



יְסוּדוֹת | LinkedIn



כך גייסתי את הלקוח הראשון שלי...

Kochavit Akunis
Director Of Marketing And Business Development at Gross & Co. Law firm and Fashion Entrepreneur
Followers 486

Kochavit Akunis commented on this

Marina Levin Maniv • 1st
CEO at Shine Trust Services Capital Markets
1w • 🌐

אוגוסט, יש זמן פנוי, ולכן חשבנו לכתוב כמה מילים בקשר לגיוס כסף ממשקיעים ולהקמת קרנות השקעה מנקודת מבטנו (הצרה) – רבים פונים אלינו לקבלת שירותי נאמנות בקשר עם גיוס כספים ממשקיעים (למשל לצורך השקעות בבדל"ן, בטכנולוגיה, להעמדת מימון חוץ בנקאי ועוד). לעיתים הפניה אלינו מבוצעת כנקודת מוצא ראשונה, ואנחנו נאלצים לסרב להעניק את השירותים. נשמח להסביר למה, כדי לנסות לצמצם את המקרים הללו.

דוגמאות לדברים שאנחנו שומעים ועדיף שלא להגיד לבנק ולחברת נאמנות (וגם לא לעשות): הנפוץ ביותר "לא בדקנו אבל אנחנו לא צריכים רישיון"; "אין בעיה לגייס מלמעלה מ-35 לא כשירים, שינו את החוק"; "מה זה גיוס"; "לא בדקנו אבל אנחנו לא יישות השקעות"; "מה זה משנה מאיזה חשבון מתקבלת ההשקעה"; "המשקיעים רוכשים נכס אבל זה נרשם בספרים כהלוואה"; "מזומנת מה עשינו עם טפסי הכר את הלקוח? תייקנו בקלסר"....

לטעמנו תהליך בניית קרן ההשקעות צריך להתחיל בפניה לעורך דין. יש חשיבות לקבל ייעוץ ביחס למבנה הקרן (למשל סוג התאגיד ומקום התאגדות – צריך להבחין גם לאור זהות המשקיעים הפוטנציאליים), אופן וצורת הגיוס (השתתפות בהון, אג"ח, מניות), זהות המשקיעים (גיוס ממוסדיים שונה מפרטיים והתנאים וההיקפים בדרך כלל שונים), הרגולציה הרלוונטית (למשל בקרן שמעמידה הלוואות צריך לבחון קבלת רישיון למתן שירותים פיננסיים), המגבלות ביחס לגיוס מהציבור ללא תשקיף (למי מותר להציע, למה מותר, ומה מותר להגיד), חובות בקשר להכר את הלקוח ואיסור הלבנת הון, חובות דיווח לפי הוראות FATCA ו-CRS, ענייני מיסוי שמשותפים בהתאם לזהות המשקיעים הפוטנציאליים (ישראלים, זרים, מוסדיים) וזהות ההשקעות הפוטנציאליות.

אחרת, בהעדר הסדרה משפטית נאותה, מטבע ציות גבוה, ועשויה לקבל סירוב מחברת הנאמנות הבנקים עשויים לסרב לפתוח חשבון לפעילות) ההקמה (וגם לייקר אותו).

אגב, קרן שמכוונת לגיוס מאנשים פרטיים באופן גבוהה בגלל זהות המשקיעים, שלא בקיאים בתנערים בעורך דין מטעמם לבחינת ההשקעה (כ) ההשקעה המצומצמת יחסית לכל משקיע) – כך שרוב המקרים אין עליה ביקורת נאותה ממשקיעיה, ויש ציפייה מהנאמן להגן על המשקיעים.

