

**סקר דעת קהל:
שימוש ברשת האינטרנט ובמדיה
חברתית ע"י עסקים קטנים**

מוגש לתנועה לזכויות דיגיטליות

**ע"י:
מאגר מוחות - מכון מחקר ויעוץ
בינתחומי בע"מ**

אפריל 2016

א. מבוא

לבקשתכם ערכנו סקר דעת קהל בקרב בעלים ומנהלים של עסקים קטנים, בנושאי שימוש באינטרנט ובמדיה חברתית, לקידום העסק והתקשורת עם לקוחותיהם. הסקר בוחן את תפיסתם ביחס לאפקטיביות ההשקעה באפיקים אלו.

ב. השיטה

הסקר נערך כסקר טלפוני בתאריכים 1-7.4.2016, באמצעות שאלון מובנה בקרב מדגם הסתברותי ואקראי של 551 משיבים המשמשים כבעלים או מנהלים של עסק המעסיק עד 50 עובדים עם מחזור מכירות של עד 25 מיליון ₪ בשנה, במדגם ארצי המייצג את בעלי עסקים הקטנים (כפי שהם מוגדרים בהחלטת הממשלה מס' 2190 ומרכז המידע של הכנסת). טעות הדגימה המרבית 4.4% בהתייחס לאומדנים השונים.

ג. עורכי הסקר

הסקר נערך ע"י מאגר מוחות – מכון מחקר ויעוץ בינתחומי בע"מ בניהולם של פרופ' יצחק כ"ץ – מנכ"ל, פרופ' ברוך מבורך – מנהל מדעי, וד"ר אמיר הורקין - מנהל המחקר.

ד. תקציר הממצאים

1. האמצעי השכיח ביותר לניהול, שיווק או קידום העסק הוא אתר האינטרנט של העסק (63%), ואח"כ דף/עמוד פייסבוק של העסק (47%).
דרוג האמצעים השכיחים:
 (1) אתר אינטרנט של העסק
 (2) דף/עמוד פייסבוק של העסק
 (3) אתר אינטרנט של העסק המאפשר לך גם למכור או לקבל הזמנות
 (4) רשימות תפוצה של העסק ב-SMS, אימייל או ווטסאפ
 (5) קבוצה בווטסאפ שקשורה לעסק
 (6) מדיה חברתית אחרת כמו לינקדין, טוויטר ואחרים הקשורים לעסק
2. רוב (58%) בעלי הדעה חושבים שכדאי או כדאי מאוד מבחינה כלכלית להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק. מבין המשיבים כי יש ברשותם אתר אינטרנט של העסק, 68% חושבים שכדאי או כדאי מאוד להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק. בקרב המשיבים כי ברשותם דף פייסבוק, אחוז המשיבים בחיוב על כדאיות כלכלית הינו 75%.
3. רוב (57%) בעלי הדעה חושבים שכדאי או כדאי מאוד מבחינה כלכלית להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק. מבין המשיבים כי יש ברשותם אתר אינטרנט של העסק, 65% חושבים שכדאי או כדאי מאוד להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק. בקרב המשיבים כי ברשותם דף פייסבוק, אחוז המשיבים על כדאיות כלכלית הינו 71%. מבין המשיבים כי השקעה בתחזוקת אתרים ודפים כדאית מבחינה כלכלית, 85% השיבו כי גם קידום האתרים או החשבונות הוא כדאי מבחינה כלכלית.
4. 34% מהמשיבים אשר יודעים להגדיר כמה כסף הם מוציאים בכל חודש להקמה, אחזקה וניהול או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק שלהם מדווחים כי ההשקעה החודשית מסכמת בסכום שאינו עולה על 500 ₪ בחודש. 24 אחוזים מדווחים על השקעה בסכומים שבין 501 ₪ ל – 1,000 ₪. 22% מהמשיבים משקיעים למעלה מ – 2,500 ₪ בכל חודש בהקמה, אחזקה וניהול או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק שלהם.
5. מרבית המשיבים אינם יודעים להעריך האם וכמה לקוחות קיימים או חדשים פנו אליהם באמצעות פעילות או חשיפה של העסק באינטרנט או בפייסבוק במהלך החודש האחרון. מבין היודעים להעריך, כשליש מהמשיבים מדווחים שפנו אליהם עד 5 משיבים. שליש נוסף מדווח כי כמות הפניות הייתה 6 – 20 פונים ואילו שליש נוסף מדווח כי כמות הפניות הייתה גבוהה מ – 20 פניות.
6. מבין המשיבים היודעים להעריך את כמות הלקוחות או המתעניינים החדשים, 43% מדווחים כי 1-5 מהפונים היו לקוחות או מתעניינים חדשים. 40% מדווחים כי 6 – 20 מהפונים היו מתעניינים או לקוחות חדשים. 22% מהמשיבים אשר דיווחו כי קיבלו פניות חדשות לא יודעים להעריך כמה מהן היו פניות של לקוחות או מתעניינים חדשים.
7. רוב (51%) בעלי הדעה חושבים שהשקעת הסכומים בפעילות זו משתלמת או משתלמת מאוד ביחס לסכומים המתקבלים מהלקוחות בזכות הפעילות. 27% חושבים שפעילות זו לא משתלמת או לא משתלמת כלל.

