Bucolico

Building Community Resilience
through Communication & Tecnology

1.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Μια ενότητα για τα ψηφιακά δίκτυα

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Αποτελέσματα

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Κατανοήστε τι είναι το Web 2.0 και το social media marketing:

Επιλέξτε τα καλύτερα κανάλια

Δημιουργήστε αποτελεσματικό περιεχόμενο

Διαχειριστείτε συνομιλίες, σχόλια και ανατροφοδότηση

Βελτιώστε τη φήμη σας στο διαδίκτυο

Αναπτύξτε αποτελεσματικές καμπάνιες

Ανάλυση βασικών δεικτών απόδοσης (KPI)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

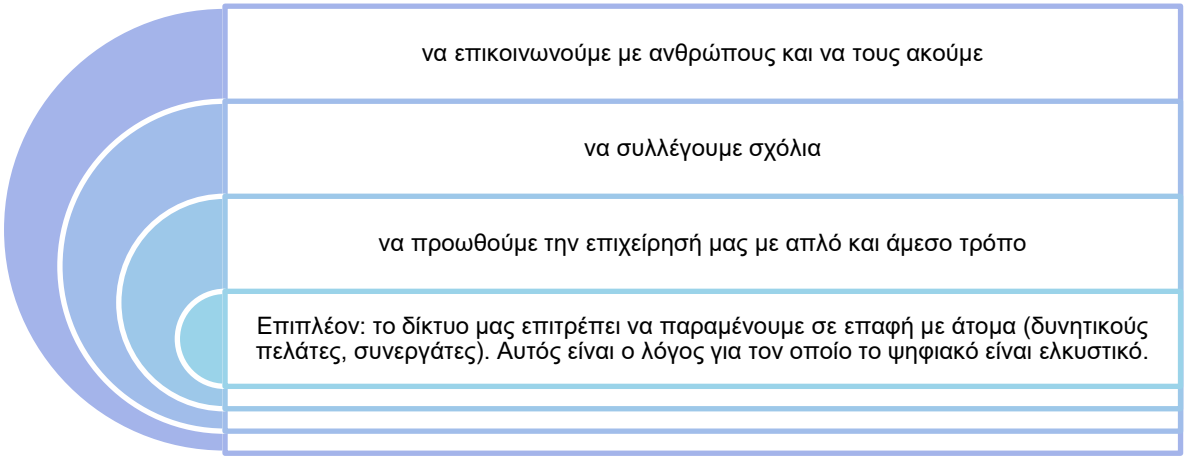
Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ω3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ο ιστός και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μας επιτρέπουν:



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ε3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ο σχεδιασμός μιας επιτυχημένης στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ ακολουθεί καλά καθορισμένες φάσεις:

1) Ανάλυση

2) Καθορισμός της Στρατηγικής

3) Δημιουργία επιχειρησιακού σχεδίου

4) Μέτρηση

5) Βελτίωση απόδοσης χάρη στα δεδομένα που συλλέχθηκαν

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ε3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η βάση κάθε στρατηγικής είναι η διατύπωση πέντε ερωτήσεων (το **5 "Ws"**):

Γιατί	Ποιος	Τι
Πού	Πότε	Πώς

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ενότητα 3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Το **Digital Marketing** και το **Social Media Marketing** είναι δραστηριότητες μάρκετινγκ.

4P

Το Ψηφιακό Μάρκετινγκ ακολουθεί ως εκ τούτου το **4p**, καθώς και οποιαδήποτε άλλη στρατηγική μ άρκετινγκ:
Προϊόν, Τιμή, Προβολή (επικοινωνία), Θέση (Κατανομή).

4C

Το **"4p"** συμπληρώθηκε πρόσφατα / αντικαταστάθηκε από το **"4γ"**: Λύση πελατών, Κόστος, Επικοινωνία, Ευκολία. Αυτές οι ενσωματώσεις μετατοπίζουν την εστίαση από την εταιρεία (από αυτούς που προτείνουν τη στρατηγική μάρκετινγκ) στον πελάτη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

ΣΔ3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Οι Πλατφόρμες κοινωνικών μέσων χαρακτηρίζονται όλες από απλότητα: Για παράδειγμα, όλοι μ πορούμε να δημιουργήσουμε μια σελίδα στο **Facebook**.

Οι Πλατφόρμες είναι επίσης αρχικά δωρεάν: Η ευκολία χρήσης μας οδηγ εί όλους να παραλείψουμε τις φάσεις στρατηγικού καθορισμού,

περνώντας απευθείας στην εκτέλεση.

Αλλά στην πραγματικότητα, ο σχεδιασμός, η σκέψη και η σχεδίαση εξακ ολουθούν να είναι απαραίτητες φάσεις

για τη δομή μιας αποτελεσματικής Στρατηγικής μάρκετινγκ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ω3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ποιος είναι όμως ο ρόλος του μάρκετινγκ; Σε τι χρησιμεύει το Social Media Marketing;

Μια απάντηση σε αυτή την ερώτηση βρίσκεται στο Μανιφέστο Σύγχρονου Μάρκετινγκ, το οποίο αποτελείται από 11 βασικά σημεία. Κάθε δράση μάρκετινγκ πρέπει να ακολουθεί αυτές τις βασικές οδηγίες:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ο3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Στρατηγική: Το μάρκετινγκ και η προώθηση συμβάλλουν στη διασφάλιση του μέλλοντος των εταιρειών κάθε είδους. Όσοι ασχολούνται με το ψηφιακό μάρκετινγκ θα πρέπει να βρίσκονται συνεχώς σε επαφή με μεγάλο αριθμό ανθρώπων, χάρη στο διαδίκτυο.

2) Εμπορικό: Μάρκετινγκ σημαίνει πωλήσεις: όσοι ασχολούνται με το Μάρκετινγκ πρέπει να γνωρίζουν πού βρίσκονται τα έσοδα και πώς αποκτώνται.

3) Μέτρο: Πρέπει επίσης να γνωρίζουν πώς να μετρούν και να κατανοούν αυτά τα δεδομένα, για να βελτιώσουν την εμπειρία αγοράς των πελατών (πρώτη επαφή, επιλογή προϊόντος, αγορά μέσω, για παράδειγμα, πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Ω3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

4) Εμπειρία: Το σύγχρονο μάρκετινγκ επιδιώκει να βελτιώσει την εμπειρία του πελάτη (εκδηλώσεις, προϊόντα ή υπηρεσίες. Δεν κάνει καμία διαφορά). Μια καλή στρατηγική μάρκετινγκ θα πρέπει πρώτα απ 'όλα να χωρίσει τους πελάτες.

5) Ενσωμάτωση: Η επανάσταση των μέσων ενημέρωσης και των κινητών έχει μόλις ξεκινήσει: όλο και περισσότεροι πελάτες χτίζουν την εμπειρία τους με τις εταιρείες μέσω διαδικτυακών επαφών.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Φ3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

6) Μάρκα: Οι καταναλωτές είναι πραγματικά οι πρωταγωνιστές των διαδικασιών αγοράς και της μοίρας κάθε εταιρείας. Συνεπώς, οι εταιρείες πρέπει να είναι διαφανείς και να επικοινωνούν άμεσα.

7) Δεδομένα: Όσοι ασχολούνται με το Μάρκετινγκ πρέπει να συλλέγουν συνεχώς τα δεδομένα που προέρχονται από κάθε υλοποιημένη Στρατηγική, για να βελτιστοποιήσουν τα ακόλουθα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

ΣΤΟΧΟΣ 3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

8) Εξατομίκευση: Τα ψηφιακά κανάλια επιτρέπουν σε όσους ασχολούνται με το μάρκετινγκ να έχουν πρόσβαση σε μεγάλα σύνολα δεδομένων, τα οποία τους επιτρέπουν να προσαρμόζουν τις μελλοντικές στρατηγικές μάρκετινγκ για να προσφέρουν την καλύτερη εμπειρία πελάτη.

9) Τεχνολογία: Όλα αυτά σημαίνουν ότι όσοι ασχολούνται με το Μάρκετινγκ πρέπει να γνωρίζουν πλήρως την τεχνολογία πίσω από τα εργαλεία του Ψηφιακού Μάρκετινγκ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

ΣΔ3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

10) Δημιουργικότητα: Η προώθηση προϊόντων ή / και υπηρεσιών με καινοτόμο και δημιουργικό τρόπο είναι απαραίτητη για να αναγνωριστεί.

11) Περιεχόμενα: Πολλά συναρπαστικά περιεχόμενα σημαίνουν μια ζωτική, αυθεντική και δυναμική εταιρεία. Το περιεχόμενο αποτελείται από λέξεις, βίντεο, εικόνες, γεγονότα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

ΣΔ3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

12) Κοινωνικά: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι απλώς ένα μέσο επικοινωνίας, αλλά μια αλλαγή στην επιχειρηματική κουλτούρα: έχουν αλλάξει ριζικά την αλληλεπίδραση με τους πελάτες. Σήμερα το ψηφιακό είναι στο επίκεντρο του μάρκετινγκ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ ξεκινά με μια ανάλυση: πρώτα απ 'όλα πρέπει να καταλάβετε:

1) Τα ψηφιακά περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας, δηλαδή τι κατέχει ή έχει ήδη κάνει η εταιρεία (εάν υπάρχει ιστότοπος, πώς κατατάσσεται στις μηχανές αναζήτησης, εάν έχει εφαρμογή, πόσες λήψεις έχουν, εάν διαθέτει πλατφόρμες Social και τι είδος αλληλεπίδρασης έχουν, εάν έχουν ήδη κάνει καμπάνιες Διαφήμισης Διαδικτύου και ποια είναι τα αποτελέσματα.

2) Η online φήμη της εταιρείας και των προϊόντων της (πόσες φορές αναφέρεται και με ποιες αξιολογήσεις)

3) Ανταγωνιστές

4) Τι κάνουν οι υπάρχοντες και δυνητικοί πελάτες στον Διαδίκτυο (ποιους ιστότοπους επισκέπτονται, ποιο είναι το τυπικό τους προφίλ, ποια είναι η συνήθειά τους).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΑΝΑΛΥΣΗ

Η Φάση ανάλυσης μας επιτρέπει να κατανοήσουμε πού βρισκόμαστε ως Μάρκα ή Εταιρεία.Τώρα μπορούμε να ορίσουμε το νέες στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ:

Δηλαδή, να δημιουργηθεί ένα επιχειρησιακό σχέδιο, ένα πραγματικό έγγραφο που έχει δομηθεί γενικά ως χρονοδιάγραμμα, που υποδεικνύει:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

2.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Ποια είναι τα εργαλεία Digital Marketing που θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε; (Για παράδειγμα: θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε ένα Newsletter;)

2) Ποιος κάνει τι? Ποιος θα ασχοληθεί με το Ψηφιακό Μάρκετινγκ εντός της εταιρείας;

3) Ποιος θα παρακολουθεί τα δεδομένα και τους στόχους; Πώς?

4) Προϋπολογισμός: ποιος είναι ο ενδεικτικός και διαθέσιμος προϋπολογισμός για τις δραστηριότητες Ψηφιακού Μάρκετινγκ;

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Σε αυτό το σημείο μπορείτε να προχωρήσετε στην Εκτέλεση, έχοντας υπόψη σας ότι το Επιχειρησιακό Σχέδιό σας
πρέπει να περιλαμβάνει το σχέδιο, το σχεδιασμό ιστότοπου, τον προϋπολογισμό ...

Αυτό που πραγματικά έχει σημασία εδώ είναι ο βαθμός δέσμευσης όσων βρίσκονται στην εταιρεία
Ποιοι έχουν την καθοδήγηση των δραστηριοτήτων Ψηφιακού Μάρκετινγκ (πόσο πιστεύουν σε αυτό, ποιο είναι το επίπεδο των ικανοτήτων τους). Με λίγα λόγια: οι επαγγελματικές τους ικανότητες.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΜΕΤΡΗΣΗ

Μέτρηση: αυτή είναι μια πρωταρχική φάση που συμβαίνει κατά την εφαρμογή της κάθε Στρατηγικής Ψηφιακού Μάρκετινγκ.
Γενικά, οι ακόλουθες ενότητες μετρώνται: ο αριθμός επαφών και αλληλεπιδράσεων με τη διαφήμιση, πόσοι νέοι πελάτες έχουν αποκτηθεί, ποιο είναι το επίπεδο δέσμευσης.

Όλα αυτά τα δεδομένα μας λένε τι λειτούργησε με το σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ και τι μπορεί να βελτιωθεί. Μετρώντας και κατανοώντας τα δεδομένα θα είναι δυνατόν να επαναλάβετε επιτυχημένες πρωτοβουλίες, αποφεύγοντας να επαναλάβετε εκείνες που δεν είναι αποτελεσματικές.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η **5W +** ΠΩΣ ΜΕΘΟΔΟΣ: ΟΙ ΣΩΣΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Για μια αποτελεσματική στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ ...

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΓΙΑΤΙ?