בכל מקרה, בהצלחה לכולם ונשמח להיות השיחה השניה שלכם, אחרי ששוחחתי עם עורכי הדין 😊

לייקים מעורכי דין שעוסקים בהקמת קרנות ממש כאן 📌

Shine Trust Services Capital Markets Ltd

See translation

You and 119 others 16 comments • 2 shares

Celebrate Comment Share Send

SQLink Group
34,294 followers
Following

Gross Law Firm - GKH
4,494 followers
Following

Reichman University (IDC Herzliya)
45,962 followers
Following

See all companies →

Schools

Reichman University (IDC Herzliya)
45,962 followers
Following

Groups

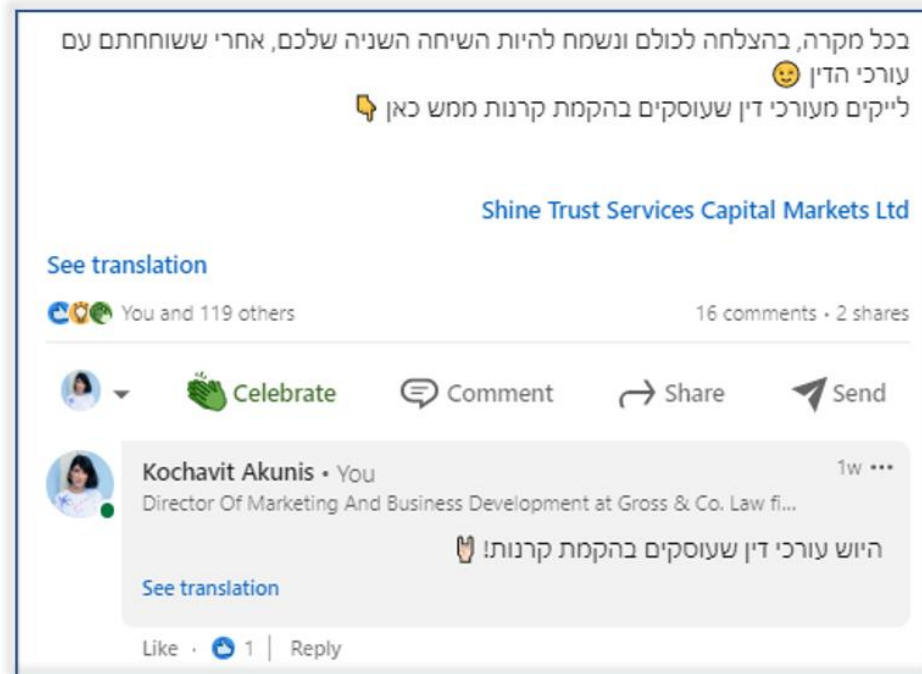
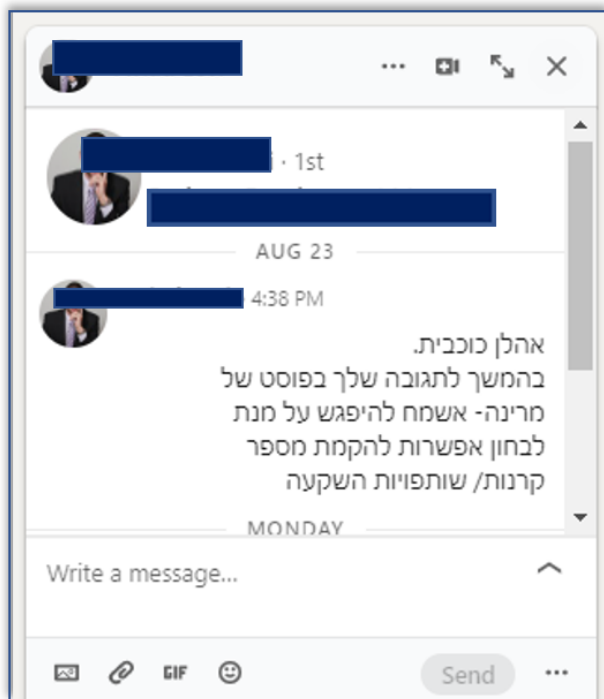
LegalTech & Innovation Network
104,146 members

About Accessibility Help Center
Privacy & Terms Ad Choices
Advertising Business Services
Get the LinkedIn app More

LinkedIn LinkedIn Corporation © 2022

בכל מקרה, בהצלחה לכולם ונשמח להיות השיחה השניה שלכם, אחרי ששוחחתי עם עורכי הדין 😊

לייקים מעורכי דין שעוסקים בהקמת קרנות ממש כאן 📌





TADAAA!





על מה נדבר?

