה המוגש לבית המשפט הנכבד.

4. הסכם הפשרה המצורף לבקשה לאישור הסכם פשרה מגלם את מלוא ההבנות שהושגו בין הצדדים, ולא ניתנו טובות הנאה נוספות כלשהן לי או לבאי כוחי.

5. זה שמי וזו חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

DocuSigned by:

Uriel Raz

40E9152B5A92471...

חתימת המצהיר

אישור

הריני מאשר, כי ביום 20/02/2023, בשעה 15:38, הופיע לפניי עו"ד חנא עודה מ.ר. 80190, מהכתובת היצירה 3, רמת גן, מר אוריאל רז המאושר הנושא ת"ז מס' 057277600 שזוהה על-ידי לאחר שקיבלתי בדוא"ל אימות של זהות הלקוח מאת מערכת ההזדהות הממשלתית של ממשל זמין. ההופעה לפניי בוצעה באמצעות היוועדות חזותית אשר מתועדת אצלי, כאשר המצהיר מופיע לפניי על גבי הצג, עת הצהרתו מושא האימות לפניו והוא מצהיר בפניי כי הוא מצוי במדינת-

ישראל בזמן החתימה והאימות והוא מסכים לתיעוד החזותי ועשיית השימוש בו.
לאחר שהזהרתי את המצהיר, כי עליו להצהיר את האמת, וכי הוא צפוי לעונשים הקבועים
בחוק אם לא יעשה כן, אישר הנ"ל את נכונות הצהרתו אשר הוצגה לי במלואה במסגרת
ההיוועדות החזותית וחתם עליה מולי.

DocuSigned by:

Hanna Odell

58AA69141DC1414...

חתימה וחותמת עו"ד

תצהיר 3

נדב אפלבאום

התובעים הייצוגיים:

1. אלירס עובד

2. אוריאל רז המאושר

על ידי ב"כ G&A גלסברג, אפלכאום ושות'

בית ש.א.פ, קומה 21, היצירה 3, רמת גן

טל': 03-7774777, פקס': 03-7774770

– נ ג ד –

הנתבע:

רמי בן דוד

על ידי ב"כ עוה"ד אלדד בן הרוש ו/או רועי זילברמן

ו/או אח' ממשרד סרור, בן הרוש ושות'

רח' המגינים 32, חיפה

טל': 04-8339595; פקס': 03-7252843

תצהיר

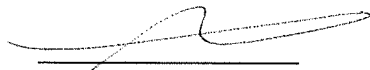
אני הח"מ, נדב אפלכאום, ת.ז. 035820455, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת בכתב כדלקמן:

1. תצהירי זה ניתן בהתאם להוראות סעיף 18(ב) לחוק תובענות ייצוגיות התשס"ו-2006, לשם תמיכה בבקשה לאישור הסכם פשרה המוגשת במסגרת ההליך נשוא הכותרת לעיל (להלן בהתאמה: "בקשת אישור הפשרה" ו- "התובענה").

2. אני משמש כבא כוחם של התובעים בתובענה הנדונה.

3. הסכם הפשרה המצורף לבקשה לאישור הסכם פשרה מגלם את מלוא ההבנות שהושגו בין הצדדים, ולא ניתנו טובות הנאה נוספות כלשהן למבקשים או לבאי כוחם.

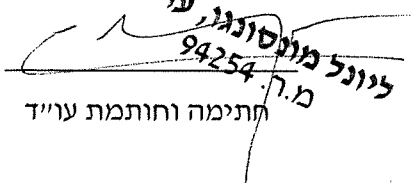
4. זה שמי וזו חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.



חתימת המצהיר

אישור

אני החו"מ, עו"ד אילן מונסון מאשר בזה כי ביום 20.02.23 הופיע בפני, נדב אפלכאום, ת.ז. 035820455, המוכר לי באופן אישי, ולאחר שהוזהרתי כי עליו לומר את האמת, וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן, אישר בפני את נכונות הצהרתו לעיל וחתם עליה בפניי.



מ.ר. 94254
חתימה וחותמת עו"ד

תצהיר 4

רמי בן דוד

תצהיר

אני הח"מ, רמי בן דוד, נושא ת"ז מס' 03942396 לאחר שהוזהרתי כי על"י להצהיר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. שמי ומספר זהותי כמפורט לעיל. אני עושה תצהירי זה כתצהיר נלווה לבקשה לאישור הסכם פשרה (להלן: "הסכם הפשרה"), במסגרת תובענה ייצוגית שהוגשה נגדי (להלן: "הנתבע"), ע"י אלירם עובד ואוריאל רז המאושר (להלן: "התובעים הייצוגיים"), בבית משפט השלום בתל אביב-יפו, שמספרו 32853-11-21 (להלן: "התובענה").
2. הריני להצהיר כי כל האמור בתצהיר זה הינו מידיעתי האישית או לפי מידע שנמסר לי על ידי עורכי דיני.
3. אני שלחתי הודעות SMS דרך מערכת דיוור אוטומטית באמצעות ספק הדיוור ביטאית בע"מ (תחת המותג פייקול) (להלן: "הספק"). לפי בדיקתי ובהתאם לנתוני הספק, נשלחו על ידי סך של 720,215 הודעות שיווקיות, מתוכן הגיעו ליעדן 482,933 הודעות, אשר נשלחו ונמסרו ל- 188,368 עסקים ובעלי עסק.
- נספח "1": העתק קבצי תיעוד השליחות כפי שהורד על ידי הנתבע ממערכת הספק.¹
4. לפי בדיקתי, ההודעות נשלחו ל- 188,368 נמענים, בעלי עסקים ועסקים, שמספרי הטלפון שלהם מופעים בטבלה שלהלן, אשר הוכנה על ידי הנתבע. מוסכם על הצדדים כי לצורך הסכם הפשרה מספר חברי הקבוצה עליהם חל ההסכם הינו 188,368 נמענים.
- נספח "2": העתק קובץ מספרי הטלפון של חברי הקבוצה.
5. ההודעות נשלחו לשם גיוס לקוחות עסקיים פוטנציאליים לשירותי הנתבע וכי ההודעות נשלחו לגורמים עסקיים בלבד.
6. אני מתחייב לא לשגר דברי פרסומת באמצעות הודעות מסר קצר (SMS) או כל אמצעי אחר הנקוב בסעיף 30א לחוק התקשורת, מבלי שמצויה בידי הסכמת הנמענים מראש ובכתב, כדרישות סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, אלא אם מתקיימים התנאים הקבועים בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת. בפרט, אמנע בעתיד מלפנות לנמענים אשר פרטיהם נאספו מן המרשתת אלא אם קיבלו את הסכמתם לכך בכתב ומראש.
7. אני מתחייב כי במידה ואשגר דברי פרסומת באמצעות הודעות מסר קצר (SMS), אציין את פרטי הזיהוי שלי וכן פרטי יצירת קשר עימי לצורך מסירת הודעת סירוב, וכן יאפשר מסירת הודעת סירוב כאמור באמצעות משלוח מסרון חוזר, כדרישת הדין.

¹ לאור העובדה שהאסמכתאות כוללות קבצים שהועברו בקבצי ECXEL, אלה מוגשים במקביל באופן פיזי לתיק בית המשפט.

8. במסגרת ההסכם, אני מעניק לחברי הקבוצה הטבות לפי שיעור של 50 ₪ לכל נמען בגין משלוח ההודעות שלא כדין. במצטבר מעניק הנתבע לקבוצה סך כולל של עשרה מיליון ₪ (10,000,000 ₪) לכל הפחות (להלן: "שווי ההטבות הכולל").

9. ההטבות יינתנו לחברי הקבוצה באחת מארבע דרכי מימוש אפשריות, וזאת בתוך פרק זמן בן שלוש שנים, שתחילתו עם אישור הסכם הפשרה (להלן: "ההטבות לחברי הקבוצה"):

9.1 כרטיס ביקור דיגיטלי לשנה – דף אינטרנט המכיל את כלל המידע אודות בית העסק, בצורה נוחה וממוקדת עבור הלקוח, לרבות טלפון, דוא"ל, כתובות בית העסק, תיאור כללי, פירוט שירותים, גלריית תמונות, טופס יצירת קשר ועוד. לכל נמען תהיה אפשרות להירשם עם שם משתמש וסיסמה ולערוך את הכרטיס באופן אישי.

הנתבע יעלה לאתרו סרטון הדרכה לטובת הסבר על הקמת ותפעול המערכת, העלאת חומרים ועיצוב הכרטיס. כלל הפעולות ביחס לכרטיס הן בשירות עצמי, אולם הנתבע יעניק תמיכה בשירות באופן סביר.

שווי ההטבה הוא 700 ₪. ככל שחברי הקבוצה יבקשו להחזיק בכרטיס מעבר לתקופה בת שנה, עלות תהיה 99 ₪ בגין אחסון הקבצים לכל שנה נוספת.

נספח "3": העתק דף מידע אודות כרטיס ביקור דיגיטלי.

נספח "4": העתק אודות שירות דומה ועלויותיו מאתר מתחרה².

9.2 אחסון אתרים לשנה – שירות אירוח אתרי אינטרנט על ממשק וורדפרס בלבד לאתר אחד, הכולל, בין היתר, דפי אינטרנט, קבצי מידע, תמונות, קבצי אודיו, וידאו ותכנים נוספים, במטרה להפוך אותם לנגישים באופן מקוון.

שווי ההטבה היא 1,200 ₪. השירות אינו כולל תמיכה בהעברת האתר, אשר תינתן, ככל שנמען יבקש, בעלות נפרדת.

עלות חידוש השירות לכל שנה נוספת תהיה בכפוף לתשלום של 1200 שקלים לשנה.

נספח "5": העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות אחסון אתרים אצל הנתבע כיום.

9.3 ניהול קמפיין ממומן ב-Google Ads או Facebook למשך חודש – כולל תכנון אסטרטגיה שיווקית לעסק המסוים, וכן ביצוע אופטימיזציה/ שיפור

² ראו: <https://new-digital.co.il/%D7%A2%D7%9C%D7%95%D7%AA-%D7%9B%D7%A8%D7%98%D7%99%D7%A1-%D7%91%D7%99%D7%A7%D7%95%D7%A8-%D7%93%D7%99%D7%92%D7%99%D7%98%D7%9C%D7%99> בכחובת

איתור קהל יעד רלוונטי/ ניהול כספי. השירות יכלול לפחות שיחת ייעוץ אחת ומסמך לסיכום הפעילות והאסטרטגיה בסוף החודש, כאשר כלל השירות לא יפחת משלוש שעות.

הקמפיין ינוהל עבור חברי הקבוצה המעוניינים בכך, באמצעות חשבון בגופי הפרסום Google Ads או Facebook אשר ברשותם או באמצעות חשבונות אשר יוקמו לטובתם על ידי הנתבע. בכל מקרה, הקמפיין עבור חברי הקבוצה לא ינוהל מחשבון הפרסום של הנתבע.

9.4. כמו כן כל חשבון שייפתח בגופי הפרסום (Facebook או Google Ads) יישאר בבעלות הנמען ולא יועבר לבעלות הנתבע. השירות אינו מיועד לפעילות של מסחר דיגיטלי.

שווי ההטבה היא 750 ₪. התשלום הינו בגין ניהול בלבד ואינו כולל תשלום לגופי הפרסום (Facebook או Google Ads) או יצירת חומרים פרסומיים.

למען הסר ספק, במידה והנמען ירצה להמשיך מעבר לחודש ההטבה העלות תהיה בעלות של 750 שקלים לכל חודש נוסף.

נספח "6": העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות ניהול קמפיין ממומן אצל הנתבע כיום.

9.5. קורס דיגיטלי לשיפור היכולות לניהול שיחת מכירה עם לידים נכנסים – הדרכה מוקלטת שתיווצר במיוחד במסגרת הסכם זה באורך כולל של חצי שעה לפחות. הקורס לא יכיל קידום או פרסומות של הנתבע. עיקרי התוכן: איך לענות לשיחה; תנו ללקוח לקנות; בירור צרכים; הצגת מחירים והעצמת השירותים; טכניקות מנצחות לסגירת עסקה. שווי ההטבה למקבל 150 ₪.

10. כל ההטבות לחברי הקבוצה יועמדו במשך 36 חודשים ממועד משלוח הודעה לחברי הקבוצה (להלן: "תקופת ההטבות לקבוצה").

