



דירוג מוסדות
ההשכלה הגבוהה
בישראל בלינקדאין

2025

תוכן עניינים

3	תקציר מנהלים
4	מבוא
5	עשר המוסדות המצטיינים
7	ממצאים מרכזיים
9	המתודולוגיה
13	דירוג לפי קטגוריות
13	אוניברסיטאות
15	מכללות
17	מכללות לחינוך
19	מגבלות הסקירה והבהרות מתודולוגיות
20	סיכום ומבט קדימה
21	על המעבדה לייצור תוכן
22	נספחים
22	דרוג מוסדות – ביצועים לעומת תקציב
22	דרוג מוסדות – ביצועים לעומת תקציב ביחס לסטודנטים

תקציר מנהלים

מסמך זה מציג את דירוג פעילות מוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל בלינקדאין לשנת 2025 – ניתוח ראשון מסוגו, הבוחן כיצד אוניברסיטאות, מכללות כלליות ומכללות לחינוך מממשות את הפוטנציאל הדיגיטלי שלהן בפלטפורמה המקצועית המובילה בעולם.

הדירוג מתבסס על שילוב של מדדים כמותיים ואיכותיים – בהם קצב פרסום, מעורבות הקהל, גידול בעוקבים, שימוש בכלים מתקדמים ומדדי יעילות ביחס לתקציב וגודל המוסד.

ממצאים מרכזיים:

- **פערים עמוקים קיימים בין מוסדות דומים בגודלם** – חלקם ממנפים את לינקדאין ככלי אסטרטגי, ואחרים נעדרים מהפלטפורמה כמעט לחלוטין.
- **מכון ויצמן, הקריה האקדמית אונו והאוניברסיטה הפתוחה, הם בין המוסדות שמובילים גם במדדים מוחלטים וגם במדדי יעילות** – בזכות פעילות מגובשת ומתמשכת.
- **כמעט מחצית ממכללות החינוך אינן פעילות כלל** – נתון המעיד על פער אסטרטגי בזירה עם פוטנציאל גבוה להשפעה.

תובנה בולטת: הצלחה בלינקדאין אינה בהכרח תולדה של תקציב גבוה – אלא של תפיסת עומק, מחויבות תוכן ושימוש עקבי בפלטפורמה.

מטרת הדו"ח היא לספק כלי מדידה, השוואה ולמידה, ולתמוך במוסדות המעוניינים לחזק את נוכחותם הציבורית והמקצועית – מול בוגרים, שותפים, מעסיקים וקהלים נוספים.

מבוא

לינקדאין, שנוסדה ב־2003, התפתחה מרשת לגיוס עובדים לזירה מקצועית־חברתית מהמשפיעות בעולם. עם למעלה ממיליארד משתמשים פעילים, היא הפכה לכלי מרכזי למיתוג, הפצת תוכן מקצועי, גיוס שותפים ויצירת קהילות – גם עבור מוסדות אקדמיים.

בישראל, הפלטפורמה מונה מעל 2 מיליון משתמשים, כ-28% מהם בגילאי 18-29¹, כלומר קהל רחב של סטודנטים או מיועדים ללימודים לתואר ראשון או תארים מתקדמים יותר. מגמה זו משנה את כללי המשחק: לינקדאין אינה עוד רשת עסקית-מקצועית בלבד, אלא זירה פעילה ורלוונטית גם לקהל צעיר המתחיל את דרכו בחיי התעסוקה בין אם כרשום למוסדות אקדמיים, או כאוכלוסיית יעד שלהם.

דו"ח זה בוחן את איכות הנוכחות הדיגיטלית של מוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל בלינקדאין – תוך ניתוח פעילותם של 58 מוסדות המוכרים על ידי המל"ג, המחולקים לשלוש קטגוריות: אוניברסיטאות, מכללות כלליות, ומכללות חינוך.

הדירוג מבוסס על שילוב של מדדים כמותיים ואיכותיים – ובהם היקף הפעילות, גודל הקהל, קצב הגידול, מדדי תגובתיות ושימוש בכלים מתקדמים. בנוסף, חושבו מדדי יעילות המנרמלים את הביצועים ביחס למשאבים – כולל תקצוב ות"ת ומספר סטודנטים, בהתאם לנתוני הלמ"ס.

מתודולוגיית הדירוג פותחה על בסיס המודל שביססנו לבחינת פעילות של חברות ציבוריות בלינקדאין, תוך התאמות למאפיינים הייחודיים של מוסדות אקדמיים.

