

טופס אפיון אתר

אתרי תדמית · דפי נחיתה · אתרי תלת מימד

מסמך עבודה פנימי לפגישת האפיון מול הלקוח. יש למלא בזמן הפגישה או מיד אחריה.



פרטי הלקוח והפגישה

שם הלקוח / החברה	תחום עיסוק	
איש קשר ותפקיד	טלפון	
דוא"ל	אתר קיים (אם יש)	
תאריך הפגישה	נערך על ידי	
סוג הפרויקט	☐ אתר תדמית ☐ דף נחיתה ☐ אתר תלת מימד ☐ אחר: _____	

מבנה הטופס

01	הבנת הלקוח והעסק	מטרות, קהל יעד ותחרות
02	מראה ותחושה	מיתוג, סגנון, תלת מימד
03	תוכן האתר	מבנה, טקסטים, מדיה, CTA, נגישות
04	החלק הטכני	דומיין, אינטגרציות, SEO, תחזוקה
05	לוחות זמנים ותקציב	מועדים, תקציב, מקבלי החלטות
06	סיכום ופעולות המשך	לשימוש פנימי בלבד

איך ממלאים: מלאו את הטופס לפי הסדר – עסק, עיצוב, תוכן, טכני, לוחות זמנים ותקציב. שאלות סגורות: סמנו ☒ בתיבה. כשמומנות כמה אפשרויות – הקיפו את העיקרית. שאלה שאין לה תשובה בפגישה – סמנו "לברור" ועברו הלאה.

הבנת הלקוח והעסק

שאלות עסקיות – מטרות, קהל יעד ותחרות

למה זה חשוב: בחלק זה מבינים מה הלקוח רוצה להשיג באמצעות האתר, מי הקהל, ומה ייחשב הצלחה. בלי הבנה זו אי אפשר לעצב נכון או לכתוב נכון.

1.1 העסק והפעילות

1. ספרו בקצרה על העסק – במה אתם עוסקים?

2. כמה זמן העסק פעיל ומה גודלו?

☐ עצמאי / פרילנסר ☐ צוות קטן (2-10) ☐ חברה בינונית (11-50) ☐ חברה גדולה (+50)

ותק העסק: _____ שנים

3. מהו המוצר או השירות המרכזי שתרצו לקדם באמצעות האתר?

4. האם יש מוצרים או שירותים משניים שצריך להציג? פרטו.

5. מהו היתרון התחרותי שלכם? למה שלקוח יבחר בכם ולא במתחרה?

1.2 מטרות האתר

6. מהי המטרה העיקרית של האתר?

ניתן לסמן יותר מאפשרות אחת – הקיפו את המטרה העיקרית

- ☐ יצירת לידים (השארת פרטים) ☐ מכירה ישירה / רכישה אונליין
- ☐ הצגת תדמית ומיתוג ☐ הצגת תיק עבודות (פורטפוליו)
- ☐ מתן מידע והסברה לקהל ☐ קביעת פגישות / הזמנת תור
- ☐ אחר: _____

7. בעוד שנה – מה יגרום לכם לומר "האתר הצליח"? מה זה אומר במספרים?

לדוגמה: מספר לידים בחודש, היקף מכירות, מספר פניות

8. מהי הפעולה הראשונה שתמצו שהגולש יבצע כשהוא נכנס לאתר?

1.3 קהל היעד

9. מיהו הלקוח האידיאלי שלכם?

גיל, מגדר, מצב משפחתי, מקצוע, רמת הכנסה, אזור מגורים

10. מהו הכאב, הצורך או השאלה שמביאים אותו אליכם?

11. מאיפה הוא יגיע לאתר בדרך כלל?

- ☐ חיפוש בגוגל ☐ פייסבוק / אינסטגרם ☐ טיקטוק / יוטיוב
- ☐ המלצות מפה לאוזן ☐ קמפיינים ממומנים ☐ אחר: _____



12. באיזה מכשיר הוא ישתמש בעיקר?

☐ טלפון נייד ☐ מחשב נייד / נייד ☐ טאבלט ☐ שניהם באותה מידה

1.4 מתחרים והשראה

13. מי המתחרים הישירים שלכם?

3-5 שמות וכתובות אתר

#	שם המתחרה	כתובת האתר
1		
2		
3		
4		
5		

14. מה הם עושים טוב באתר שלהם, שכדאי שיהיה גם אצלנו?