11. ככל שאציע מי מהשירותים המפורטים בסעיף 9 או שירותים דומים בתקופת ההטבות לקבוצה, במחיר גמור יותר מהמפורט בסעיף 9 לעיל (להלן: "מחיר מוזל"), הרי שהמחיר המוזל יחול חלף המחיר הנקוב בסעיף 9.

12. לצורך תיעוד מתן ההטבות אקים הנתבע מערכת במסגרתה יוכל כל חבר קבוצה להזין את פרטיו לצורך בחירת וקבלת ההטבה. מערכת זו תכלול את פרטיו המזהים של חבר הקבוצה, לרבות שם, שם משפחה, מספר טלפון וכן את בחירתו של חבר הקבוצה ותכלול מערכת אימות כפול באמצעות דוא"ל או סמס.

נספח "7": העתק הסבר לעניין אימות כפול מאתר ויקיפדיה³.

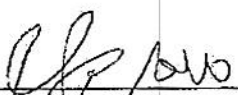
13. לאור העובדה שהשירות המפורט בסעיף 9.2 ו- 9.3 דורשים שירות אנושי, הרי שהמערכת תאפשר תיאום מועדים לכל נמען מעוניין. כך, השירות הנקוב בסעיף 9.2 ביחס לאחסון אתר דורש כשלושה ימי עבודה, בעוד שהשירות הנקוב בסעיף 9.3, ביחס לניהול קמפיין ממומן עשוי להתמשך על פני 4 ימי עבודה. לפיכך, ועל מנת לקבוע את סדר מתן השירות ביחס להטבות הנקובות בסעיף 9.2 ו- 9.3 אנהל יומן דיגיטאלי, לרבות באמצעות קובץ טבלה דיגיטאלי, במסגרתה יוכל כל נמען לבחור מועד פנוי לטיפול בעניינו, בהתאם לסוג השירות שבחר, כאשר בין חלונות הזמן לאחסון אתר יחלפו 3 ימי עסקים ובין חלונות הזמן לניהול קמפיין ממומן יחלפו 4 ימי עסקים. חבר קבוצה אשר יעכב את עליית הקמפיין או אחסון האתר מטעמיו יתבקש לקבוע מועד חדש, בהתאם ללוח הזמנים הפנוי ביומן הניהול.
14. יובהר כי כל אחד מחברי הקבוצה יהיה זכאי למימוש ההטבה, באחת מן הדרכים המפורטות בסעיף 9 לעיל בלי קשר למימוש על ידי חברי הקבוצה האחרים, ולא תישמע בעניין זה כל טענה מטעם הנתבע בעניין מיצוי הפיצוי על ידי אחרים. עוד יובהר כי כלל ההטבות יינתנו לחברי הקבוצה ללא כל תשלום נוסף או כל תנאי אחר שאינו נובע ישירות הסכם זה, לרבות התנייה בהסכמה לקבל פרסומות. עוד יובהר כי לא תישלח הודעת פרסומת כלשהי למי שניצל הטבה ולא הסכים מראש ובכתב לקבל פרסומות.
15. כל חבר קבוצה זכאי רק למימוש אחד בין האפשרויות המוצעות. הזכאות תחול כלפי חברי הקבוצה ועסקיהם ו/או עסקים בבעלותם, ולא ניתן להעביר את הזכאות לאדם אחר.
16. המערכת תיבדק, טרם הפעלתה על ידי בודק מוסכם, שייבחר ויועסק על ידי ב"כ התובעים, במימוני. הבודק אף יוכל לערוך בדיקה בדבר המערכת בכל מועד לפי דרישת התובעים ובאי כוחם.
17. באי הכוח המייצגים יהיו זכאים לעיין בתיעוד בכל מועד, לפי דרישתם, תוך שמירה על חיסיון הפרטים. באי כוח המייצגים יהיו זכאים לדרוש עדכונים אודות מימוש ההטבות בכל זמן, והנתבע מתחייב לספק עדכונים כאמור בתוך 7 ימים מקבלת דרישה כאמור. כמו כן, עם סיומה של העברת ההטבות לחברי הקבוצה אעביר אסמכתא לידי באי הכוח המייצגים בדבר מימוש ההטבה.
18. אני לא יעשה כל שימוש בנתונים שיאספו במסגרת ביצוע ההסכם לכל מטרה החורגת מהאמור בהסכם זה ועם סיום ביצוע שלב ההטבה לחברי הקבוצה, הסכמת התובעים ואישור בית המשפט, אמחק את כלל הנתונים.

בכמובה

ראו

https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%A2%D7%96%D7%A8%D7%94:%D7%90%D7%99%D7%9E%D7%95%D7%AA_%D7%93%D7%95-%D7%A9%D7%9C%D7%91%D7%99

19. אני אשא בכל ההוצאות הכרוכות בביצוע הסכם הפשרה וההתחייבויות לעיל, לרבות ומבלי לגרוע, הוצאות פרסום מודעות בהתאם לחוק.
20. לאור אופי ההטבות ושוויין ולאור העובדה כי על פי הצהרתו של הנתבע, חברי הקבוצה הינם בעלי עסקים, אני סבור שהתועלת הגלומה בהטבות המוצעות במסגרת הסדר זה עולה על התועלת הנמוכה יחסית של מתן פיצוי ישיר בכסף לחברי הקבוצה בסכום נמוך יותר.
21. לאור האמור, ולפי ייעוץ משפטי שקיבלתי, בשים לב לסיכונים ולסיכויים של הצדדים, כי הסדר הפשרה הינו ראוי הוגן וסביר, וכי סיום ההליך בהסדר פשרה הוא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בין הצדדים, באופן המונע הפצה עתידית של דברי פרסומת ללא הסכמת הנמענים ואף מפצה את התובעים ואת חברי הקבוצה בכלל. כמו כן, הצדדים סבורים כי מדובר בהטבה בשווי משמעותי וראוי בנסיבות העניין.
22. לפי ייעוץ משפטי שקיבלתי, עם אישור הסדר הפשרה על ידי בית המשפט הנכבד יתגבש מעשה בית-דין כלפי חברי הקבוצה (למעט קבוצת הפורשים, ככל שיהיו כאלה) בעילות התביעה הקשורות בפיצוי חברי הקבוצה בגין הנזק הנטען שנגרם להם.
23. לפי ייעוץ משפטי שקיבלתי, הסדר זה לא יחול על כל חבר קבוצה שהודיע לבית המשפט שאינו מעוניין כי הסדר הפשרה יחול עליו, בתוך תקופת ההתנגדות והפשרה, ובית המשפט אישר את בקשתו.
24. כאמור להסדר זה מצורפות אסמכתאות מן הספק שביצע את משלוח ההודעות, הן לעניין כמות ההודעות שנשלחו והן לעניין כמות הנמענים שקיבלו הודעות כאמור. לפי ייעוץ משפטי שקיבלתי, נוכח היקף הקבוצה הנהיר בענייננו, והעובדות הברורות אשר נתמכו בנתונים מטעם הספק, אין צורך במינוי בודק. באם ימונה בודק, מוסכם כי אשלם את עלותו.
25. המלצת הצדדים המוסכמת לעניין גמול לתובעים ושכר הטרחה לבאי הכוח הינה כי אשלם לשני התובעים, במשותף, גמול בסך 55,000 ₪, בתוספת מע"מ, כך שכל תובע יקבל סכום בסך 27,500 ₪ זאת כנגד חשבונית מס/ קבלה כדין ושכר טרחה לבאי כוח התובעים בסך כולל של 275,000 ₪, כאשר כלל הסכומים האמורים ישולמו בצירוף מע"מ כדין, ככל שמע"מ חל וכן החזר הוצאות בסך 3,541.7 ש"ח.
26. לפי ייעוץ משפטי שקיבלתי, סכומים אלה ראויים נוכח העובדה שפעולות התובעים הביאו להפסקת הפעילות המעוולת, תוך מניעת נזקים עתידיים לקבוצה ולציבור בכלל; נוכח סכומי הפיצוי שהקבוצה תזכה להם; ונוכח המטלות שבאי-כוח התובעים נוטלים על עצמם במהלך ולאחר תקופת ההטבות לקבוצה.
27. זהו שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי הוא אמת.


רמי בן דוד

אישור

הנני לאשר בזה כי ביום 2/26/2023 הופיע בפני, עו"ד אלדד בן הרוש, מר רמי בן דוד אשר שהזדהה בפניי באמצעות תעודת זהות מס' 039423967 ואחרי שהזהרתיו על חובתו להצהיר את האמת וכי יהא צפוי לעונשים הקבועים בחוק באם לא יעשה כן, אישר את נכונות ההצהרה הנ"ל וחתם עליה בפני.

אלדד בן הרוש, עו"ד

מ.ר. 44009

שד' חמנינים 32, 33262

אלדד בן הרוש, עו"ד

תצהיר 5

אלדד בן הרוש

התובעים הייצוגיים:

1. אלירס עובד

2. אוריאל רז המאושר

על ידי ב"כ G&A גלסברג, אפלכאום ושות'
בית ש.א.פ, קומה 21, היצירה 3, רמת גן
טל': 03-7774777, פקס': 03-7774770

– נ ג ד –

הנתבע:

רמי בן דוד

על ידי ב"כ עוה"ד אלדד בן הרוש ו/או רועי זילברמן
ו/או אח' ממשד סרור, בן הרוש ושות'
רח' המגינים 32, חיפה
טל': 04-8339595; פקס': 03-7252843

תצהיר

אני הח"מ, אלדד בן הרוש, ת.ז. 033602137 לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת בכתב כדלקמן:

1. תצהירי זה ניתן בהתאם להוראות סעיף 18(ב) לחוק תובענות ייצוגיות התשס"ו-2006, לשם תמיכה בבקשה לאישור הסכם פשרה המוגשת במסגרת ההליך נשוא הכותרת לעיל (להלן בהתאמה: "בקשת אישור הפשרה" ו-"התובענה").
2. אני משמש כבא כוחו של הנתבע בתובענה הנדונה.
3. הסכם הפשרה המצורף לבקשה לאישור הסכם פשרה מגלם את מלוא ההבנות שהושגו בין הצדדים, ולא ניתנו טובות הנאה נוספות כלשהן למבקשים או לבאי כוחם.
4. זה שמי וזו חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

חתימת המצהיר

אישור

אני הח"מ, עו"ד טל בן בסט מאשרת בזה כי ביום 20.02.2023 הופיע בפני מר אלדד בן הרוש, ת.ז. 033602137, המוכר לי באופן אישי, ולאחר שהזהרתי כי עליו לומר את האמת, וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן, אישר בפניי את נכונות הצהרתו לעיל וחתם עליה בפניי.

טל בן-בסט, עו"ד
מ.ר. 82850
משרד עו"ד סרור, בן הרוש
הענינה לרשות מר' ד

רשימת נספחים

מס' עמ'	שם המסמך	מס'
27	העתק קבצי תיעוד השליחות כפי שהורד על ידי הנתבע ממערכת הספק	1
28	העתק קובץ מספרי הטלפון של חברי הקבוצה	2
29-34	עתק דף מידע אודות כרטיס ביקור דיגיטאלי	3
35-50	העתק אודות שירות דומה ועלויותיו מאתר מתחרה	4
51-53	העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות אחסון אתרים אצל הנתבע כיום	5
54-56	העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות ניהול קמפיין ממומן אצל הנתבע כיום	6
57-59	העתק הסבר לעניין אימות כפול מאתר ויקיפדיה	7

נספח 1

העתק קבצי תיעוד השליחות כפי שהורד על ידי

הנתבע ממערכת הספק

(מצורף על גבי דיסק באופן פיזי)

נספח 2

העתק קובץ מספרי הטלפון של חברי הקבוצה
(מצורף על גבי דיסק באופן פיזי)

נספח 3

העתק דף מידע אודות כרטיס ביקור דיגיטאלי



כרטיס ביקור דיגיטלי מותאם אישית!

כרטיס ביקור דיגיטלי מתקדם

כל הנתונים הרלוונטיים - כבר בפנים!