- LinkedIn | רקע כללי
- הקמת משתמש
- בנייה ועריכת הפרופיל האישי
- יצירת קשרים
- פרסום תוכן



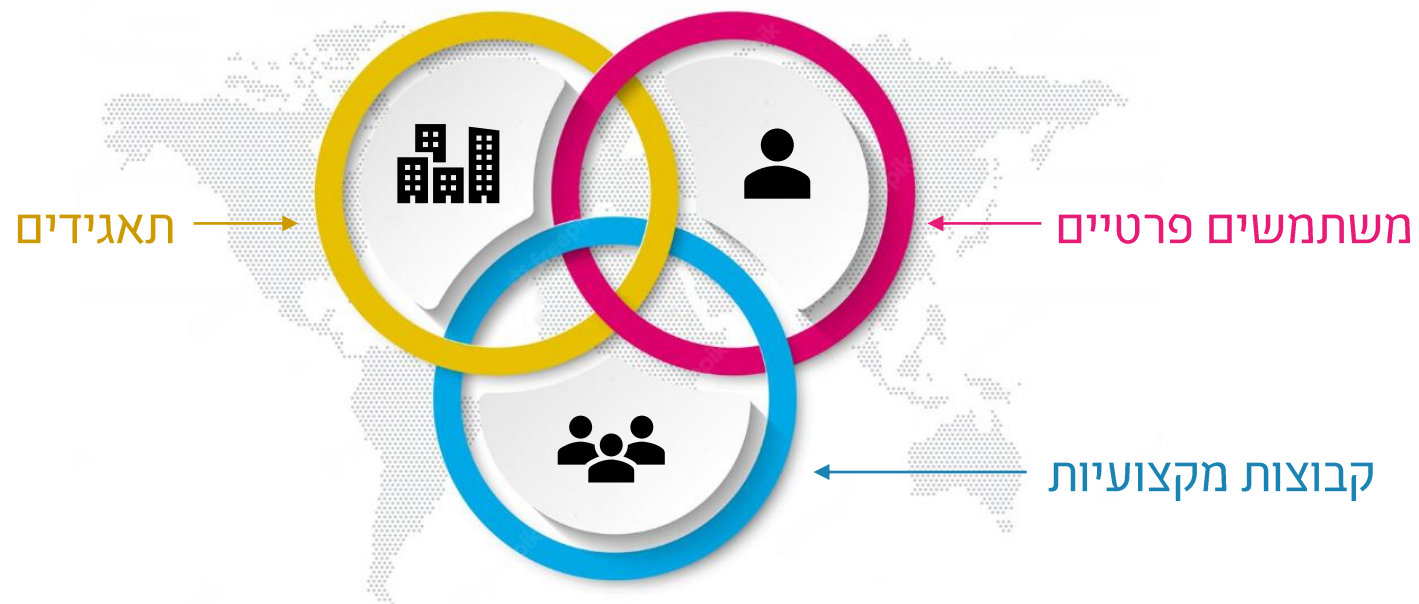
מי את LinkedIn?

- הרשת החברתית ליצירת קשרים מקצועיים הגדולה בעולם
כ-680 מיליון משתמשים, כמעט 2 מיליון מישראל (ינואר 2022)
- גישה ישירה כמעט לכל בעל תפקיד בארץ או בעולם
- האתר ה-13 הנצפה ביותר באינטרנט (אלקסה דירוג אתרים, אפריל 2022)
- 2016 - נרכשה על ידי מייקרוסופט תמורת 26 מיליארד דולר



מי את LinkedIn ?

לינקדאין מסווגת את הקהילה העסקית לשלושה מעגלים -





מי את LinkedIn? ?

הקמת תשתית לעבודה ברשת לינקדאין כרוכה במספר פעולות –

 יצירת פרופיל אישי – ניסיון מקצועי, ידע וכישורים

 הוספת קשרים – קידום אינטרסים מקצועיים ועסקיים

 חיבור לקבוצות מקצועיות רלוונטיות – הרחבת המעגל המקצועי




#התחלנו
הקמת משתמש חדש



מה נדרש להקמת משתמש ברשת LinkedIn?