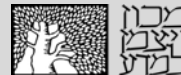
מטרת הדו"ח היא לספק תמונת מצב עדכנית לשנת 2025, שתשמש כלי בידי הנהלות, מחלקות שיווק, דוברות וקשרי קהילה במוסדות – לצורך למידה מהצלחות, השוואה בין־מוסדית, וזיהוי הזדמנויות לשיפור אסטרטגיית התוכן בלינקדאין.

¹ לפי נתונים רשמיים לשנת 2024 המפורסמים על־ידי לינקדאין

עשר המוסדות המצטיינים



93.10



91.20



90.20



88.10



88.00



86.30



82.70



81.20



81.20



79.70



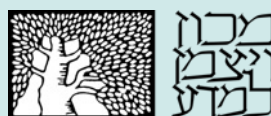
ממצאים מרכזיים

הדירוג חושף פערים גדולים בין מוסדות ההשכלה הגבוהה – גם בתוך כל קטגוריה – ומציג תמונה מגוונת של אסטרטגיות הפעולה הדיגיטליות בלינקדאין.

מובילי הקטגוריות

(93.1, מקום 1 מבין כלל המוסדות)

מדורג ראשון בזכות שילוב יוצא דופן של פעילות מגוונת, תגובתיות גבוהה ושימוש חכם בפרסום ממומן.



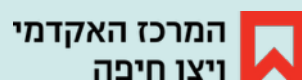
(82.7, מקום 7)

מובילה את קטגוריית המכללות הכלליות עם פעילות אורגנית ענפה, תגובות רבות ושימוש עקבי בקידום ממומן.



(76.0%, מקום 17)

מוביל את קטגוריית מכללות החינוך – בזכות גידול מרשים בעוקבים, עמוד מתוחזק ופעילות קבועה.



שונות פנימית גבוהה

הפערים בין מוסדות באותה קטגוריה ממחישים את ההבדלים ברמת המחויבות הארגונית וההשקעה בתוכן:

באוניברסיטאות: פער של 17 נקודות בין המקום הראשון (ויצמן) לעשירי (בן-גוריון).

במכללות: פער של יותר מ-50 נקודות בין הקריה אונו למרכז האקדמי למשפט ועסקים.

במכללות חינוך: כמעט מחצית מהמוסדות אינם פעילים כלל – פער של עשרות נקודות ממובילות הקטגוריה.

המתודולוגיה



הדו"ח מתבסס על ניתוח פעילות בלינקדאין של 58 מוסדות המוכרים על ידי המועצה להשכלה גבוהה, המחולקים לשלוש קטגוריות:

- אוניברסיטאות (10 מוסדות)
- מכללות כלליות (29 מוסדות)
- מכללות לחינוך (19 מוסדות)

הדירוג שואף לשקף את מצבו היחסי של כל מוסד בתוך קבוצת ההתייחסות שלו בלבד – ולכן ההשוואות בוצעו בתוך כל קטגוריה ולא בין קטגוריות שונות. המדדים נבחרו בהתאם לפרקטיקות מקובלות למדידת פעילות בלינקדאין, עם התאמות למאפייני מוסדות אקדמיים.

מדד	משקל בציון הסופי
קיום עמוד לינקדאין	10%
מספר עוקבים (יחסי לקטגוריה)	20%
היקף פוסטים שפורסמו	20%
תגובתיות ומעורבות הקהל	20%
שיעור גידול בעוקבים	20%
שימוש בניוזלטרים / איוונטים	5%
שימוש בפרסום ממומן	5%

- בנוסף לכך, חושבו מדדי עומק שמטרתם לבחון את היעילות הדיגיטלית ביחס למשאבים:
- ציון סופי ביחס לתקציב כולל (לפי נתוני לקוחות ות"ת לשנת 2024)²
 - ציון סופי ביחס למספר הסטודנטים (לפי נתוני המל"ג והלמ"ס לשנת תשפ"ד)³
 - ציון סופי ביחס לתקציב ממוצע פר סטודנט (חישוב פנימי על בסיס שני המדדים לעיל)
- הבהרות:**

- עבור מכללות חינוך לא חושבו מדדים מנורמלים בשל היעדר מידע פומבי עדכני.
- מוסדות שאינם מתוקצבים על ידי ות"ת (למשל אוניברסיטת רייכמן) לא נכללו בחלק מהמדדים.
- הנתונים מבוססים על מידע ציבורי בלבד – ללא גישה לנתוני שכר לימוד, תרומות או הכנסות אחרות.
- יש לראות במדדי היעילות אינדיקציה יחסית בלבד – לא מדד כספי מדויק.
- המשקלים נבחרו מתוך כוונה לאזן בין היקף פעילות, איכות מעורבות וקצב צמיחה – בהתאם לפרקטיקות מקובלות בתוכן דיגיטלי אקדמי.