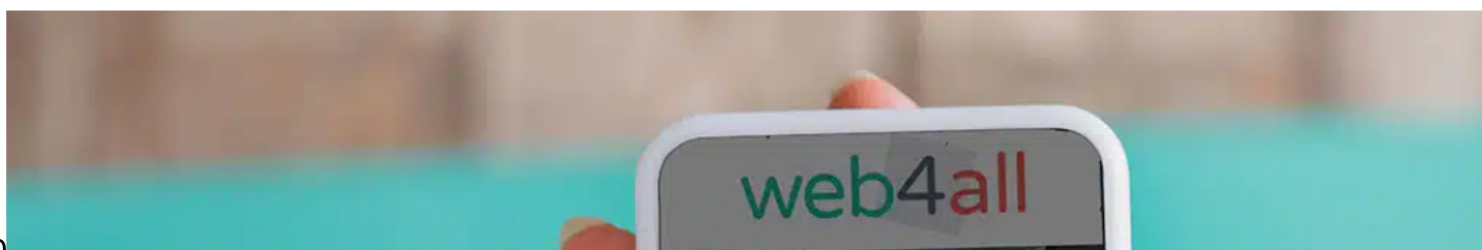
כרטיס הביקור הדיגיטלי כבר מזמן נכנס לתמונה.

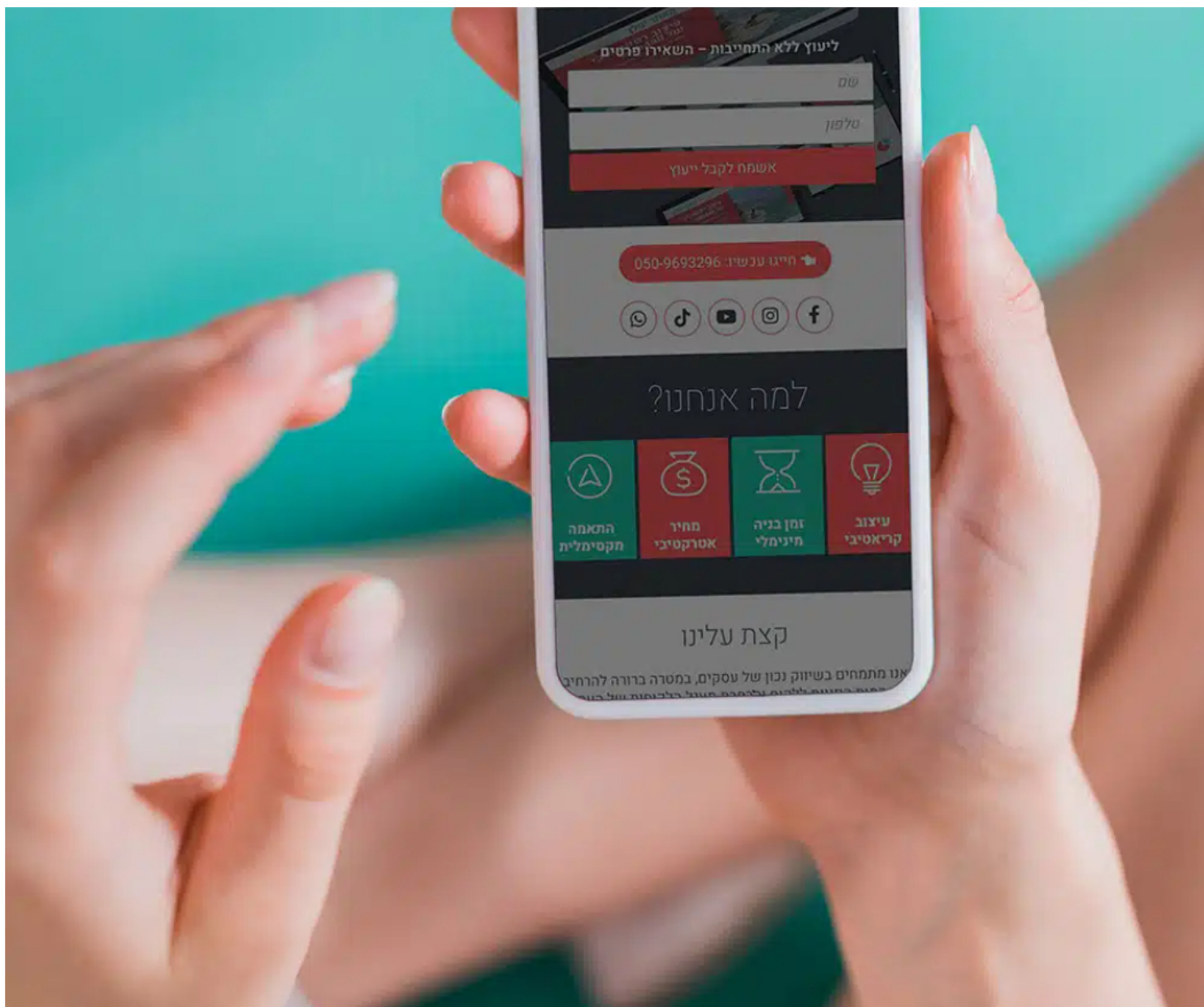
עם הנתונים הרלוונטיים לכל עסק, עם המראה היוקרתי ואם השימוש הפרקטי שמחליף באלגנטיות את כרטיסי הנייר של העבר.

מה שמייחד את כרטיסי הביקור שלנו – זה שהעיצוב שלהם הוא לא מתבית אלה מותאם אישית לצרכי הלקוח.

העיצוב המתקדם והאסתטי משרת את מטרות הלקוח הכי נכון, אם זה בפן הפרסומי ואם זה בפן השימושי כדי שפרטי ההתקשרות יגיעו ישירות ללקוחות של העסק ללא מאמץ.

ניתן לכלול בכרטיס מלבד פרטי ההתקשרות, מלל על העסק, טופס ליצירת קשר, תמונת אווירה ולוגו ואפילו גלריה של עבודות.





למה לעשות כרטיס דיגיטלי אצלנו?



התאמה אישית



עיצוב ייחודי





אז אתם שואלים כמה זה עולה לי?

750 ₪ לשנה

לרכישת הכרטיס חייגו עכשיו

050-9693296 📞

או השאירו הודעה ונחזור אליכם בהקדם

שם

טלפון

אימייל

שליחה

מאתר שמייצג אתכם נכון!

אתם במרחק ש

חייגו אלינו עכשיו! 050-9693296

או השאירו פרטים ונשמח לייעוץ לכם, ללא התחייבות, מה הכי נכון עבורכם בפלטפורמה הדיגיטלית.

שם

טלפון

אשמח לקבל ייעוץ ללא התחייבות





לפרטים נוספים תהיו בקשר

מחלקת מכירות 050-9693296 

מחלקת עיצוב ובנית אתרים 072-3970885 

מחלקת ניהול אתרים 072-3954197 

שירות ואחזקת אתרים info@web4all.co.il 



ESC

נספח 4

העתק אודות שירות דומה ועלויותיו מאתר
מתחרה

עלות כרטיס ביקור דיגיטלי

דף הבית « בלוג » עלות כרטיס ביקור דיגיטלי

מחיר 57
כרטיסים
150 שח

לשנה

כולל האפליקציה המתקדמת
שלנו לשליחת כרטיס הביקור
בסיום שיחה בלחיצת כפתור ללא
תוספת תשלום

מחיר לכרטיס 1
250 ש"ח

לשנה +מעמ

לשנה

כולל האפליקציה המתקדמת
שלנו לשליחת כרטיס הביקור
בסיום שיחה בלחיצת כפתור ללא
תוספת תשלום

חייגו עכשיו 0723940741

או השאירו פרטים ונחזור אליכם

שם

טלפון

אני רוצה כרטיס ביקור דיגיטלי!



כרטיסי ביקור הם אחד **מכלי השייווק** החשובים ביותר לכל עסק. הם יכולים לשמש כדי להציג את עצמך, לספק פרטים ליצירת קשר ולבנות קרבה עם לקוחות פוטנציאליים. עלות כרטיס ביקור דיגיטלי משתנה בהתאם לסוג התחום בו אתם עוסקים, כמו גם בהתאם לסוג המידע הקיים בכרטיס.

בתור בעל עסק בתחום
האסטיטקה, היה לי
מאוד חשוב לשדר
מראה נקי, מקצועי
ומעוצב. בלי שום ידע
טכני, 'צירתי' בעזרת
המערכת שלהם כרטיס
ביקור מהמם! ממליץ
בחום!!

העלות הממוצעת לכרטיס ביקור דיגיטלי היא כ-550 ₪ – 1,300 ₪. מחיר זה בדרך כלל מתייחס להקמת הכרטיס והעיצוב שלו, כאשר לרוב יהיה צורך לשלם גם על דמי אחסון ואף תחזוקות האתר. להזכרכם, **כרטיס ביקור דיגיטלי** הוא למעשה מיני-אתר (מיני סייט) אשר בו קיים כל המידע על העסק בצורה מתומצתת.

מה כדאי לדעת על עלות כרטיס ביקור דיגיטלי

כדי ליצור כרטיס ביקור דיגיטלי, תצטרכו להשקיע בעיצוב ופיתוח האתר שלכם. אתה יכול גם להשתמש בכלי מקוון כדי ליצור את **כרטיס הביקור הדיגיטלי** שלך בחינם, למשל בכלים של תבניות עיצוב שבלונות.

עלות כרטיס ביקור דיגיטלי נקבעת במידה רבה על פי מורכבות התוכן שלו ונמדדו, לדוגמה, כרטיסים ביקור פשוטים עם רק נוסחון





דרור סימן-טוב | מאמן
אישי-קואוצ'ר
למידע נוסף >>

KR.

sebo-tech
למידע נוסף >>

Shimon Malul
למידע נוסף >>

Alona Menashe
למידע נוסף >>

השלב הראשון הוא להבין את המצב הבריאותי של הילד. זה כרוני או חדש? מה הסיבות? ומה צריך לעשות? מחיר זה מתייחס לעיצוב של הכרטיס, ועל זה יש להוסיף את עלות האחסון של ה-מיני-אתר.



עד כמה קל לעצב לבד כרטיסי ביקור דיגיטליים?

כרטיסי ביקור הם דרך מצוינת להציג את עצמך בפני מישהו. זוהי דרך מהירה וקלה ליצור קשר עם מישהו ברגע. עם זאת, לא תמיד קל לעצב את כרטיס הביקור שלך. במיוחד אם אתם לא גרפיקאים בעצמכם.

לרוב, לעסקים חשוב שיהיו **כרטיסי ביקור דיגיטליים** משלהם כדי שיוכלו להגיע בקלות לקהלי היעד שלהם. כרטיסי ביקור הם הרושם הראשוני של המותג שלכם, לא פחות מזה. הם הדבר הראשון שלקוח או לקוח פוטנציאליים רואים כשאתה נכנס למשרד שלהם. ואם אתם רוצים שהכרטיס יעוצב היטב ונכון לעיסוק שלכם, אל תשאלו את עצמכם עד כמה קל לעצב אותו לבד. עדיף לקבל סיוע של גרפיקאים.

מה הסיבות לשימוש בכרטיס ביקור דיגיטלי?

כרטיסי ביקור דיגיטליים משמשים מסיבות רבות - הם יכולים לשמש למטרות שיווק, מיתוג, ונטוורקינג. הם גם מאפשרים לעסקים להציג את הלוגו שלהם על הכרטיס ולא רק באתר האינטרנט או בפרופיל המדיה החברתית שלהם. ככל שתצטרכו יותר מידע בכרטיס, עלות כרטיס ביקור דיגיטלי תהיה כמובן גבוהה יותר.



ובסופו של יום, כרטיסי ביקור הם כלי שיווקי מרכזי שיוכל לעזור לך לבלוט מהקהל. עם כל כך הרבה עסקים המשתמשים בשיווק דיגיטלי, חשוב שיהיה לך כרטיס ביקור דיגיטלי אשר

מעוצב בהתאמה אישית לעסק שלך.

למה חשוב להתאים לכל עסק כרטיס ביקור דיגיטלי אישי?

רוב כרטיסי הביקור מודפסים על נייר ולעיתים קרובות הם נראים מיושנים ומשעממים. במקום זאת, עליך להתחיל להשתמש בכרטיסי ביקור דיגיטליים כדי לעזור למותג שלך להתבלט ולהשפיע. וכדי לגרום לזה לקרות, אתם צריכים **עיצוב והתאמה אישית של כרטיס ביקור דיגיטלי** אונליין.