15. מה הם עושים פחות טוב – או מה חסר אצלם – שנוכל לנצל לטובתנו?

מראה ותחושה

שאלות עיצוביות – מיתוג, סגנון, תלת מימד ואינטראקציה

חלק
02

למה זה חשוב: המטרה: לזהות את ה־DNA הוויזואלי של המותג. שלושה אתרי השראה שווים יותר מאלף מילים של תיאור.

2.1 מיתוג ושפה ויזואלית קיימת

16. האם קיים מיתוג? (לוגו, ספר מותג, צבעים)

- ☐ כן – לוגו וספר מותג מלא
- ☐ יש לוגו, אך הוא דורש רענון
- ☐ לוגו בלבד
- ☐ אין – צריך לבנות מההתחלה

17. אם קיים מיתוג – מהם צבעי המותג?

רצוי קודי HEX / RGB / Pantone

18. באילו גופנים (פונטים) אתם משתמשים כיום?

אם ידוע – כולל קבצי גופן ורישיון שימוש

2.2 סגנון וכיוון עיצובי

19. איזה סגנון מדבר אליכם?

ניתן לסמן כמה אפשרויות

- ☐ מינימליסטי, נקי, הרבה שטח לבן
- ☐ יוקרתי, אלגנטי ורציני
- ☐ מודרני וטכנולוגי
- ☐ חם, אנושי ומשפחתי
- ☐ צבעוני, נועז ואנרגטי
- ☐ ניסיוני / אמנותי
- ☐ כהה (Dark Mode)

20. שלוש מילים שמתארות את התחושה שהאתר צריך לעורר אצל הגולש:

מילה 1	מילה 2	מילה 3

21. שלושה אתרים שאתם אוהבים – ולמה

לא חייבים להיות מהתחום שלכם

#	כתובת האתר	מה אהבתם בו?
1		
2		
3		

22. אילו אתרים או סגנונות לא מתאימים לכם? (מה לא לעשות)

2.3 תלת מימד, אינטראקטיביות ואנימציה

23. האם תרצו רכיבי תלת מימד באתר?

- ☐ כן – האתר כולו חוויית 3D אינטראקטיבית
- ☐ כן – אלמנט 3D ממוקד (מוצר, סצנה, אובייקט)
- ☐ אולי – תלוי בעלות ובלוח הזמנים
- ☐ לא – אתר רגיל מספיק

24. אם כן – איזה אובייקט או סצנה צריך להציג?

מוצר, חלל / מרחב, דמות, לוגו תלת־ממדי וכדומה

25. האם יש מודלים תלת־ממדיים מוכנים? (קבצי glb / fbx / obj)

- ☐ כן – יש קבצים מוכנים
- ☐ יש שרטוטים / הדמיות, אך לא מודל
- ☐ אין – צריך לבנות מאפס
- ☐ לא ידוע – לבירור

26. איזו רמת אינטראקציה אתם מדמינים?

ניתן לסמן כמה אפשרויות

- ☐ סיבוב זזום של אובייקט
- ☐ מעבר בין סצנות בגלילה (scroll-driven)
- ☐ חוויה מרחבית מלאה (תנועה בסצנה)
- ☐ אפקטים עדינים בלבד (parallax, hover)
- ☐ אנימציות טקסט ומעברים

שימו לב: אתר תלת מימד דורש מודלים מותאמים (קלי משקל), בדיקות ביצועים על מכשירים ניידים ותכנון בהתאם ליכולות מעבד גרפי (GPU). יש להבהיר ללקוח את ההשפעה על זמני הטעינה – ועל התקציב.

תוכן האתר

מבנה, טקסטים, מדיה, קריאות לפעולה, שפות וגישות

למה זה חשוב: התוכן הוא 80% מהצלחת האתר. אם הלקוח לא יודע מה לכתוב – זה הזמן לזהות זאת ולתמחר בהתאם (קופירייטינג / כתיבה שיווקית).

3.1 מבנה האתר (מפת אתר)

27. אילו עמודים יהיו באתר?

