

אתר הלוחות יד2 הוביל את מהפכת החינם בשוק הלוחות ובימים אלו ממשיך להתפתח בכדי ליצור את מנוע הצמיחה העתידי. לצורך כך הושקו לאחרונה מגוון מוצרים ושירותים, בעיקר בתחום הרכב והנדל"ן, שיספקו לצרכן פתרונות ייעודיים, המשלימים את תחום הלוחות המסורתי



מעשרות תחומים וקטגוריות, החל מדירות ורכבי יוקרה וכלה בחמורים, כבשים ועזים. מקורות הרוח של האתר מגיעים מגביית תשלום על מודעות הפרסומים, שמאפשרות לצרכנים המעלים מודעות בחינם לשפר את הנראות ואת מיקומה של המודעה; מפרויקטים ייעודיים, כדוגמת תת-אתר המאגד מידע על פרויקטים חדשים בתחום הנדל"ן ומספק 'לידים' לחברות המשווקות אותם; ומכירת שטחי פרסום למוטגים ולמשרדי פרסום תוך ניצול העובדה כי האתר מושך אליו גולשים רבים מדי יום. בשנת 2010 רכשה קבוצת וואלה 75% ממניות יד2 תמורת 117 מיליון ש"ח.

אתר הלוחות יד2 הושק לראשונה כמדור למכירת מוצרים מיד שנייה באתר המלצות האתרים החיפאי, KOLYOM. בשנת 2005 החליט היזם שון תל להפוך את יד2 לאתר עצמאי, המתמחה בתחום הלוחות. האתר הושק בחודש מאי באותה שנה בקמפיין נרחב, שכלל פרסומות טלוויזיה פרובוקטיביות וחצופות ושילוט חוצות על גבי אוטובוסים, ותוך זמן קצר כבש נתח משמעותי משוק הלוחות בישראל. במהלך השנים הציג האתר צמיחה מרשימה, ומעבר להצלחתו בתחום הלוחות נהפך לאחד האתרים המובילים בישראל במונחים של גולשים ומספר דפים נצפים. רוב הפעילות באתר מתבססת על תחומי מכירת הרכב מיד שנייה, נדל"ן (מכירה והשכרת דירות, מגרשים ונכסים), ומכירת חפצים משומשים. באתר ניתן לרכוש מוצרים

הסביבה התחרותית

עד השקת יד2 שלטו בשוק לוחות המודעות המודפסים של ידיעות אחרונות, מעריב ורשת שוקן. בתחום הלוחות המקוונים בלט באותה תקופה האתר הומלס, שהתמחה בתחום הנדל"ן, ובניגוד ליד2 דרש תשלום על פרסום מודעות. אופציית הפרסום החינמי שהציע יד2 גרמה למהפכה בשוק הלוחות, שעד אז התבסס על פרסום מודעות בתשלום. בשנת 2007, לאחר שהצלחתו של יד2 הפכה לעובדה מוגמרת, החליטו גורמים נוספים להיכנס לתחום הלוחות המקוונים, אך הם לא הצליחו לערער את מעמדו של הלוח, ששם המותג שלו הפך מזמן לכיטוי שגור בקרב צרכנים בישראל.

האתגרים השיווקיים

על מנת לשמר את המובילות, להישאר ב-Top of Mind של הצרכנים, ולהוות את ברירת המחל שלם כשהם רוצים למכור או לרכוש מוצרים, נדרש יד2 לפתח מעטפת

של פתרונות משלימים, שיחזקו את המודעות לגבי בקרב הצרכנים ויהוו עבורו מנוע צמיחה ארוך טווח.

הפתרונות היצירתיים

האסטרטגיה שנבחרה על ידי הנהלת יד2 הייתה לבנות מעטפת של מוצרים שיספקו לצרכן מגוון פתרונות ייעודיים, שמשלימים את תחום הלוחות המסורתי. יד2





www.yad2.co.il

דברים שלא ידעת על יד2

- נכון לירידת הספר לדפוס הוצעו באתר יד2 למכירה 131 עזים ו-18 חמורים.
- בתקופת המחאה החברתית חל גידול עצום בהצעות מכירה של אוהלים.
- כל יום עולות ביד2 כ-10,000 מודעות חדשות.
- ימי ראשון הם הימים החזקים ביותר באתר מבחינת כניסת גולשים והעלאת מודעות.
- ביד2 ישנו מדור למסירת מוצרים בחינם. כל יום מוצעים בו כ-400 מוצרים.
- יד2 השיקה אפליקציה בשם "אצבע", המרכזת את כל האתרים המותאמים לסלולרי. נכון לירידת הספר לדפוס גולשים באפליקציה כ-30,000 איש בכל יום.