כתובת דוא"ל אישית (רצוי ללא כינויים וקיצורים) 

גישה לאינטרנט - www.linkedin.com 

3.57 דקות 



לצפייה בסרטון הדרכה



#לינקדאין_טיפ

צרו את פרופיל הלינקדאין שלכם בשפה האנגלית

דורש מאמץ, אך מתאים יותר לפלטפורמה ומתקבל
כמקצועי



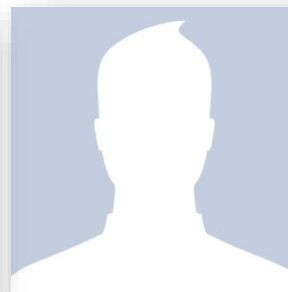
בחרו תמונת פרופיל עדכנית וייצוגית

- רושם ראשוני – מקצועיים, נגישים ואמינים
- מי קהל היעד שלכם?
- חיוך, מבט ישיר, לבוש מקצועי - יומיומי
- תמונת פנים עד הכתפיים
- תמונה מקצועית מעלה את החשיפה לפרופיל
- מידות – 400X400 פיקסלים, 8MB

#לינקדאין_טיפ



טעויות נפוצות בבחירת תמונת פרופיל



”גיבורי העל”

”האנונימיים”



”חובבי החיות והטיולים”

#לינקדאין_טיפ



טעויות נפוצות בבחירת תמונת פרופיל



רקע ומיקוד



"יש לי תחביבים"



משקפיים כהים



תמונות מאירועים

#לינקדאין_טיפ



בנייה ועריכת פרופיל אישי



פרופיל אישי ברשת LinkedIn

- כרטיס הביקור וקורות החיים הדיגיטליים שלכם
- מבנה העמוד –
 - "כרטיס ביקור"
 - Summary - סיפור חיים מקצועי
 - השכלה וניסיון תעסוקתי
 - כישורים והישגים
 - תחומי עניין

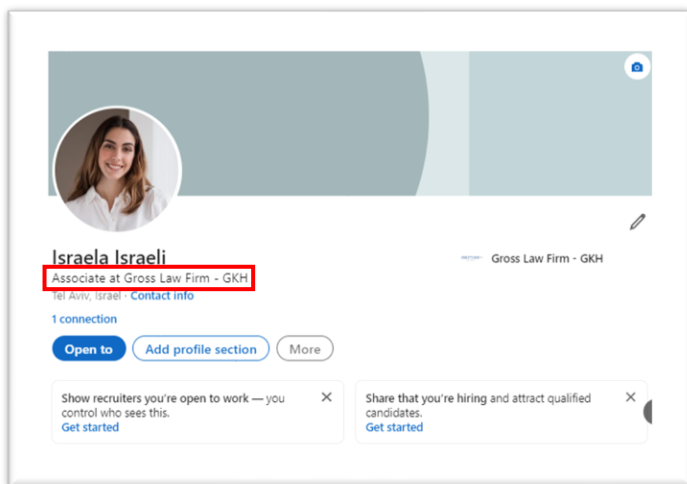


לצפייה בסרטון הדרכה

”כרטיס הביקור”

Headline - שורות המתארות את תפקידכם הנוכחי

- השתמשו בנוסח קצר, ברור ותמציתי – אל תתחכמו
- אל תחרגו מהשורה השנייה – התיאור יקטע ויראה תלוש
- הימנעו מסופרלטיבים מיותרים – ”Marketing Ninja”

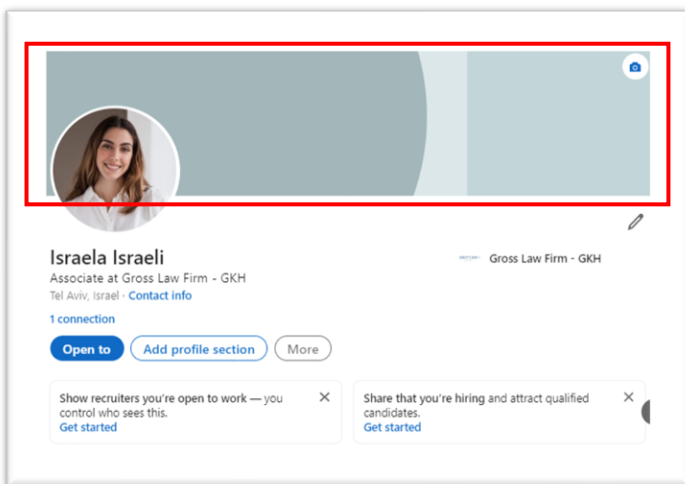


#לינקדאין_טיפ

”כרטיס הביקור”