8. 37% מהמשיבים בעלי הדעה סבורים כי מחזור המכירות השנתי שלהם גדל בזכות הפעילות באינטרנט ב – 10%-1. 23% סבורים שהיקף הגידול נע בין 20%-11. 20% סבורים שהיקף הגידול גבוה מ – 30%.

9. רוב (62%) בעלי הדעה אינם מתכוונים לשנות בחצי השנה הקרובה את השקעתם באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות לקידום העסק. 25% מהמשיבים מתכוונים להגדיל את השקעתם בעוד 13% מתכוונים דווקא להשקיע פחות. מבין המשיבים כי הפעילות הנ"ל משתלמת, 66% מתכוונים להשאיר את רמת ההשקעה זהה בעוד 34% מתכוונים להגדיל את רמת ההשקעה.

10. רק 3% מהמשיבים בעלי הדעה דיווחו כי פייסבוק, טוויטר או אינסטגרם מחקו להם אי פעם פוסט בחשבון או בדף העסקי בעקבות דיווח של הגולשים.

11. 13% מבעלי הדעה מדווחים כי לקוחות שלהם כתבו עליהם דברים שליליים באינטרנט ובמדיה החברתית. הרוב (84%) טוען כי לא כתבו דברים שליליים. רק 16% סבורים כי הדברים השליליים שנכתבו עליהם באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות פגעו בעסקיהם.

12. רק לשליש מבעלי הדעה יש נוהל או דרך מסודרת לטפל בתלונות של לקוחות ברשתות החברתיות. לרוב (67%) אין נוהל או דרך מסודרת לטפל בנושא.

1. האם יש או אין לך כל אחד מהאמצעים הבאים לניהול, שיווק או קידום העסק שלך?

תשובות	יש	אין	לא יודע ותשובות אחרות	סה"כ
1. אתר אינטרנט של העסק	63%	36%	1%	100%
2. אתר אינטרנט של העסק המאפשר לך גם למכור או לקבל הזמנות	32%	67%	1%	100%
3. דף/עמוד פייסבוק של העסק	47%	53%	0%	100%
4. קבוצה בווטסאפ שקשורה לעסק	23%	76%	1%	100%
5. רשימות תפוצה של העסק ב-SMS, אימייל או ווטסאפ	31%	69%	0%	100%
6. מדיה חברתית אחרת כמו לינקדין, טוויטר ואחרים הקשורים לעסק	18%	80%	2%	100%

האמצעי השכיח ביותר לניהול, שיווק או קידום העסק הוא אתר האינטרנט של העסק (63%), ואח"כ דף / עמוד פייסבוק של העסק (47%).

דרוג האמצעים:

- 1 אתר אינטרנט של העסק
- 2 דף/עמוד פייסבוק של העסק
- 3 אתר אינטרנט של העסק המאפשר לך גם למכור או לקבל הזמנות
- 4 רשימות תפוצה של העסק ב-SMS, אימייל או ווטסאפ
- 5 קבוצה בווטסאפ שקשורה לעסק
- 6 מדיה חברתית אחרת כמו לינקדין, טוויטר ואחרים הקשורים לעסק