² חוברת התקציב - תשפ"ה

³ הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה

מה באמת מנבא הצלחה?

- ניתוח מדדי היעילות ביחס לגודל ותקציב חושף תובנות מעניינות:
- ציון ביחס לתקציב כולל מצביע על הצלחות של מוסדות "צנועים" כמו המרכז האקדמי שלם וסמי שמעון – לצד שליטה של אוניברסיטאות מבוססות.
- ציון ביחס לתקציב פר סטודנט משנה את התמונה: בראש הדירוג – האוניברסיטה הפתוחה, ואחריה 9 מכללות. אין אף אוניברסיטה בעשירייה הראשונה.

מכאן, שפעילות איכותית בלינקדאין אינה נחלתם של מוסדות עתירי משאבים – אלא של מוסדות עם אסטרטגיית תוכן ממוקדת ויעילה.

מקרים בולטים

- **אפקה** (מקום 11) מצטיינת מצטיינת בניהול התוכן בעמוד למרות גודל ותקציב מצומצמים.
- **האוניברסיטה העברית** (מקום 10): עם עמוד רחב היקף אך מימוש דיגיטלי חלקי ביחס לפוטנציאל.

קצב צמיחה – הכוכבים העולים

- **מכון ויצמן** מצטיין גם בגידול העוקבים – סימן לפעילות דינמית ומבוססת קהל.
- **המכללה האקדמית אחווה והמרכז האקדמי פרס** בולטות בקצב גיוס עוקבים גבוה במיוחד – הודות לנוכחות אורגנית מתמשכת.

שימוש בכלים מתקדמים – מפתח להובלה

- כ-30% מהמוסדות משתמשים בפרסום ממומן – אך רק מיעוט עושה שימוש עקבי בכלים כמו ניוזלטרים ואיוונטים, שנמצאו בקורלציה גבוהה יותר למדדי מעורבות וצמיחה.
- מוסדות כמו **בר אילן**, **רייכמן** ו**אוניברסיטת ת"א** בולטים ביכולת למנף את מגוון הכלים הקיימים בלינקדאין – מה שמסביר את מיקומם הגבוה בדירוג.

נוכחות מבוזרת: עמודים משויכים כמכפיל כוח

- מספר מוסדות בחרו להרחיב את הנוכחות שלהם בלינקדאין באמצעות עמודים משויכים – עמודים רשמיים של פקולטות, יחידות או מיזמים, המקושרים לעמוד הראשי של המוסד.
- עמודים אלה מאפשרים פנייה ממוקדת לקהלים מגוונים (כמו סטודנטים, בוגרים או שותפים מקצועיים), ומחזקים את המותג האקדמי ברמת העומק והתוכן.
- בולטים במיוחד:

| **הטכניון** – 6 עמודים פעילים

| **HIT** – 5 עמודים

| **אוני' ת"א ומכללת כנרת** – 4 כל אחת

תוכן כמשאב אסטרטגי

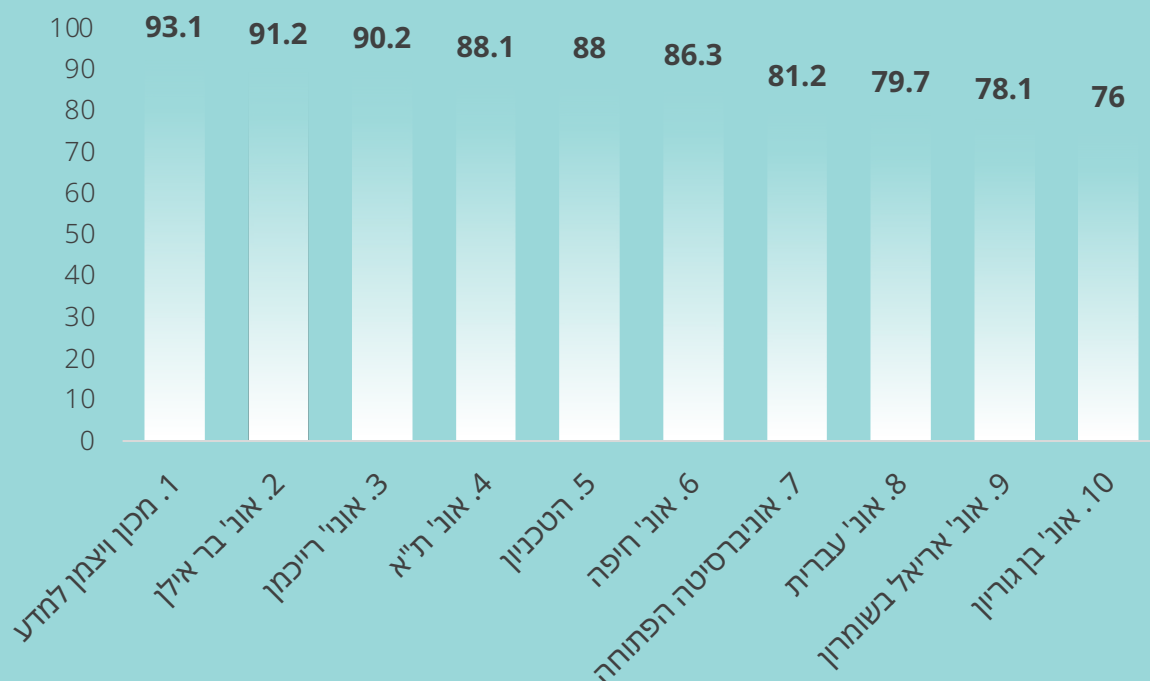
המוסדות המובילים אינם מסתפקים בעדכונים מוסדיים – אלא מפתחים שפת תוכן מגוונת, רגשית וערכית. תוכן חי, חווייתי ובעל ערך למרצים, בוגרים וקהלים מקצועיים – מתורגם לרמת מעורבות גבוהה במיוחד. זאת ועוד, מוסדות המקפידים לפרסם תוכן מגוון הפונה לקהלים שונים, מצליחים לממש יותר ממטרה אחת, בין אם לצרכי שיווק, גיוס סטודנטים ומרצים.

מיתוג מעסיק אקדמי – מגמה מתפתחת

חלק מהמוסדות מאמצים גישה מתקדמת המשלבת פנייה גם לקהלים מקצועיים – כמו מרצים, חוקרים וארגונים. בכך, הפלטפורמה הופכת עבורם גם לכלי לגיוס שותפויות, לא רק סטודנטים.

דירוג לפי קטגוריות

אוניברסיטאות



קטגוריית האוניברסיטאות כוללת 10 מוסדות מתוקצבים – הגדולים, הוותיקים והמבוססים בישראל. מוסדות אלו נהנים ממשאבים ניכרים, נוכחות ציבורית גבוהה, וקהל יעד מגוון הכולל חוקרים, סטודנטים, מרצים, בוגרים ושותפים אסטרטגיים. בהתחשב בכך, ניתן היה לצפות לאימוץ רחב של לינקדאין ככלי מרכזי לשיווק אקדמי, מיתוג מחקרי וחיוזוק קשרים עם קהילות מקצועיות – אך התמונה מורכבת יותר.

מוסדות בולטים

- **מכון ויצמן למדע** (93.1): מדורג ראשון בקטגוריה ובדירוג הכללי. בולט בזכות ניהול עקבי של תוכן מגוון, תגובתיות גבוהה ושימוש חכם בפרסום ממומן.
- **אוניברסיטת בר אילן** (91.2): מדורגת שנייה, בזכות שילוב מוצלח בין תכנים פורמליים וחווייתיים ושימוש בכלים אורגניים וממומנים.
- **אוניברסיטת רייכמן** (90.2): האוניברסיטה היחידה שאינה מתוקצבת ע"י המדינה – אך מציגה נוכחות דיגיטלית מרשימה בזכות אסטרטגיה ברורה ועקבית.
- **אוניברסיטת תל אביב** (88.1): מובילה בכמות העוקבים ובנוכחות שיווקית רחבה, עם קצב פרסום גבוה.

פערים פנימיים

- פער של 17 נקודות מפריד בין ויצמן (מקום 1) לאוניברסיטת בן גוריון (מקום 10) – פער משמעותי ביחס לקטגוריה שמתקצבת ברמה דומה.
- אוניברסיטת חיפה והאוניברסיטה העברית, שתיהן בעלות מוניטין בינלאומי, אינן מממשות את הפוטנציאל הדיגיטלי במלואו – במיוחד לאור בסיס עוקבים רחב מאוד.