Γιατί: ποιους στόχους θέλουμε να επιτύχουμε: όπως ήδη είπαμε, το Ψηφιακό Μάρκετινγκ είναι έ να "πραγματικό" εργαλείο Μάρκετινγκ: κάθε στρατηγική πρέπει να επιτύχει επιχειρηματικούς στ όχους. Έτσι, πρώτα απ 'όλα πρέπει να έχετε σαφείς επιχειρηματικούς στόχους (τι θέλει να επιτύχ

Ο στόχος πρέπει να είναι ρεαλιστικός (αν έχουμε μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση που παράγε ι έπιπλα δεν μπορούμε να περιμένουμε ότι θα φτάσει τον όγκο πωλήσεων της **Ikea**).
Και πρέπει να είναι μετρήσιμος (δίπλα σε κάθε στόχο πρέπει να μπορούμε να γράψουμε έναν αριθμό που μπορεί να τον μετρήσει)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Είναι επομένως απαραίτητο να ληφθούν υπόψη οι μακροπρόθεσμοι, μεσοπρόθεσμοι και βραχυπ ρόθεσμοι ορίζοντες

Στην πραγματικότητα, οι καλά δομημένες εταιρεί ες έχουν πολυετή σχέδια ανάπτυξης, ενώ οι λιγότ ερο δομημένες έχουν ετήσια ή εξαμηνιαία αναπτ υξιακά σχέδια.

Σε κάθε περίπτωση, στο Ψηφιακό μάρκετινγκ είν αι
απαραίτητη η πρόβλεψη μακροπρόθεσμων στόχ ων και
ενδιάμεσων στόχων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΠΟΙΟΙ;

Ποιοι: αυτός είναι ο λαός. Για ποιον προορίζονται τα προϊόντα μας;
Πρέπει λοιπόν να σκεφτούμε Ανθρώπους Για παράδειγμα:

Ένα σχολείο αγγλικής γλώσσας καλύπτει δύο κατηγορίες ατόμων: μαθητές που επιθυμούν να βελτιώσουν τα αγγλικά τους και ενήλικες που το χρειάζονται για επαγγελματικούς λόγους.
Οι δύο κατηγορίες ανθρώπων έχουν εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά, συνήθειες, προσδοκίες και ενδιαφέροντα.
Ένα κεντρικό μέρος της ψηφιακής στρατηγικής τα ορίζει αυτά ομάδες ατόμων, χωρίζοντάς τα).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΠΟΥ?

Πού: Αυτή η ερώτηση σημαίνει δύο πράγματα:
Σενάριο (τι υπάρχει γύρω από την
Εταιρεία: τάσεις, απειλές, ανταγωνιστές, ευκαιρίες,
Νομικοί περιορισμοί).
Αλλά επίσης Γεωγραφία: η γεωγραφική, πολιτιστική αγορά.
Πού εδρεύει η εταιρεία; Όσο πιο μακριά πάτε από το «πού» μα
ς, τόσο περισσότερο θα πρέπει να προσαρμόσουμε τις δικές μα
ς
στρατηγικές και τα προϊόντα μας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΠΟΤΕ?

Πότε: ο άξονας του χρόνου

Μία από τις σημαντικότερες αλλαγές που επέφερε το ψηφιακό είναι η ταχύτητα. Είμαστε πάντα συνδεδεμένοι, όπως και οι δικ οί μας
πελάτες (τα κοινωνικά μας κανάλια δεν πηγαίνουν διακοπές). Τα Σχέδια Ψηφιακού Μάρκετινγκ προβλέπουν ότι θα λειτουργο ύν σε μεγάλες περιόδους (12 ή περισσότερους μήνες) και μικρ ές περιόδους (για παράδειγμα μόνο μία εβδομάδα). Μεγαλώνο ντας τον άξονα του χρόνου, μπορείτε να λάβετε υπόψη ποια ώ ρα της ημέρας είναι η καλύτερη για
παράδειγμα για να δημοσιεύσετε κάτι στο **Twitter**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΤΙ?

Τι: το ίδιο το περιεχόμενο. Το *Σύγχρονο μανιφέστο του μάρκετινγκ* τονίζει τη σημασία του κάθε είδους περιεχομένου: κείμενο, εικόνες, βίντεο.

Τα περιεχόμενα είναι η καρδιά κάθε Στρατηγικής Ψηφιακού Μάρκετινγκ: μ ας επιτρέπουν να βελτιστοποιήσουμε το **Brand**, να διευκολύνουμε την α φοσίωση των πελατών και τις διαδικασίες πωλήσεων.

Το ψηφιακό επέτρεψε να γίνουν εκείνοι που ήταν μόνο παραλήπτες παραγωγοί περιεχομένου.

Μόλις μοιραστείτε μια φωτογραφία ή πείτε κάτι, δημιουργείται περιεχόμε νο. Καμία στρατηγική μάρκετινγκ περιεχομένου δεν είναι επιτυχής εάν δεν ξεκινά με σαφείς στόχους.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

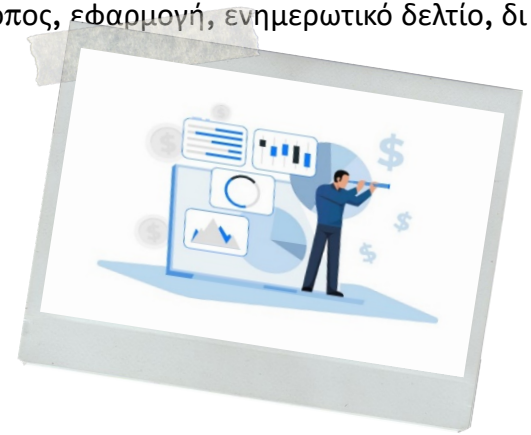
3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΠΩΣ?

Πώς: η στρατηγική και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στην πραγματικότητα Ξεκινώντας με τις σωστές ερωτήσεις, διευκολύνεται η παραγωγή μιας καλής στρατηγικής. Αυτό παίρνει τη μορφή ενός σχεδίου που περιλαμβάνει
τα εργαλεία που θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε (ιστότοπος, εφαρμογή, ενημερωτικό δελτίο, διαφημιστικές καμπάνιες).

Απώτερος στόχος είναι η επίτευξη επιχειρηματικών στόχων και είναι δυνατή μόνο εάν ενσωματωθούμε στο διαδίκτυο και εκτός σύνδεσης. Η διασταύρωση στόχων, ανθρώπων, σεναρίων, αγορών, χρόνων, περιεχομένου, διαθέσιμων εργαλείων και πρωτοβουλιών εκτός σύνδεσης οδηγεί στη στρατηγική και στον σωστό καθορισμό του διαδικτυακού επιχειρησιακού σχεδίου.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Για να λειτουργήσει... Άνθρωποι και διαδικασίες

Όπως φαίνεται παραπάνω, οι δεξιότητες εκείνων που εξασφαλίζουν την εκτέλεση ενός Ψηφιακού Σχεδίου Μάρκετινγκ είναι οι παράγοντες επιτυχίας. Υπάρχουν δύο επιλογές:

1. Εσωτερικά: όσοι βρίσκονται ήδη στην εταιρεία έχουν καλύτερη γνώση των προϊόντων και των έργων της. Μπορεί να είναι ταχύτερο, αλλά είναι ένα κόστος το οποίο συνήθως δεν είναι βιώσιμο για εταιρείες.

2. Εξωτερική: η εξωτερική ανάθεση είναι η πιο διαδεδομένη λύση: ένας Τομεακός Οργανισμός, ένας Σύμβουλος

Υπάρχουν μικτές λύσεις, με καλές εσωτερικές δεξιότητες και εξωτερικό επόπτη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Λέξεις -κλειδιά: βαθμιαίος, απλός και εύκαμπτος

1) Σταδιακά: Καθώς το ψηφιακό σχέδιο μάρκετινγκ αρχίζει να παράγει επιχειρηματικά αποτελέσματα, δημιουργείται ένα κυματιστικό αποτέλεσμα (αλλά περισσότερα δεδομένα και διαδικασίες σημαίνουν περισσότερη δουλειά: η αύξηση των πωλήσεων σημαίνει ότι χρειάζεστε περισσότερα άτομα για παράδειγμα για τη βοήθεια πελατών). Καλύτερα να ξεκινήσετε με σταδιακά βήματα (αποφύγετε τη ταυτόχρονη και άμεση διαχείριση μιας εμπορικής σελίδας στο Facebook, ενός Instagram, ενός Newsletter)

2) Απλό: να μπορείτε να δημιουργήσετε μια αποτελεσματική αλλά γραμμική στρατηγική και σχέδιο: το περιεχόμενο δεν πρέπει να απαιτεί μεγάλη προσπάθεια από την πλευρά του δέκτη.

3) Ευέλικτο: είναι απαραίτητο να γνωρίζετε πώς να βρείτε εναλλακτικές λύσεις εάν είναι απαραίτητο

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΕΙΝΑΙ ΟΛΑ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Με την έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η σχέση ισχύος χαρακτηριστική των παραδοσιακών μέσων έχει αλλάξει. Τώρα, κάθε άτομο που είναι συνδεδεμένο στο δίκτυο είναι σε θέση να
παράγει περιεχόμενο που μπορεί να μεταφερθεί σε παγκόσμιο επίπεδο και επομένως είναι σε θέση να αποκτήσει την ίδια προβολή που στο παρελθόν ήταν δυνατή μόνο χάρη στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η παραγωγή περιεχομένου, τόσο από ειδικούς όσο και χάρη στα εργαλεία επί πληρωμή για το Ψηφιακό μάρκετινγκ, υπόκειται σε ασυμμετρίες: Οικονομική διαθεσιμότητα, προσωπικό, δεξιότητες.

Αλλά τα Εργαλεία Ψηφιακού Μάρκετινγκ είναι επίσης δωρεάν: οι οικονομικοί πόροι μόνοι δεν εγγυώνται ορατότητα ή αποτελεσματικότητα. Ακόμα και η μικρότερη εταιρεία μπορεί ν α πετύχει
εξαιρετικά αποτελέσματα χάρη στον χαμηλό προϋπολογισμό και τα κοινωνικά κανάλια.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Το αρνητικό είναι ότι οι κοινωνικές πλατφόρμες, που επιτρέπουν σε όλους να δημιουργούν και να δημοσιεύουν
περιεχόμενο, προκαλούν πραγματική υπερφόρτωση:

Είναι αντικειμενικά δύσκολο για μια εταιρεία να κατακτήσει τη θέση της.

Επομένως, το Περιεχόμενο παραμένει ο παράγοντας επιτυχίας για κάθε δραστηριότητα μάρκετι νγκ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Μάρκετινγκ περιεχομένου: σύνολο δραστηριοτήτων που στοχεύουν στη δημιουργία και διανομή

ενδιαφέροντος περιεχομένου για πιθανούς πελάτες, μέσω του οποίου η Εταιρεία μπορεί να

έρχεται σε επαφή με ένα μεγαλύτερο αλλά πιο καθορισμένο κοινό.

Εάν η εταιρεία προσφέρει πολύτιμο περιεχόμενο στους χρήστες, θα το ανταμείψουν με τις αγορές τους, την αφοσίωσή τους στο εμπορικό σήμα ή ακόμα και με την απλή συζήτηση γι 'αυτό, και

γίνονται, αν όλα πάνε καλά, αυθόρμητοι υποστηρικτές.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Όλο το *εισερχόμενο μάρκετινγκ* (τα εσωτερικά σχέδια μάρκετινγκ της Εταιρείας) που έχει το
σκοπό της δημιουργίας περισσότερης επισκεψιμότητας στα ψηφιακά κανάλια της εταιρείας για απόκτηση νέων πελατών βασίζονται στο περιεχόμενο και στην ποιότητά τους.

Μια έρευνα του **2015** δείχνει πώς, από **529** διευθυντές μάρκετινγκ, μόνο το **3%** σχεδιάζει να μειώσει τις επενδύσεις τους σε περιεχόμενο. Η ίδια έρευνα επισημαίνει ότι κατά μέσο όρο κάθε εταιρεία επενδύει το **25%** του προϋπολογισμού μάρκετινγκ της αποκλειστικά σε περιεχόμενο .

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τι σημαίνει όμως να κάνουμε Ψηφιακό μάρκετινγκ εστιάζοντας στο περιεχόμενο;

Σημαίνει τη διάρθρωση των σχεδίων ψηφιακού μάρκετινγκ ξεκινώντας από μια μελέτη για τα πιθανά συμφέροντα πελατών που ήδη κατέχει η Εταιρεία και σε αυτά των πιθανών πελατών.