2. באופן כללי, עד כמה כדאי או לא כדאי לדעתך מבחינה כלכלית, להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה	אחוזים מקובצים
1. כלל לא כדאי	9%	10%	23%
2. לא כדאי	12%	13%	
3. ככה ככה, במידה בינונית	17%	19%	19%
4. כדאי	28%	30%	58%
5. כדאי מאוד	27%	28%	
6. לא יודע ותשובות אחרות	7%	---	---
סה"כ	100%	100%	100%

רוב (58%) בעלי הדעה חושבים שכדאי או כדאי מאוד מבחינה כלכלית להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק. מבין המשיבים כי יש ברשותם אתר אינטרנט של העסק, 68% חושבים שכדאי או כדאי מאוד להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק. בקרב המשיבים כי ברשותם דף פייסבוק, אחוז המשיבים בחיוב על כדאיות כלכלית הינו 75%.

3. ועד כמה כדאי או לא כדאי לדעתך מבחינה כלכלית, להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה	אחוזים מקובצים
1. כלל לא כדאי	10%	11%	24%
2. לא כדאי	12%	13%	
3. ככה ככה, במידה בינונית	17%	19%	19%
4. כדאי	26%	28%	57%
5. כדאי מאוד	27%	29%	
6. לא יודע ותשובות אחרות	8%	----	----
סה"כ	100%	100%	100%

רוב (57%) בעלי הדעה חושבים שכדאי או כדאי מאוד מבחינה כלכלית להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק. מבין המשיבים כי יש ברשותם אתר אינטרנט של העסק, 65% חושבים שכדאי או כדאי מאוד להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק. בקרב המשיבים כי ברשותם דף פייסבוק, אחוז המשיבים על כדאיות כלכלית הינו 71%.

מבין המשיבים כי השקעה בתחזוקת אתרים ודפים כדאית מבחינה כלכלית, 85% השיבו כי גם קידום האתרים או החשבונות הוא כדאי מבחינה כלכלית.

4. עד כמה שאתה יודעת או זוכרת, כמה כסף אתה מוציא כיום בכל חודש להקמה, אחזקה וניהול, או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק של העסק?

תשובות (בש"ח)	מקרב כלל המשיבים	מקרב המוציאים כסף בכל חודש
0	52%	0%
1-500 ₪	16%	34%
501-1,000 ₪	11%	24%
1,001-1,500 ₪	5%	10%
1,501-2,000 ₪	3%	7%
2,001-2,500 ₪	2%	3%
2,500 ₪ ומעלה	11%	*22%
סה"כ	100%	100%

*13% מדווחים על הוצאה שבין 3,500 ל - 5,000 ₪

34% מהמשיבים אשר יודעים להגדיר כמה כסף הם מוציאים בכל חודש להקמה, אחזקה וניהול או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק שלהם מדווחים כי ההשקעה החודשית מסכמת בסכום שאינו עולה על 500 ₪ בחודש. 24 אחוזים מדווחים על השקעה בסכומים שבין 501 ₪ ל - 1,000 ₪. 22% מהמשיבים משקיעים למעלה מ - 2,500 ₪ בכל חודש בהקמה, אחזקה וניהול או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק שלהם.

5. עד כמה שאת/ה יכול/ה להעריך, האם וכמה לקוחות קיימים או חדשים פנו אליך באמצעות פעילות או חשיפה של העסק שלך באינטרנט או בפייסבוק, במהלך החודש האחרון?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב מקבלי הפניות מצד לקוחות
1. 0 (לא פנו כלל)	16%	----
2. 1-5 פונים	14%	34%
3. 6 – 20 פונים	13%	32%
4. למעלה מ – 20 פונים	14%	34%
5. לא יודע ותשובות אחרות	43%	----
סה"כ	100%	100%

מרבית המשיבים אינם יודעים להעריך האם וכמה לקוחות קיימים או חדשים פנו אליהם באמצעות פעילות או חשיפה של העסק באינטרנט או בפייסבוק במהלך החודש האחרון. מבין היודעים להעריך, כשליש מהמשיבים מדווחים שפנו אליהם עד 5 משיבים. שליש נוסף מדווח כי כמות הפניות הייתה 6 – 20 פונים ואילו שליש נוסף מדווח כי כמות הפניות הייתה גבוהה מ – 20 פניות.