עיצוב אישי בכרטיס הביקור הדיגיטלי הוא צעד גדול להבליט את המותג שלך. זהו חלק חשוב מאוד בתהליך הקידום של הפעילות העסקית. ישנם יתרונות רבים בעיצוב כרטיס ביקור מותאם אישית. כאשר יש לך כרטיס ביקור מותאם אישית, תוכל להשפיע על האנשים בצורה מיטבית כאשר הם רואים אותו. תוכל להגיע אליהם בצורה יעילה יותר ולהשאיר מאחוריך רושם מתמשך שנשאר איתם גם בתהליך קבלת ההחלטות שלהם אם לרכוש או לא לרכוש את המוצר שאתה משווק. ככל שהכרטיס יהיה ייחודי יותר, עלות כרטיס ביקור דיגיטלי תהיה בהתאם.

האם כל בית עסק צריך כרטיס ביקור דיגיטלי?

כרטיס ביקור הוא כלי שיווקי חשוב ביותר לכל סוג של עסק. עם זאת, זה יכול להיות מאתגר לעצב כרטיס ביקור שמותאם אישית ומותאם לכל לקוח ולקוח. וחשוב לזכור, שישנם יתרונות רבים בעיצוב אישי לכרטיסי הביקור הדיגיטליים שלך. למשל, אתה יכול ליצור קשר רגשי עם הלקוחות שלך שעוזר להגביר את הנאמנות שלהם כלפי המותג.

זה גם עוזר לגרום להם להרגיש שהם מכירים אותך באופן אישי, מה שיגרום להם יותר לסמוך עליך ולקנות ממך בעתיד. זכור, כרטיסי ביקור הם אחד החלקים החשובים ביותר באסטרטגיית השיווק הדיגיטלי שלך. הם דרך מצוינת לחשוף את המותג בצורה הנכונה לו ביותר. אם עלות כרטיס ביקור דיגיטלי מעט גבוהה, זה בהחלט עשוי להיות שווה את זה.





הרושם הראשוני שתשאירו על הלקוחות הפוטנציאליים

כרטיס ביקור הוא מה שאנשים רואים לראשונה כשהם נחשפים למותג שלכם. זה הרושם הראשוני שאתה עושה על מישהו, לכן חשוב לוודא שהוא משקף את המותג והסגנון האישי שלך. עם זאת, עם כל העיצובים השונים של כרטיסי ביקור זמינים, זה יכול להיות קשה לדעת איזה עיצוב הכי מתאים לך.

זכרו, עיצוב אישי עדיף תמיד על עיצוב גנרי. קבלו סיוע של מעצב גרפי, תבררו עלות כרטיס ביקור דיגיטלי ותצאו לדרך. אם המתחרים שלכם מחזיקים בכרטיסים אלו, אין סיבה שלכם לא יהיה כרטיס ביקור כזה.

עלות כרטיס ביקור דיגיטלי

עלות כרטיס ביקור דיגיטלי נעה בין הטווחים הממוצעים של כ-250 ₪ – 650 ₪ לשנה, כאשר מחיר זה בד"כ כולל את העיצוב של הכרטיס, הכנתו, התשלום על הדומיין והאחסון שלו למשך 12 חודשים. האם כל בית עסק בימינו צריך כרטיס ביקור דיגיטלי? מה משפיע על המחיר של הכרטיס? הנה התשובות.

כמה עולה הכנת כרטיס ביקור דיגיטלי ומה משפיע על המחיר של יצירת הכרטיס? ובכן, בעוד שישנם כרטיסי ביקור דיגיטליים בעלויות ממוצעות של 1,000 ₪ ומעלה, אפשר גם להכין כרטיס ביקור דיגיטלי בעלות ממוצעת של כ-450 ₪ בימינו. והאמת היא, שיש גם את האופציה של הכנת כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם בעזרת תבניות עיצוב גנריות. קודם כל, חשוב לזכור שכרטיס ביקור דיגיטלי הוא ייצוג דיגיטלי של כרטיס הביקור המסורתי. כרטיסים אלו נוצרים בדרך כלל לשימוש אישי, אך ניתן להשתמש בהם גם במסגרות מקצועיות.

הכנת כרטיס ביקור דיגיטלי קלה יותר מהכנת המסורתית

במובן מסוים, יצירת כרטיס ביקור דיגיטלי היא הרבה יותר זולה מאשר יצירת כרטיס ביקור פיזי. כרטיס ביקור מסורתי-פיזי יצריך הדפסה, עיצוב אצל גרפיקאי, יצירת קשר עם בית דפוס, תשלום למישהו שיחלק עבורכם את הכרטיסים ועוד. מאידך, כרטיס ביקור דיגיטלי לא מצריך ממכם את כל הדברים המסורבלים האלו.

ועוד חשוב לדעת כי, העלות של כרטיס ביקור דיגיטלי תלויה בתכונות הרצויות עבורו. אתם יכולים ליצור כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם עם חלק מהתוכנות כמו Canva או Photoshop. אבל אם אתם רוצים להשתמש בתכונות מתקדמות, זה יעלה לכם יותר. למשל, יצירת כפתור של יצירת קשר דרך הווצאפ. באופן הזה, כל מי שיבקש את כרטיס הביקור שלכם יוכל ליצור קשר מיידית.

ממה מורכב המחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי

המחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי אינו קבוע. זה יכול להיות נמוך כמו 250 ₪ ועד 1,500 ₪ ומעלה, תלוי במורכבות העיצוב. אם אתם לא מורידים אותם בחינם מהאינטרנט, כרטיסי ביקור דיגיטליים מעוצבים על ידי מעצבים גרפיים בעלי מומחיות בעיצוב כרטיסים אלו. כפועל יוצא מזה, העלות תהיה תלויה ברמת המיומנות ובניסיון של המעצב.

עוד צריך לדעת כי, זה לא תשלום חד פעמי. תצטרכו לשלם עבור העיצוב, האירוח והדומיין ב

אופן שוטף. במובן זה של הדברים, מחיר כרטיס ביקור דיגיטלי מורכב מכמה גורמים שונים, ביניהם התשלום לגרפיקאי עבור עיצוב הכרטיס ועלות אירוחו בשרת האינטרנט. כמו כן, העלות ליצירת כרטיס ביקור דיגיטלי משתנה בהתאם לפלטפורמה שבה אתם משתמשים ועד כמה משוכלל אתם רוצים שהכרטיס יהיה. האפשרות הזולה ביותר תהיה שימוש בטוויטר, וויקס או בפייסבוק בחינם. עם זאת, אם אתם רוצים יותר תכונות כמו סרטוני אנימציה או קישורים לאתרי אינטרנט שלכם, העלות תגדל.

האם כל בית עסק חייב כרטיס ביקור דיגיטלי?

ובכן, לא "חייב", אבל בכל בית עסק מומלץ שיהיה כרטיס ביקור דיגיטלי מותאם אישית. בשורה התחתונה, כרטיס ביקור דיגיטלי הוא פרופיל של עסק מקוון. זהו ייצוג מקוון של החברה ושירותיה. עסקים קטנים שאין להם הרבה מה להציע עדיין לא צריכים אחד. אבל עבור רוב החברות, יש צורך להווצר תכונות חזקות ועל

התשובה היא שזה תלוי. איזה סוג של עסק אתם מנהלים? מה הן המטרות שלכם? כמה זמן יש לכם להשקיע בשיווק? האם אתם צריכים כרטיס ביקור דיגיטלי הכולל בתוכו גם את תיק העבודות שלכם? האם תיק העבודות שלכם כולל בתוכו סרטוני וידאו? שימו לב, אם תיק העבודות שלכם כולל גרפיקות, סרטוני וידאו, אינפו גרפיקה וכו', אתם לחלוטין חייבים כרטיס ביקור דיגיטלי. זאת ועוד, אם יש לכם עסק והמטרה היא להביא כמה שיותר אנשים דרך הדלת, אז כן! אתם בהחלט צריכים כרטיס ביקור דיגיטלי.

10 טיפים להכנת כרטיס ביקור דיגיטלי



חשוב לזכור שכרטיס הביקור הדיגיטלי שלכם צריך להיות שלוחה שלכם ושל המותג; זה לא תחליף לכרטיס הביקור הלא מקוון שלך (המסורתי מנייר). להלן עשרה טיפים שיעזרו לכם ליצור כרטיס ביקור דיגיטלי שמותאם לעסק שלכם.

1. בחרו את הפלטפורמה המתאימה לצרכים שלכם.
2. השתמשו בכלים הנכונים לעבודה.
3. שמרו על זה פשוט ונקי – עיצוב מוגזם והמון פרטים יכולים לעיתים להזיק יותר מאשר להועיל.
4. ודאו שללקוחות שלכם יהיה קל למצוא את מה שהם רוצים ומחפשים.
5. היו עקביים עם אלמנטים של מיתוג כמו צבעים, גופנים ולוגו.
6. ודאו שאנשים יוכלו למצוא אתכם ברשתות החברתיות בעזרת הכרטיס.
7. שתפו קישור לאתר או לבלוג שלכם בפלטפורמות של מדיה חברתית, כדי שאנשים יוכלו למצוא מידע נוסף עליכם באינטרנט.
8. השתמשו במילות מפתח רלוונטיות על מנת להתברג גבוה יותר במנועי חיפוש.
9. השתמשו בתמונות איכותיות אבל לא כבדות מדי, כדי לא להכביד על זמני הטעינה של כרטיס הביקור כאשר מקליקים עליו.
10. תבדקו את האופציה של הורדה חנימית מהאינטרנט של תבניות עיצוב לכרטיסי ביקור בחינם.

למה צריך להשוות בין מעצבים שונים?

אין ספק, חשוב לבצע השוואת תיקי עבודות לפני שמזמינים מעצב גרפי. כך תוכלו לראות למי מהם יש את הסגנון הטוב ביותר עבור הצרכים שלכם. חשוב גם להשוות את כרטיס הביקור הדיגיטלי שלהם, שכן זה יהיה הרושם הראשוני שתקבלו מהם.

למעצבים יש סגנונות וכישורים שונים שמתאימים יותר לעבודות מסוימות מאחרות. כדאי להקפיד למצוא מישהו שיש לו סגנון המשלים את צרכי העסק שלכם, מישהו שמבין את המסר העסקי של החברה. זכרו, ישנם מעצבים שטובים יותר במשימות מסוימות מאחרים. לדוגמה, מעצבים מסוימים מעולים בעיצוב לוגו, בעוד שאחרים טובים יותר בעיצוב גרפיקה של מדיה חברתית. חשוב לבחור מעצב בעל ניסיון בסוג עבודת העיצוב שתמצאו שיבצע עבורכם.



כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר

ישנם שני סוגים של כרטיסי ביקור: כרטיס ביקור דיגיטלי וכרטיס ביקור סטנדרטי העשוי נייר. מטרתו העיקרית של כרטיס הביקור היא ליצור היכרות ראשונית בין איש המקצוע ללקוח ולגרום לרושם ראשוני טוב שיוביל בסופו של דבר את הלקוח לביצוע פעולה.

הרוב הגדול של כרטיס הביקור הסטנדרטיים שמחולקים נזרק לפח, אלו אשר אינם נזרקים לפח הם לא אפקטיביים במיוחד ולכן הם לא תורמים לגדילה של פניית הלקוחות לעסק. כרטיס ביקור סטנדרטי העשוי נייר מציג ברוב המקרים רק את מספר הטלפון של איש המקצוע, את שמו ואת המייל שלו, כרטיס ביקור העשוי נייר אינו מתאים לשמירת פרטים על איש המקצוע. כרטיס ביקור סטנדרטיים נאבדים בקלות ומרבית הלקוחות זורקים את כרטיסי הביקור הללו כעבור מספר ימים בודדים מהרגע בו קיבלו אותם. נוסף על כך, עלויות ההדפסה של כרטיסי ביקור מסוג זה אינן זולות בכלל ובכל פעם שרוצים לעדכן פרט כלשהו על העסק יש צורך בהדפסת כרטיסי הביקור מחדש.