Συνεπώς, κάθε εταιρεία πρέπει να είναι ο δικός της εκδότης για να λειτουργεί αποτελεσματικά στο
νέο σενάριο επικοινωνίας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Για να είμαστε επιτυχημένοι, σε έναν κόσμο γεμάτο περιεχόμενο, διαφημίσεις και ανταγωνισ τές, αυτό που παράγουμε και δημοσιεύουμε πρέπει να είναι ενδιαφέρον για το κοινό μας ικ ανοποιώντας τις

ανάγκες τους. Οι ανάγκες που μπορούν να ικανοποιηθούν από το περιεχόμενο των μέσων ενημέ ρωσης είναι προφανώς περιορισμένες:

- πληροφορίες, εκπαίδευση, ψυχαγωγία, υπηρεσίες: οι κλασικές α νάγκες στις οποίες, χάρη στα κοινωνικά μέσα, μπορούμε να προσ θέσουμε ενεργή συμμετοχή
- Ένα στρατηγικό σχέδιο προτείνει ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος για να προσεγγίσετε ένα συγκεκριμένο κοινό και τις ανάγκες του.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

2) Για να δημιουργήσετε πολύτιμο περιεχόμενο, η δημιουργικότητα δεν είναι αρκετή

3) Οι φορείς που δημιουργούν το περιεχόμενο πρέπει να έχουν τους πόρους και τις δεξιότητες για να το κάνουν, αλλά δεν είναι οι ιδιοκτήτες του ίδιου του περιεχομένου.

Παρ 'όλα αυτά, η εταιρεία πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες δεξιότητες για την παραγωγή περιεχομένου:
η Εταιρεία πρέπει να είναι σε θέση να επιβλέπει το έργο του Οργανισμού (για παράδειγμα η εταιρεία πρέπει να είναι σε θέση να διαβάσει τα δεδομένα που συλλέγονται από τα εργαλεία ανάλυσης και να
κατανοήσει τα αποτελέσματα που έχει επιτύχει πραγματικά ο Οργανισμός)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ενημέρωση για το εμπορικό σήμα: αυξήστε την αναγνωρισιμότητα της μάρκας.

Το περιεχόμενο είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο για τη δημιουργία ή την ενίσχυση της φήμης των επωνυμιών,
πιο αποτελεσματικά από την επικοινωνία **"push"** (αυτή που **"σπρώχνει"** τα προϊόντα της μέσω της διαφήμισης. Το αντίθετο είναι μια επικοινωνία **"έλξης"**: αυτό λειτουργεί σε αύξηση της ευαισθητοποίησης για το προϊόν, αύξηση του ενδιαφέροντος για το κοινό).

Και πάλι, το περιεχόμενο πρέπει να καλύπτει τουλάχιστον μία ανάγκη του συγκεκριμένου κοινο ύ του.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η επαφή με το κοινό σημαίνει ότι το κάνετε ακόμη και μετά την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Η εξυπηρέτηση πελατών είναι αυτό που βελτιώνει την εμπειρία αγορών (Εξυπηρέτηση πελατών). Από την παροχή δωρεάν εγχειριδίου χρήστη έως διαδικτυακά σεμινάρια, συναντήσεις, σεμινάρια, προωθήσεις.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Πιστότητα και " πώληση επιπλέον προϊόντων ":

Ένα καλό σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ θέλει να διατηρήσει τους υπάρχοντες πελάτες για να τ ους ωθήσει
σε περαιτέρω αγορές. Σε αυτήν την περίπτωση, το περιεχόμενο πρέπει να είναι πιο εξατομικε υμένο.
Το **Upselling** είναι μια στρατηγική που κατευθύνει τον πελάτη σε ένα διαφορετικό προϊόν απ ό το
πρωτότυπο. Ένα προϊόν που έχει ήδη την ίδια λειτουργικότητα με το πρώτο
αγοράζεται αλλά είναι σε υψηλότερο επίπεδο: ο πελάτης, αγοράζοντας το δεύτερο
προϊόν, θα εκτιμήσει την προστιθέμενη αξία.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Δημιουργήστε ενθουσιώδεις πελάτες και κάντε τους προωθητές της Μάρκας

Ένας πελάτης μπορεί να είναι πιστός στο σημείο να γνωρίζει προϊόντα ή υπηρεσίες που προ σφέρει η Εταιρεία. Ο πελάτης γίνεται έτσι ένα εργαλείο προώθησης: **Social Media,** από στόμα σε στόμα, διαπροσωπικές σχέσεις. Μια «κοινότητα» πιστών πελατών είναι ένας στρατηγικός πόρος τεράστιας αξίας.

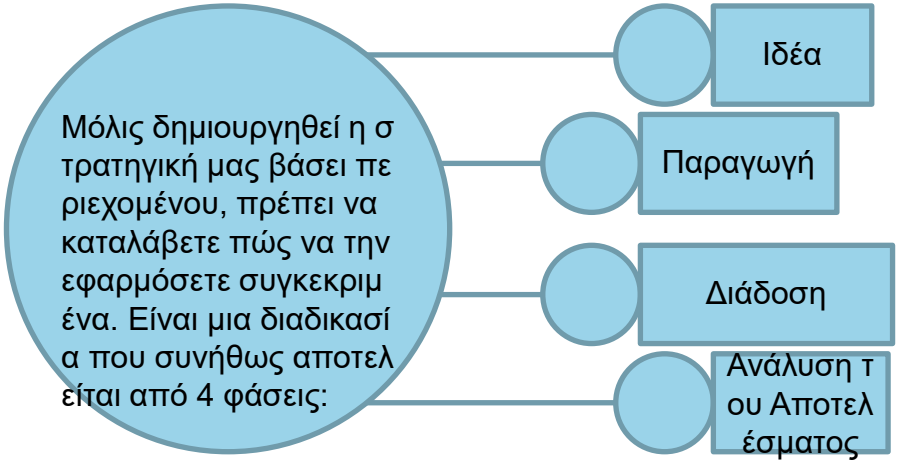
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΤΟ **PERSONAS** ΜΟΝΤΕΛΟ

Αφού συγκεντρώσουμε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το κοινό που στ οχεύουμε, πρέπει να καταστήσουμε αυτές τις πληροφορίες κατάλληλες για τους σκοπούς μας. Για να γίνει αυτό, το "Πρότυπο **Personas**"είναι χρήσιμο: Κάθε **Personas** είναι μια συλλογή κ αταναλωτών. Χρησιμοποιώντας
αυτό το μοντέλο σημαίνει ότι δημιουργείται ένα "προφίλ": ένα σύνολο πελατών, καταναλωτών , πολιτών που έχουν κοινά διαφορετικά χαρακτηριστικά, ενδιαφέροντα, στάσεις και μπορεί να ενδιαφέρονται για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Εταιρείας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Οι πληροφορίες που πρέπει να περιέχει το "προφίλ" ενδέχεται να διαφέρουν, αλλά το "προφίλ "πρέπει να
περιέχει πληροφορίες όπως Ονομα, Κοινωνικές και δημογραφικές ενδείξεις, Επάγγελμα, Στόχοι, Αξίες, Τα ενδιαφέροντα, Χρήση των **Social Media**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Οτιδήποτε στοχεύουμε στο κοινό μας πρέπει να είναι σχετικό και να ακολουθεί διάφορους καν
όνες:
της μορφής, της τεχνικής, όντας επίσης σχετικό.
Το Επικοινωνιακό στυλ είναι ένα σημαντικό στοιχείο. Στην ιδανική περίπτωση, το περιεχόμενο π
ου προωθεί και δημοσιεύει η Εταιρεία θα πρέπει να έχει μία στολή και αναγνωρίσιμο
στυλ επικοινωνίας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί
ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ
χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

- Το περιεχόμενο που δημοσιεύει μια Εταιρεία μέσω του Διαδικτύου και των Κοινωνικών Μέσων δεν πρέπει να είναι συγχαρητήριο προς αυτήν και με συνθήματα (τυπικό στυλ επικοινωνίας "ώθησης")
- Όχι μόνο: κανένα από τα περιεχόμενα των καλύτερων Στρατηγικών Ψηφιακού Μάρκετινγκ δεν επικεντρώνεται πραγματικά στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει η Εταιρεία.
- Το ***SocialMediAbility Observatory*** *έδειξε πολλά παραδείγματα εταιρειών που δημοσιεύουν το ακριβώς αντίθετο.*

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τα στυλ και οι κώδικες έχουν μια άπειρη ποικιλία πιθανών συνδυασμών.

Ορισμένα στοιχεία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την παραγωγή περιεχομένου:

1. Ποιοι είμαστε
2. Για τι θέλουμε να μιλήσουμε
3. Ποιοι είναι οι Personas στους οποίους απευθυνόμαστε

Για να ενθαρρύνετε τους χρήστες να δημιουργούν περιεχόμενο, υπάρχουν ορισμένες συγκεκρι μένες μορφές, όπως π.χ.
διαγωνισμοί και ερωτηματολόγια αλλά, πέρα από αυτά, θα πρέπει να προταθεί οποιοδήποτε π εριεχόμενο
με τέτοιο τρόπο ώστε να προκαλεί ενεργητική συμπεριφορά από τους χρήστες (ένα **like**, μια κο ινοποίηση, ένα σχόλιο)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η επίτευξη αυτού του αποτελέσματος πρέπει να είναι ο στόχος κάθε πράξης επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ένα παράδειγμα: η σελίδα ευχαριστιών που εμφανίζεται στον χρήστη αφού
δώσει τα στοιχεία του και που τον καλεί να καλέσει άλλους φίλους).

Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάθε επικοινωνιακή πράξη πρέπει να θεωρείται ως ένα «Γυρίστε στην ομιλία»: μια συνομιλία με τον χρήστη που πρέπει να συνεχιστεί με την πάροδο του χρόνου.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Εάν ο σχεδιασμός ενός περιεχομένου είναι μια δημιουργική στιγμή, η παραγωγή και η δημοσίε υσή του είναι μια λειτουργική στιγμή που πρέπει να οργανωθεί έχοντας υπόψη: δεξιότητες, χρ όνο / άνθρωπο,
διαδικασίες. Για παράδειγμα: για να διαχειριστείτε μια σελίδα στο **Facebook** πρέπει να γνωρί ζετε τα αγγλικά για την περίπτωση, μερικά γραφικά, μερικά προγράμματα επεξεργασίας φωτογ ραφιών, προγράμματα για βίντεο
και επεξεργασία ήχου.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΔΙΑΔΟΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Από τη στιγμή που δημοσιεύεται ένα παραγόμενο περιεχόμενο, είμαστε μόνο στην αρχή της διαδικασίας: ενώ το περιεχόμενο είναι ποιοτικό και ικανό να ανταποκριθεί στα ενδιαφέροντα των **personas** για τους οποίους σχεδιάστηκε, το πρόβλημα παραμένει να προκύψει από το πλήθος. Οι μοχλοί με τους οποίους μπορούμε να δράσουμε για να διοχετεύσουμε στο κοινό μόνοι μας τα περιεχόμενα είναι **SEO, SEM, Digital People Relation** και **Syndacation**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ωστόσο, η χρήση του Λειτουργίες επί πληρωμή για τη διάδοση του περιεχομένου μας είναι τώρα αποφασιστική.

Για παράδειγμα: Καμπάνιες **Google AdWords**, Κοινωνικές διαφημίσεις όπως στο **Facebook** και
Ινσταγκραμ. Ο στόχος είναι να ενθαρρυνθούν οι συναντήσεις μεταξύ του παραγόμενου περιεχομένου
και μεγάλου αριθμού θεμάτων και / ή προσώπων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΑΚΡΟΑΣΗ, ΜΕΤΡΗΣΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Τι είναι το "**ROI**«των Δραστηριοτήτων Κοινωνικών Μέσων και πώς μετριέται;

Το "**ROI**"υποδεικνύει έναν απλό τύπο για τον υπολογισμό της κερδοφορίας του κεφαλαίου που
επενδύθηκε (μια οικονομική μέτρηση που, για παράδειγμα, απαντά στην ερώτηση "τι απόδοση η επένδυσης μπορεί να αναμένεται εάν το **10%** των πόρων του Τμήματος επενδυθούν στην Εξυπηρέτηση Πελατών στο **Facebook** κατά το επόμενο εξάμηνο;)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τα πιο συνηθισμένα σφάλματα στην Προσέγγιση στη μέτρηση (συμπεριλαμβανομένης της από δοσης επένδυσης) είναι, για παράδειγμα, με πολύ βραχυπρόθεσμη προοπτική: παραμέληση τ ων θετικών επιπτώσεων που μπορούν να έχουν καλό αντίκτυπο στη φήμη της Εταιρείας.

Αλλά πάνω απ'όλα να καθοδηγείται από τις μετρήσεις που "επιβάλλονται" από τις κοινωνικές π λατφόρμες, για παράδειγμα τον αριθμό των "ακόλουθων", ο οποίος στην πραγματικότητα δεν μας λέει πολλά για την πραγματική ικανότητα να
εμπλέκουμε το κοινό -στόχο μας. Ένα άλλο συνηθισμένο λάθος είναι να μην χρησιμοποιήσεται ένα πλαίσιο
στο οποίο μπορούμε να διαβάσουμε και να κατανοήσουμε τις ενέργειες και τα αποτελέσματα. Ένα άλλο λάθος είναι ότι δεν λαμβάνουμε υπόψη τους στόχους των επιχειρήσεων, θεωρώντας τους μη συνδεδεμένους με τη δραστηριότητα που πραγματοποιείται στα **Social Media**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Διαχειριστείτε τη φήμη μας **online**

Αν κάποτε το **Marketing** πίστευε ότι ο δυσαρεστημένος καταναλωτής μπορούσε να παραπονεθεί σε άλλα δέκα άτομα, στη νέα εποχή των **Social Media** ένας δυσαρεστημένος πελάτης έχει τη δύναμη να το πει σε δέκα εκατομμύρια ανθρώπους.

