

## Θεματικές Ενότητες του Ψηφιακού Μάρκετινγκ

1. Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο
2. Ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα
3. Στρατηγική μάρκετινγκ στην ψηφιακή εποχή
4. Δημιουργία αξίας και Content Marketing
5. Θέματα τιμολόγησης και πληρωμών στο ψηφιακό μάρκετινγκ
6. Η χρήση των καναλιών στο ψηφιακό μάρκετινγκ (Στρατηγικές multichannel και omnichannel)
7. Διαχείριση κοινότητας (community management) - Engagement and conversions.
8. Τρόποι, μέσα και εργαλεία διαφήμισης στο διαδίκτυο (own, paid, earned media),
9. Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (search engine optimization),
10. Η χρήση του google analytics
11. Μέτρηση της απόδοση μετατροπής (conversion rate), και της απόδοσης της επένδυσης (return of investment-ROI) σε ένα πολύ-καναλικο ψηφιακό περιβάλλον μάρκετινγκ.
12. Χρήση εργαλείων και τεχνικών για την ανάλυση και περιγραφή της δομής των κοινωνικών δικτύων (social media metrics)
13. Παρουσίαση απόδοσης της ομαδικής εργασίας (ιστοσελίδας/σελίδας κοινωνικής δικτύωσης)

# **Το Μάρκετινγκ Κοινωνικών Μέσων ως μέρος ενός σχεδίου Ψηφιακού Μάρκετινγκ**

Θανάσης Δαβαλάς

## **1. Διαφημίστε σε πολλαπλές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.**

Μια στρατηγική που αξιοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πιο αποτελεσματική όταν χρησιμοποιεί πολλαπλές πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένων των Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, και YouTube. Ανεξάρτητα από τη δική σας εξοικείωση με αυτές τις πλατφόρμες, σας συμφέρει περισσότερο να διαχειριστείτε πολλά προφίλ, διότι ποτέ δεν ξέρεις ποια πλατφόρμα χρησιμοποιεί περισσότερο το κοινό σας.

## **2. Συνεκτική εμπορική επωνυμία σε όλες τις πλατφόρμες.**

Είναι σημαντικό η εμπορική επωνυμία σε κάθε λογαριασμό κοινωνικών μέσων ενημέρωσης σας να είναι ομοιόμορφη· αυτό σημαίνει ότι η ορθογραφία, τα στοιχεία επικοινωνίας, περιγραφή προφίλ, και σε κάποιο βαθμό, οι εικόνες, θα πρέπει να έχουν συνοχή, προκειμένου η επιχείρησή σας να είναι πιο εύκολα αναγνωρίσιμη. Η σελίδα του προφίλ σας θα πρέπει επίσης να επιδεικνύει ένα υψηλό επίπεδο επαγγελματισμού· δεν πρόκειται ποτέ να θεωρηθείτε ως εμπειρογνώμων στον κλάδο σας με προφίλ που συμπεριλαμβάνει φωτογραφίες χαμηλής ποιότητας ή ανοργάνωτο περιεχόμενο.

## **3. Δημιουργήστε περιεχόμενο κοινωνικών μέσων ενημέρωσης που είναι πραγματικά σχετικό και ενδιαφέρον.**

Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει διαφημιστικούς διαγωνισμούς, προσφορές, πρώτη προβολή νέων προϊόντων, δημοσκοπήσεις, links σε ενημερωτικά blog, κ.λπ. Η ιδέα εδώ είναι να βρούμε τρόπους όχι μόνο να πείσουμε τους θεατές να επισκεφθούν τη σελίδα κοινωνικών μέσων ενημέρωσης σας, αλλά επίσης να έρθουν σε ενεργή επαφή με το περιεχόμενό τους.

## **4. Ενημερώστε το προφίλ κοινωνικών μέσων ενημέρωσης σας συχνά.**

Τα προφίλ κοινωνικών μέσων ενημέρωσης γίνονται εντελώς ανωφελές όταν δεν ανανεώνονται για πάρα πολύ καιρό. Αν θές να ελκύσεις και να διατηρήσεις επισκέπτες, το μυστικό είναι να δημοσιεύσεις περιεχόμενο τακτικά (τουλάχιστον 2-3 φορές την εβδομάδα σε κάθε πλατφόρμα).