יעילות מול משאבים

- ניתוח מנורמל מגלה הבדלים חדים במידת הניצול של תקציב המדינה וגודל האוכלוסייה הסטודנטית לצורכי מיתוג.
- האוניברסיטה הפתוחה בולטת במדד ציון ביחס לתקציב פר סטודנט – בפער גדול מכל אוניברסיטה אחרת – למרות תקציב ציבורי מצומצם.

מגמות ייחודיות

- רק חלק מהאוניברסיטאות עושות שימוש קבוע בניוזלטרים ואיוונטים – כלים שיכולים לחזק את הקשר עם מרצים, חוקרים ובוגרים.
- ניתן לזהות הבדל בין מוסדות המנהלים שפה תוכנית מגובשת לבין כאלה הפועלים באוריינטציה פורמלית-מוסדית בלבד.

המסקנה: אף שמדובר בקטגוריה המובילה בביצועים, היא עדיין רחוקה ממיצוי הפוטנציאל – במיוחד בכל הקשור לשימוש בכלים המתקדמים של לינקדאין ולמיתוג דינמי לקהלים מקצועיים.

מכללות - דירוג מלא



קטגוריה זו כוללת 29 מוסדות מתוקצבים, המתמקדים ברובם בהוראה יישומית ונמצאים לרוב בקשר ישיר עם קהילות מקצועיות, אזוריות ותעסוקתיות. למרות מגבלות תקציביות ביחס לאוניברסיטאות, למכללות יתרון בגמישות תפעולית ובקרבה יומיומית לקהלי היעד שלהן – סטודנטים, בוגרים, מרצים, מעסיקים ושותפים חוץ-אקדמיים.

מוסדות בולטים

- **הקריה האקדמית אונו (82.7):** מובילה את הקטגוריה ומדורגת במקום ה-7 הכללי. מצטיינת בפעילות אורגנית סדירה, פרסום מגוון, תגובתיות גבוהה ושימוש מקצועי בפרסום ממומן.
- **מכון טכנולוגי חולון (81.2):** בולט במספר עוקבים גבוה, קצב פרסום מרשים ושימוש עקבי בכלי הפלטפורמה – גם אורגניים וגם ממומנים.
- **המרכז האקדמי פרס (73.0):** בולט בהשקעה ביצירת תוכן ובקצב גידול העוקבים – הודות לתחזוקה שוטפת ולתמהיל מוצלח בין תוכן אורגני לממומן.

פערים פנימיים

- הפער בין המכללה המובילה (82.7) לתחתית הדירוג (כ-30) מגיע ליותר מ-50 נקודות – חרף תנאי תקצוב דומים בין המוסדות.
- חלק מהמכללות כלל אינן מחזיקות עמוד פעיל או שביצעו בו פעילות שולית בלבד לאורך זמן.