Η Εταιρεία χάνει τον έλεγχο των πληροφοριών που κυκλοφορούν γύρω από την Μάρκα της, για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Είναι απαραίτητο να παρακολουθείτε συνεχώς τα κανάλια σας προκειμένου να διακοπεί κάθε αρνητικότητα και ενδεχομένως να ενεργοποιηθούν ενέργειες ως απάντηση.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Για το λόγο αυτό υπάρχουν εργαλεία παρακολούθησης σε πραγματικό χρόνο που σας επιτ ρέπουν να ανακαλύψετε
"τάσεις", "hashtags" και αναδυόμενες σχέσεις και να ειδοποιούνται για να αναπτύσσουν δραστηριότητες ψηφιακού μάρκετινγκ σε πραγματικό χρόνο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η δραστηριότητα των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να προσαρμοστεί σε αυτούς τους νέους τ
ρόπους αλληλεπίδρασης και κυκλοφορίας πληροφοριών όχι μόνο στο πλαίσιο των στρατηγ
ικών, αλλά και
με στόχο την απλή διαχείριση και την οικοδόμηση φήμης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί
ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ
χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η ανάλυση των κοινωνικών μέσων διαιρείται γενικά σε **3** φάσεις που υποστηρίζονται από δι αφορετικές τεχνολογίες και δεξιότητες

Ακρόαση: φάση απόκτησης περιεχομένου από τα Social Media

Ταξινόμηση: φιλτράρισμα εντοπισμένου περιεχομένου

Ανάλυση: φάση ανάλυσης και αναφοράς.

Αυτές οι φάσεις ακολουθούνται από μια τέταρτη, δηλαδή τη διαχείριση όσων έχουν γίνει γ νωστά από τα Κοινωνικά Μέσα: για παράδειγμα με την παραγωγή απαντήσεων στις ερωτή σεις που τίθενται από τους χρήστες, δημιουργώντας δέσμευση με τους τελευταίους.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Ακρόαση: όπως ήδη αναφέρθηκε, αυτή είναι η φάση που είναι αφιερωμένη στην από κτηση δεδομένων χάρη στις πλατφόρμες "Περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστε ς" **(Social Media)**.

Δεδομένου του αριθμού των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, για κάθε πηγή πρέπει να προ σδιορίσουμε τον πιο
κατάλληλο μηχανισμό και τεχνολογία. Οι πιο συνηθισμένες τεχνολογίες είναι οι **"RSS"**, που είναι εξοπλισμένα για παράδειγμα τα ιστολόγια και οι ειδησεογραφικοί ιστό τοποι (γνωστοί για τις ροές **RSS** που σας επιτρέπουν να ενημερώνεστε για νέα σχόλια ή άρθρα που δημοσιεύονται στους ιστότοπους ενδιαφέροντος) και το **"API"** των Κοινωνικώ ν Δικτύων

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

2) Ταξινόμηση: Η κεντρική φάση της διαδικασίας παρακολούθησης είναι η ταξινόμηση και η κα τανόηση των συλλεγόμενων δεδομένων. Αυτό απαιτεί τον προσδιορισμό του ερευνητικού τομέα, για περιγραφή της περιμέτρου της ανάλυσης: για παράδειγμα, ο **"**Τομέας μόδας**"**:

Θα είναι απαραίτητο να εντοπιστούν οι οδηγοί ανάλυσης, δηλαδή τα κλαδιά του δέντρου **(**στην περίπτωση της μόδας: μάρκες, προϊόντα, θέματα**),** ώστε στη συνέχεια να είστε σε θέση να ορίσετε **"**λέξεις **-**κλειδιά**"** κατάλληλες για τον εντοπισμό όλων των σχετικών μηνυμάτων **(**για παράδειγμα: **"LV", "Louis Vuitton",** "Λουί Βιτόν»**)** Για τη συλλογή των μηνυμάτων που μιλούν για τη γνωστή μάρκα μόδας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

3) Ανάλυση: το τελικό στάδιο στο οποίο τα δεδομένα υποβάλλονται σε ανάλυση. Είναι χρήσιμο να κάνουμε στον εαυτό μας μερικές ερωτήσεις, για παράδειγμα:

Εξωτερική ανάθεση της ανάλυσης;

Πολλά κανάλια ή / και μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν διαισθητικά εργαλεία που επιτ ρέπουν στο προσωπικό οποιασδήποτε εταιρείας να παράγει τη δική του ανάλυση και εκτιμήσει ς. Ωστόσο, αν αυτό είναι
θετικό για ένα ικανό προσωπικό, γίνεται ένα περαιτέρω εμπόδιο για όσους έχουν μικρή ικανότητα στον τομέα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΔΩΡΕΑΝ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Δεδομένης της τρέχουσας εξάπλωσης των Κοινωνικών Μέσων, κατά συνέπεια έχουν αυξηθεί εργαλεία για την «παρακολούθηση» τους: υπάρχουν και δωρεάν εργαλεία και εργαλεία επί πλ ηρωμή. Ενα παράδειγμα
ενός δωρεάν εργαλείου είναι η απλή "μηχανή αναζήτησης": μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για παρακολούθηση
δραστηριότητας. Ωστόσο, τα αποτελέσματα συχνά δεν είναι πολύ ικανοποιητικά.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η ΣΧΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Δεν έχουν όλα τα μηνύματα στα **Social Media** την ίδια συνάφεια. Είναι απαραίτητο για κάθε εταιρεία να κατανοήσει τόσο αυτό όσο και χρήσιμες στρατηγικές για την παραγωγή του πι ο σχετικού περιεχομένου: σωστή χρήση των πηγών, επιλογή της πλατφόρμας, συγγραφέας.

Η συνάφεια μετριέται γενικά χρησιμοποιώντας **4** εργαλεία:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ποιο είναι το θέμα του μηνύματος:

Αν για παράδειγμα το θέμα του μηνύματος είναι η ίδια η Μάρκα (για παράδειγμα: «Το πρωί πά ντα παίρνω πρωινό μαζί με ***Gocciole***, Μου αρέσουν πολύ**! "**. Σε αυτή την περίπτωση το **Bran d** είναι σαφώς το κεντρικό θέμα**).**

Ή αν ο χρήστης συμμετέχει άμεσα στην έκφραση απόψεων για άλλα γενικότερα ζητήματα που συνδέονται σε κάθε περίπτωση με τον τομέα στον οποίο ανήκει το θέμα ή / και η Μάρκα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ποια είναι η θεματική συνάφεια της πηγής: Πώς παράγεται το περιεχόμενο σχετίζεται με την πηγή στην οποία ανήκει;

Αναφέρεται ιδίως στον βαθμό συγγένειας της πηγής σε σχέση με τον τομέα στην ανάλυση. Για παράδειγμα, μπορείτε να λάβετε μια εκτίμηση συγκρίνοντας τον αριθμό των αναρτήσεων που σχετίζονται με τον τομέα με τον αριθμό των δημοσιεύσεων που παράγονται από την εν λόγω πηγή.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Σύμπλεξη:

Τι είδους δέσμευση δημιούργησε το περιεχόμενό μας; Στο Facebook για παράδειγμα: πόσα «likes», αλλά κυρίως πόσα «σχόλια» και «κοινοποιήσεις» δημιούργησε;

Μια «ανάρτηση» που λαμβάνει πολλά likes, σχόλια και κοινοποιήσεις είναι σίγουρα πιο «σχετική» από άλλες που δεν λαμβάνουν κανένα.

Δηλαδή, παράγει περισσότερη «δέσμευση». Στο Twitter λαμβάνουμε υπόψη «retweets» ή «αναφορές», στο Youtube προβολές και σχόλια.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ορατότητα

Αυτή η παράμετρος θεωρεί ιδανικό το συνολικό "κοινό" του δημοσιευμένου περιεχομένου.

Ωστόσο, αυτά τα δεδομένα δεν είναι σχεδόν ποτέ διαθέσιμα, αλλά μπορούμε να βασιστούμε σ ε δείκτες όπως π.χ. **Google Page Rank** ή τον αριθμό των "ακόλουθων" αν λάβουμε υπόψη τ ο **Twitter** (ή τον αριθμό των "θαυμαστών" αν μιλάμε για το **Facebook**).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΜΕΤΡΗΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΕΣ

Οι συζητήσεις στα κοινωνικά δίκτυα αυξάνονται συνεχώς. Γίνεται επομένως απαραίτητο για τις εταιρείες να αναπτύξουν τη δική τους στρατηγική παρουσίας.

Τι είναι η «ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ» και σε τι χρησιμεύει;

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Είναι η δραστηριότητα μέτρησης της απόδοσης προφίλ εταιρειών (ή επιχειρήσεων):

Για παράδειγμα, η ποσοτική μέτρηση ενός προφίλ (συμπάθειες, αλληλεπιδράσεις, κοινή χρήση, παραγωγή ενός επεξηγηματικού μοντέλου. Αυτές οι αναλύσεις μας επιτρέπουν να αναδείξουμε δεδομένα που ξεφεύγουν από την απλή «Κοινωνική ακρόαση».

Ορισμένοι "Πίνακες ελέγχου" που υπάρχουν στα κύρια Κοινωνικά Δίκτυα προσφέρουν εργαλεία για τη διενέργεια αυτού του τύπου ανάλυσης, αλλά μόνο προκαταρκτικού τύπου.

Γενικά στηριζόμαστε σε πιο εξελιγμένα εργαλεία που είναι σε θέση να αναλύσουν την απόδοση των ανταγωνιστών ή να αξιολογήσουν το προφίλ μας με την πάροδο του χρόνου.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Για παράδειγμα "**Facebook Analytics**":

Το **Facebook** έχει αναπτύξει ένα διαισθητικό πάνελ ανάλυσης (δείχνει την "προσέγγιση" του περιεχόμενου: εμπλεκόμενοι χρήστες, κοινή χρήση). Ωστόσο, αυτό είναι δυνατό εντός **92** ημερών μ
ετά τη
δημοσιεύση της ανάρτησης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Αναλυτικότερα: Το **Facebook Analytics** μας προσφέρει πολλές μετρήσεις για
αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της Στρατηγικής Ψηφιακού Μάρκετινγ κ.

Οι μετρήσεις πρέπει να επιλέγονται με βάση τους στόχους που έχουν τεθεί:
1) **Liker ή fan**: Τα πιο λαμβανόμενα υπόψη και τα πιο δημοσιευμένα από την ίδια την πλατφόρμα, αλλά όχι τα πιο σχετικά. Υποδεικνύει την ομάδα των δυνητικών αναγνωστών του δημοσιευμένου περιεχομένου.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

2) Ολική Αφοσίωση: δηλαδή ο αριθμός όλων των αλλ ηλεπιδράσεων που οι δραστηριότητες στη σελίδα κατάφεραν να παράγουν
3) Αφοσίωση σελίδας: η σχέση μεταξύ **Total Engage ment** και θαυμαστών και / ή **likes.** Είναι ο αριθμός τ ων αλληλεπιδράσεων που παράγονται κατά μέσο όρο από κάθε "ακόλουθο" ή "θαυμαστή": αυτή είναι μια εξαιρετική παράμετρος για τη μέτρηση της "εμπλοκής "πιο αποτελεσματικα
4) Συνολική προσέγγιση χρηστών: αριθμός μοναδικών ατόμων που έχουν δει πραγματικά το περιεχόμενο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Όλοι αυτοί οι δείκτες γίνονται πιο σημαντικοί αν λάβουμε υπόψη τη χρονική μεταβλητή. Η σύγκριση πολλών σελίδων **Facebook** μεταξύ τους μας επιτρέπει, για παράδειγμα να διαθέτουμε έναν χάρτη δέσμευσης που σχετίζει τον αριθμό των θαυμαστών με αυτόν των **To tal Engagement,** που αντιπροσωπεύει επίσης τη δέσμευση που αφιερώνεται πραγματικά σ τη διαχείριση της σελίδας μας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΨΗΦΙΑΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:

Η υπό εξέταση εταιρεία είναι η **FireSec System Srl**, , μια μικρή επιχείρηση που δημιουργήθη κε από προσωπικό **10** ατόμων. Ασχολείται με το σχεδιασμό, την εγκατάσταση και τη συντήρηση συστημάτων ανίχνευσης και κατάσβεσης πυρκαγιάς. Το μεγαλύτερο μέρος του τζίρου της προέρχ εται από συμβόλαια
με εταιρείες που βρίσκονται στην ίδια περιοχή (Λομβαρδία) και Βόρεια Ιταλία.
Ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιείται είναι επομένως ένας πολύ εξειδικευμένος τομέας, ακριβ ώς για αυτό,
γιατί δεν είναι «κορεσμένος» ή ιδιαίτερα ανταγωνιστικός.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Όπως συμβαίνει στις περισσότερες ΜΜΕ (Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις), το προσωπικό της **FireSec System** είναι δομημένο με απλό τρόπο και δεν έχει υπάλληλο με ειδικές δεξιότητες επικοινωνίας ή μάρκετινγκ, διανέμοντας αυτά τα καθήκοντα σε πωλητές

Συνεπώς, αυτή η εταιρεία έχει περιορισμένη παρουσία στο δια δίκτυο: μόνο έναν ιστότοπο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Μια διευκρίνιση: αυτή η μελέτη περίπτωσης (FireSec System) είναι μια εταιρεία "B2B": Business to Business. Αυτό σημαίνει ότι τα προϊόντα ή / και οι υπηρεσίες της απευθύνονται σε άλλες εταιρείες και όχι σε καταναλωτές.