## **5. Πάντα απαντάτε στα σχόλια και ερωτήσεις των πελατών.**

Ο σκοπός των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης είναι να «συνδεθούμε» με τους άλλους. Έτσι, όταν ο επισκέπτης κάνει μια ερώτηση ή αφήνει ένα σχόλιο στο προφίλ σας, πρέπει να ανταποκριθείτε γρήγορα και με επαγγελματισμό. Αυτό δείχνει στο κοινό σας ότι η εταιρεία σας ενδιαφέρεται και ανησυχεί για τους πελάτες της.

## **6. Εκμεταλλευτείτε το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων ενημέρωσης.**

Το μάρκετινγκ σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης είναι πλέον μία από τις πιο αποτελεσματικές μεθόδους διαφήμισης· σύμφωνα με την εταιρεία AdRoll, οι διαφημίσεις Facebook έχουν πολύ περισσότερα κλικς καθημερινά από εκείνες των στερεοτυπικών διαφημίσεων στο διαδίκτυο. Με άλλα λόγια, το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων ενημέρωσης είναι, χωρίς αμφιβολία, αποτελεσματικό.

## **7. Βελτιστοποιήστε το περιεχόμενό σας με SEO (Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης).**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξακολουθούν να είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να ενσωματώσετε λέξεις-κλειδιά για τα οποία η ιστοσελίδα σας προσπαθεί να αποκτήσει προτεραιότητα έναντι άλλων ιστοσελίδων. Ωστόσο, βάλτε τις λέξεις-κλειδιά σε περιεχόμενο μόνο όταν βγάζει νόημα και θα φαίνεται αυθεντικό στους επισκέπτες και αναγνώστες σας.

## **8. Προσαρμόστε το Facebook URL.**

Μόλις η σελίδα σας στο **Facebook** έχει 25 likes, έχετε τη δυνατότητα να αλλάξετε τη διεύθυνση URL ούτως ώστε να περιλαμβάνει το όνομα της εταιρείας σας, αντί για μια άσχετη διεύθυνση URL. Ωστόσο, σημειώστε ότι αυτή η διεύθυνση URL μπορεί συνήθως να αλλάξει μόνο μία φορά.

## **9. Σκοπιμότητα στη περιγραφή του προφίλ.**

Ειδικά στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το **Twitter**, το “About” του προφίλ σας θα εμφανίζεται ως περιγραφή για τη σελίδα σας. Κάντε αυτή τη περιγραφή του προφίλ σας κατατοπιστική και δελεαστική (περιλαμβάνοντας σχετικές λέξεις-κλειδιά) για πιο εποικοδομητική χρήση της.

## **10. Δημιουργήστε links σε προφίλ κοινωνικών μέσων ενημέρωσης σας.**

Η ιστοσελίδα σας, το ιστολόγιο (blog), ή οτιδήποτε άλλο ηλεκτρονικό περιεχόμενο σας περιλαμβάνουν «κουμπιά» που συνδέονται με το προφίλ μέσων κοινωνικής δικτύωσης σας. Αυτό θα διευκολύνει τους επισκέπτες σας να συνδεθούν μαζί σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ**

Τάσεις στις ψηφιακές τεχνολογίες, συμπεριφορά καταναλωτών, παρακολούθηση αγοράς (Business Intelligence)

e-επιχειρηματικά μοντέλα και e-marketing plan

Καθορισμός στόχων και μετρήσιμων δεικτών (Key Performance Indicators – KPIs)

Ολοκληρωμένη πολυ-καναλική προσέγγιση (omni-channel integration)

Δημιουργία εμπιστοσύνης στο ψηφιακό περιβάλλον (trust building)

## **ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ, ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ, ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

Αρχές ανάπτυξης ενός site και e-shop

Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου (content marketing)

Search Engine Optimization (SEO)

Διαφήμιση display & native advertising

Search Engine Marketing (Google Adwords)

E-mailing

Web site analytics

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Social media): περιεχόμενο, διαφήμιση, analytics

Mobile marketing

Affiliate marketing

Συνολικό πρόγραμμα δράσης (Integrated digital action plan)

Νομικά θέματα στο digital marketing