שקנה או שכר דירה חדשה.

מדור יד1 - מדור המציג הצעות מכירה לדירות ולפרויקטים חדשים, לפי אזורים שונים. בנוסף למודעות ולסרטוני ווידאו, יכולים קבלנים לקבל לידים של לקוחות, המעוניינים לראות את הדירות או לקבל עליהן פרטים נוספים.

מדור כונס נכסים - מרכז בתוכו מודעות נדל"ן ממכרים של כונסי נכסים.

דירות לסטודנטים - מדור מיוחד שהושק השנה לקראת פתיחת שנת הלימודים באוניברסיטאות, ומרכז בתוכו דירות המתאימות לקהל יעד סטודנטיאלי.

שיפור הנגישות

במקביל לבניית מעטפת המוצרים המשלימה ללוחות, הבינו ביד2 כי מגמת ריבוי המסכים והניידות מחייבת את המותג להיות זמין גם במדינות אחרות מחוץ לעולם האינטרנט הקונבנציונאלי. אפליקציית האיפון הראשונה של האתר הושקה כבר בשנת 2009, והיום היא מציגה את כל מודעות הלוח ומאפשרת שמירת מודעות מועדפות, הצגת מודעות על פי מיקום המשתמש, הצגת מידע בטכנולוגיית מציאות רבודה (Augmented Reality) וחיוג ישיר מהאפליקציה למפרסם. האפליקציה זמינה גם לטלפונים מבוססי אנדרואיד, וכיום, 15% מהכניסות לאתר מתבצעות ממכשירים ניידים.

החדשים של מותגי הרכב השונים ומאפשר למשווקים לקבל לידים של צרכנים, שמעוניינים בנסיעת מבחן או בפרטים נוספים.

Junk Yard - אתר שמציע מגוון של חלקי חילוף לרכב, ומאפשר לצרכנים למצוא בקרבת אזור מגוריהם ספק שמציע את החלקים הדרושים להם.

רכבים מכינוס נכסים - אזור המרכז במקום אחד מידע המגיע מכונסי נכסים רבים.

תחום נוסף אותו הרחיבה החברה היה היצע הפתרונות בתחום הנדל"ן, וכיניהם המוצרים והשירותים הבאים: **עוברים דירה עם יד2** - אזור המאפשר ללקוחות לחקור ולקבל מידע מפולח על האזור בו הם רוצים למצוא דירה, כולל נתונים דמוגרפיים, מחירים של עסקאות מכירה שבוצעו באזור ומידע על בתי ספר ואיכות החינוך בשכונה. בנוסף, קיים ריכוז של כל המידע הדרוש לצרכן לאחר

החליטה להרחיב את ההצעה השיווקית שלה ללקוחות ולבנות מעטפת מוצרים נלווים, שמציעה פתרונות ממוקדים למגוון צרכים.

אחד התחומים בהם השקיעה יד2 הוא תחום הרכב, במסגרתו הושקו מוצרים חדשים ונבנתה מעטפת של שירותים משלימים לצרכן. כיום, כוללים הפתרונות בתחום הרכב את המוצרים והשירותים הבאים:

יד2 ביטוח - מיזם ביטוח בשיתוף סוכנות ביטוח גדולה, המאפשר לצרכנים לבצע השוואות מחירי ביטוח אונליין ורכישת פוליסה בזמן אמת. המיזם עובד עם מרבית חברות הביטוח הפועלות בישראל ומציע, בין היתר, פוליסות של ביטוח חובה, ביטוח מקיף וביטוח צד ג'.

מחירון רכב יד2 - מחירון כלי רכב, שבניגוד למתחרה, ששלט בשוק במשך עשרות שנים - מוצע לגולשים בחינם. **קטלוג רכבים חדשים** - מרכז בתוכו את כל הדגמים

2010
קבוצת וואלה חכשת 75% מיד2
תמורת 117 מיליון ש"ח.

2010
יד2 משיקה את אתר השוואת
המחירים kama.co.il.

2008
יד2 משיקה מחירון רכב.

2008
קבוצת טייגר הולדינגס חכשת
49% מהחברה.

2005
האתר הושק על ידי המייסד
שון תל.