Για τις εταιρείες "B2B" ο κύκλος πωλήσεων είναι γενικά πιο περίπλοκος από τις εταιρείες "B2C": Business to Customer.

Στο "B2B", οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων αγοράς εντός της εταιρείας ακολουθούνται από πολλά άτομα που συμβάλλουν στη δημιουργία της Εταιρείας who contribute to form the Company's point of view.

Στο παρελθόν, οι πωλήσεις αυτού του τύπου βασίζονταν σε διαπροσωπικές σχέσεις, από στόμα σε στόμα και σε δραστηριότητες «outboud marketing».

Αναλυτικά, η εταιρεία FireSec System στράφηκε σε έναν οργανισμό επικοινωνίας και μάρκετινγκ για να αναπτύξει ένα συνεκτικό και ενημερωμένο σχέδιο επικοινωνίας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ο στόχος του πελάτη είναι σαφής: να αυξηθεί ο όγκος κατά τουλάχιστον **15%**στις ετήσιες πωλή σεις,
χάρη στην απόκτηση νέων πελατών και το κλείσιμο των οικονομικά
σημαντικών συμβάσεων. Το σημείο εκκίνησης είναι η εξέταση της διαδικτυακής παρουσίας της εταιρείας, η οποία, όπως ήδη αναφέρθηκε, περιορίζεται σε έναν απλό ιστότοπο και παραδοσιακό στυλ επικοινωνίας.

Ο Οργανισμός έπρεπε πρώτα να προσδιορίσει:

- 1) Ποιοι είναι οι τρέχοντες πελάτες του FireSec System
- 2) Ποιοι είναι οι δυνητικοί πελάτες, πώς συμπεριφέρονται στο διαδίκτυο
- 3) Τι κάνουν οι ανταγωνιστές από την άποψη του ψηφιακού μάρκετινγκ

Τα εργαλεία που χρησιμοποιεί ο οργανισμός για τη λήψη αυτών των πληροφοριών είναι:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1. **Google Alert:** ένα δωρεάν εργαλείο που σας επιτρέπει να βρείτε δημόσιο περιεχόμενο που αναφέρεται σε συγκεκριμένες λέξεις -κλειδιά που έχει επιλέξει ο χρήστης. Μπορεί να προσδιορίσει προφίλ χρηστών χρήσιμα για την έρευνά μας (συμπεριλαμβανομένων για παράδειγμα "ειδικών θεμάτων").

2. **Google Trend:** ένα άλλο δωρεάν εργαλείο από την Google που σας επιτρέπει να καταλάβετε πόσο αναζητείται ένας όρος και ποια θέματα συζητούνται στο διαδίκτυο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

3

SemRush: αυτό είναι ένα πληρωμένο εργαλείο, χρήσιμο για την πραγματοποίηση διαδικτυακής έρευνας αγοράς: επιτρέπει πάνω απ 'όλα να πραγματοποιεί αναλύσεις ανταγωνιστών. Στην πραγματικότητα, παρέχει δεδομένα για τους τομείς που αναζητήθηκαν και για τη χρήση λέξεων - κλειδιών που φέρνουν επισκεψιμότητα στον ιστότοπο.

4

SimilareWeb: εύχρηστο διαδικτυακό εργαλείο: εισάγετε τον τομέα του ιστότοπου που σας ενδιαφέρει και το εργαλείο επιστρέφει πληροφορίες, αν και δεν λειτουργεί εάν ο εν λόγω ιστότοπος δημιουργεί μικρή επισκεψιμότητα. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την αναζήτηση ανταγωνιστών ή ηγετών του κλάδου.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Στην περίπτωση που αναλύθηκε, οι στόχοι μάρκε τινγκ πρέπει πάντα να λαμβάνονται υπόψη:

- Τοποθετήστε την επωνυμία (σύστημα **FireSec**) στις μηχανές αναζ ήτησης μεταξύ των πρώτων αποτελεσμάτων
- Αποκτήστε νέους πελάτες
- Δημιουργήστε κύρος αναπτύσσοντας σχέσεις στο διαδίκτυο

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ως εκ τούτου, ο Οργανισμός βασίζει την ανάλυσή του στο εννοιολογικό σχέδιο που διαιρεί τα κανάλια μεταξύ: ιδιοκτησίας, κερδισμένακαι επί πληρωμή

1. **1) Ιδιοκτησιακά μέσα: αυτά είναι τα κανάλια που κατέχει η μάρκα και στα οποία έχει τον πλήρη έλεγχο (Ιστότοπος, Blog): η καρδιά των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ της Εταιρείας**
2. **2) Πληρωμένα μέσα: αγορασμένα μέσα, όπως διαφημίσεις πληρωμής ανά κλικ, για παράδειγμα στα Κανάλια κοινωνικής δικτύωσης**
3. **3) Κερδισμένα μέσα: πελάτες πιστοί στο εμπορικό σήμα που λειτουργούν μέσω μετοχών, σχολίων.**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Συνεπώς, ο Οργανισμός μελέτησε μια νέα συνέργεια μεταξύ Ιστοτόπου, Ιστολογίου και Καναλιών: ο στόχος είναι να διαφοροποιείται η **FireSec System** από τους ανταγωνιστές και ν α είναι σε κατάλληλη θέση
στο δίκτυο.

Το πρώτο βήμα: ένας νέος δικτυακός τόπος Για τη **FireSec System**.
Σύστημα δομημένο σε:
Αρχική σελίδα, Εταιρεία, Πυροσβεστικά συστήματα, Υπηρεσίες, Ειδήσεις, Επαφές.

Το δεύτερο βήμα: "σύνδεση" ενός ιστολογίου στον ιστότοπο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Σε αυτό το Σχέδιο μάρκετινγκ, το Ιστολόγιο κατέχει εξέχουσα θέση επειδή φιλοξενεί όλο το περιε χόμενο που θα διαδοθεί επίσης μέσω των Καναλιών κοινωνικής δικτύωσης και Ενημερωτικού δελτίου.

Πρέπει να έχετε ένα σαφές προφίλ των πελατών στους οποίους θέλετε να απευθύνεστε με περιε χόμενο που πρέπει να δημοσιεύεται σε τακτική βάση, αλλά και ποιότητας.
Για παράδειγμα: παρότρυνση για δράση, Ηλεκτρονικό βιβλίο, **Webinar**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ένα άλλο εργαλείο που εφαρμόζεται είναι το Ενημερωτικό δελτίο

Στην περίπτωσή μας, έχει ετοιμαστεί ένα μηνιαίο ενημερωτικό δελτίο με κουμπιά για εύκολη κοινοποίηση του περιεχομένου που δημοσιεύεται στα κύρια κοινωνικά κανάλια.

Μια παρότρυνση για δράση τοποθετείται τόσο στον Ιστότοπο όσο και στο Ιστολόγιο με πρόσκληση για εγγραφή στο Ενημερωτικό Δελτίο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Εν τέλει, ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ (με χρέωση):

Στόχος του Οργανισμού είναι να φέρει αμέσως ένα θετικό **"ROI»**, ακόμη και με αρχικά περιορισμένο προϋπολογισμό.

Η βασική ιδέα είναι απλά να είναι παρών σε διαδικτυακές αναζητήσεις, εστιάζοντας σε όρους πολύ κοντά στη δραστηριότητα (στην περίπτωση αυτή «συστήματα πυρόσβεσης» και παρόμοια)

Δημιουργούνται αθροίσματα λέξεων, χωρίζοντάς τα κατά έννοια, προσδιορίζοντας έτσι δυνητικούς ερευνητές. Επιπλέον, ο Οργανισμός άνοιξε προφίλ **LinkedIn** σε όλους τους υπαλλήλους.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Αυτό που κατάφερε λοιπόν ο Οργανισμός είναι:

Ένα έργο ανάλυσης και παρακολούθησης

Μια διαδικασία βελτιστοποίησης

Οι παραδοσιακές τεχνικές μάρκετινγκ "B2B" (ψυχρές κλήσεις, εμπορικά e-mail κ.λπ.) δεν ταιριάζουν καλά στο νέο πλαίσιο στο οποίο κυριαρχούν τα Ψηφιακά και Κοινωνικά Μέσα. Οι εταιρείες πρέπει να αναρωτηθούν πώς να κινηθούν σε αυτό το νέο σενάριο και πώς να επενδύσουν.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Συνοψίζοντας, ποια είναι τα στοιχεία μιας ανάλυσης όπως αυτή που πραγματοποιήθηκε στη Μελέτη περίπτωσης της **FireSec System;**

1) Αναχαίτιση αναφορών: Μια γενική πρώτη ακρόαση με δωρεάν εργαλεία όπως το **Google Alerts** είν αι ένα εξαιρετικό πρώτο βήμα μαζί με άλλες διαδικτυακές υπηρεσίες ειδοποιήσεων όπως το **Mention.n et** και το **Google Keyword Planner**. Ο στόχος είναι να κατανοήσουμε τις «τάσεις», τα θέματα που εν διαφέρουν, τις ερευνητικές συνήθειες στον τομέα ενδιαφέροντος.

2) Ακούγοντας τους πελάτες και την αγορά: δηλαδή να προετοιμάσουμε εργαλεία μέσω των οποίων Οι πελάτες μπορούν να αλληλεπιδράσουν με την Εταιρεία. Αυτό σημαίνει επίσης να κοιτάξουμε τον Τομέα αγοράς που μας ενδιαφέρει: προσδιορισμός τομεακών περιοδικών, φόρουμ, ιστολογίων (με Εγγρ αφή για
παράδειγμα στις ροές **RSS** των Τομεακών προγραμματιστών περιεχομένου).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Δημιουργήστε ένα Σχέδιο μάρκετινγκ Περιεχομένου :

Πώς να γίνετε αντιληπτοί από το πιθανό κοινό σας; Στην εποχή όχι μόνο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ, αλλά πάνω απ 'όλα του "εισερχομένου", το κοινό μας θα μπορεί να μας βρει μόνο αν παρέχουμε το σωστό περιεχόμενο.

Με άλλα λόγια, είναι απαραίτητο να δημιουργηθούν περιεχόμενα που ανταποκρίνονται σε ακριβείς ανάγκες πληροφοριών

Αυτό είναι δυνατό με την ακρόαση και την παρακολούθηση συνομιλιών μεταξύ των ατόμων σε μέρη που προσδιορίζονται στη φάση ακρόασης, γνωρίζοντας τις πιο χρησιμοποιούμενες λέξεις -κλειδιά στις μηχανές αναζήτησης, χρησιμοποιώντας αυτές τις ίδιες λέξεις -κλειδιά σε ετικέτες και περιεχόμενο, και τελικά χρησιμοποιώντας τα **Social**
Κανάλια για την εμβάθυνση της γνώσης του **Brand** και την προσέλκυση νέων ανθρώπων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Στη δημιουργία του Συντακτικού Σχεδίου για μετάδοση σε όλα τα Κοινωνικά κανάλια στην κατοχή μας, θα είναι απαραίτητο να προβλεφθεί η τακτική δημοσίευσης του περιεχομένου με θέματα που σχετίζονται με το κοινό μας.

Δεν πρέπει να περιοριστούμε στις τυπικές μορφές κάθε καναλιού (π.χ **Twitter Tweet, Facebook → post)**, αλλά όλο το «αντικείμενο περιεχομένου»: **Newsletter, Post,** Η λεκτρονικό βιβλίο, **Infographics.**

Ωστόσο, είναι προτεραιότητα η ενσωμάτωση των **Social Media** στον Κύκλο Πωλήσεών σας, έτσι ώστε περισσότεροι χρήστες να γνωρίζουν την εταιρεία μας μέσω αυτών των καναλιών, προκειμένου να διαδίδεται **"από στόμα σε στόμα".**

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Μόλις φτάσει ο χρήστης, είναι απαραίτητο να τον εμπλέξετε με καλά δημοσιευμένο περιεχόμενο: Εξατομικευμένη συνομιλία

Απαντήστε σε ερωτήσεις αλληλεπιδρώντας ενεργά και ενθαρρύνοντας τους πελάτες να ακολουθήσουν τη σελίδα. Ακούστε λοιπόν πρώτα τι λένε οι πελάτες που συμμετέχουν σε συζητήσεις και συμμετέχουν σε φόρουμ του κλάδου

Και πάλι: κοινή χρήση πληροφοριών με άτομα που μας ακολουθούν τώρα ανακοινώνοντας προεπισκοπήσεις και αποκλειστικότητες που τους οδηγούν σε διάδοση"από στόμα σε στόμα".