כרטיס ביקור דיגיטלי

כרטיס ביקור דיגיטלי הוא סוג של אתר קטן על העסק אשר מכיל בתוכו תוכן רב שקשור לעסק, כל זאת נעשה בצורה נוחה וגמישה ללקוח. ישנה אפשרות לשמור את כרטיס הביקור הדיגיטלי במכשיר הנייד ואפילו לשלוח אותו לקרובים אליכם ולכל מי שתמצאו. עצם העובדה שכרטיס ביקור מסוג זה נמצא בדיגיטל מאפשרת לו להכיל מידע רב ללא הגבלה של שטח או מקום. ניתן לשלוח את כרטיס הביקור הדיגיטלי בכל רגע שתמצאו, לא ניתן להגיע למצב בו נגמר המלאי של כרטיס הביקור הדיגיטלי שלכם, יתרה מכך, תמיד אפשר לערוך את כרטיס הביקור הדיגיטלי ולעדכן את הפרטים הקיימים בו, אין צורך בהדפסה מחודשת של הכרטיס או בשליחה מחודשת של כרטיס הביקור המעודכן. ברגע שביצעתם שינוי בכרטיס הביקור הדיגיטלי, השינוי מתבצע אצל כלל האנשים אשר מחזיקים בכרטיס.

כרטיס ביקור דיגיטלי: מה הם החסרונות?

כרטיס הביקור הדיגיטלי הוא בעל חסרונות מסוימים שחשוב להכיר בהם. כדי להגיע למצב בו תוכלו להעביר את הלינק של כרטיס הביקור הדיגיטלי עליכם להחזיק במספר הטלפון של אותו אדם אליו תרצו להעביר את כרטיס הביקור, מספר הטלפון של לקוח הוא מידע אישי ולא כל לקוח יהיה מוכן לחלוק איתכם את מספר הטלפון שלו ברגע הראשון שהוא מכיר אתכם. קרו מקרים בהם הלינק אשר מוביל את הלקוח אל כרטיס הביקור הדיגיטלי נעלם בין כל ההודעות שהלקוח מקבל במכשיר הסלולרי שלו.

קיימים מקרים בהם הלקוח מקבל הודעה המכילה קישור מבלי להכיר את בעל העסק, הלקוח נוטה לחשוב כי מדובר בעוד דואר ספאם או פרסום מעצבן ופשוט מתעלם מן הקישור.

נוסף על כך, חשוב לוודא כי כרטיס הביקור הדיגיטלי נוגע לקהל היעד אליו אתם מכוונים מכיוון שישנן אוכלוסיות מסוימות שפחות שולטות בעולם האינטרנט והטכנולוגיה וכרטיס ביקור דיגיטלי עלול להיות מסובך עבור אותן אוכלוסיות.

מה ההבדל בין כרטיס ביקור סטנדרטי לכרטיס ביקור דיגיטלי?

בתקופה של ימינו, מרבית התחרות העסקית מתרחשת באינטרנט וברשתות החברתיות, **כרטיס הביקור הסטנדרטי** אשר עשוי מנייר אינו מופיע ברשתות החברתיות וברשת ולכן אינו מועיל בתחרות. לעומת זאת, כרטיס הביקור הדיגיטלי מעניק לבית העסק או לאיש המקצוע נוכחות ברשתות החברתיות ובאינטרנט בכלל, כך כרטיס הביקור הדיגיטלי עוזר לבית העסק לנצל את הפוטנציאל המקסימלי במפגש הראשוני מול הלקוח אשר מתרחש ברוב הגדול של המקרים באינטרנט.

אפשר להבין מכך כי כרטיס ביקור דיגיטלי מתאים לכל איש מקצוע או בית עסק שחשוב לו לגעת בכמה שיותר לקוחות עם מאמץ מינימלי ככל האפשר, בית עסק או איש מקצוע המשתמש בכרטיס ביקור דיגיטלי יכול להיות בטוח כי הלקוח יוכל לשמור את פרטי איש הקשר ולהשתמש בהם בקלות ובמהירות בעת הצורך. נוסף על כך, כרטיס הביקור הדיגיטלי הוא פתרון מעולה לאנשי מקצוע ובתי עסקים המעוניינים להציג את עצמם בצורה האידיאלית בפני לקוחות פוטנציאליים ואינם מוכנים להסתפק בכמות הנתונים הדלה שניתן להעביר



היתרונות של כרטיס ביקור דיגיטלי

1. כרטיסי ביקור דיגיטליים מכילים בתוכם כפתורים שונים אשר דרכם ניתן להגיע לפרופיל של בית העסק ברשתות החברתיות השונות, כתוצאה מכך גדלה כמות האנשים שנחשפים לתוכן השיווקי של בית העסק.
 2. מהרגע בו הקמתם את כרטיס הביקור הדיגיטלי ניתן לשלוח אותו ללא הפסקה, בלי לשלם עלויות על הדפסות חוזרות.
 3. **כרטיס ביקור דיגיטלי** הרבה יותר יוקרתי ומיוחד מכרטיס ביקור סטנדרטי העשוי מנייר, כרטיס ביקור דיגיטלי מכיל בתוכו אלמנטים יוצאי דופן שאינם קיימים בכרטיס ביקור סטנדרטי העשוי מנייר, חלק מן האלמנטים הללו הם: תמונות, סרטוני וידאו, כפתור של חיוג מקוצר לבית העסק ועוד אלמנטים נוספים.
 4. כרטיס ביקור דיגיטלי מכיל בתוכו את כל המידע הרלוונטי ללקוח על השירותים שמעניק איש המקצוע או בית העסק. כרטיס ביקור דיגיטלי משמש כסוג של אתר תדמית קטן לבית העסק או לאיש המקצוע.
 5. ניתן להגיע אל כרטיס הביקור הדיגיטלי על ידי חיפוש פשוט וקצר באינטרנט.
- לכל הוצאה שיש לכם בעסק השפעה רבה, במיוחד לטווח הארוך. עסק מצליח הוא עסק אשר יוכל להפיק את המירב מכל ההוצאות שלו בעסק, בין אם מדובר על הוצאות שיווק, דלק וכן הלאה. כאשר אנחנו מדברים על כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר, אנחנו מגיעים לעולם שיכול להיות מאוד חסכוני וגם להגדיל את הכנסות העסק. כולנו יודעים מה זה כרטיס ביקור, אבל כרטיס ביקור דיגיטלי יכול להישמע לחלק מאיתנו מעט לא מובן. עבור כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר המשתנה בהתאם לנתונים שונים. הנה כל מה שאתם צריכים לדעת על כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר, עיצוב, יתרונות וחסרונות.

מהו כרטיס ביקור דיגיטלי?

כרטיס ביקור סטנדרטי יהיה כרטיס ביקור אשר מכיל בתוכו את כל האינפורמציה הממוקדת ביותר על העסק שלנו. כאשר אנחנו מכינים כל כרטיס דיגיטלי שיש, אנחנו צריכים להבין שיש לנו את הדרך לקנות את הלקוח בכמה משפטים. ברגע בו אנחנו מעמיסים יותר מדי אינפורמציה על הלקוח, אנחנו לא באמת עושים עבודת שיווק נכונה. אי אפשר להכיל יותר מדי מידע על פני כרטיס ביקור קטן. המטרה של כרטיס הביקור בסופו של דבר הוא לעורר סקרנות ולגרום ללקוח לרצות לשמוע עליכם עוד. ההבדל בין כרטיס ביקור רגיל ובין כרטיס ביקור דיגיטלי אמנם נראים שוליים, הרי כאן מדובר על כרטיס מודפס ובמקרה השני מדובר על כרטיס ביקור שאנחנו יכולים לשלוח דרך הטלפון. ההבדל הוא גדול, מבחינת כל מי שאתם יכולים להגיע אליו, עיצובים חדשים ובכלל, התחדשות של העסק שלכם לעומת עסקים אחרים שעובדים על כרטיס ביקור מודפס.

בדרך כלל, אנחנו מעניקים כרטיס ביקור כאשר אנחנו נמצאים בפגישה עסקית או פוגשים לקוח כלשהו באמצע הדרך. עם זאת, כאשר יש לנו כרטיס ביקור דיגיטלי אנחנו יכולים להגיע להיצע רחב יותר של אנשים. אנחנו יכולים לשלוח את כרטיס הביקור שלנו לכל אנשי הקשר, אנחנו יכולים לערוך רשימת תפוצה של הלקוחות שלנו ולשלוח להם כרטיס ביקור והם יעבירו הלאה. הדרך לשווק את העסק באמצעות כרטיס ביקור דיגיטלי הינה פשוטה יותר. עם זאת, אתם חייבים לעשות את זה מקצועי.

לא חייב להיות יקר

עבור כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר אשר משתנה גם בהתאם לבחירה שלכם לגבי המעצב. למעשה, היום יש תוכניות חנימיות אשר מאפשרות לכם לערוך כרטיס ביקור דיגיטלי באופן עצמאי. כאן אתם צריכים לדעת לעשות את הבחירה הנכונה ביותר, איך למצוא את התוכנה החנימית שיכולה לשרת אתכם על הצד הטוב ביותר. עם זאת, חשוב ממש לדעת כי יש השפעה לתוצאה שלכם, לטוב ולרע. תארו לכם שאתם הייתם מקבלים כרטיס ביקור דיגיטלי מעסק כלשהו והכרטיס היה נראה כאילו ילד יצר אותו, לא הייתם קונים מאותו

כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר ממוצע

עבור כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר המתחלק לשניים, אחד הוא המחיר אותו אתם משלמים עבור העיצוב והמחיר השני הוא עבור האחסון. מנעד המחירים עבור שירות זה נע בטווח רחב, תוכלו למצוא כרטיס ביקור דיגיטלי מעוצב מ-100 ש"ח ועד 500 ש"ח. אם אנחנו רוצים לפנות לכרטיסי ביקור יותר יוקרתיים, המחירים יכולים לנוע בין 700 ש"ח ועד 1,200 ש"ח ללא דמי אחזקה ואחסון. המחיר אותו נשלם עבור אחסון לשנה יהיה כ-250 ש"ח עד 400 ש"ח, תלוי בשרת ובחברה אותה בחרנו.

מהם היתרונות של כרטיס ביקור דיגיטלי?

- **זמינות** - הדבר העיקרי שהופך כרטיס ביקור דיגיטלי להרבה יותר אפקטיבי הוא שהכרטיס זמין לכם. אם יש לכם כרטיס מודפס אתם צריכים תמיד לדאוג לקחת אותו אתכם, לעיתים יורד גשם והכרטיס יכול להתרטב או שהוא מתקמט בכיס שלכם. מצד שני, כרטיס ביקור דיגיטלי הוא הרבה יותר עמיד וזמין לכל לקוח בכל זמן ביום. יש לכם את הכרטיס מובנה על הטלפון שלכם ובאמצעות לינק אתם יכולים לשלוח אותו למספר טלפון או למייל.
- **חיסכון** - עבור כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר חד פעמי, אתם לא צריכים לשלם כל פעם על עיצוב אלא פעם בשנה עבור אחסון הכרטיס. המחיר אותו אנחנו משלמים עבור כרטיסים מודפסים יהיה גבוה יותר באופן משמעותי אם אנחנו מסתכלים על זה לאורך כל השנה. כרטיסים דיגיטליים אינם עם מגבלה ולכן, אנחנו חוסכים המון כסף. גם אם אתם בוחרים בכרטיס ביקור יוקרתי לעסק שלכם, עדיין אתם תהיו רווחיים יותר מאשר שימוש בכרטיסים מודפסים.
- **איכות הסביבה** - עסק שהופך את עצמו בחלקו לדיגיטלי יכול גם לתרום לתדמית העסק באופן ניכר וגם לכדור הארץ. כרטיס ביקור דיגיטלי הוא כרטיס ירוק, משמע אין שימוש בגורמים מזוהים או בנייר לצורך בניית הכרטיס. לכן, עסקים רבים בוחרים לעבור לכרטיס ביקור דיגיטלי, גם כדי לשמור על הסביבה וגם כדי ליצור תדמית יותר חיובית לעסק שלהם.
- **קישור לאתר** - כפי שצינו, כאשר אתם שולחים כרטיס ביקור דיגיטלי לאדם כלשהו, זה כלי שיווקי לכל דבר ועניין. כאשר יש לכם כרטיס ביקור מודפס, אין לכם את האופציה לשלוח קישור ולשווק את האתר שלכם בדרך הזאת. המטרה של כרטיס ביקור דיגיטלי או מודפס היא לעורר סקרנות אצל הלקוח, ואם זה עבד על הלקוח כאשר יש לכם כרטיס ביקור דיגיטלי הוא יוכל ישירות להיכנס לאתר שלכם באמצעות לינק אותו נוסף לעמודה. חשוב לזכור שכרטיס ביקור דיגיטלי חייב להיות ממוגן ולשמור על עיצוב שמושך את העין, יש חשיבות לבחירת הצבע ולכל פרט קטן בעיצוב.