יעילות מול תקציב

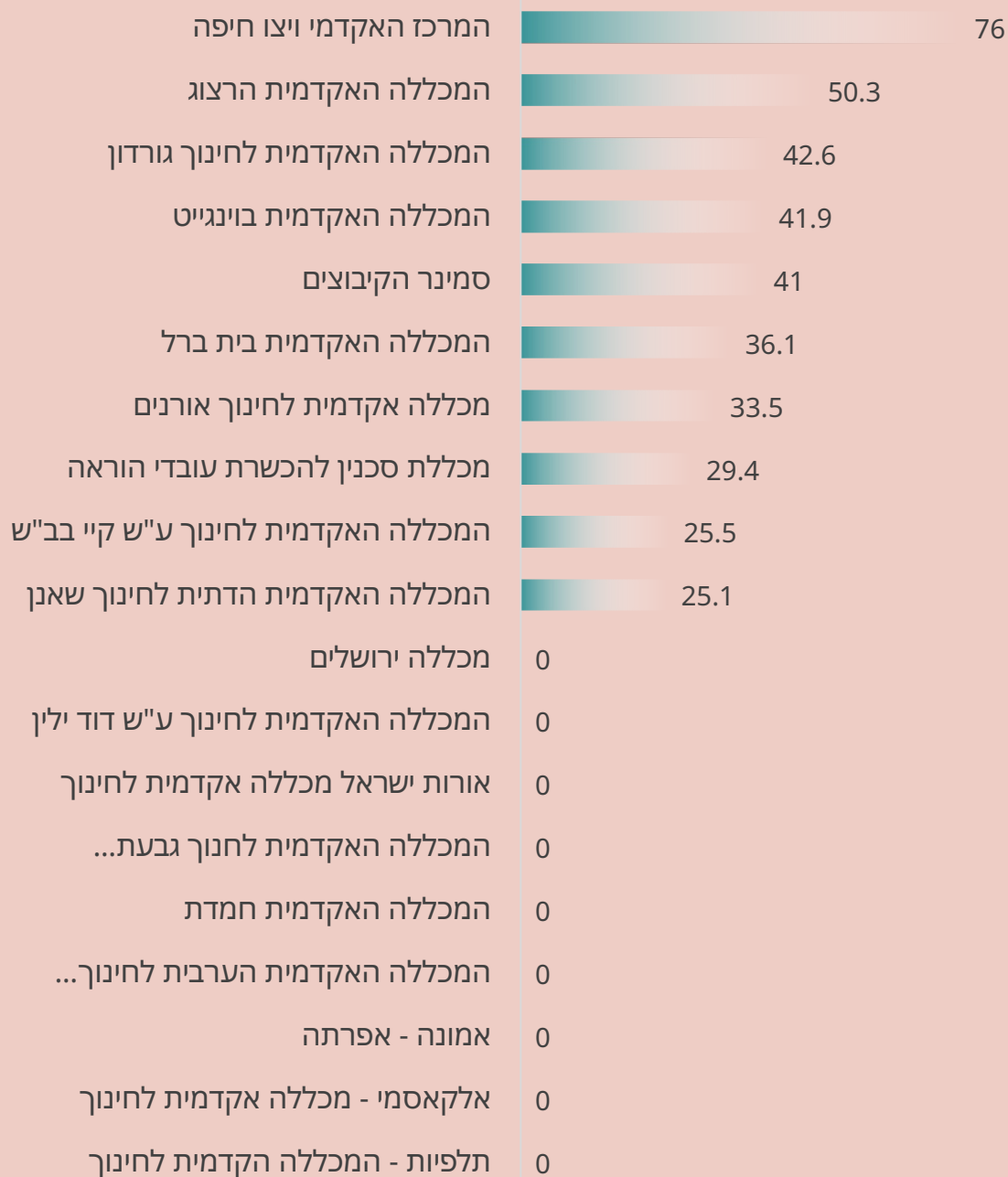
- **המרכז האקדמי שלם** מציג תוצאה חריגה: ציון בינוני במדד הגולמי אך דירוג גבוה מאוד במדדים המנורמלים – במיוחד ביחס לתקציב הכולל. דוגמה למוסד שמפיק את המירב ממשאבים מוגבלים.
- גם **הקריה האקדמית אונו** מציגה נתוני יעילות יוצאי דופן – במיוחד במדד של ציון מול תקציב פר סטודנט – מה שמעצים את משמעות הצלחתה.

מגמות ייחודיות

- מכללות רבות מזהות בלינקדאין כלי אפקטיבי ליצירת קשר עם שוק העבודה, והדבר ניכר בתכנים המכוונים לקהילות מקצועיות, שיתופי פעולה עם חברות, וסיפורי הצלחה של בוגרים.
- עם זאת, מיעוט בלבד מהמכללות מיישם מדיניות תוכן סדורה או שומר על קצב פעילות יציב לאורך זמן.

המסקנה: הפוטנציאל קיים – ובחלק מהמוסדות אף ממומש – אך השונות הרבה בפעילות מצביעה על היעדר תפיסה מערכתית. אימוץ מתודולוגיה סדורה לתוכן יכול להוביל לשיפור משמעותי במיצוב הדיגיטלי של המכללות.

מכללות לחינוך - דירוג מלא



קטגוריית מכללות החינוך כוללת 19 מוסדות המתמקדים בהכשרת מורים, גננות ואנשי חינוך. למרות גודלם המצומצם יחסית, פוטנציאל ההשפעה שלהם בלינקדאין משמעותי: כפלטפורמה מקצועית, היא מאפשרת לא רק גיוס סטודנטים אלא גם חשיפה לגורמים משפיעים במערכת החינוך, ביסוס מוניטין בקרב מרצים ובוגרים, פניה לבעלי מקצועות חופשיים השוקלים לעשות הסבה לחינוך וחיזוק המעמד הציבורי של המוסד. בנוסף, לינקדאין יכולה לשמש מנוע לפיתוח משאבים – באמצעות גיוס תרומות, שיתופי פעולה והצגת חדשנות חינוכית.