(א) וכמה מהם היו לקוחות או מתעניינים חדשים?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה
0	5%	6%
1 – 5	33%	43%
6 – 20 פונים	31%	40%
למעלה מ – 20 פונים	9%	11%
לא יודע ותשובות אחרות	22%	----
סה"כ	100%	100%

מבין המשיבים היודעים להעריך את כמות הלקוחות או המתעניינים החדשים, 43% מדווחים כי 1-5 מהפונים היו לקוחות או מתעניינים חדשים. 40% מדווחים כי 6 – 20 מהפונים היו מתעניינים או לקוחות חדשים. 22% מהמשיבים אשר דיווחו כי קיבלו פניות חדשות לא יודעים להעריך כמה מהן היו פניות של לקוחות או מתעניינים חדשים.

6. כאשר את/ה לוקח/ת בחשבון את הסכומים שאת/ה מוציא/ה כל חודש להקמה, אחזקה וניהול, או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק של העסק, ואת הסכומים שאת/ה מקבל/ת בתמורה מהלקוחות בזכות הפעילות הזו, באיזו מידה זה משתלם או לא משתלם לך מבחינה כלכלית?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה	אחוזים מקובצים
1. כלל לא משתלם	5%	10%	27%
2. לא משתלם	11%	17%	
3. ככה ככה, במידה בינונית	14%	22%	22%
4. משתלם	18%	29%	51%
5. משתלם מאוד	14%	22%	
6. לא יודע ותשובות אחרות	38%	----	----
סה"כ	100%	100%	100%

רוב (51%) בעלי הדעה חושבים שהשקעת הסכומים בפעילות זו משתלמת או משתלמת מאוד ביחס לסכומים המתקבלים מהלקוחות בזכות הפעילות. 27% חושבים שפעילות זו לא משתלמת או לא משתלמת כלל.

(א) (מבין בעלי הדעה החושבים שהפעילות משתלמת במידה בינונית ומעלה): בכמה אחוזים את/ה מעריך/ה שמחזור המכירות השנתי שלך גדל בזכות הפעילות שלך באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה
1. לא גדל (0%)	10%	12%
2. 1-10%	31%	37%
3. 11-20%	19%	23%
4. 21-30%	6%	8%
5. יותר מ-30%	16%	20%
6. לא יודע ותשובות אחרות	18%	----
סה"כ	100%	100%

37% מהמשיבים בעלי הדעה סבורים כי מחזור המכירות השנתי שלהם גדל בזכות הפעילות באינטרנט ב-10-1%. 23% סבורים שהיקף הגידול נע בין 11-20%. 20% סבורים שהיקף הגידול גבוה מ-30%.

7. האם תמשיך בחצי השנה הקרובה להשקיע באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות לקידום העסק, יותר, פחות או דומה למה שהשקעת בחצי השנה האחרונה?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה
1. אשקיע פחות	9%	13%
2. אשקיע באותה מידה	40%	62%
3. אשקיע יותר	16%	25%
4. לא יודע ותשובות אחרות	35%	----
סה"כ	100%	100%

רוב (62%) בעלי הדעה אינם מתכוונים לשנות בחצי השנה הקרובה את השקעתם באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות לקידום העסק. 25% מהמשיבים מתכוונים להגדיל את השקעתם בעוד 13% מתכוונים דווקא להשקיע פחות. מבין המשיבים כי הפעילות הנ"ל משתלמת, 66% מתכוונים להשאיר את רמת ההשקעה זהה בעוד 34% מתכוונים להגדיל את רמת ההשקעה.

8. האם פייסבוק, טוויטר או אינסטגרם מחקו לך אי-פעם פוסט בחשבון או בדף העסקי בעקבות דיווח של גולשים?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה
1. לא	65%	97%
2. כן	2%	3%
3. לא זוכר ותשובות אחרות	33%	----
סה"כ	100%	100%

רק 3% מהמשיבים בעלי הדעה דיווחו כי פייסבוק, טוויטר או אינסטגרם מחקו להם אי פעם פוסט בחשבון או בדף העסקי בעקבות דיווח של הגולשים. מהם, 60% מעריכים שעסקיהם לא נפגעו כתוצאה מהמחיקה בעוד 40% מעריכים כי עסקיהם נפגעו.

9. האם לקוחות שלך כתבו אי-פעם דברים שליליים על העסק שלך באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות?