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΜΕΤΡΗΣΗ:

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων στοχεύει στη σύνδεση του αρχικού μάρκετινγκ και των στόχων της επιχείρησης με τις δράσεις και τα αποτελέσματα, μεταφρασμένα σε μετρήσεις και **KPI** που λαμβάνονται στα **Social Media**. Ο αντίκτυπος αυτός μετριέται με ποσοτικές και ποιοτικές μετρήσεις.

Για τους πρώτους, αύξηση της κοινωνικής εμβέλειας και των εντυπώσεων, αύξηση των κοινωνικών δικτύων, μερίδιο, αριθμός παραγόμενων δυνητικών πελατών, επιτάχυνση της
διαδικασίας αγοράς από τον κοινωνικό πελάτη.

Για το τελευταίο, Δείκτης Ικανοποίησης Πελατών, Βαθμός Καθαρού Προωθητή, Δείκτης Εμπιστοσύνης
(δείκτης εμπιστοσύνης και εταιρικής φήμης), δείκτης συναισθημάτων (επίπεδο αντίληψης,
θετικό ή αρνητικό, που σχετίζεται με το εμπορικό σήμα).

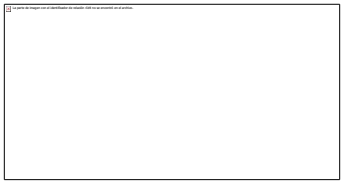
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology



Λαμβάνοντας υπόψη τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που αναφέραμε **(Twitter, Facebook Business, Blog, Youtube)** για καθένα από αυτά θα υπάρχουν πιο κατάλληλες μέθοδοι υπολογισσμού των μετρήσεων. Συνολικά αυτό που θα μετρηθεί είναι:

Έκθεση: πόσο έχει αυξηθεί το **"εύρος"** της Εταιρείας χάρη στο **Social** Κανάλι
Αφοσίωση: επίπεδο συμμετοχής (δημοσιεύσεις, σχόλια, **retweets**, παραπομπές)
Μετατροπή: αριθμός εγγεγραμμένων συνομιλιών
Συνηγορία: αριθμός χρηστών που αναφέρουν, συμβουλεύουν, συζητούν το προϊόν / υπηρεσία της εν λόγω εταιρείας.

Ορισμένες παράμετροι μπορούν να αναλυθούν με μεγαλύτερη ακρίβεια μέσω πλατφορμών **Social Analytics**, όπως π.χ. **Tweetreach, Facebook Insight, Youtube Analytics, LinkedIn**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ για μικρές και μεσαίες εταιρείες **"B2C"**:
Ένα παράδειγμα του τομέα «Μόδα».

Η εν λόγω εταιρεία είναι η **LouAnne Srl**., μια οικογενειακή εταιρεία κατασκευής Γυναικείου ρουχισμού. Η δομή του οργανισμού περιλαμβάνει ένα μικρό γραφείο Πωλήσεων κα ι μάρκετινγκ το οποίο ασχολείται κυρίως με καταλόγους.
Η παρουσία της εταιρείας στον Ιστό περιορίζεται στον Ιστότοπο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Πρώτου επιπέδου στόχοι:

1) Να κάνει το κατάστημα μία "εμπειρία" και λιγότερο "διανομή"

2) Να αντικαταστήσει τους καταλόγους χαρτιού και τις διαφημίσεις περιοδικών επειδή δεν είναι πλέον αποτελεσματικά

3) Να ενσωματώσει την ψηφιακή τεχνολογία σε όλες τις λειτουργίες της εταιρείας

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Οι συγκεκριμένοι στόχοι που θέτει η **LouAnne S.r.l** είναι οι εξής::

- Να αυξήσει τις επισκέψεις στον ιστότοπο και να γίνει έναρξη λειτουργίας του διαδικτυακού καταστήματος
- Να μειώσει τις δαπάνες για έντυπα και περιοδικά
- Να βελτιώσει την κατάταξη των μηχανών αναζήτησης
- Να δημιουργήσει μια διαρκή και συνεχή σχέση με τους χρήστες
- Να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές χάρη στη δημιουργικότητά της, την προσοχή στον πελάτη

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

PERSONAS

Ταυτοποίηση των " Personas ":

Όπως έχουμε ήδη δει, είναι προτεραιότητα να κατανοήσουμε τις ομάδες χρηστών οι οποίες θέλουμε να επικοινωνήσουμε μ αζί μας. Χρειαζόμαστε αυτά τα «πανομοιότυπα» για να καταλ άβουμε ποιες είναι οι ανάγκες, ακόμη και πέρα από το προϊόν ή / και την υπηρεσία.

Θα σας βοηθήσουν επίσης να εντοπίσετε τα καλύτερα ψηφιακ ά μέρη, όπου μπορείτε να αλληλεπιδράσετε αποτελεσματικά με το κοινό.

Για καθέναν από αυτούς τους " Personas "θα πρέπει να υπο δείξουμε ποιες είναι οι συμβολοσειρές λέξεων -κλειδιών με τι ς οποίες είναι δυνατή η αναζήτηση του προϊόντος.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ

Τοποθέτηση

Είναι απαραίτητο να σκεφτούμε πρώτα την τοποθέτηση της εταιρείας σε σχέση με αυτό το Διαδίκτυο (το οποίο είναι άμεση συνέπεια του πρώτου). Η εν λόγω εταιρεία αποφάσισε να ανανεώσει τη γκάμα των προϊόντων εστιάζοντας στην κατηγορία από **25** έως **35** χρονών,
τοποθετώντας τον εαυτό της σε αυτήν την εξειδικευμένη αγορά που εκτιμά την ποιότητα με μικρότερη ευαισθησία στις τιμές και προτιμά λιγότερη μαζική παραγωγή. Μια θέση που ελάχιστα αξιοποιείται από την αγορά, στην οποία η εταιρεία θέλει να γίνει ηγέτης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Μπορούμε να ανασυγκροτήσουμε την ψηφιακή διαδρομή των **"Personas"** στους οποίους απ ευθυνόμαστε, φανταζόμενοι σε ποια ειδησεογραφικά **sites** συχνάζουν μέσω ερευνών. Θα χρη σιμοποιήσουμε συνδυασμούς λέξεων -κλειδιών που πιστεύουμε ότι μπορεί να χρησιμοποιηθο ύν. Για δημοσιονομικούς λόγους, μόνο δωρεάν εργαλεία χρησιμοποιούνται σε αυτή την περίπτ ωση. Δημιουργείται μια λίστα με λέξεις -κλειδιά που θα μπορούσαν να αναζητήσουν οι **"Pers onas"** και περιλαμβάνουν το όνομα της επωνυμίας και των προϊόντων, αλλά και τις ανάγκες, Μάρκες, ανταγωνιστές και ονόματα προϊόντων τους, πληροφορίες, αμφιβολίες, ιδιώματα. Με την εισαγωγή τους στο εργαλείο λέξεων -κλειδιών της **Google**, αυτό θα μας δώσει παραλλαγέ ς στο θέμα χρήσιμες για την κατανόηση τυχόν άλλων σχετικών λέξεων ή εμπορικών σημάτων π ου σχετίζονται με ανταγωνιστές που δεν είχαμε σκεφτεί.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η ίδια διαδικασία αναζήτησης πρέπει να διεξάγεται σε δημόσια **social** κανάλια που μας επιτρέ πουν να βρίσκουμε ελεύθερα τα περιεχόμενα που δημοσιεύονται από χρήστες: **Twitter, Tum blr, Pinterest,** Ινσταγκραμ. Αυτό χρησιμοποιείται από την Εταιρεία για να κατανοήσει ποιες γλ ώσσες και περιεχόμενα είναι πιο συχνά. Δεν είναι δυνατόν να γίνει αυτή η αναζήτηση σε Ιδιωτικά προφίλ του **Facebook,** αλλά μόνο σε Σελίδες με μη αυτόματη αναζήτηση.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τι έχει κάνει η εταιρεία;

Για την εφαρμογή του νέου Σχεδίου Σύνταξης και Επικοινωνίας, η Εταιρεία έχει προσλάβει έναν κοινωνικό διευθυντή πλήρους απασχόλησης, ο οποίος θα εργάζεται παράλληλα με το γραφείο Πωλήσεων και Επικοινωνίας, στηριζόμενος επίσης σε έναν εξωτερικό σύμβουλο για να εξασφαλίσει τη συνέπεια και την αποτελεσματικότητα των ενεργειών.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ο ιστότοπος και το ιστολόγιο θα βρίσκονται επίσης στο επίκεντρο της ψηφιακής στρατηγικής εδ ώ από την **LouAnne S.r.l.**

Η Εταιρεία πρέπει να είναι μια διαδικτυακή παρουσία που δεν μιλά τη γλώσσα των περιοδικών, αλλά αυτή των πελατών. Ο ιστότοπος θα πρέπει να είναι λιγότερο εστιασμένος στην εταιρεία και δεν θα χρειάζεται πλέον να μιλάει με λιανοπωλητές αλλά με τελικούς πελάτες .

Η δομή της Ιστοσελίδας περιλαμβάνει:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η δύναμη μιας μικρής οικογενειακής επιχείρησης έγκειται στη μεγαλύτερη προσωπικότητα και μοναδικότητα.

Αυτά τα χαρακτηριστικά καθορίζονται επίσης από το περιεχόμενο που δημοσιεύουμε, όχι μόνο από προϊόντα.

Συνεπώς, το περιεχόμενο πρέπει να βασίζεται στα ενδιαφέροντα των **Personas** που εμείς έχουμε προσδιορίσει (τα περιεχόμενα επομένως βασίζονται σε αυτό που αρέσει στους πελάτες και δεν προέρχονται
απευθείας από τα προϊόντα της Εταιρείας).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Για αυτό η μελέτη περίπτωσης της **LouAnne S.rl** δεν θα παράγει πλέον εποχιακό χάρτινο κατάλογο, αλλά μια καθημερινή και ψηφιακή ιστορία που προσαρμόζεται στην καθημερινή ζωή των πελατών. Η διανομή αυτών των περιεχομένων θα πραγματοποιηθεί στη συνέχεια χρησιμοποιώντας πλατφόρμες όπως το **Hub**, αλλά κυρίως το **Facebook** ως κύριο κανάλι διανομής.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η νέα εκδοτική σειρά περιλαμβάνει:

1) «Ζωντανές» εικόνες: με φωτογραφίες και βίντεο εσωτερικών ιστοριών.

2) Εμπνευσμένες αναρτήσεις: αποσπασμένες από το προϊόν αλλά να σχετίζονται με ιδανικές στιγμές στη ζωή του πελάτη

3) Ανάρτηση από "χώρους μόδας": τομεακές εκδηλώσεις

4) Εβδομαδιαίες τάσεις

5) Διαγωνισμοί, παρότρυνση για δράση, συμβουλές από στιλίστες

6) Το κατάστημα ζωντανά: το προσωπικό συμμετέχει για να "μιλήσει για τον εαυτό του"

7) Διαδικτυακές καμπάνιες προώθησης

8) Συνδημιουργία Ψηφιακής Διαφήμισης: οι πελάτες θα μπορούν να προταθούν ως «πρότυπα» για μελλοντικές διαφημίσεις. Αυτό καθιστά γενικά την επικοινωνία πιο προσωπική και λιγότερο «τεχνητή»

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Κοινωνικό δίκτυο:

Τα κοινωνικά κανάλια είναι σίγουρα αυτά που ταιριάζουν καλύτερα σε μια μικρή εταιρεία του τ
ομέα της Μόδας, όπως π.χ. η **LouAnne Srl**. Η εταιρεία επιλέγει να εστιάσει σε μια σελίδα στο **Facebook** και στο **Instagram**, διατηρώντας μια αντιδραστική παρουσία στο **Twitter**,**Youtub e**, **Pinterest**
και το **Google Plus**. Η προσπάθεια κατανέμεται μεταξύ αυτών των καναλιών, λαμβάνοντας υπ όψη
τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και τη διαφορετική ικανότητά τους όσον αφορά στο κοινό.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Για παράδειγμα, η Εταιρεία έχει επιλέξει να χρησιμοποιεί ενεργά το **Social** Ιστολόγιο **"Tumblr"**, επεξεργασμένο απευθείας από το προσωπικό του **LouAnne Srl**.

Το **"Tumblr"** καλωσορίζει τους θαυμαστές που βρίσκονται πιο κοντά στην Εταιρεία και όσους έρχονται σε αυτό από τις μηχανές αναζήτησης. Το **"Tumblr"** επιλέχθηκε για την ικανότητά του να προσαρμόζεται στο πρότυπο του ιστότοπου, αλλά και επειδή η ιδιαιτερότητά του είναι ότι αποτελεί ένα άκρως οπτικό Κοινωνικό Δίκτυο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Facebook:

Η κύρια πλατφόρμα. Το **Facebook** επιλέχθηκε για τη διάδοση της «ενημερότητας» μέσω της κοινής χρήσης περιεχομένου από τους ίδιους τους χρήστες. Η εταιρεία θα χρησιμοποιεί το κανάλι φροντίζοντας:

Να χρησιμοποιεί μια καθημερινή και άμεση γλώσσα, αλλά και ...