מהו המחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי

המחיר של פתיחת כרטיס ביקור דיגיטלי בסיסי ואחסונו נע בין 1 - 550 שקלים, המחיר הינו לשנה. המחיר של הקמת כרטיס ביקור דיגיטלי מעוצב נע בין 800 שקלים ל-1200 שקלים דמי הקמה ועוד 350 שקלים לשנה על דמי אחזקה ואחסון.



כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים

אם אתם מתעניינים באפשרות להפיק כרטיס ביקור דיגיטלי, חשוב שתבינו דבר אחד פשוט: כרטיס ביקור דיגיטלי הוא לא מוצר, אלא שירות. המשמעות? אתם לא משלמים עבור קובץ או כרטיס או כל מוצר אחר כלשהו, אותו אתם מקבלים ובה מסתיים העניין, אלא משלמים עבור שירות מתמשך ומתגלגל במעין מודל של מנוי חודשי או שנתי. מה עומד מאחורי

העניין ומדוע לא מדובר במוצר אותו אתם רוכשים פעם אחת וזהו וכמה זה עולה בפועל? את התשובות לשאלות אלה ובנוסף פרטים נוספים על כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים, ספקים ושירות, תוכלו לקבל ממש כאן בשורות הבאות.

מה זה כרטיס ביקור דיגיטלי?

כרטיס ביקור דיגיטלי הוא מעין מיניסטי, כלומר אתר אינטרנט זעיר אותו אתם יכולים לשתף עם אנשים שונים להם הייתם מוסרים באופן מסורתי כרטיס ביקור מודפס. הכרטיס הדיגיטלי יופיע על הצג שלהם, על גבי המחשב או מסך הטלפון או הטאבלט כמו מעין אתר אינטרנט קטן, בעל דף אחד קצרצר, שמהווה כרטיס הביקור שלכם. השאלה הראשונה שיכולה לעלות לכם כעת בראש היא מדוע צריך לבנות את הכרטיס בפורמט של אתר אינטרנט ולא פשוט לבנות קובץ תמונה, שאותו אפשר להעביר במייל או **בווטסאפ**. התשובה היא שאתם בהחלט יכולים ליצור לעצמכם קובץ תמונה של **כרטיס ביקור**, אותו תוכלו להעביר לאנשים שונים בהודעות או במייל, אך הכרטיס הביקור הדיגיטלי מציע לכם ערך גבוה יותר.

כרטיס ביקור דיגיטלי נשלח למעשה באופן אוטומטי לכל מי שאתם מדברים איתו בטלפון, בזמן השיחה או לאחר סיום השיחה וכן לכל מי שניסה לתפוס אתכם בטלפון ולא הצליח להשיג אתכם. בכל המקרים האלה, שולחת המערכת את כרטיס הביקור הדיגיטלי שלכם ישירות לטלפון של האדם השני והכרטיס לא מגיע כקובץ שאותו צריך למצוא ולפתוח, אלא נפתח באופן אוטומטי על גבי המסך. במקביל, כל פרטי ההתקשרות שלכם מוזנים באופן אוטומטי לרשימת אנשי הקשר של האדם המקבל. במילים אחרות, כרטיס ביקור דיגיטלי הוא לא רק מוצר ויזואלי כמו כרטיס מודפס, אלא ממש רכיב תוכנה, שמבצע פעולות באופן אוטומטי כדי להבטיח את הטמעת הפרטים שלכם אצל האדם המקבל אותו.

מדוע מדובר בשירות ולא במוצר?

כפי שאמרנו קודם לכן, סביב כל הנושא של הפקת כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים צריכים להיבחן ברמת השירות ולא ברמת המוצר. הסיבה לכך, שוב כפי שאמרנו קודם לכן, היא שלא מדובר בקובץ תמונה אלא במעין אתר אינטרנט קטן שיושב על שרת אינטרנט וזמין 24/7 מסביב לשעון. כמו כן, מאחר והכרטיס שלכם נשלח אוטומטית לאנשים שונים על פי קריטריונים שהגדרתם מראש ומבצע תהליך של הטמעת הפרטים האישיים שלכם בטלפון של האדם המקבל, מאחורי התהליך כולו צריכה לעמוד פלטפורמה שמבצעת את התהליך הזה בכל רגע נתון. בהתאם לכך, לא מדובר במוצר שאתם קונים פעם אחת ומאותו רגע אתם אלו שמתפעלים אותו ושולחים אותו, אלא במערכת שפועלת מסביב לשעון ומעבירה את כרטיס הביקור שלכם בזמן אמת לשורה של אנשים בצורה אוטומטית. בהתאם לכך, המחיר שאתם משלמים עבור הכרטיס הביקור הדיגיטלי הוא למעשה המחיר של ביצוע הפעולות עם הכרטיס – שליחה ללקוחות פוטנציאליים ותחזוקת האתר שלכם על גבי השרת כך שניתן לצפות בו ולגשת לנתונים שבו, בכל עת, מכל מכשיר ומכל מקום בעולם.

כמה זה עולה?

בהזמנת **כרטיס ביקור דיגיטלי** מחירים אופייניים להם אתם יכולים לצפות, יתחילו בדרך כלל ברמה של 250 ש"ח לשנה לכל הפחות. על כך יש להוסיף את דמי ההקמה של הכרטיס, כלומר בנייה ועיצוב של הכרטיס באופן חד פעמי, עלות שיכולה להגיע למאות שקלים ועד כדי 1,000 שקלים. מחיר המנוי השנתי יכול להיות גבוה יותר כמו גם עלות הקמת הכרטיס, הכל בהתאם לרמת המורכבות של הכרטיס ורמת מורכבות השירות שבו אתם בוחרים. כך למשל, תוכלו לקבוע שאת הכרטיס ניתן יהיה להעביר אך ורק בסמס עבור אנשים שלא מצליחים לתפוס אתכם. לחילופין, תוכלו להגדיר יכולת העברה דרך סמס, ווטסאפ ודוא"ל בעוד שורה של סיטואציות או פשוט עבור רשימה שלמה של מספרי טלפון שתספקו לספק השירות. בכל אחד מן המקרים, המחיר שתשלמו יהיה שונה בהתאם למורכבות השירות המסופק לכם.

האם זה משתלם?

ובכן, כרטיס ביקור הוא כלי שיווקי בעל חשיבות ראשון במעלה והוא כלי שיווק סטטיסטי. המשמעות? ככל שתפזרו יותר כרטיסי ביקור כך תעלה ההסתברות לאימפקט של הכרטיסים על השורה התחתונה של העסק.

אם יש לכם גם את היכולת לכוון את כרטיסי הביקור לאנשים שכבר הביעו עניין בעסק שלכם או כבר שוחחו איתכם, תוכלו להגדיל עוד יותר את אותה הסתברות. כרטיס ביקור דיגיטלי מאפשר לכם לפתוח עוד ערוץ נוסף שלם להפצת כרטיס הביקור שלכם והוא עושה זאת בצורה מאוד יעילה וממוקדת. על כן, בהזמנת כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים הם רק פרמטר אחד שממנו לא צריך להתעלם, אבל בהחלט יש לבחון אל מול התועלות שמספק לכם השירות וישנן לא מעט כאלה.

כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים

כמו בכל מוצר שאנו רוכשים וכל שירות שאנו מזמינים, גם במקרה של הזמנת שירות כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים הם פרמטר חשוב ומרכזי שאותו אנו בוחנים. זה נכון שהמחיר לעולם לא אמור להיות הפרמטר היחיד שעל פיו אנו מקבלים את החלטת הקנייה שלנו, אבל זה לא אומר שצריך לגמרי להתעלם ממנו. ובכל זאת, כאשר אתם בוחנים את התמחור השונה של ספקי שירות כרטיס ביקור דיגיטלי שונים, אתם רוצים לזכור שאתם לא קונים מכונת קפה לבית, אלא מבצעים השקעה בעסק. במקרה כזה, הפרמטר החשוב ביותר שאמור להכריע את החלטת הקנייה שלכם הוא מידת התרומה של המוצר לעסק, גם אם זה דורש השקעה כספית גדולה יותר.

המחירים דומים ואין מה לצפות להפתעות גדולות

שירות כרטיס ביקור דיגיטלי הוא שירות די סטנדרטי, שמוצע אמנם על ידי ספקי שירות רבים, אך אינו שונה בהרבה בין ספק לספק, לפחות לא מבחינת הרכב הפיצ'רים והתכונות המרכזיות של השירות. כדי שכבר תהיה לכם תמונה משקפת לגבי רמת המחירים בתחום זה, נתחיל ונאמר שמדובר בשירות שעלותו הממוצעת עומדת על כ-300 שקלים לשנה. בתור השקעה חשובה לעסק וביחס לערך שכלי שיווקי כזה יכול לספק לכם, זה לגמרי לא צריך לשנות לכם אם אתם משלמים 300 שקלים או אפילו 1000 שקלים בשנה. הערך שנגזר משירות כזה אמור להיות גבוה הרבה יותר משני הסכומים הללו. יחד עם זאת, זה לא אומר שאתם צריכים לקבל כל מחיר המוצע לכם וזה גם לא אומר שלמחיר אין חשיבות בכלל.

כך למשל, אם אתם מנהלים עסק עם עשרות עובדים, זה אומר שתצטרכו להפיק כרטיס ביקור דיגיטלי לפחות לשכבת ההנהלה העליונה והנהלת הביניים וזה אומר שעלות השירות מוכפלת במספר כרטיסי הביקור הנדרשים לכם, גם אם לא ביחס לגמרי ישר (אם כרטיס אחד עולה 300 שקלים לשנה, זה לא אומר שעשרה כרטיסים יעלו לכם 3000 שקלים לשנה). על כן, בבחירת ספק שירות כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים הם בהחלט פרמטר שאתם רוצים לבחון ואפילו להתמקח עליו, במיוחד אם אתם זקוקים למספר כרטיסי ביקור למנהלים בעסק.

פערים ברמת השירות ובטווח האפשרויות

אחרי שאמרנו את כל זה ועל אף שמדובר בשירות די סטנדרטי לרוחב השוק, אי אפשר להתעלם מכך שישנם פערים, הן ברמת השירות והן במגוון האפשרויות והפיצ'רים שמציעה כל ספק שירות בשוק. בבחינת המחירים והערך המסופק תמורתם, חשוב שתצללו אל תוך כלל מרכיבי השירות אותו אתם מקבלים תמורת מה שאתם משלמים וחשוב עוד יותר, שתדעו לסנן מהם הפיצ'רים שבאמת חשובים לכם ומהם אלה שהם nice to have אבל לגמרי לא הכרחיים מבחינתכם. בבחינת הצעות מחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים יכולים להשתנות על פני טווח רחב בגין שורה ארוכה של פיצ'רים המפורטים בהצעה, אלא שכאשר בוחנים את רשימת הפיצ'רים הזאת, לרוב מגלים שמרביתם כלל לא רלוונטיים לכם ושהם לבטח לא מצדיקים תוספת משמעותית במחיר השירות. לעומת זאת, ספק ספציפי עשוי להציע לכם רשימה די דלילה של פיצ'רים, במה שעשוי להיראות לכם תחילה כהצעה פחות טובה, אלא שכל אחד מהפיצ'רים הללו הוא קריטי עבורכם.

על כן, בבחינת ספקי שירות של כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים צריכים להיבחן לא רק בפני עצמם, אלא גם ובעיקר לאור מרכיבי השירות שהם כוללים ומידת החשיבות של כל מרכיב כזה עבורכם. שליטה מלאה במספר נוסחים של כרטיס הביקור לפי סיטואציה, שליטה מלאה בהגדרות המשלוח של הכרטיס, היכולת להפיץ את הכרטיס ללא הגבלה ובשלל תצורות – כל אלה הם פיצ'רים שעליכם לשקול את מידת הרלוונטיות שלהם

עבורכם ולהחליט כמה אתם מוכנים להשקיע בכדי להבטיח שיהיו בידכם. לעיתים זה אומר שיהיה עליכם להשקיע עוד כמה עשרות אחוזים מעל המחיר הממוצע, אבל הערך שתוכלו להפיק מהם יהיה גבוה מאות מונים מהערך שתוכלו להפיק בלעדיהם.