תשובות	מקרב כלל המשיבים	מקרב בעלי הדעה
1. לא	58%	87%
2. כן	9%	13%
3. לא זוכר ותשובות אחרות	33%	----
סה"כ	100%	100%

13% מבעלי הדעה מדווחים כי לקוחות שלהם כתבו עליהם דברים שליליים באינטרנט ובמדיה החברתית. הרוב (84%) טוען כי לא כתבו דברים שליליים. רק 16% סבורים כי הדברים השליליים שנכתבו עליהם באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות פגעו בעסקיהם.

10. האם יש או אין לך נוהל או דרך מסודרת לטפל בתלונות של לקוחות ברשתות החברתיות?

מקרב בעלי הדעה	מקרב כלל המשיבים	תשובות
67%	43%	1. אין
33%	21%	2. יש
----	36%	3. תשובות אחרות
100%	100%	סה"כ

רק לשליש מבעלי הדעה יש נוהל או דרך מסודרת לטפל בתלונות של לקוחות ברשתות החברתיות. לרוב (67%) אין נוהל או דרך מסודרת לטפל בנושא.

התייחסות למאפייני המשיבים:

1. השכלה:

עד כמה כדאי להשקיע בתחזוקה או קידום של אתרי האינטרנט לפי סוגי השכלה?

תשובות	כדאי להשקיע בתחזוקת אתרים*	כדאי להשקיע בקידום אתרים*
1. יסודית / עממית	66%	50%
2. תיכונית, כולל ישיבה תיכונית, מקצועית וכד'	48%	51%
3. על תיכונית, טכנאי, הנדסאי וכד'	70%	60%
4. אקדמאית, כולל ישיבה גבוהה	60%	60%
5. תשובות אחרות	----	---

*סך התשובות אינו מסתכם ב- 100% כיוון שהניתוח הינו לפי רמת השכלה

70% מקרב המשיבים בעלי הדעה עם השכלה על תיכונית השיבו כי כדאי להשקיע בתחזוקת אתרים. 66% מבעלי ההשכלה היסודית / עממית חושבים כך גם כן, כמו גם 60% מבעלי ההשכלה האקדמאית, כולל ישיבה גבוהה.

60% מבעלי ההשכלה העל תיכונית ומעלה חושבים שכדאי גם להשקיע בקידום אתרים. זאת לעומת כמחצית מהמשיבים בעלי השכלה נמוכה יותר.

2. מגדר:

(א) עד כמה כדאי להשקיע בתחזוקה או קידום של אתרי האינטרנט לפי מגדר?

תשובות	כדאי להשקיע בתחזוקת אתרים*	כדאי להשקיע בקידום אתרים*
1. זכר	56%	55%
2. נקבה	64%	62%

*סך התשובות אינו מסתכם ב- 100% כיוון שהניתוח הינו לפי רמת השכלה

תפיסת הכדאיות הכלכלית של תחזוקת ו/או קידום אתרים זהה בתוך כל מגדר. כ- 55%-56% מהגברים רואים במהלכים אלו כלכליים בעוד אצל הנשים מדובר על 62%-64%.

נספח: סקר בעלי עסקים קטנים

שלום, שמי.....ממכון המחקר מאגר מוחות, אנחנו עורכים סקר קצר בקרב בעלי עסקים אודות השימוש באינטרנט, הסקר אנונימי ותשובותיך ישמשו לניתוחים סטטיסטיים, אודה לך אם תענה/י על מס' שאלות קצרות.

1. האם את/ה הבעלים או אחד המנהלים (מנכ"ל, סמנכ"ל, מנהל שיווק וכדומה) של עסק המעסיק עד 50 עובדים עם מחזור מכירות של עד 25 מיליון ₪ בשנה?

1. כן	<<	להמשיך בסקר !
2. לא	<<	להפסיק את הסקר !
3. מסרב להשיב ותשובות אחרות	<<	

2-7. האם יש או אין לך כל אחד מהאמצעים הבאים לניהול, שיווק או קידום העסק שלך?