סמנו את העמודים הרלוונטיים

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ שירותים / מוצרים | ☐ אודות | ☐ עמוד הבית |
| ☐ בלוג / מאמרים | ☐ המלצות / לקוחות | ☐ תיק עבודות / גלריה |
| ☐ כתבו עלינו | ☐ צוות | ☐ שאלות נפוצות (FAQ) |
| ☐ דפי נחיתה לקמפיינים | ☐ עמוד תודה | ☐ צור קשר |
| ☐ אחר: _____ | ☐ הצהרת נגישות | ☐ מדיניות פרטיות / תקנון |

28. כמה דפי נחיתה נדרשים (אם בכלל), ומה ההבדל ביניהם?

3.2 טקסטים וקופי

29. מי כותב את הטקסטים לאתר?

- | | |
|--|--|
| ☐ הלקוח – יכתוב לפי בריף שנספק | ☐ הלקוח – יש טקסטים מוכנים |
| ☐ כתיבה משותפת – אנחנו מנסחים, הלקוח מאשר | ☐ קופירייטר חיצוני (בהמלצתנו) |

30. מהו סגנון הכתיבה הרצוי?

- | | | |
|--|-----------------------------------|--|
| ☐ שיווקי וקצבי | ☐ חברי וחם | ☐ רשמי ומקצועי |
| ☐ הומוריסטי וקליל | | ☐ פשוט וברור (ללא ז'רגון) |

31. כותרת ראשית (H1) לעמוד הבית – אם כבר יש רעיון:

3.3 תמונות, וידאו וגרפיקה

32. האם יש תמונות מקצועיות של העסק, המוצר או הצוות?

- ☐ כן – מאגר תמונות מלא ☐ חלקית – חסרות תמונות
☐ אין – צריך צילום מקצועי ☐ נסתפק בתמונות מאגר (סטוק)

33. האם יש סרטון תדמית או סרטון מוצר?

- ☐ כן – יש סרטון מוכן ☐ יש חומר גלם – נדרשת עריכה
☐ אין – מעוניינים בהפקה ☐ לא רלוונטי

34. האם נדרשים אייקונים או איורים בעיצוב אישי?

3.4 קריאות לפעולה (CTA) וטפסים

35. מהי קריאת הפעולה העיקרית באתר?

- ☐ קביעת שיחת ייעוץ / פגישה ☐ השאירו פרטים ☐ פנייה בוואטסאפ
☐ הרשמה לניוזלטר ☐ רכישה עכשיו ☐ הודעת מדריך / קובץ

36. אילו שדות יופיעו בטופס יצירת הקשר?

- ☐ שם מלא ☐ טלפון ☐ דוא"ל
☐ נושא הפנייה ☐ הודעה חופשית ☐ אחר: _____

37. לאן יועברו הלידים?

ניתן לסמן כמה יעדים

- ☐ דוא"ל ☐ מערכת CRM (איזו: _____) ☐ Google Sheets
☐ וואטסאפ ☐ אחר: _____

3.5 שפות ונגישות

38. באילו שפות יהיה האתר?

- ☐ עברית בלבד ☐ עברית + אנגלית
☐ עברית + ערבית ☐ שפות נוספות: _____

39. האם נדרשת הנגשה לפי ת"י 5568 והצהרת נגישות?

- ☐ כן – הנגשה מלאה + הצהרת נגישות ☐ יש לבדוק חובה או פטור מול הלקוח
☐ לא נדרש

שימו לב: על פי תקנות שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, רוב אתרי העסקים בישראל חייבים בהנגשה לפי ת"י 5568 (רמה AA). מומלץ להציע הנגשה כברירת מחדל ולתעד כאן את החלטת הלקוח.

החלק הטכני

דומיין, אחסון, אינטגרציות, SEO, אבטחה ותחזוקה

חלק

04

למה זה חשוב: חלק זה ממלאים בסוף הפגישה, לאחר שברור מה נדרש. הוא קריטי לתמחור מדויק ולעמידה בלוחות הזמנים.

4.1 דומיין ואחסון

40. האם יש דומיין רשום (כתובת אתר)?

- ☐ כן – הדומיין: _____
- ☐ יש דומיין, רשום אצל גורם אחר – נדרשת העברה
- ☐ אין – צריך לרכוש

41. אצל איזה רשם / ספק רשום הדומיין?

לדוגמה: LiveDNS, Domain The Net, GoDaddy, Cloudflare, אחר

42. האם קיים שירות אחסון?