מוסדות בולטים

- **המרכז האקדמי ויצו חיפה** (76.0): מדורג ראשון בקטגוריה ובמקום 17 בדירוג הכללי. בולט בהיקף עוקבים גבוה, תגובתיות מרשימה ותחזוקה עקבית של עמוד מקצועי.
- **המכללה האקדמית הרצוג** (50.3): מהבודדות בקטגוריה שמשלבות פעילות אורגנית רציפה עם שימוש בפרסום ממומן – מה שתורם לחשיפה גבוהה יחסית.

פערים פנימיים

- קטגוריה זו מציגה את הפערים הגדולים ביותר: תשעה מוסדות – כמעט מחצית – אינם פעילים בלינקדאין כלל.
- גם בין המוסדות הפעילים יש שונות גבוהה מאוד ברמת התחזוקה, קצב הפרסום והשימוש בכלים המתקדמים של הפלטפורמה.

מגמות ייחודיות

- מוסדות שבולטים בקטגוריה הם לרוב אלה ששילבו את לינקדאין כחלק מתפיסה אסטרטגית של מיתוג קהילתי וחינוכי.
- שימוש בתכנים ערכיים, סיפורי בוגרים, והצגת פעילות בשטח – מייצר בולטות ומחזק את מעמד המוסד כגוף מוביל בשיח החינוכי.

עם זאת, הפער בין הפוטנציאל למימושו בקטגוריה זו נותר רחב. מדובר בתחום שבו נדרשת קפיצת מדרגה של ממש: השקעה מינימלית בניהול תוכן יכולה לייצר ערך מוסף עצום – עבור סטודנטים, שותפים חינוכיים, ותורמים כאחד.

מגבלות הסקירה והבהרות מתודולוגיות

הדו"ח הנוכחי מתבסס על ניתוח ידני של פעילות פומבית בעמודי לינקדאין של מוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל, כפי שהייתה בשנה שבין הרבעון הראשון של 2024 ל-2025. אף שנעשה מאמץ להפעיל שיקול דעת עקבי ומתודולוגיה שיטתית, יש להביא בחשבון מספר מגבלות מהותיות:

היקף הסקירה

- הדירוג מתייחס לעמודים הראשיים בלבד של כל מוסד – ולא לפרופילים אישיים של אנשי סגל, מנהלים או יחידות פנימיות.
- ההשוואה בין מוסדות נעשתה בתוך כל קטגוריה בלבד (אוניברסיטאות, מכללות, מכללות חינוך) – ולא בין קטגוריות שונות.
- הציון הסופי משקף אך ורק פעילות פומבית – ואינו כולל קמפיינים סגורים, תכנים פרטיים או פעילות פנים-ארגונית.

מגבלות נתונים

- עבור חלק מהמוסדות – ובמיוחד מכללות חינוך – לא ניתן היה לחשב מדדים מנורמלים (כגון ציון ביחס לתקציב או למספר סטודנטים) בשל היעדר מידע פומבי עדכני.
- מוסדות שאינם מתוקצבים על ידי ות"ת (למשל אוניברסיטת רייכמן, מכון שכטר, המרכז האקדמי לב) נגרעו מחלק מהחישובים התקציביים.
- נתוני התקציב והסטודנטים לקוחים ממקורות רשמיים (ות"ת, הלמ"ס, המל"ג), אך אינם כוללים הכנסות נוספות כמו שכר לימוד, תרומות או מיזמים מסחריים – ולכן יש לראות במדדים המנורמלים אינדיקציה יחסית בלבד, לא אמת מידה מוחלטת.

מגבלות זמן ואפיון

- הנתונים משקפים נקודת זמן מסוימת (שנת פעילות עד אפריל 2025), אך פעילות דיגיטלית עשויה להשתנות משמעותית תוך שבועות – למשל סביב תקופות רישום, אירועים או שינויים ניהוליים.
- מוסדות בעלי משאבים דומים פועלים לעיתים בתפיסות תקשורת שונות לגמרי – ולכן הציון לבדו אינו משקף בהכרח פער ביכולת, אלא גם בגישה ובאסטרטגיה.

סיכום ומבט קדימה

דו"ח זה מציג לראשונה תמונת מצב מקיפה ועדכנית של נוכחות מוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל בלינקדאין. התמונה שעולה ממנו מורכבת: לצד הצלחות בולטות של מוסדות שפועלים בגישה אסטרטגית וממוקדת, קיימים פערים עמוקים – גם בין מוסדות דומים בגודלם ובמשאביהם.