תמונת קאבר (באנר) – כרטיס ביקור ויזואלי

- מסייע ביצירת בידול וייחודיות לפרופיל הלינקדאין
- רצוי שהתוכן יהיה מעניין ומיוחד בצורה ובסגנון
- זכרו! לינקדאין היא פלטפורמה מקצועית
- מידות - 1584x396 פיקסלים



#לינקדאין_טיפ

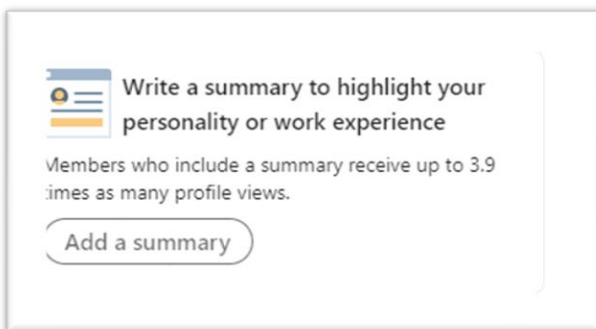


Summary - סיפור חיים מקצועי

הופך את הפרטים הטכניים (ניסיון מקצועי והשכלה) למעניינים יותר

- מומלץ לפתוח בתוכן מסקרן שימשוך את הקורא
- עשו שימוש במילות מפתח שיעלו בחיפושים
- גוף ראשון, ממוקד וברור - דברו ישירות אל הקורא
- כתבו על השאיפות, התשוקה והמטרות שלכם
- ציינו "soft skills" שצברתם במהלך השנים - יכולת עבודה בצוות, חשיבה יצירתית

#לינקדאין_טיפ



עשו מאמץ והשלימו את בניית הפרופיל שלכם באופן מלא

ככל שהפרופיל האישי שלכם יכלול יותר פרטים
ניתן יהיה לאתר אתכם בקלות



#לינקדאין_טיפ



איך אומרים בעברית Networking?
 #רְנִישׁוֹת_עֶסְקִי



סוגי הקשרים הקיימים ברשת LinkedIn

▪ קשר מדרגה ראשונה – הסכמה לבקשה

- עד 30,000 קשרים
- שליחת הודעה אישית
- גישה לפרטי ההתקשרות
- גישה לפרסומים (פיד)



סוגי הקשרים הקיימים ברשת LinkedIn

- קשר מדרגה שנייה – "חבר של חבר" (היכרות משותפת עם אדם שלישי)
 - שליחת בקשה לקשר (connect)
 - אין אפשרות שליחת הודעה אישית
 - אין גישה לפרסומים (פיד)
- קשר מדרגה שלישית – הקשרים של מי שהינו קשר מדרגה שנייה



סוגי הקשרים הקיימים ברשת LinkedIn

▪ עוקבים

- כפוף להגדרות הפרטיות של המשתמש
- גישה לפרסומים (פיד)
- אין מגבלה על כמות העוקבים

▪ חברים באותה קבוצה

- נחשבים לחלק מרשת הקשרים
- שליחת הודעה אישית
- גישה לחלק מהפרופיל האישי



למה לי רשתות עסקי (Networking) עכשיו?

■ רשת עסקית רחבה תייצר חשיפה גדולה יותר לפרופיל האישי

לינקדאין היא רשת חברתית המתבססת על קשרים מקצועיים ועסקיים -
אין הכרח להכיר את האנשים הפעילים בתחום המקצועי שלנו באופן אישי. חיבור אליהם
יאפשר חשיפה של הפרופיל שלנו ליותר אנשים

■ המלצות מקצועיות

אנשים המקושרים איתנו, ומכירים אותנו באופן אישי או מקצועי, יכולים לאשר את היכולות
המקצועיות שלנו (Skills) בלחיצה על כפתור Endorse

יצירת קשרים ברשת LinkedIn

The screenshot shows the LinkedIn interface with several red boxes and arrows highlighting key features:

- Analytics** (Private to you):
 - 1 profile view**: Discover who's viewed your profile. (Annotated with: מי צפה בפרופיל שלי)
 - 4 search appearances**: See how often you appear in search results. (Annotated with: באילו חיפושים הופיע הפרופיל שלי)
- Resources** (Private to you):
 - Creator mode Off**: Get discovered, showcase content on your profile, and get access to creator tools. (Annotated with: סוג הפרופיל - "יוצר תוכן" או אדם פרטי)
 - My network**: See and manage your connections and interests. (Annotated with: רשת הקשרים שלי)

At the bottom of the Resources section, there is a link: Show all 5 resources →



לצפייה בסרטון הדרכה



פרסום תוכן

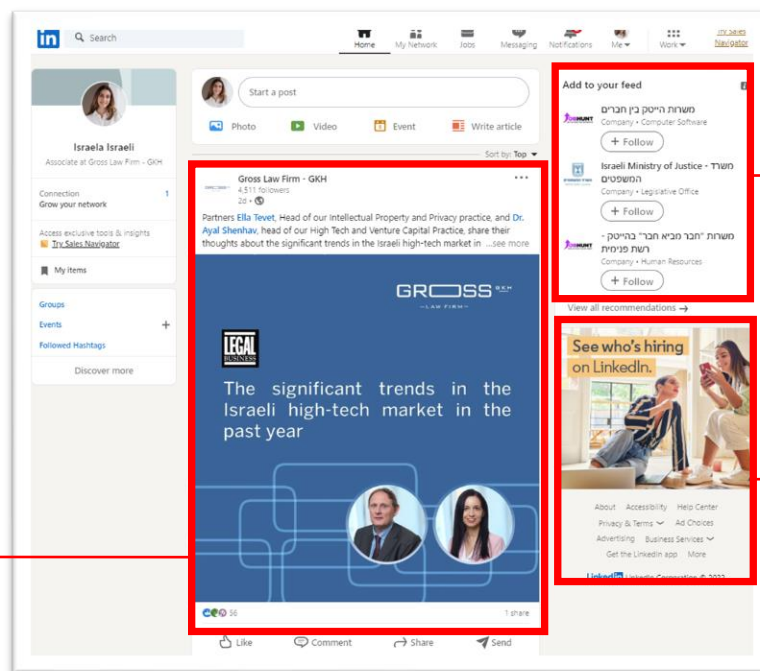


עמוד הבית LinkedIn

- קישור לפרופיל האישי
- משתמשים אליהם מקושר הפרופיל
- פריטים שנשמרו על ידי
- קבוצות אירועים עוקבים/השטאג



עמוד הבית LinkedIn



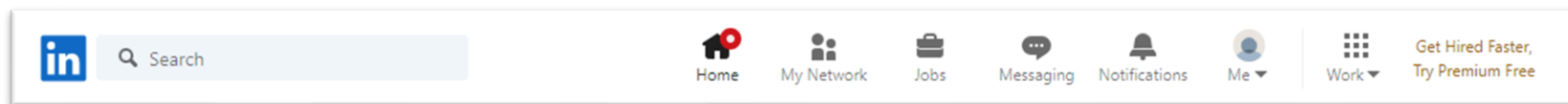
הצעות מלינקדאין
 למעקב אחר עמודים,
 בהתבסס על תחומי עניין