- Να δίνει προτεραιότητα στο οπτικό περιεχόμενο
- Να ενθαρρύνει την ανατροφοδότηση, τονώνοντας το κοινό επίσης μέσω διαγωνισμών και παρότ ρυνσης για δράση, έρευνες κ.λπ.
- Να χρησιμοποιεί κουπόνια και προσφορές που προορίζονται για θαυμαστές
- Να δημοσιεύει ψυχαγωγικό υλικό
- Να προσδιορίζει και να εκτιμά τους "σούπερ θαυμαστές"

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ίνσταγκραμ:

Δεδομένης της έντονης εκφραστικής και οπτικής φόρτισης, το **Instagram** είναι ένα βασικό εργαλείο
στη στρατηγική περιεχομένου για μια εταιρεία όπως η **LouAnne Srl**

Το κανάλι θα προτείνει:

1) Εταιρική ζωή (ιστορίες)
2) Ζωντανές εκδηλώσεις
3) Εικόνες Τόπων και Αντικειμένων που εμπνέουν ή ενδιαφέρουν το κοινό μας

Ένα μέρος του προϋπολογισμού θα χρησιμοποιηθεί επίσης για διαφημίσεις με δυνατότητα άμεσου κλικ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Twitter :

Σε αυτήν την περίπτωση, το **"Twitter"** θα χρησιμοποιηθεί απλώς για να προσφέρ ει μια επιπλέον ανάγνωση εκτός του Ιστολογίου, δημοσιεύοντας το ίδιο περιεχόμ ενο. Ο σκοπός του **«Twitter»** για μια μικρή εταιρεία τεχνιτών θα μπορούσε να εί ναι πάνω από όλα η «ακρόαση» και η συλλογή δεδομένων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Youtube:
Λόγω έλλειψης πόρων, η εταιρεία δεν σκοπεύει να αφιερώσει μία πραγματική στρατηγική σε αυτό το κανάλι.

Pinterest:
Η Εταιρεία αποφασίζει να μην διαχειρίζεται ενεργά το δικό της προφίλ, λόγω της έλλειψης πόρων και λαμβάνοντας υπόψη τη μικρή χρήση αυτού του καναλιού σ την
Ιταλία. Η ψηφιακή ομάδα, αν μη τι άλλο, θα χρησιμοποιήσει το **Pinterest** για να β ρει έμπνευση για το δικό της περιεχόμενο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Στη δική μας μελέτη περίπτωσης, θα είναι σημαντικό να εντοπίσουμε **Bloggers** ή Ψηφιακούς **" influencers "** που μπορούν να εισάγουν τη **LouAnne Srl** στις κοινότητες αναφοράς τους. Πρό κειται για τη δημιουργία συνεχιζόμενων σχέσεων και όχι την απόκτηση **likes** ή **followers** σε έν α
σύντομο χρονικό διάστημα. Χάρη στα συστήματα παρακολούθησης όπως το **Mention**, μπορούμ ε να εντοπίσουμε μια λίστα με
ανθρώπους να πραγματοποιούν ενέργειες για εμάς. Η Εταιρεία μπορεί για παράδειγμα να τους προσκαλέσει σε
ιδιωτικές εκδηλώσεις ή προεπισκοπήσεις παρουσιάσεων, που επιτρέπουν τη δοκιμή ενδυμάτων, ενσωματώνοντας αυτούς τους δημιουργούς περιεχομένου στα ίδια κανάλια της Εταιρείας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ:

Για να εκτιμηθεί αν θα ανοίξει η πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου, λήφθηκαν υπόψη αρκ ετοί παράγοντες : η κίνηση που δημιουργείται στον ιστότοπο, οι απαραίτητοι πόροι, τα **logistics** της αποθήκης, τα πλεονεκτήματα που σχετίζονται με την κάλυψη της επικράτε ιας αλλά και με τα φυσικά καταστήματα. Σε αυτήν την περίπτωση η **LouAnne Srl** αποφασί ζει να ξεκινήσει
σταδιακά και να δημοσιεύσει μια πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου μόνο όταν οι ψηφιακ ές επιχειρήσεις
θα έχουν φτάσει σε καλή συχνότητα και αποτελεσματικότητα. Αντίθετα, η εταιρεία επιλέγει να κατευθύνει τους πελάτες στα φυσικά καταστήματα, μέσω Ιστού και γεω-τοπική ψηφιακή διαφήμιση.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Μια εις βάθος μελέτη: **INSTAGRAM**

Το **Instagram** ιδρύθηκε από τους **Kevin Systrom** και **Mike Krieger** το **2010** ως όργανο που χαρακτηρίζεται από το στιγμιαίο. Αυτή η εις βάθος μελέτη παρέχει ανα φορές για προσανατολισμό και κατανόηση σχετικά με τον τρόπο εύρεσης επαρκούς και επομένως λειτουργικής προσέγγιση στο πλαίσιο του **Instagram**: ένα εξαιρετικά συγκεκριμένο και πολύ μακριά από την απλή ετικέτα του «διασκεδα στικού εργαλείου» Κοινωνικών Μέσων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Υπήρχαν ήδη πολλές πλατφόρμες για κοινή χρήση εικόνων όπως το **Pinterest**, **Flickr** και **Tumblr**. Η κύρια διαφορά του **Instagram** είναι ότι δεν είναι πλατφόρμα, αλλά ένα Κοινωνικό δίκτυο.

Το **Instagram** βγαίνει σε μια καθοριστική στιγμή: τα **smartphone** ήταν ήδη διαδεδομένα, ασύρματα δίκτυα και **3g** ήταν προσβάσιμα, οι ενσωματωμένες κάμερες των **smartphones** ήταν ποιοτικά καλές.

Το **Facebook** απέκτησε το **Instagram** το **2012**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η δύναμη του Instagram είναι η κοινότητα, η οποία ενθαρρύνεται να χρησιμοποιεί την εφαρμογή χάρη στις συνεχείς ενημερώσεις. Το Instagram προσφέρει τις ακόλουθες επιλογές κατά την εγγραφή:

1) Προσωπικό Προφίλ
2) Επιχειρηματικό προφίλ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Το Επιχειρηματικό προφίλ είναι κατάλληλο για όσους σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν το **Insta gram** ως
υποστήριξη για επαγγελματική δραστηριότητα. Είναι επομένως δυνατή η προώθηση περιεχομέ νου με
αμοιβή και η χρήση της εφαρμογή ως διαφημιστικού εργαλείου χάρη στη χορηγούμενη διαφήμ ιση.

Η χρήση του **Instagram** θεωρείται πλέον θεμελιώδης από εμπορική άποψη:

Πρέπει να το συμπεριλάβουμε στο σχέδιο επικοινωνίας μας και στο γενικό μάρκετινγκ οποιασδ ήποτε
εταιρείας, μάρκας ή επιχείρησης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Το **Instagram** πρώτα απ 'όλα προσφέρει εργαλεία για "τον εξανθρωπισμό της μάρκας":

Τα προϊόντα εμφανίζονται ως προσβάσιμα και πιο επιθυμητά. Το **Instagram** προσφέρει επίσης συγκεκριμένα χαρακτηριστικά για «Φήμη» και «Ευαισθητοποίηση» :

Η φήμη του εμπορικού σήματος είναι η σκέψη, η φήμη μιας μάρκας, η δρα στηριότητά της.

Το **Instagram** προσφέρει μια σειρά από εργαλεία για την ανάλυση και την κατανόηση της "φήμης".

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η δομή ενός προφίλ επιχείρησης:

1. Βιογραφία, η βιτρίνα μας

Το βιογραφικό προφίλ της εταιρείας είναι ένα ουσιαστικό μέρος. Όπως ένα εισιτήριο για μια ει κονική επίσκεψη, αυτό
πρέπει να είναι σαφές και αξιόπιστο.

Τα στοιχεία του είναι:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Όνομα χρήστη
2) Ονομα
3) Εικόνα προφίλ
4) Βιογραφία

Το όνομα χρήστη και το όνομα είναι θεμελιώδη πεδία για αναγνώριση, ταυτοποίηση και στη συνέχεια «αξιοπιστία" από τους χρήστες. Το ίδιο ισχύει και για την εικόνα προφίλ: το οπτικό περιεχόμενο της βιογραφίας.

Εάν η εταιρεία ή η επιχείρηση διαθέτει ιστότοπο ή ηλεκτρονικό εμπόριο, ο σύνδεσμος πρέπει να προστεθεί στο πεδίο Ιστότοπος.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τα περιεχόμενα του **Instagram** έχουν μια μορφή που προσφέρεται για πολλές πραγματικότητ ες, ακόμη και για μικρές εταιρείες. Χωρίζονται σε «Αναρτήσεις" και "Ιστορίες».

Το «**Post**» είναι το δημοσιευμένο περιεχόμενο:

1) Εικόνες
2) Καρουζέλ, ένα σύνολο έως δέκα εικόνων ή / και βίντεο που έχουν φορτωθεί με τη σειρά
3) Βίντεο με μέγιστη διάρκεια **1** λεπτό

Η επιλογή Εξώφυλλο σάς επιτρέπει να επιλέξετε την εικόνα που θα εμφανίζεται στην αρχή.

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε είναι να γράψετε μια λεζάντα: το κείμενο που θα δημο σιευτεί κάτω από τη φωτογραφία. Η εντολή "ετικέτα ατόμων" σάς επιτρέπει να αναφέρετε άλλ ους χρήστες.
Συνιστάται η εισαγωγή του **"geotag"**, δηλαδή του γεωγραφικού σημείου όπου η φωτογραφία τραβήχτηκε και / ή δημοσιεύτηκε, για λόγους προβολής.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ο "Ιστορίες» κυκλοφόρησαν στο **Instagram** το **2016** και έγιναν μέρος της πλατφόρμας σε λίγους μήνες. Οι ιστορίες είναι η καρδιά του **Instagram** και η χρήση τους είναι απαραίτητη για έναν επαγγελματικό λογαριασμό.

Οι ιστορίες αποτελούνται από εικόνες και / ή βίντεο με μέγιστη διάρκεια **15** δευτερόλεπτα που εμφανίζονται διαδοχικά για **24** ώρες το μέγιστο. Στη συνέχεια εξαφανίζο νται από τη γκαλερί.

Σε πραγματικό χρόνο και άμεση κοινή χρήση. Οι Ιστορίες διαρκούν **24** ώρες και δεν περιλαμβά νονται στην κύρια συλλογή του λογαριασμού.

Ένα εργαλείο επικοινωνίας που σχεδιάστηκε ως "σε πραγματικό χρόνο".

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Οι «Ιστορίες» για ένα προφίλ επιχειρήσεων είναι ένα «εργαλείο αφήγησης ιστοριών», έ να δυναμικό εργαλείο, μια μικρή διαφήμιση.

Το αποτέλεσμα μιας Ιστορίας θα είναι διαθέσιμο αργότερα: αριθμός προβολών, αλληλεπ ιδράσεων, στατιστικά δεδομένα (αριθμός προβολών, εμφανίσεων, κερδισμένων θαυμασ τών).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Προσωπικά Μηνύματα

Εργαλείο ιδιωτικών και άμεσων μηνυμάτων στο **Instagram**. Όπως ήδη επισημάνθηκε, τα άμεσα μηνύματα είναι ένα εξαιρετικό και σημαντικό εργαλείο για ένα επιχειρηματικό προφίλ, όχι μόνο στο
Ινσταγκραμ. Επικοινωνήστε και προσελκύστε πελάτες, καλέστε απευθείας σε εκδηλώσεις και προωθήσεις. Με λίγα λόγια: Εξυπηρέτηση πελατών.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ο αλγόριθμος του Instagram

Μέχρι το 2016, τα περιεχόμενα των προφίλ εμφανίζονταν με χρονολογική σειρά. Αργότερα, οι προγραμματιστές του Instagram έκαναν αλλαγές. Σήμερα η σειρά προβ ολής είναι:

1) Ενδιαφέρον: ανοίγοντας το Instagram, οι πρώτες δημοσιεύσεις που θα εμφανιστούν θα είναι αυτές που δημιούργησαν περισσότερη αλληλεπίδραση

2) Επικαιρότητα: Από το πιο πρόσφατο έως το παλαιότερο, ωστόσο λαμβάνοντας υπόψη μόνο το χρονικό διάστημα μεταξύ της τελευταίας πρόσβασης χρήστη και της στιγμής κατά την οποία ο ίδιος χρήστης ανοίγει ξανά την εφαρμογή.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

3) Σχέση: τα περιεχόμενα των «πλησιέστερων» λογαριασμών θα εμφανίζονται πάντα πρώτα.

4) Συχνότητα: οι καλύτερες αναρτήσεις από την τελευταία φορά που συνδεθήκατε.

5) Ακόλουθοι: οι πρώτες αναρτήσεις θα είναι αυτών που «ακολουθούν».

6) Χρήση: πόσο χρόνο ξοδεύει ο χρήστης στο Instagram. Αν είναι λίγος, ο αλγόριθμος θα συμπυκνώσει το περιεχόμενο στο μέγιστο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Εμπλοκή

Η λέξη "εμπλοκή" καθορίζει την ικανότητα ενός θέματος (για παράδειγμα, μια δραστηριότητα, μια εταιρεία) να δημιουργεί σταθερές και θετικές σχέσεις με το κοινό -στόχο τους.
Η πιο σημαντική δραστηριότητα στο **Instagram** είναι στην πραγματικότητα η συζήτηση, δηλαδή
δραστηριότητες που τονώνουν και ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του κοινού.

Υπάρχουν διαφορετικές στρατηγικές για τη "δημιουργία εμπλοκής":

1) Απάντηση στα σχόλια
2) Αναζήτηση προφίλ ή / και παρόμοιους χρήστες
3) Κάλεσμα για δράση: φράσεις, ερωτήσεις σε λεζάντες που διεγείρουν αλληλεπιδράσεις

Η ομαδοποίηση είναι επίσης σημαντική: η παρακολούθηση και η αλληλεπίδραση με ένα καλά κ αθορισμένο κοινό σύμφωνα με τα προϊόντα ή / και τις υπηρεσίες μας

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Το έργο και το περιεχόμενο

Μόλις κατανοήσουμε τον αλγόριθμο του **Instagram**, το επόμενο βήμα είναι να παράγουμε κα ι να
δημοσιεύσουμε ποιοτικό περιεχόμενο που είναι πρωτότυπο, αναγνωρίσιμο, αξέχαστο.

Το Συντακτικό Σχέδιο είναι επομένως ένα θεμελιώδες στοιχείο: περιεχόμενο που καθιστά μια μ άρκα αναγνωρίσιμη.

Με τον όρο «απομνημόνευση» εννοούμε τη δυνατότητα να έχουμε ηχώ ακόμη και έξω από Ινσταγκραμ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Στρατηγική χρήση Ιστοριών

Το **32%** των Ιταλών προτιμούν να βλέπουν Ιστορίες παρά να διαβάζουν μια ανάρτηση. Ένα ποσοστό που
αυξάνεται έως και **52-54%** εάν οι χρήστες είναι ηλικίας **15-24** ετών.

Επίσης σε αυτή την περίπτωση η **"εμπλοκή"** και η **"πρωτοτυπία"** είναι βασικά στοιχεία, μαζί με Την «ταχύτητα» και το «δυναμισμό».

Οι Ιστορίες προσφέρουν επίσης διάφορα εργαλεία εμπλοκής. Είναι **"κουτιά"** ή ετικέτες που μπορούν να τοποθετηθούν οπουδήποτε στην οθόνη:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

1) Τόπος γεωγραφικής τοποθεσίας ιστορίας
2) Αναφορά της ονομασίας άλλων λογαριασμών
3) Hashtags για αύξηση της προβολής
4) Gif
5) Μουσική
6) Έρευνες
7) Άμεσες ερωτήσεις στο κοινό μας

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Hashtag, αναφορά, geotag:

Hashtag, αναφορά και **geotag** είναι οι λειτουργίες εμπλοκής που προσφέρει το **Instagram** και μπορούν να συσχετιστούν τόσο με δημοσιεύσεις όσο και με ιστορίες. Εάν χρησιμοποιηθούν σωστά μπορούν να
πολλαπλασιάσουν την προβολή του περιεχομένου, εκτός του δικού μας κύκλου χρηστών που ή δη
ακολουθούν τον λογαριασμό.

1) Hashtag: ένας θεματικός συγκεντρωτής για τη διευκόλυνση των αναζητήσεων σε συγκεκρι μένο περιεχόμενο
2) Αναφορά: άμεση αναφορά σε άλλους χρήστες και λογαριασμούς
Τα **hashtag** είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο για την κατηγοριοποίηση του περιεχομένου μας. Οι άμεσες αναφορές είναι μια πιο στρατηγική δραστηριότητα.
3) Geotag: γεωτοποθεσία

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

SEO στο Instagram:

Η δυνατότητα εισαγωγής περιγραφής κειμένου του δημοσιευμένου περιεχομένου(εικόνες). Εν α
"εναλλακτικό κείμενο" στη λεζάντα που εμφανίζεται όταν η εικόνα δεν είναι διαθέσιμη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Η μελέτη του κοινού:

Ακόμη και στο πλαίσιο του **Instagram** είναι σκόπιμο να ορίσουμε τον στόχο αναφοράς μας, δηλαδή να μελετήσουμε το πραγματικό και το πιθανό κοινό, επίσης με βάση τη γεωγραφική θέση και τη δραστηριότητά του. Πώς «αναχαιτίζετε» αυτόν τον πιθανό χρήστη;

Το **Instagram** είναι ένα κοινωνικό δίκτυο, ωστόσο βασίζεται σε οπτικά δεδομένα: εικόνες και / ή Βίντεο. Κατά μέσο όρο, οι χρήστες δίνουν μεγάλη προσοχή στις δημοσιευμένες εικόνες. Δεύτερον, αυτό μπορεί να είναι κατάλληλο για να περιορίσουμε τους χρήστες που αλληλεπιδρούν με τον λογαριασμό και στη συνέχεια, να συνδεθούμε στο προφίλ τους για να παρατηρήσουμε τι είδους περιεχόμενο δημοσιεύουν και μοιράζονται.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ένα επιπλέον στοιχείο θα μπορούσε να είναι η μελέτη του ανταγωνισμού: ο προσδιορισμός των λογαριασμών των
άμεσων ανταγωνιστών, ειδικά εκείνων με μεγάλη επισκεψιμότητα, για να κατανοήσουμε τη συντακτική
γραμμή.

Μια στρατηγική που κρίνεται αποτελεσματική είναι η χρήση του **"call to action - CTC"**: ρωτή στε απευθείας
ερωτήσεις προς το κοινό, χρησιμοποιώντας επίσης τα εργαλεία **"Engagement"** των Ιστοριών.

Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση **hashtags**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Διαφήμιση:

Η δημιουργία διαφημίσεων επί πληρωμή είναι μια δραστηριότητα την οποία κανένα προφίλ Επιχ είρησης δεν μπορεί να αποφύγει πια.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι προφανώς η εγγραφή μεθόδου πληρωμής (πιστωτική κάρτα, **Pay Pal** και τα λοιπά). Μπορείτε να προωθήσετε οποιοδήποτε περιεχόμενο επιλέγοντάς το και κάνοντας κλικ στο «**highlight**».

Μόλις η διαφήμιση τοποθετηθεί σε γεωγραφικό σημείο, θα πρέπει να επιλέξετε τα ενδιαφέροντα του κοινού: η βάση δεδομένων του **Instagram** είναι πολύ πλήρης.

Επιλέγοντας συγκεκριμένα, ο αριθμός των χρηστών που θα προσεγγίσετε θα μειωθεί.
Είναι πάντα καλύτερο να "κατανέμετε" τον προϋπολογισμό για αρκετές ημέρες αντί να τον συγκε ντρώνετε. Οι διαφημίσεις στο **Instagram** λειτουργούν με βάση την «αξία»: περισσότερες αλληλ επιδράσεις παράγουν περισσότερη κίνηση.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Οι ιστορίες μπορούν επίσης να χρηματοδοτηθούν, με μερικές μικρές διαφορές: Οι ιστορίες πάντ
α
να είναι διαθέσιμες για **24** ώρες. Είναι πραγματικά βολικό να κάνετε διαφημίσεις επί πληρωμή;

Αυτό εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, ειδικά από το ποιος είναι ο στόχος: η απόκτηση ενός κοινού, για να το κατευθύνει σε μια συγκεκριμένη και εξωτερική ιστοσελίδα και ούτω καθεξής.

Πρόσφατα το **Instagram** μείωσε σημαντικά την ορατότητα των αναρτήσεων και των **Stories** πο υ δεν προωθούνται μέσω διαφημίσεων, όπως το **Facebook**. Η επένδυση ενός προϋπολογισμο ύ λοιπόν είναι η μόνη λύση για ορατότητα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες:

Με αυτό εννοούμε το σύνολο του **"αυθόρμητου"** περιεχομένου που μπορεί ένας ή περισσότερ οι χρήστες να
παράγουν προς όφελος μιας μάρκας. Τα **UGC** παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις εταιρε ίες:
αυτόνομα στοιχεία, μη χρηματοδοτούμενα, «αυθόρμητα» και πρωτότυπα. Πολύ συχνά
εταιρίες **"συν-επιλέγουν"** χρήστες, αποκτώντας τη λίστα επαφών τους, οι οποίοι πιθανώς μοιρ άζονται
τα ίδια ενδιαφέροντα. Μια υποενότητα Περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες αποτελε ίται από περιεχόμενο που
δημιουργήθηκε και δημοσιεύτηκε **"αυθόρμητα"** από υπαλλήλους μιας εταιρείας υπέρ
της μάρκας. Επιπλέον στοιχεία ενδιαφέροντος για τη διαφήμιση είναι επίσης οι διαγωνισμοί κα ι συχνά το **«give away»**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Ένα επιπλέον στοιχείο θα μπορούσε να είναι η μελέτη του ανταγωνισμού: ο προσδιορισμός των λογαριασμών των
άμεσων ανταγωνιστών, ειδικά εκείνων με μεγάλη επισκεψιμότητα, για να κατανοήσουμε τη συντακτική
γραμμή.

Μια στρατηγική που κρίνεται αποτελεσματική είναι η χρήση του **"call to action - CTC"**: ρωτή στε απευθείας
ερωτήσεις προς το κοινό, χρησιμοποιώντας επίσης τα εργαλεία **"Engagement"** των Ιστοριών. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση **hashtags**.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τεχνικές τεχνητής ανάπτυξης

Η επίτευξη ορισμένων στόχων (ακολούθων, προβολών) είναι συχνά μια επίπονη πρόκληση. Πολύ
συχνά οι μικρές επιχειρήσεις ή οι μικρές μάρκες, λόγω έλλειψης προϋπολογισμού και χρόνου, δεν είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα οργανικό σχέδιο επικοινωνίας, ούτε να δημιουργήσουν μία συνεχώς αναπτυσσόμενη
κοινότητα. Το **Instagram** δεν είναι, όπως αναφέρθηκε, ένα εργαλείο "κοινής χρήσης φωτογραφιών", αλλά ένα Κοινωνικό
Δίκτυο, αν και βασίζεται σε εικόνες ή / και βίντεο.

Αυτό σημαίνει ότι η συζήτηση είναι το στοιχείο πρωταρχικής σημασίας. Τα **Bots**, προγράμματα ανταλλαγής, είναι ευρέως χρησιμοποιούμενα εργαλεία για την επιτάχυνση της πορείας (με ορισμένες
αντενδείξεις).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Τα στατιστικά στοιχεία και το **Blackout** των **Likes**

Όπως κάθε άλλη δραστηριότητα μάρκετινγκ, ακόμη και αυτές που σχεδιάστηκαν και εφαρμόστη καν στο **Instagram** απαιτούν προσεκτική παρακολούθηση, για παράδειγμα μέσω παρατήρησης των δεδομένων που προσφέρει η ίδια πλατφόρμα μέσω της σελίδας «**Insight**» κάθε επιχειρημ ατικού λογαριασμού.

Η επιλογή εμφάνισης των "Μου αρέσει" των δημοσιεύσεων και περιεχομένου άλλων.
Μια επιλογή των προγραμματιστών για να "μειώσουν" την πίεση στους χρήστες. Όσον αφορά τ ην αποτελεσματικότητα, η έλλειψη των **likes** και άλλων δημόσιων δεδομένων θα κάνει την αξιο λόγηση ενός λογαριασμού πιο δύσκολη.

Τέλος, είναι σκόπιμο να ληφθούν υπόψη οι κρίσιμες πτυχές μιας προωθητικής δραστηριότητας στο **Instagram**: αναπτύσσεται, εμπλέκει, δημιουργεί έσοδα.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρί ζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέ χονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

3.3: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Bucolico
Building Community Resilience through Communication & Tecnology

Βιβλιογραφία:

1) Laurita G., Venturini R., ***Strategia Digitale***, Hoepli 2016 (seconda edizione)
2) Di Fraia G. (a cura di), ***Social Media Marketing - Strategie e tecniche per aziende B2B e B2C***, Hoepli 2015 (seconda edizione)
3) Di Costanzo F., ***PA Social. Viaggio nell'Italia della nuova comunicazione tra lavoro, servizi e innovazione***, ΦράνκοΑγγέλη, 2017
4) F. Matteucci, Instagram non è fotografia, Dario Flaccovio Editore, 2019

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306

Σας ευχαριστώ

Bucolico

Building Community Resilience
through Communication & Tecnology

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

2020-1-IT02-KA204-079306