אחת המסקנות המרכזיות היא שהצלחה בלינקדאין אינה נגזרת ישירה של תקציב או ותק – אלא של הבנה ארגונית, תכנון תוכן ומחויבות לאורך זמן. מוסדות שפיתחו שפה תוכנית, הפועלים לאורך השנה בשילוב של תוכן אורגני, קידום ממומן ופנייה למגוון קהלים – נהנים מביצועים גבוהים יותר וממיתוג אקדמי משמעותי יותר.

ככל שלינקדאין הופכת לזירה מובילה לא רק לגיוס, אלא גם לבניית מוניטין, יצירת שיתופי פעולה וגיוס משאבים – גוברת חשיבותה כמנוע אסטרטגי למוסדות אקדמיים. בין אם מדובר באוניברסיטה מחקרית או במכללה עם פעילות צנועה – הפלטפורמה מהווה הזדמנות לשיח איכותי עם בוגרים, מעסיקים, שותפים ותורמים.

לקראת השנים הבאות, צפויות מספר מגמות להעמיק את החשיבות של הפעילות בלינקדאין:

- **עלייה בשימוש בכלים מתקדמים** – כמו ניוזלטרים, איוונטים, דפי קהילה ואינטגרציות עם מערכות AI

- **ציפייה לגיוון תוכני** – מעבר לעדכונים פורמליים בלבד: שילוב סיפורי קמפוס, הצלחות בוגרים, והצצה לפעילות המחקרית והקהילתית

- **התמקצעות בשיווק אקדמי** – כולל שילוב אנשי שיווק, דיגיטל ודוברות כחלק בלתי נפרד ממערך התכנון האסטרטגי של ההנהלה

כדי למצות את הפוטנציאל שבפלטפורמה, מומלץ למוסדות:

- **לבסס שגרת תוכן דיגיטלית עקבית**, עם מיפוי קהלי היעד והתאמה לתחומי העניין שלהם

- **לחזק את השותפות עם בוגרים, סגל** וסטודנטים – גם כשגרירים דיגיטליים, לא רק כקהל יעד

- **לנצל את יתרונות הפרסום הממומן** – לא להחליף את התוכן, אלא להעצים את החשיפה

דירוג זה, שצפוי להתעדכן אחת לשנה, מהווה לא רק כלי מדידה – אלא גם מצפן אסטרטגי. הוא נועד לסייע למוסדות להבין את מקומם היחסי, ללמוד מאחרים, ולפעול מתוך מודעות גבוהה יותר לפוטנציאל הקיים – והבלתי ממומש – של נוכחות בלינקדאין.

על המעבדה לייצור תוכן

המעבדה לייצור תוכן היא חברה לשיווק אסטרטגי באמצעות תוכן, המתמחה בסטוריטלינג ובהוצאתו לפועל בכלים הדיגיטליים במטרה לבסס ולחזק את הנראות הציבורית של לקוחותיה, אצל הציבור הרחב ואצל קהלי יעד נבחרים. למעבדה ניסיון מוכח בהוצאה לפועל של מהלכים אסטרטגיים חוצי תחומים, בשינוי עמדות ושינוי התנהגות בקרב קהלי מטרה.

לצד שירותי תוכן רב-תחומיים הכוללים גיבוש אסטרטגיית תוכן ושירותי כתיבה ומיתוג, אנחנו מחזיקים במומחיות וניסיון עשיר בהקמה, ניהול ותפעול עמודי לינקדאין עסקיים ואישיים, בדגש על פעילות אורגנית, לצד קיום של סדנאות והכשרות פרטניות לארגונים ולבודדים.

info@content-lab.co.il



072-3313053



נספחים

דרוג מוסדות - ביצועים לעומת תקציב

דרוג	המוסד
1	מכון ויצמן למדע
2	המרכז האקדמי שלם
3	הטכניון
4	אוני' עברית
5	אוני' בן גוריון
6	אוני' חיפה
7	אוני' ת"א
8	אוני' בר אילן
9	אוני' אריאל בשומרון
10	המכללה האקדמית להנדסה ע"ש סמי שמעון

דרוג מוסדות - ביצועים לעומת תקציב ביחס לסטודנטים

דרוג	המוסד
1	אוניברסיטה הפתוחה
2	הקריה האקדמית אונו
3	המרכז האקדמי שערי מדע ומשפט
4	המרכז האקדמי פרס
5	מכללה אקדמית תל חי
6	המרכז האקדמי הרב תחומי ירושלים - הדסה
7	מכון טכנולוגי חולון
8	המכללה האקדמית עמק יזרעאל
9	מכללה אקדמית ר"ג
10	המרכז האקדמי לב