תוכן שיווקי

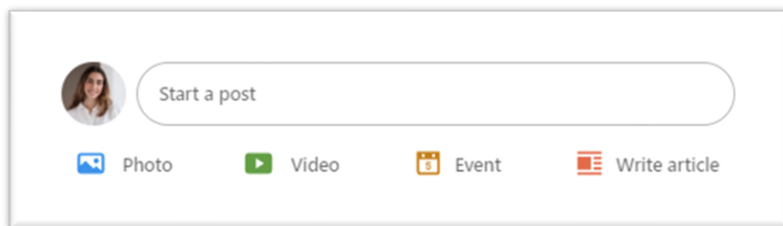
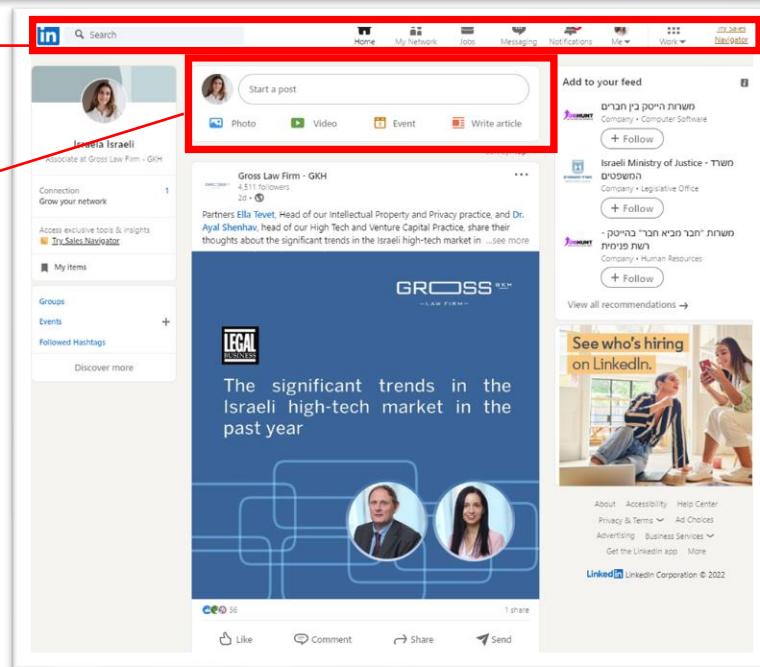
תוכן שהתפרסם על ידי אנשים או
 עמודים עסקיים המקושרים אלינו
 וכן הצעות תוכן מלינקדאין,
 המתבססות על תחומי עניין



עמוד הבית LinkedIn



מנוע חיפוש ותפריט ראשי



תיבת פרסום תוכן



פרסום תוכן ברשת LinkedIn

▪ קהל היעד – קשרים מדרגה ראשונה ועוקבים

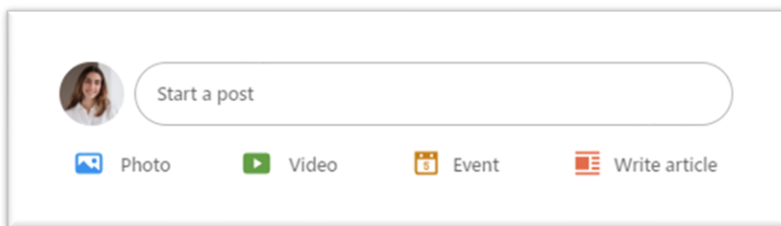
▪ סוגי תכנים הניתנים לפרסום –

▪ תמונה (בצירוף מלל)

▪ סרטון וידאו (בצירוף מלל)

▪ הזמנה לאירוע

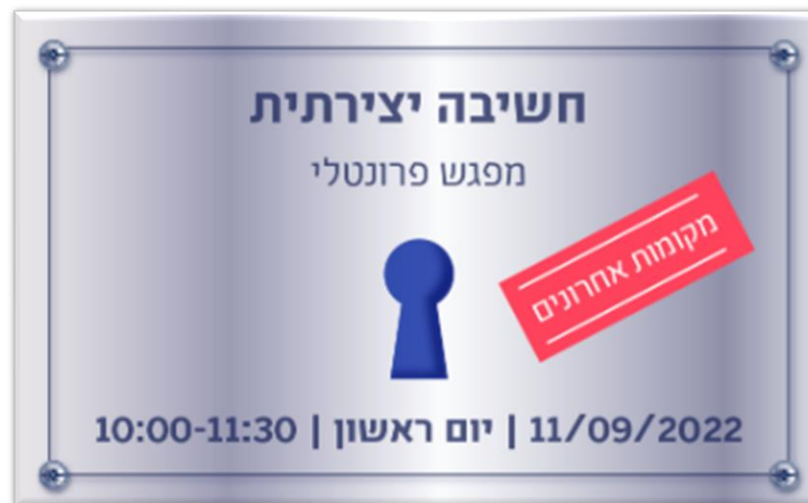
▪ מאמר מקצועי



לצפייה בסרטון הדרכה



איזה תוכן כדאי לפרסם ברשת LinkedIn?



[קישור להרשמה \(עבור מי שטרם נרשם\)](#)

GROSS GKH

— גרוס ושות' עורכי דין —



בהצלחה!
#השיווקיות