פערי מחירים לא רק בין ספקים, אלא גם בין מוצרים

בבחירת ספק שירות של כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים יכולים להשתנות לא רק בין ספקים שונים, אלא גם בין חבילות שירות שונות אצל אותו ספק. אצל ספקים מסוימים, תוכלו למצוא גם אופציה חנימית לחלוטין, לצד חבילות לכרטיס בודד וחבילות נוספות לארגונים הזקוקים למספר רב של כרטיסי ביקור. בנושא זה, חשוב להדגיש שני דברים: א' האופציה החנימית נבנתה במטרה לאפשר לכם להכיר את השירות לפני שאתם ממש מכניסים את היד לכיס. אופציה זו גם בנויה במיוחד כדי למנוע מכם את הערך האמיתי של כרטיס ביקור דיגיטלי (אם היה ניתן ליהנות מהערך הזה בחינם, אך אחד לא היה משלם על השירות). אז זה בסדר לצאת לדרך עם הגרסה החנימית כדי להכיר יותר את המוצר לפני שמתחילים לשלם, אבל גרסת החינם לחלוטין לא נועדה לספר לכם האם המוצר עובד או לא ועד כמה. ב', בהזמנת שירות כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים יכולים להמריא בצורה פראית כאשר מזמינים כמות גדולה של כרטיסי ביקור לארגון שלם. בהיבט הזה חשוב לומר את הדבר הבא: אתם לא חייבים להזמין כרטיס ביקור דיגיטלי נפרד לכל עובד בארגון. לעניין זה, חשוב בהחלט שלכל מנהל בכיר, מנהל ביניים ואפילו מנהל זוטרי יהיה כרטיס ביקור דיגיטלי משלו, אבל כל יתר העובדים, יכולים בהחלט להשתמש בגרסה ארגונית גנרית לצד כרטיסי הביקור המודפסים שלהם.

בשורה התחתונה, בבחירת שירות כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים יכולים להשתנות בדרך כלל במידה מינורית בין ספק לספק, אבל את הבחירה הסופית שלכם אתם רוצים לבסס לא רק על פערי מחירים, אלא בעיקר על פערים ברמת השירות ובערך של הפיצ'רים המסופקים לכם על ידי כל ספק.



כרטיס ביקור דיגיטלי הוא חלון הראווה של העסק שלכם. בזכותו אתם יכולים ליצור רושם ראשוני טוב, למשוך לקוחות פוטנציאליים, להגדיל את מעגל הלקוחות וכך גם להגדיל את הנבת הרווחים של העסק שלכם. אך כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי? על כך נרחיב במאמר הבא.

כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- מה זה?

כרטיס ביקור דיגיטלי, בשונה מכרטיס ביקור מודפס שהוא כרטיס פיזי, הוא עמוד אינטרנטי. כרטיס הביקור הדיגיטלי מכיל מידע רב על העסק שלכם וניתן להעביר אותו בקלות בין חברים, לקוחות פוטנציאליים, לקוחות קיימים, מכרים, קולגות וכל מי שתבחרו למעשה.

חשוב מאוד לבנות את כרטיס הביקור הדיגיטלי כהלכה ולהתאים אותו לעסק שלכם, לאופי הפעילות שלו ולקהל היעד שלו.

כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- האם אפשר לבנות בחינם?

התשובה היא כן. לכרטיס ביקור דיגיטלי יש טווח מחירים רחב מאוד שמתחיל ב-חינם. עם זאת יש לקחת בחשבון כי כרטיס ביקור דיגיטלי חינום הוא כרטיס פשוט מאוד שיכיל את פרטי ההתקשרות הבסיסיים בלבד. לכרטיס ביקור דיגיטלי בחינם יש מספר חסרונות בולטים-

- **מגבלת כניסות**- לא תוכלו לשלוח אותו לכל מי שתמצו ולבקש שיפיצו. את המגבלה הזו בדרך כלל יהיה ניתן לעקוף רק על ידי תשלום נוסף. בסופו של דבר אתם רוצים את כרטיס הביקור הדיגיטלי על מנת שתוכלו להפיץ אותו בקרב כמה שיותר אנשים, לכן מומלץ לבחור בתוכנה שלא תכלול את המגבלה או לשלם כסף על מנת לעקוף אותה.
- **מגבלת עיצוב**- מגבלת עיצוב תמנע מכם להתאים את עיצוב הכרטיס לאופי העסק ולהפוך את כרטיס הביקור לייחודי.
- **לוגו החברה בה יצרנו אותו**- מכירים שאתם עורכים וידאו באפליקציה חנימית ואז מופיע לכם השם של

האפליקציה לכל אורך הוידאו? כך גם בבניית כרטיס ביקור דיגיטלי על ידי מערכות חנימיות. פעמים רבות זה יפגע בתדמית ובמקצועיות שלכם כבעלי עסק.

- **קידום הכרטיס בגוגל** - אחד היתרונות של כרטיס ביקור דיגיטלי הוא הנוכחות שלו בגוגל והעובדה שניתן לקדם אותו. אך כאשר אתם יוצרים כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם אתם לא יכולים לקדם אותו בגוגל מה שיכול לפגוע בחשיפה שהעסק שלכם מקבל וכתוצאה מכך פספוס של לקוחות פוטנציאליים רבים.

כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- היתרונות של כרטיס בתשלום

כפי שהבנו, כאשר בונים כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם יש לכך מספר חסרונות. אז האם כדאי לשלם על מנת לבנות כרטיס ביקור דיגיטלי? התשובה היא כן ויש לכך מספר יתרונות-

- **עיצוב** - כאשר אתם משלמים על כרטיס ביקור דיגיטלי אתם יכולים לעצב אותו איך שאתם רוצים, כך שיתאים לעסק שלכם ולאופי הפעילות שלו. כך אתם יכולים ליצור רושם ראשוני טוב על כל מי שנכנס לכרטיס הביקור הדיגיטלי שלכם.
- **קידום בגוגל** - כפי שצינו קודם, כרטיס ביקור דיגיטלי ניתן לקידום בגוגל. כאשר אתם משלמים על כרטיס ביקור דיגיטלי אתם יכולים לקדם אותו בגוגל וכך הלקוחות שיחפשו אתכם או את תחום השירות שלכם יוכלו למצוא אתכם. כך החשיפה שתקבלו תגדל באופן משמעותי ותוכלו להגדיל את מעגל הלקוחות שלכם בסופו של דבר.
- **חברות מקצועיות** - כרטיסי ביקור דיגיטליים בתשלום נבנים על ידי אנשי מקצוע שמכירים את התחום ויודעים כיצד לעשות זאת באופן מקצועי ונכון. כך אתם לא מבזבזים זמן על מנת להבין כיצד לעשות זאת בעצמכם ואתם מקבלים כרטיס ביקור דיגיטלי מקצועי, מעוצב וטוב.
- **ללא שום הגבלה** - כפי שצינו קודם, כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם יגיע עם מגבלות על העיצוב ועל הכניסות אליו. לעומת זאת, כרטיס ביקור דיגיטלי בתשלום יגיע ללא שום מגבלות. תוכלו לשלוח אותו ולשתף אותו אינספור פעמים, לעצב אותו לפי הבחירות שלכם בלי שום מגבלה ועוד.
- **הוספת תוספים** - כאשר בונים כרטיס ביקור דיגיטלי בתשלום יכולים להוסיף מגוון תוספים לכרטיס הביקור. כך תוכלו להוסיף כל מה שתרצו כמו כפתורי הנעה לפעולה, תמונות, סרטונים ועוד. תוספים אלה מאפשרים לכם לשפר את הביצועים ולעצב את כרטיס הביקור באופן מתקדם.
- **חווית משתמש טובה** - חווית משתמש טובה מתאפשרת כאשר טעינת כרטיס הביקור תהיה מהירה, שהוא יכיל כפתורי הנעה לפעולה, שהגולשים לא יצטרכו להסתבך על מנת למצוא מידע רלוונטי. תחשבו שאתם שולחים ללקוח פוטנציאלי את כרטיס הביקור הדיגיטלי, הוא מנסה להיכנס אליו אך הטעינה לוקחת הרבה זמן, ברוב המקרים הלקוח הפוטנציאלי יתייאש ויפסיק לנסות להיכנס לכרטיס הביקור שלכם. לכן, חשוב מאוד שחווית המשתמש תהיה טובה ושכרטיס הביקור הדיגיטלי יספק גולשים בו נוחות. כמו כן, חשוב מאוד שכרטיס הביקור הדיגיטלי יותאם גם לגלישה מטלפונים ניידים, שכן ברוב המקרים אנשים לא יפתחו מחשב על מנת לצפות בכרטיס הביקור הדיגיטלי ששלחתם להם.
- **מחזיר את ההשקעה** - עלות כרטיס ביקור מקצועי היא לא גבוהה כלל ובדרך כלל תוכלו להחזיר את ההשקעה אפילו אחרי הלקוח הראשון שיצטרף אליכם.

אז כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי?

כל מה שנמצא באינטרנט יושב על שרתי אחסון והאחסון עולה כסף. לכן, גם האחסון של כרטיס ביקור דיגיטלי כרוך בתשלום שנת. קשה לענות על השאלה כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי באופן חד משמעי שכן המחירים משתנים בהתאם לפרמטרים שונים כמו האם בחרתם להקים כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם, האם בחרתם בכרטיס בסיסי או יוקרתי ועוד. ריכזנו לכם ממוצע מחירים-

- פתיחת כרטיס ביקור דיגיטלי בחינם תצריך תשלום על האחסון בלבד והמחיר ינוע בסביבות ה-250 שקלים.
- המחיר לפתיחת כרטיס ביקור דיגיטלי בסיסי ואחסון שלו ינוע בין 100 ל-500 שקלים.
- המחיר לבניית כרטיס ביקור דיגיטלי יוקרתי ומעוצב יענו בין 800 ל-1,200 שקלים ויש להוסיף לו כ-350 שקלים על אחסון.

שימו לב כי העלות של כרטיס ביקור דיגיטלי משתנה כל הזמן בתדירות די גבוהה ולכן יש להתעדכן במחירים העדכניים כל הזמן.



הזמינו כרטיס כבר היום!

ניווט מהיר בחזרה:

1. מה כדאי לדעת על עלות כרטיס ביקור דיגיטלי
2. עד כמה קל לעצב לבד כרטיסי ביקור דיגיטליים?
3. מה הסיבות לשימוש בכרטיס ביקור דיגיטלי?
4. למה חשוב להתאים לכל עסק כרטיס ביקור דיגיטלי אישי?
5. האם כל בית עסק צריך כרטיס ביקור דיגיטלי?
6. הרושם הראשוני שתשאירו על הלקוחות הפוטנציאליים
7. עלות כרטיס ביקור דיגיטלי
8. הכנת כרטיס ביקור דיגיטלי קלה יותר מהכנת המסורתי
9. ממה מורכב המחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי
10. האם כל בית עסק חייב כרטיס ביקור דיגיטלי?
11. 10 טיפים להכנת כרטיס ביקור דיגיטלי
12. למה צריך להשוות בין מעצבים שונים?
13. כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר
14. כרטיס ביקור סטנדרטי
15. כרטיס ביקור דיגיטלי
16. כרטיס ביקור דיגיטלי: מה הם החסרונות?
17. מה ההבדל בין כרטיס ביקור סטנדרטי לכרטיס ביקור דיגיטלי?
18. היתרונות של כרטיס ביקור דיגיטלי
19. מרבית כרטיסי ביקור דיגיטליים

19. מזהו כרטיס ביקור דיגיטלי?

20. לא חייב להיות יקר

21. כרטיס ביקור דיגיטלי מחיר ממוצע

22. מהם היתרונות של כרטיס ביקור דיגיטלי?

23. מהו המחיר של כרטיס ביקור דיגיטלי

24. כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים

25. מה זה כרטיס ביקור דיגיטלי?

26. מדוע מדובר בשירות ולא במוצר?

27. כמה זה עולה?

28. האם זה משתלם?

29. כרטיס ביקור דיגיטלי מחירים

30. המחירים דומים ואין מה לצפות להפתעות גדולות

31. פערים ברמת השירות ובטווח האפשרויות

32. פערי מחירים לא רק בין ספקים, אלא גם בין מוצרים

33. כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- מה זה?

34. כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- האם אפשר לבנות בחינם?

35. כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי- היתרונות של כרטיס בתשלום

36. אז כמה עולה כרטיס ביקור דיגיטלי?

37. אל תעצרו כאן!

New digital

כרטיס ביקור דיגיטלי מעולם לא היה קל יותר!
מערכת New digital מאפשרת לבעלי עסקים ליצור כרטיס ביקור מקצועי בקליק! פשוט בחרו מתוך התבניות הקיימות, הכניסו את המידע הרלוונטי על העסק שלכם כולל מספר טלפון, כתובת, אתר אינטרנט, דף פייסבוק ועוד, שתפו את הכרטיס עם לקוחות פוטנציאליים ומתעניינים ושפרו את החשיפה שלכם!



אל תעצרו כאן!

קבלו מידע נוסף לגבי כל מה שצריך לדעת על כרטיסי ביקור דיגיטליים והתקדמו גם אתם!
רושם ראשוני מקצועי במרחק קליק אחד!

Eldad Nitzan

Eldad Nitzan, Owner and CEO NITZANIM GROUP
Whatsapp Phone Email Navigation
Keep me in your contacts :About Eldad Nitzan, the founder of the Nitzanim group

למידע נוסף <<

Alona Menashe

Alona Menashe, Adv. Project Manager
Avivim Universe Whatsapp Phone Email
Navigation Keep me in your contacts :About Avivim Ltd. Avivim company specializing in issuing permits to

למידע נוסף <<



משתלת אהובה

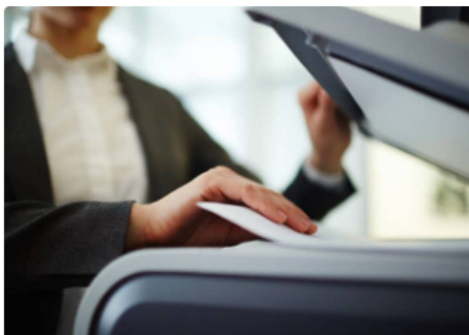
משתלת אהובה משתלה במושב גאליה, מאז שנת 1994 וואטסאפ טלפון מייל פייסבוק אינסטגרם ניווט למשתלה שימרו אותנו באנשי הקשר נעים להכיר, משתלת אהובה הוקמה בשנת

למידע נוסף <<

תנאי שימוש

מבוא אתר האינטרנט new-digital.co.il (להלן: "האתר") הינה מערכת לבניית כרטיסי ביקור דיגיטלים (להלן: "השירות"), בתשלום מתחדש. הצדדים להסכם זה הינם Bestlinks (להלן: "הספק"), קומבה 10

למידע נוסף <<



מכונת צילום משרדית - דברים שאנחנו צריכים לבדוק לפני שרוכשים מכונת צילום

בכל משרד, גדול או קטן, ישנם שורה של מכשירים וציוד חשמלי שהם הכרחיים בשביל שיהיה אפשר לתפקד ולספק שירותים ללקוחות, לעובדים או לכל גורם אחר

למידע נוסף <<



השתלת שיער לא מה שחשבתם!

השתלת שיער היא בכלל לא מה שרוב האנשים חושבים! הליך זה הוא הליך רפואי לכל דבר והוא למעשה ניתוח בו משתילים לנו שיער בראש. תהליך

למידע נוסף <<

הזמינו כרטיס כבר היום!

חייגו עכשיו 0723940741

או השאירו פרטים ונחזור אליכם

שם

טלפון

אני רוצה כרטיס ביקור דיגיטלי!

New digital
כרטיס ביקור בקליק

----- מאמרים אחרונים -----

משתלת אהובה
דרור סימן-טוב | מאמן אישי-קואוצ'ר
sebo-tech
Shimon Malul
Alona Menashe
Eldad Nitzan

----- כרטיס ביקור לפי עסק -----

כרטיס ביקור לבניית ציפורניים
כרטיס ביקור למספרה
כרטיס ביקור למאפרת
כרטיס ביקור ליועץ משכנתאות
כרטיס ביקור לחשמלאי
כרטיס ביקור לנהג מונית
כרטיס ביקור טכנאי מחשבים

----- תפריט ניווט -----

כרטיס ביקור דיגיטלי
תנאי שימוש
כרטיסים
מפת אתר
בלוג

<https://bestlinks.co.il>

<https://yardengroup.co.il>

נספח 5

העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות אחסון
אתרים אצל הנתבע כיום

הבית הישראלי לפרסום באינטרנט בעמ

משה גושן 21, קרית מוצקין, . טלפון: 050-9693296

דוא"ל: info@web4all.co.il, אתר: www.web4all.co.il

מס.עוסק/ח.פ.: 516548781



20/02/2023

מקור

לכבוד: essence-perfumes בע"מ, ת.ז.: 515070910
הכרמל 41, קריית טבעון
037639098-טלפון-חול, 0509555727--ליעד-רון

חשבונית מס-קבלה - 100435

פרטים	כמות	מחיר ליחידה (ש"ח)	סה"כ
# שרותי אירוח אתר איחסון האתר בשרתי חברת שירות ענן. -נפח 100 מגה. -אפשרות לדאטא בייס. -שרתי WINDOWS \ LINUX עפ"י צורך. -שירות ותמיכה לשנה. מטעם חברת "שירות ענן" -מיקום שרתים: ישראל -למעלה מ 99% זמינות שרת -267/7/45-השגחת שרתים -גישת IP זמנית לאתר -מסדי נתונים מסוג MYSQL * אחסון בחברת שירותי ענן * חברת שירות ענן היא חברה נפרדת אשר לא קשורה באופן ישיר לחברת web4all *לאחר שנה הלקוח יכול לבחור אם הוא רוצה להמשיך את ההתקשרות אם חברת שירותי ענן או לא. * ללקוח אין התחייבות לחברת שירותי ענן לאחר שנה וזכותו לקבל את האתר שלו ולבור לאיזה חברה שהוא רואה לנכון - חברת web4all מספק עבור הלקוחות שלה המלצה בלבד על חברת האחסון ואין היא אחראית על טיב השירות -ללקוח הזכות לבחור האם להשתמש בהמלצה זו או לרכוש שטח אחסון אחר עבור אתר האינטרנט שלו	12.00	100.00	1,200.00

סה"כ מחיר: 1,200.00

מע"מ: 17.00 % 204.00

סה"כ לתשלום: 1,404.00 ש"ח

קבלה:

אופן התשלום	תאריך	בנק	סניף	חשבון/אסמכתא	מספר צ'ק/פרטים	סכום (ש"ח)
אשראי	20/02/2023					1,404.00

סה"כ: 1,404.00 ש"ח

בברכה,

רמי בן דוד
מנהל תיק לקוחות בכיר

נספח 6

העתק דוגמת חשבוניות בגין עלות שירות ניהול
קמפיין ממומן אצל הנתבע כיום

הבית הישראלי לפרסום באינטרנט בעמ

משה גושן 21, קרית מוצקין, . טלפון: 050-9693296

דוא"ל: info@web4all.co.il, אתר: www.web4all.co.il

מס.עוסק/ח.פ.: 516548781



23/01/2023

העתק נאמן למקור

לכבוד: מרכז המפנים, ת.ז.: 305470981

דוד רמז 14, אור יהודה

0524767667--חן

חשבונית מס-קבלה - 100385

פרטים	כמות	מחיר ליחידה (ש"ח)	סה"כ
# כללי הערה.	4.00	750.00	3,000.00
# ניהול קמפיין ממומן ב-Google <u>ניהול קמפיין ממומן ב-Google ע"י מקדם מוסמך</u>			
- ניהול מערכי מודעות לשיפור יחס חשיפה \ הקלקה ולשיפור ציוני איכות המודעות - אופטימיזציה של עמודים פנימיים לשיפור יחסי המרה - הקלקות \ פניות - מעקב שוטף לאחר בידים (מחיר לקליק) בקמפיין לשימור מיקומים מול מתחרים - התאמה באופן שוטף של תקציב לקוח יומי להבאת מקסימום הקלקות - ניהול בדיקות איכות שוטפות על CTR ו QS - אם יש צורך שימוש במודעות דינאמיות שמותאמות פר מילת מפתח - פיצול מודעות למילים שיוורדות בביצועים למודעות עם מילות מפתח נפרדות - תוספות למודעה כגון מספר טלפון דינאמי, קישורים דינאמיים כתובות ועוד - תקציב של 50 ש"ח ביום בנפרד עבור מודעות ממומנות .	1.00	0.00	0.00
# עיצוב ופיתוח עמוד נחיתה מקצועי <u>עיצוב ופיתוח עמוד נחיתה מקצועי</u>			
- עיצוב עמוד נחיתה ע"י גרפיקאית מומסכת	1.00	0.00	0.00

			- בהתאמה אישית. - כתיבה שיווקית הקוראת לפעולה. - ממשק יצירת קשר מהיר ואפשרות להשאר פרטים.
0.00	0.00	1.00	# עיצוב לוגו מקצועי עיצוב לוגו מקצועי - עיצוב לוגו בהתאמה אישית עפ"י הקו השיווקי של העסק ע"י גרפיקאית מוסמכת. - עד 2 סקיצות..

סה"כ מחיר: 3,000.00
 מע"מ: 17.00 % 510.00
סה"כ לתשלום: 3,510.00 ש"ח

קבלה:

אופן התשלום	תאריך	בנק	סניף	חשבון/אסמכתא	מספר צ'ק/פרטים	סכום (ש"ח)
אשראי	23/01/2023					3,510.00

סה"כ: 3,510.00 ש"ח

בברכה,

רמי בן דוד
 מנהל תיק לקוחות בכיר

נספח 7

העתק הסבר לעניין אימות כפול מאתר ויקיפדיה

▼ new 3 文庫

רשימה שריכת קוד מקור שריכה גרסאות קודמות



אחת דו־שלבי (באנגלית: Two-Step Verification, 2SV) היא פקדה פרטית של אימות דו־שלבי, שבו גורם החיצוני הנספק הוא סיסמה חד-פעמית שמתקבלת במסרון, דוא"ר או באמצעות מחשב חמים.^[1] הזנת הסיסמה החד-פעמית מתבצעת לאחר הזנת הסיסמה הבקוּת, וזמנים הינם "דו־שלבי".

[illegible]

הפעלת אימות דו־שלבי | טריט קוד מקרי | טריט

The screenshot shows a web browser window with three social media profiles listed vertically. Each profile has a circular profile picture, a name, a bio, and a follower count with a link icon.

Profile	Name	Bio	Follower Count
GitHub	GitHub	Open source software	37,000
GitLab	GitLab	Open source software	37,000
Twitter	Twitter	Open source software	37,000

- [illegible]

 עליכם לשמור את עשר סיסמאות הגיבוי הללו במקום בטוח.

5. לאחר שסיימתם הבדיל חומר הניסוי, חזרו להקליד את ה-TCPT בתחתול הימנית האפשרי שבתחתול הדף, ונאזרו את התגובה (אין) (אין) (אין).

[illegible]

© 2011 The Authors. Journal of Internal Medicine © 2011 Blackwell Publishing Ltd

התחברותם כאלו אשר אשמות בהמשך ה-2FA, כל זאת אך ורק אשמות וישננו רק חלק מיוזמות החברות.

[illegible]

```
2FA Tester form  
    @>.User]]  
    ==>return  
    si request]]  
    = status]  
    domain = global]  
    @> = user name]  
    <function  
    (  
    return
```

טד זה ייסר רבנות, בדומה לרבנות לדוגמה המוצעת. חשפאל, הייליס לזכר מולאים את הכנסות, אלא אם כן הם מוצאים סיבה להפוך זאת.

710 גמ [שו"ת ערוך השולחן | שו"ת]

- אישות דו־מלכית
- **קישורים חיצוניים** [עריכת קוד מקור | עזרה]
- דף ההסבר המקביל באנגלית
- דף הסבר מנח כהנא-זילבר

2021 מרץ 4, What's the Difference Between ZFA and ZSV? - Rubicon, Rubicon	החברים	1
2021 מאי 2, What's the Difference Between MFA and ZFA? - Rubicon, Rubicon	החברים	2
govil	מחברים	3
מחברים	מחברים	4
metaWiki	Steward requests/Global permissions/ZFA-Header	5

קטגוריה: ויקיפדיה - תחביר: טבלות

© 2012 by the author; licensee Creative Commons Attribution 3.0 license; www.creativecommons.org/licenses/by/3.0/