3 לא יודע ותשובות אחרות	2 יש	1 אין	האם יש או אין לך...
3	2	1	2. אתר אינטרנט של העסק
3	2	1	3. אתר אינטרנט של העסק המאפשר לך גם למכור או לקבל הזמנות
3	2	1	4. דף/עמוד פייסבוק של העסק
3	2	1	5. קבוצה בוטסאפ שקשורה לעסק
3	2	1	6. רשימות תפוצה של העסק ב-SMS, אימייל או ווטסאפ
3	2	1	7. מדיה חברתית אחרת כמו לינקדין, טוויטר ואחרים
3	2	1	הקשורים לעסק

8. באופן כללי, עד כמה כדאי או לא כדאי לדעתך מבחינה כלכלית, להשקיע באופן מתמשך בתחזוקת אתרים באינטרנט ובפייסבוק?

1. כלל לא כדאי
2. לא כדאי
3. ככה ככה, במידה בינונית
4. כדאי
5. כדאי מאוד
6. לא יודע ותשובות אחרות

9. ועד כמה כדאי או לא כדאי לדעתך מבחינה כלכלית, להשקיע באופן מתמשך בקידום האתרים או החשבונות באינטרנט ובפייסבוק?

1. כלל לא כדאי
2. לא כדאי
3. ככה ככה, במידה בינונית
4. כדאי
5. כדאי מאוד
6. לא יודע ותשובות אחרות

10. עד כמה שאת/ה יודע/ת או זוכר/ת, כמה כסף את/ה מוציא כיום בכל חודש להקמה, אחזקה וניהול, או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק של העסק? ש"ח בחודש.

11. עד כמה שאת/ה יכול/ה להעריך, האם וכמה לקוחות קיימים או חדשים פנו אליך באמצעות פעילות או חשיפה של העסק שלך באינטרנט או בפייסבוק, במהלך החודש האחרון?

0 (לא פנו כלל)	1. 0 (לא פנו כלל)
<<<<	2. 1-5 פונים
<<<<	3. 6-20 פונים
<<<<	4. למעלה מ-20 פונים
	5. לא יודע ותשובות אחרות

13. כאשר את/ה לוקח/ת בחשבון את הסכומים שאת/ה מוציא/ה כל חודש להקמה, אחזקה וניהול, או קידום אתרי האינטרנט והפייסבוק של העסק, ואת הסכומים שאת/ה מקבל/ת בתמורה מהלקוחות בזכות הפעילות הזו, באיזו מידה זה משתלם או לא משתלם לך מבחינה כלכלית?

	1. כלל לא משתלם
	2. לא משתלם
14. בכמה אחוזים את/ה מעריך/ה שמחזור המכירות השנתי שלך גודל בזכות הפעילות שלך באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות?	3. ככה ככה, במידה בינונית <<<<<
1. לא גדל (0%)	4. משתלם <<<<<
2. 1-10%	5. משתלם מאוד <<<<<
3. 11-20%	
4. 21-30%	
5. יותר מ-30%	6. לא יודע ותשובות אחרות
6. לא יודע ותשובות אחרות	

15. האם תמשיך בחצי השנה הקרובה להשקיע באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות לקידום העסק, יותר, פחות או דומה למה שהשקעת בחצי השנה האחרונה?

1. אשקיע פחות
2. אשקיע באותה מידה
3. אשקיע יותר
4. לא יודע ותשובות אחרות

16. האם פייסבוק, טוויטר או אינסטגרם מחקו לך אי-פעם פוסט בחשבון או בדף העסקי בעקבות דיווח של גולשים?

	1. לא <<<<<
17. האם בעקבות אותה מחיקה נפגעו עסקיך?	2. כן <<<<<
1. לא 2. כן 3. תשובות אחרות	3. לא זוכר ותשובות אחרות

18. האם לקוחות שלך כתבו אי-פעם דברים שליליים על העסק שלך באינטרנט, בפייסבוק וברשתות החברתיות?

	1. לא <<<<<
19. האם בעקבות הדברים השליליים נפגעו עסקיך?	2. כן <<<<<
1. לא 2. כן 3. תשובות אחרות	3. לא זוכר ותשובות אחרות

20. האם יש או אין לך נוהל או דרך מסודרת לטפל בתלונות של לקוחות ברשתות החברתיות?

1. אין
2. יש
3. תשובות אחרות

21. מהי השכלתך?

1. יסודית/עממית
2. תיכונית, כולל ישיבה תיכונית, מקצועית וכד'
3. על תיכונית, טכנאי, הנדסאי וכד'
4. אקדמאית, כולל ישיבה גבוהה
5. תשובות אחרות

22. (לסמן) מגדר: 1. זכר 2. נקבה

תודה על היענותך!