- ☐ כן – אצל: _____
- ☐ אין – נספק / נמליץ

43. האם יש אתר קיים שהאתר החדש מחליף?

- ☐ כן – כתובת: _____
- ☐ נדרש לשמר תכנים, קישורים ו־SEO (הפניות 301)
- ☐ לא – אתר חדש לחלוטין

4.2 תיבות דוא"ל עסקיות

44. האם נדרש להגדיר תיבות דוא"ל על שם הדומיין? אילו?

לדוגמה: @info@, office@, sales – ומה הפלטפורמה (Microsoft 365 / Google Workspace / איון)

4.3 אינטגרציות וצד שלישי

45. אילו מערכות יש לחבר לאתר?

ניתן לסמן כמה אפשרויות

Google Tag Manager ☐

Meta Pixel (פייסבוק / אינסטגרם) ☐

Hotjar / Microsoft Clarity ☐

/ CRM (HubSpot / Monday / Pipedrive ☐
(Salesforce

ציאט / וואטסאפ עסקי ☐

אחר: ☐

Google Analytics 4 ☐

Google Search Console ☐

LinkedIn Insight Tag ☐

ניוזלטר (ActiveTrail / Mailchimp / Smoove) ☐

קביעת תורים (Google / יומן Calendly) ☐

סליקה – ספק: ☐

46. האם יש ממשק API או מערכת פנימית שצריך להתחבר אליה?

4.4 SEO וקידום אורגני

47. עד כמה חשוב ה-SEO בפרויקט?

קריטי – האתר צריך להוביל בגוגל בתחום ☐

חשוב – תשתית תקינה מספיקה ☐

משני – עיקר התנועה מקמפיינים ממומנים ☐

48. מילות מפתח עיקריות שתרצו להופיע עליהן בגוגל:

אם כבר נעשה מחקר מילות מפתח – בקשו את הקובץ

49. הגדרות SEO טכני (robots.txt, sitemap.xml, Schema Markup):

לא רלוונטי ☐

בסיסי בלבד ☐

מלא ☐

4.5 ביצועים, אבטחה ותחזוקה

50. תעודת אבטחה (SSL (HTTPS:

SSL נדרש בכל אתר ללא יוצא מן הכלל. יש לציין רק אם קיימת דרישה לתעודה מסוג מיוחד.

נדרשת תעודה ייעודית (OV / EV) ☐

תעודה סטנדרטית (כלולה באחסון) ☐

51. האם נדרשים גיבויים אוטומטיים?

☐ כן – גיבוי יומי ☐ כן – גיבוי שבועי ☐ לא נדרש / מסופק ע"י האחסון

52. מהי תוכנית התחזוקה לאחר ההשקה?

☐ חבילת תחזוקה חודשית ☐ שירות לפי קריאה
☐ הלקוח מתחזק בעצמו ☐ נדרשת הדרכה לניהול עצמי

לוחות זמנים ותקציב

מועדים, תקציב וקבלת החלטות

חלק

05

53. מתי האתר צריך לעלות לאוויר? האם יש מועד יעד מחייב?

54. האם יש אירוע, השקה או קמפיין שתלויים בעליית האתר?

55. מהו טווח התקציב לפרויקט?

מ"ש _____ עד ש' _____ (לא כולל מע"מ)

☐ טרם נקבע תקציב

☐ תקציב קבוע ומוגדר

☐ תקציב גמיש – תלוי בהיקף

56. מי מקבל את ההחלטות מצד הלקוח? האם נדרש אישור של גורם נוסף?

סיכום ופעולות המשך

לשימוש פנימי בלבד – לא להעביר ללקוח

חלק

06

התרשמות כללית

נקודות אדומות וסיכונים בפרויקט

הערכת היקף והצעת מחיר ראשונית

הערכה (ש)	היקף / הערות	רכיב

פעולות המשך

✓	פעולה	אחראי	תאריך יעד
☐	שליחת הצעת מחיר מפורטת		
☐	שליחת מסמך אפיון מסכם לאישור הלקוח		
☐	קבלת חומרים מהלקוח (לוגו, תמונות, טקסטים)		
☐	פגישה נוספת / שיחת המשך		

תאריך יעד	אחראי	פעולה	✓
		חתימה על הסכם	☐

מילא/ה:

חתימה:

תאריך: