

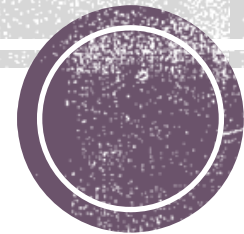


ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Διάλεξη #11

21/12/2020

Διδάσκουσα: Δρ. Ελένη Καρφάκη
Τμήμα: Ψηφιακών Συστημάτων
2020 - 2021



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

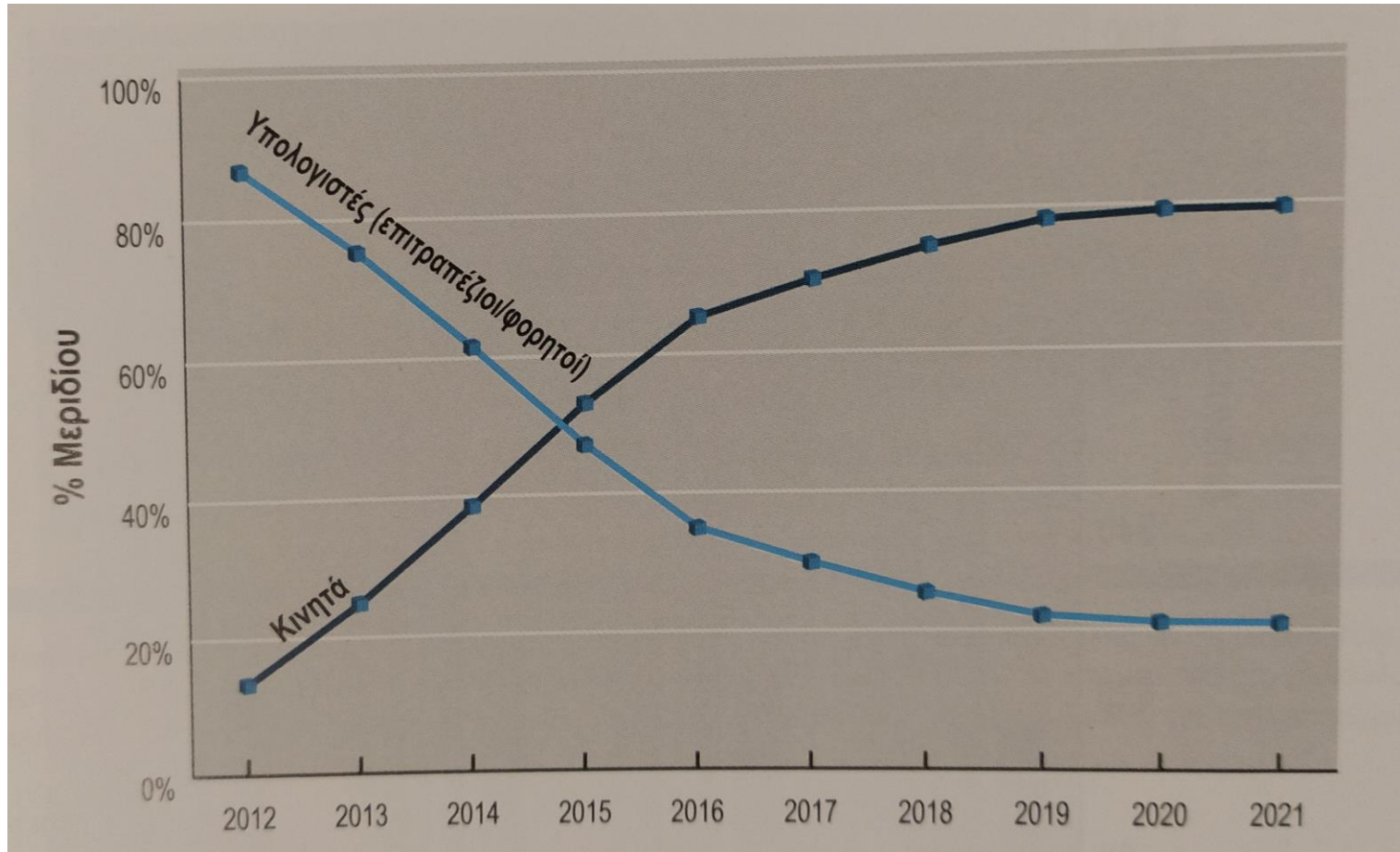
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





**Marketing κοινωνικό,
εν κινήσει και με βάση
την τοποθεσία**

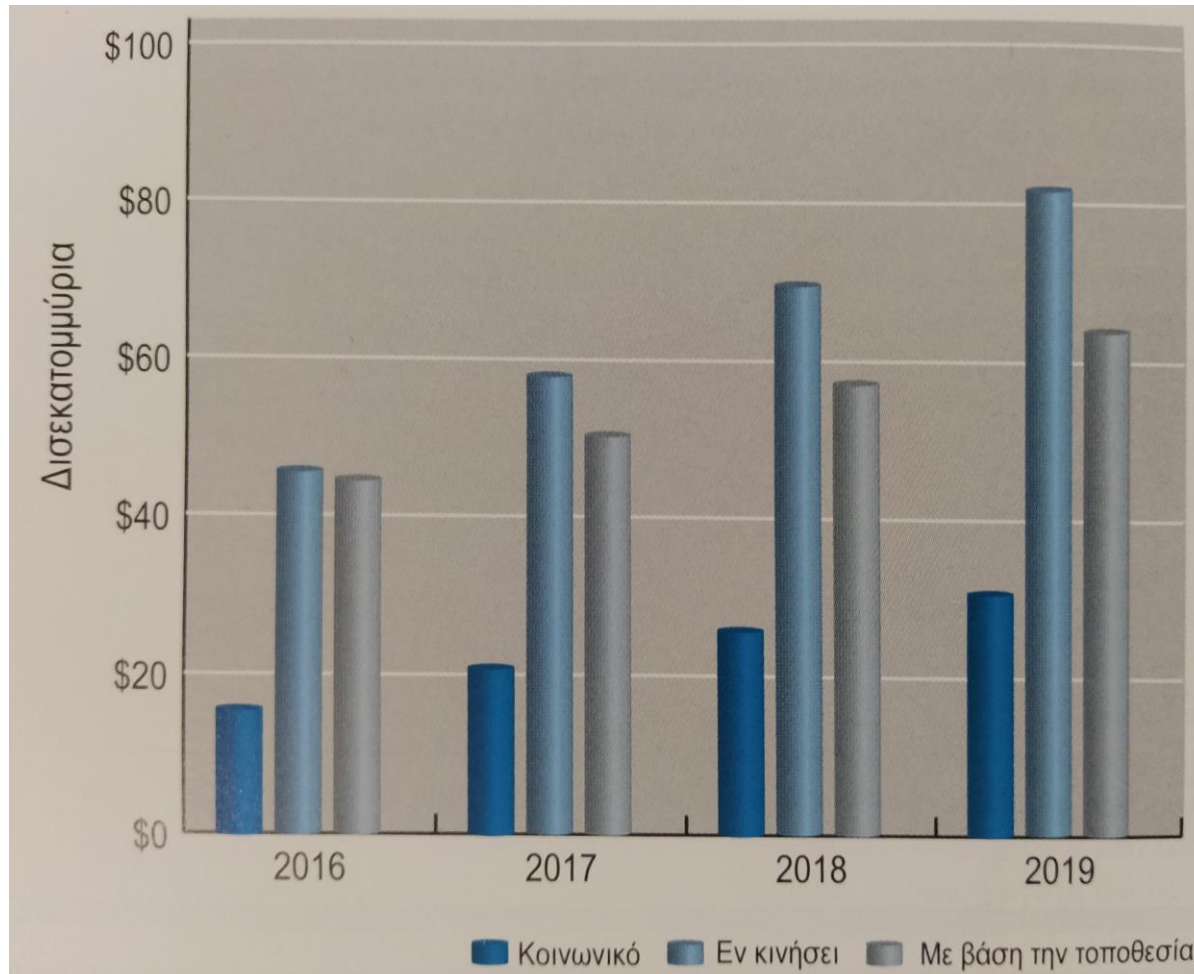
Διαφημιστική δαπάνη: από το PC στο Smartphone/ Tablet



Πηγή: eMarketer (2017)



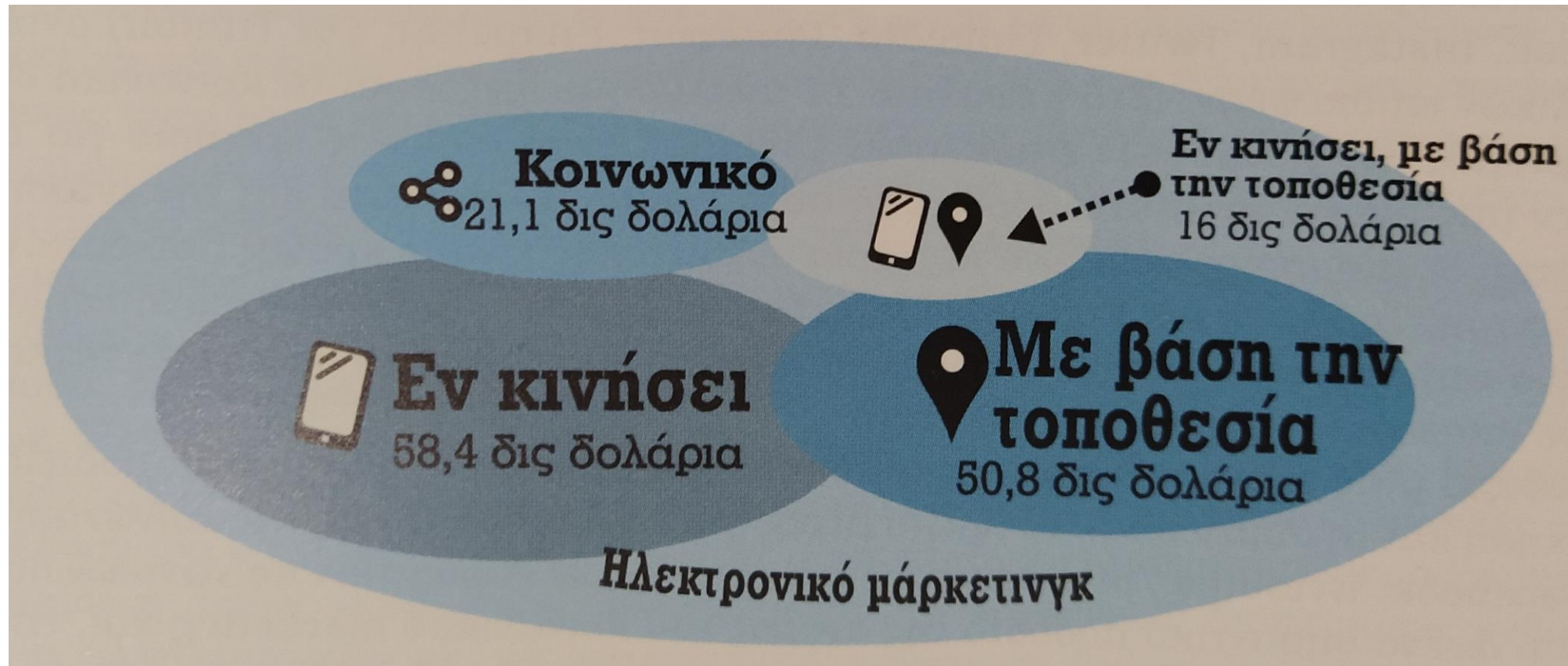
Διαφημιστική δαπάνη ανά είδος ηλεκτρονικού marketing



Πηγή: eMarketer (2017)

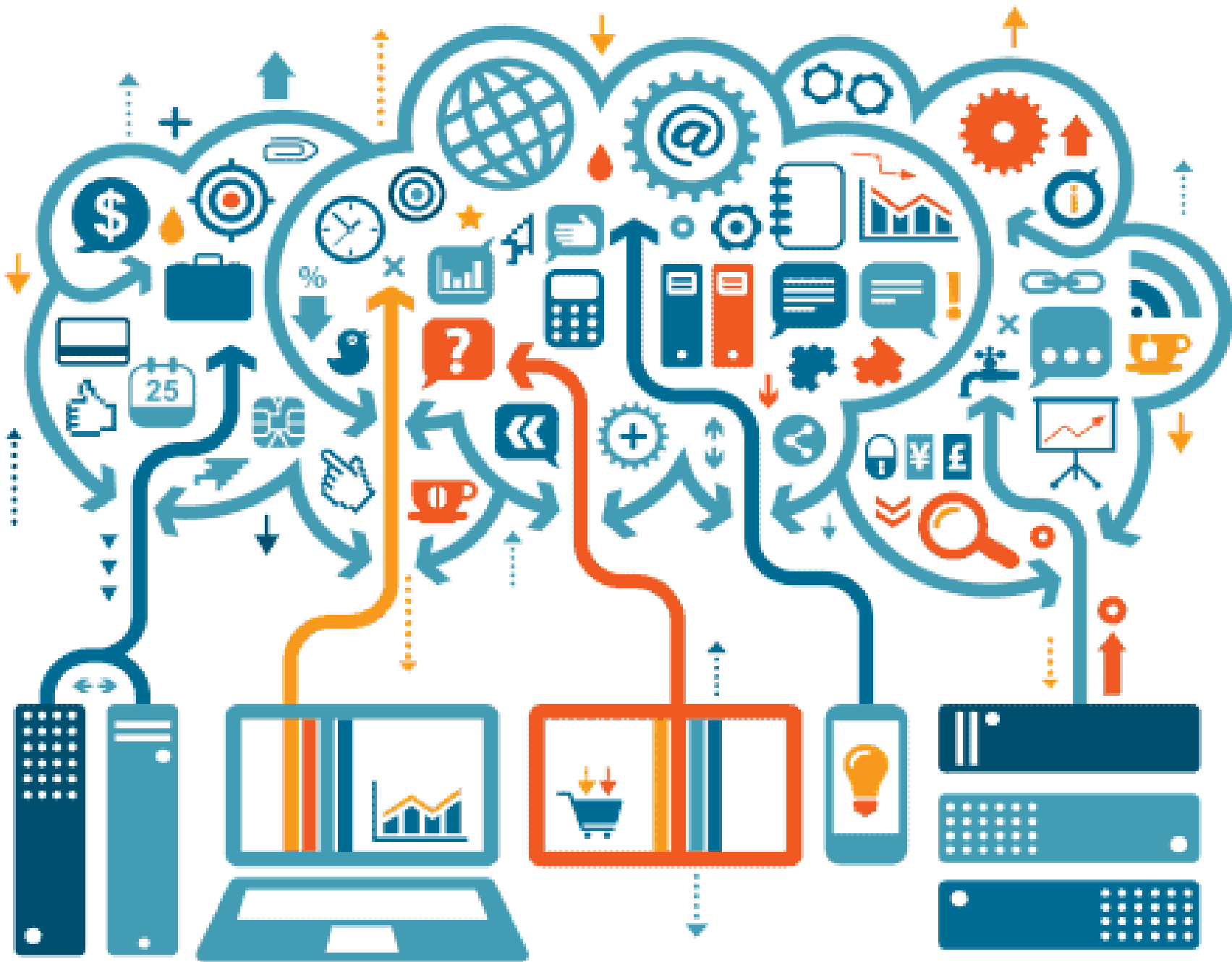


Διαφημιστική δαπάνη ανά είδος ηλεκτρονικού marketing



Πηγή: eMarketer (2017)





Κοινωνικό marketing





Διαδικασία κοινωνικού marketing



Απόκτηση κοινού



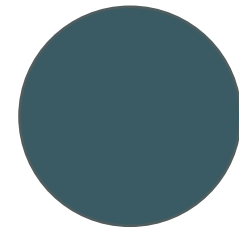
Συμμετοχή



Ενίσχυση



Κοινότητα



Ενίσχυση **brand name**
(πωλήσεις)



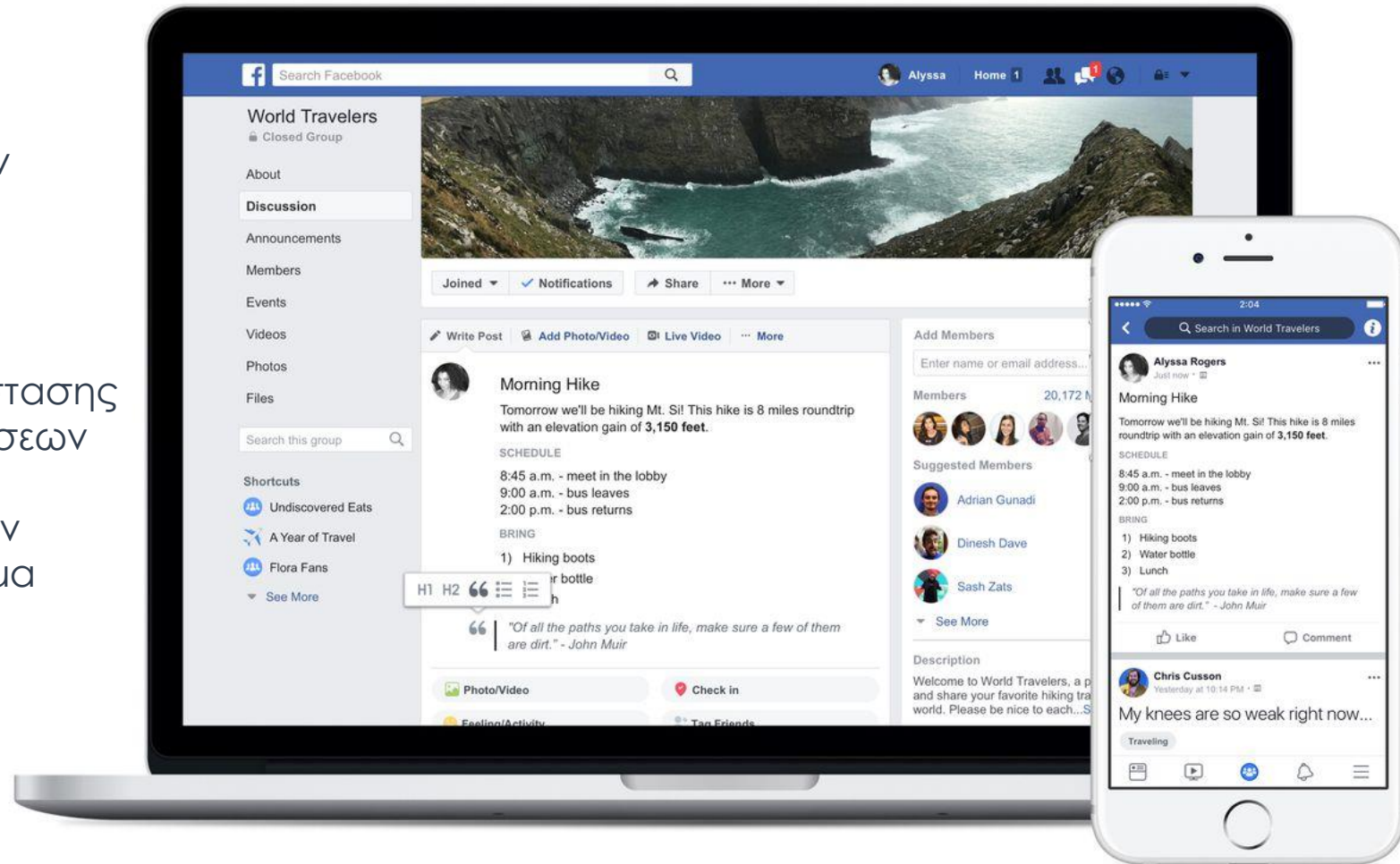
facebook®





Βασικά χαρακτηριστικά

- ✓ Προφίλ
- ✓ Αναζήτηση φίλων
- ✓ Χρονολόγιο
- ✓ Ετικετοδότηση
- ✓ News Feed
- ✓ Τάσεις
- ✓ Ανανέωση κατάστασης
- ✓ Κουμπιά αντιδράσεων
- ✓ Messenger
- ✓ Εφαρμογές τρίτων
- ✓ Ανοιχτό διάγραμμα
- ✓ Αναζήτηση





Fact Sheet

- Λιγότεροι από τους μισούς από τους χρήστες των ΗΠΑ στο Facebook 12 έως 17 ετών θα συνδεθούν τουλάχιστον μία φορά το μήνα το 2018. (Sproutsocial, 2018)
- Τέσσερα εκατομμύρια επιχειρήσεις πληρώνουν για διαφημίσεις κοινωνικών μέσων στο Facebook. (Forbes, 2018)
- Υπήρξαν πάνω από 4.4 εκατομμύρια βίντεο που μεταφορτώθηκαν απευθείας στο Facebook τον Φεβρουάριο του 2016, δημιουργώντας πάνω από 199 δισεκατομμύρια προβολές. (ReelSEO, 2018)
- 68% των ενηλίκων των ΗΠΑ μεταξύ 18 και 29 ετών είναι στο Facebook. (Sproutsocial, 2018)
- Μόνο το 20% των δημοσιεύσεων στο Facebook δημιουργούν μια συναισθηματική απάντηση, ενώ καμία διαφήμιση δεν το έκανε. (AdEspresso, 2018)
- Τα έσοδα από διαφημίσεις στο Facebook στις ΗΠΑ αναμένεται να ξεπεράσουν τις συνολικές δαπάνες για έντυπες διαφημίσεις έως το 2019. (Sproutsocial, 2018)
- Το 2015 το Facebook επηρέασε το 52% των αγορών στο διαδίκτυο και εκτός σύνδεσης, από 36% το 2014. (The Drum, 2018)
- Η καλύτερη ώρα για δημοσίευση στο Facebook είναι 3:00 μ.μ. την Τετάρτη, άλλες βέλτιστες ώρες περιλαμβάνουν 12:00–1:00 μ.μ. τα Σάββατα και τις Κυριακές και 1:00–4:00 μ.μ. τις Πέμπτες και τις Παρασκευές. (HubSpot, 2018)
- Το Facebook εκτιμάται ότι θα αποφέρει 21.57 δισεκατομμύρια δολάρια σε έσοδα από διαφημίσεις στις ΗΠΑ το 2018, τα οποία θα αντιστοιχούσαν στο 83% των συνολικών διαφημιστικών δαπανών κοινωνικών μέσων σε ολόκληρη τη χώρα. (Sproutsocial, 2018)





Εργαλεία marketing

- FREE** Κουμπιά αντιδράσεων
- FREE** Σελίδες εμπορικού σήματος
- PAID** Διαφημίσεις δημοσιεύσεων στο Χρονολόγιο
- PAID** Διαφημίσεις δεξιάς στήλης
- FREE** Facebook Live
- PAID** Βίντεο διαφημίσεις
- PAID** Εν κινήσει διαφημίσεις
- PAID** Χορηγούμενα μηνύματα
- PAID** Facebook Exchange (FBX)



Το ανταλλακτήριο διαφημίσεων όπου οι διαφημίσεις πωλούνται και στοχευμένες διαφημίσεις προωθούνται μέσω προσφορών που γίνονται στο Internet. Οι διαφημιστές τοποθετούν cookies στα προγράμματα περιήγησης των χρηστών όταν επισκέπτονται ένα site και όταν επιστρέφουν στο Facebook εμφανίζονται διαφημίσεις στη δεξιά πλευρά από το site που είχαν επισκεφθεί.





Έναρξη εκστρατείας marketing

1. Δημιουργήστε μια σελίδα στο Facebook για το brandname σας. Παρουσιάστε ενδιαφέρον, πρωτότυπο περιεχόμενο που θα ενθουσιάσει τους χρήστες.
2. Χρησιμοποιήστε το περιεχόμενο και τα εργαλεία ανατροφοδότησης για να προκαλέσετε σχόλια των χρηστών και ενθαρρύνετε τους άλλους να γράψουν για εσάς.
3. Αναπτύξτε μια κοινότητα χρηστών και ενθαρρύνετε τους οπαδούς να συνομιλούν μεταξύ τους και αναπτύξουν νέο δωρεάν περιεχόμενο για τη σελίδα σας.
4. Ενθαρρύνετε τη συμμετοχή στο brandname μέσω βίντεο και πλούσιων μέσων δείχνοντας προϊόντα που χρησιμοποιούνται από πραγματικούς πελάτες.
5. Οργανώστε διαγωνισμούς για να αυξήσετε τη συμμετοχή των οπαδών.
6. Δημιουργήστε διαφημίσεις εμφάνισης σε άλλες σελίδες του Facebook.
7. Δημιουργήστε διαφημίσεις εμφάνισης για ανταπόκριση σε ερωτήματα κοινωνικών αναζητήσεων.
8. Παρουσιάστε κουμπιά like ώστε οι οπαδοί να κοινοποιήσουν την εμπειρία τους σε όσο το δυνατόν περισσότερους φίλους.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Lays

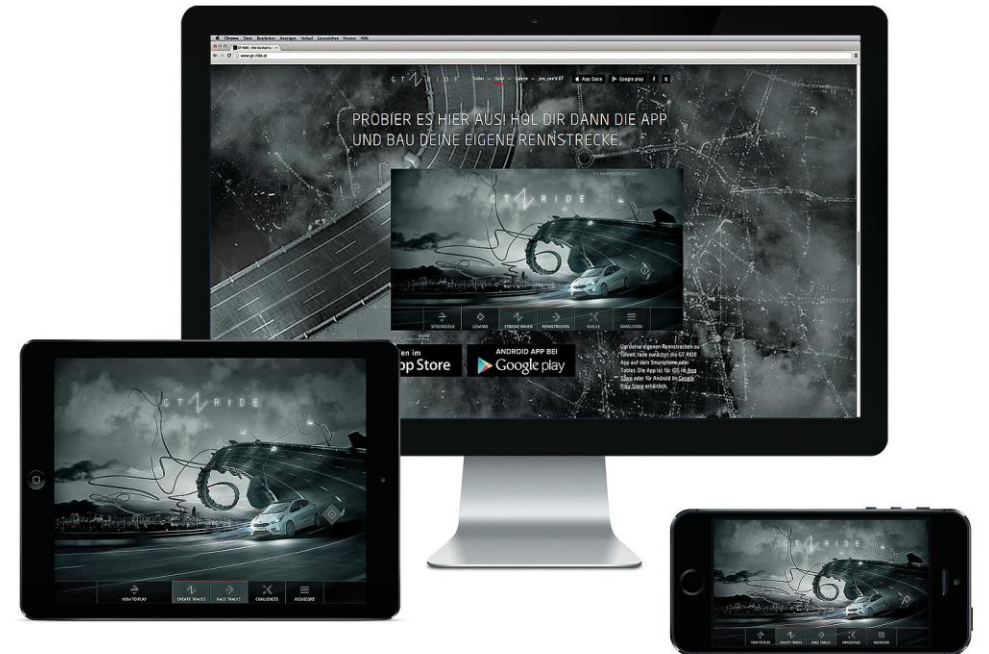
- Ζήτησε από τους ακολούθους της στο Facebook να υποβάλλουν προτάσεις για νέες γεύσεις για πατατάκια, προσφέροντας 1.000.000 \$ στον νικητή. Αυτό πλέον γίνεται κάθε χρόνο.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: KIA

- Δημιούργησε ένα παιχνίδι με αγώνες αυτοκινήτων το GT RIDE, για να προωθήσει την κυκλοφορία του KIA GT. Το παιχνίδι επέτρεπε στους παίκτες να κατασκευάσουν τις δικές τους πίστες και να προσκαλούν φίλους στο Facebook, όλα μέσα σε μια εφαρμογή του Facebook. Οι χρήστες εισέρχονταν αυτόματα σε κληρώσεις για να κερδίσουν ένα KIA GT.



KIA MOTORS

<https://vimeo.com/95847523>





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Budweiser

- Η εκστρατεία Buds for Buds ενθάρρυνε τους χρήστες σε συγκεκριμένες πόλεις να αγοράζουν μπύρες για τα γενέθλια ενός φίλου τους στο Facebook χρησιμοποιώντας μία εξαργυρώσιμη απόδειξη.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Procter & Gamble

- Παρουσίασε ένα βίντεο μαζί με ένα hashtag του Facebook, #LikeAGirl, όπου προβάλλονταν θετικές αναπαραστάσεις της ζωής κοριτσιών, για την προώθηση του προϊόντος Always. Το βίντεο είχε τις περισσότερες προβολές στην ιστορία της επιχείρησης.

<https://www.youtube.com/watch?v=XjJQBjWYDTs>



The screenshot shows the Facebook page for 'Always Health/Beauty'. The page features a header image with three young women and the text 'Lead #LIKEAGIRL', 'Throw #LIKEAGIRL', and 'Swing #LIKEAGIRL'. A quote on the right reads: 'You are incredible. You are unstoppable. And you do things #LikeAGirl. Rewrite the Rules.' Below the header, the page shows 402,897 likes and a post from June 27th asking 'What does it mean to do things #LikeAGirl? We asked a group of people just that, and their answers may surprise you.' The video thumbnail for the post shows a young girl holding a baseball bat.



Marketing metrics

Διεργασία κοινωνικού marketing	Μέτρηση
Απόκτηση κοινού (εμφανίσεις)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των ανθρώπων που παρακολουθούν τις σελίδες των προϊόντων μας στο Facebook και πληρωμένες διαφημίσεις• Το ποσοστό των ατόμων που αφού παρακολουθήσουν το περιεχόμενό μας γίνονται οπαδοί μέσω Like ή σχολίων• Ο ρυθμός εμφανίσεων σε οπαδούς.
Συμμετοχή (ρυθμός συζήτησης)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των αναρτήσεων, σχολίων και αποκρίσεων• Ο αριθμός των απόψεων για το περιεχόμενο της εταιρικής σελίδας• Ο αριθμός των like ανά επισκέπτη• Ο αριθμός των χρηστών που ανταποκρίθηκαν σε παιχνίδια, διαγωνισμούς και κουπόνια (συμμετοχή)• Η διάρκεια παραμονής κατά μέσο όρο των επισκεπτών στη σελίδα μας. Το ποσοστό των like ανά ανάρτηση ή άλλο περιεχόμενο (ποσοστά επιδοκιμασίας)
Ενίσχυση (απήχηση)	<ul style="list-style-type: none">• Το ποσοστό των like, κοινοποιήσεων ή αναρτήσεων σε άλλες δικτυακές τοποθεσίες
Κοινότητα	<ul style="list-style-type: none">• Τα μηνιαία ποσοστά αλληλεπίδρασης με το περιεχόμενό σας (π.χ. το μηνιαίο σύνολο αναρτήσεων, σχολίων και δράσεων στην εταιρική μας σελίδα στο Facebook)• Η κατά μέσο όρο μηνιαία διάρκεια που περνούν στη σελίδα μας όλοι οι οπαδοί. Το ποσοστό θετικών ή αρνητικών σχολίων
Ισχύς εμπορικού σήματος/ πωλήσεις	<ul style="list-style-type: none">• Το ποσοστό (ή τα έσοδα) των ηλεκτρονικών σας πωλήσεων που προέρχονται από συνδέσμους μέσω Facebook σε σύγκριση με άλλες πλατφόρμες όπως τα e-mail, οι μηχανές αναζήτησης και οι διαφημίσεις προβολής• Το ποσοστό των αγορών από πελάτες μέσω Facebook σε σύγκριση με πελάτες που προέρχονται από αλλού (ποσοστό μετατροπής)• Το ποσοστό μετατροπής των φίλων των οπαδών

Δραστηριότητα 1

- Αναφερθείτε και σε άλλες επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες στο Facebook.





twitter





twitter

Βασικά χαρακτηριστικά

- ✓ Tweet
- ✓ Ακόλουθοι
- ✓ Μήνυμα
- ✓ Hashtag #<λέξη>
- ✓ Αναφορά @<username>
- ✓ Moments (Highlight tweets)
- ✓ Απάντηση
- ✓ Χρονολόγιο
- ✓ Retweet
- ✓ Σύνδεσμοι

Notifications

All Mentions Verified

Christelle @christellemacri · 24m
Want to leverage social selling and boost your results? Discover 4 social selling tools that can help you boost your lead generation: buff.ly/2ld3d3L via @lilachbullock #businesstips

LILACH BULLOCK
Build Strategies, Build Processes, Build Your Business

4 social selling tools to skyrocket your social media lead generation

www.lilachbullock.com

Tracy Singleton @TracyLSingleton · 29m
To get your message across to your audience and achieve your goals, you first need a social media plan.





twitter

Fact Sheet

- Τα κλικ συνδέσμου αντιπροσωπεύουν το 92% της αλληλεπίδρασης των χρηστών με Tweets. (HubSpot, 2018)
- Το 72% των ακόλουθων επωνυμιών είναι πιθανό να αγοράσουν στο μέλλον. (SiteFX, 2018)
- 78% των ατόμων που παραπονούνται σε μια εταιρεία μέσω Twitter περιμένουν απάντηση εντός μίας ώρας. (Lithium, 2018)
- Υπάρχουν συνολικά 1.3 δις λογαριασμοί Twitter, αλλά μόνο 328 εκατομμύρια είναι ενεργοί. (BusinessInsider, 2018)
- Η τελευταία μελέτη της Locowise διαπίστωσε ότι η προσθήκη hashtag δεν είχε καμία επίδραση στα ποσοστά αφοσίωσης, στην πραγματικότητα τα Tweets χωρίς hashtag ξεπέρασαν τα Tweets με hashtag. (Adweek, 2018)
- Τα προωθημένα Tweets αυξάνουν τις πωλήσεις εκτός σύνδεσης κατά 29%. (SiteFX, 2018)
- Το 47% των εμπόρων συμφώνησαν ότι το Twitter ήταν το καλύτερο κανάλι κοινωνικών μέσων ως προς την αφοσίωση των πελατών. (Sproutsocial, 2018)
- Σύμφωνα με το EMarketer, σχεδόν το 66% των επιχειρήσεων που έχουν 100 ή περισσότερους υπαλλήλους έχουν Twitter και το ποσοστό αναμένεται να αυξηθεί το 2018. (Zerphoria, 2018)
- 77% των χρηστών του Twitter αισθάνεται καλύτερα για μια εταιρεία όταν απαντά στο Tweet τους. (SiteFX, 2018)
- Εταιρείες που χρησιμοποιούν Twitter για την εξυπηρέτηση πελατών είδαν αύξηση της ικανοποίησης των πελατών κατά 19%. (SiteFX, 2018)





twitter

Εργαλεία marketing

- Προωθούμενα tweet
- Προωθούμενες τάσεις
- Προωθούμενοι λογαριασμοί
- Ενίσχυση σελίδων προφίλ
- Ενίσχυση
- Προωθούμενο βίντεο
- Επαναστόχευση τηλεοπτικής διαφήμισης
- Κάρτα δημιουργίας προφίλ υποψήφιων πελατών
- Εν κινήσει διαφημίσεις





Έναρξη εκστρατείας marketing

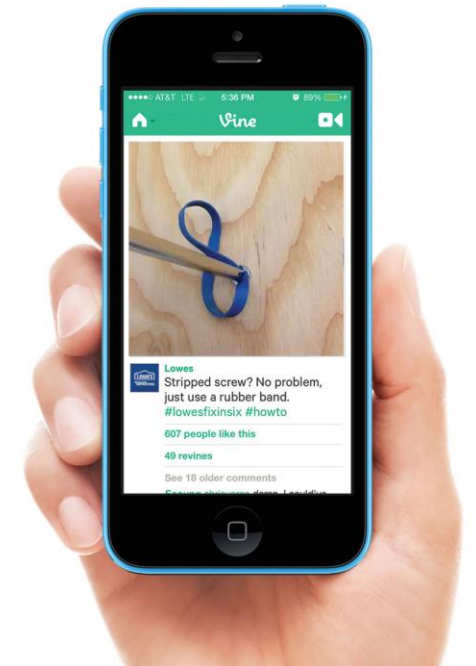
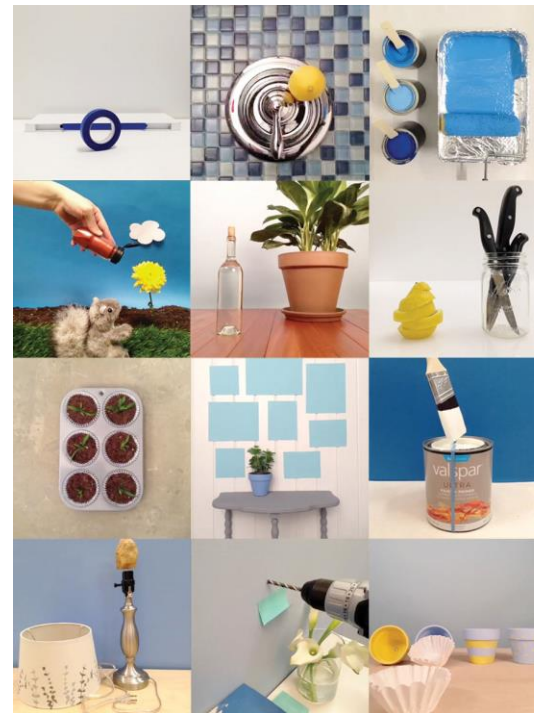
1. Δημιουργήστε έναν λογαριασμό στο Twitter. Αρχίστε να ακολουθείτε άλλους που σας ενδιαφέρουν ή συζητήσεις που θέλετε να συμμετέχετε με #<θέμα>. Σιγά σιγά θα γίνεστε γνωστοί όσο κάνετε tweets και retweets και ενθαρρύνετε ανοικτές συζητήσεις.
2. Αξιοποιήστε ένα προωθούμενο tweet (pay-per-click) για τη διαφήμισή σας ώστε να πετύχετε την καλύτερη στόχευση κοινού. Οδηγήστε τους χρήστες στην ηλεκτρονική τοποθεσία σας και προσφέρετέ τους ένα κουπόνι ή έκπτωση.
3. Το κόστος Προωθούμενων Τάσεων μπορεί να αγγίξει τα 200.000\$ αλλά επιτρέπει τον γεωγραφικό εντοπισμό και υπόσχεται πολλά αν το αντικείμενό σας ενδιαφέρει το ευρύ κοινό.
4. Η επαναστόχευση τηλεοπτικών spot μέσω του Twitter ενισχύει το brandname και μπορεί να οδηγήσει τα άτομα στο site της εταιρείας.
5. Οι κάρτες δημιουργίες προφίλ υποψηφίων πελατών μπορούν να χρησιμοποιηθούν από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αν πουλάτε κάτι τοπικά μπορείτε να δώσετε μια προσφορά και να δημιουργήσετε μια κάρτα δημιουργίας υποψήφίων πελατών όπου θα προσδιορίσετε τη γεωγραφική θέση της επιχείρησής σας.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Lowe's

- Η εκστρατεία Fix in Six χρησιμοποίησε βίντεο έξι δευτερολέπτων με συμβουλές για ανακαινίσεις.



LOWE'S

<https://www.youtube.com/watch?v=N3bFr97PI6M>





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: SAMSUNG

- Οι χρήστες του Samsung Galaxy θα μπορούσαν να επαναφορτίσουν τα τηλέφωνα τους ως εξής: έστειλαν το tweet #PowerOn στο φεστιβάλ SXSW και ένας ταχυμεταφορέας της Samsung θα παρέδιδε με το ποδήλατό του μία νέα μπαταρία στη συγκεκριμένη τοποθεσία.



SAMSUNG





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: NFL

- Προώθησε την αναπαραγωγή συνεχούς ροής παιχνιδιών του NFL σε συσκευές Verizon χρησιμοποιώντας την εκστρατεία #FOMOF (Fear Of Missing Out on Football)





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Netflix

- Χρησιμοποίησε το hashtag #BeLikeDerek για να προωθήσει τη νέα εκπομπή του, Derek.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Bravo TV

- Χρησιμοποίησε μία εκστρατεία κοινωνικής ψηφοφορίας στο Twitter για τη νέα εκπομπή μαγειρικής Top Chef, μέσω της οποίας θα αναδεικνυόταν ο τελικός ανταγωνιστής στο φινάλε της εκπομπής στη δέκατη σαιζόν.





Marketing metrics

Διεργασία κοινωνικού marketing	Μέτρηση
Απόκτηση κοινού (εμφανίσεις)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των ατόμων που εκτίθενται στα προωθούμενα tweets, τάσεις κλπ• Ο αριθμός των ακολούθων και της μηνιαίας αύξησής τους
Συμμετοχή (ρυθμός συζήτησης)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των σχολίων, αποκρίσεων, προώθησης των tweets• Ο αριθμός των επισκέψεων στο περιεχόμενο της εταιρικής σελίδας. Ο αριθμός των χρηστών που ανταποκρίθηκαν σε παιχνίδια, διαγωνισμούς και κουπόνια (συμμετοχή)• Τα λεπτά που παρέμειναν κατά μέσο όρο οι ακόλουθοι στη σελίδα σας (διάρκεια)
Ενίσχυση (απήχηση)	<ul style="list-style-type: none">• Τα ποσοστά στα οποία οι χρήστες προωθούν ή κοινοποιούν τα tweets τους
Κοινότητα	<ul style="list-style-type: none">• Το μηνιαίο ποσοστό αλληλεπίδρασης (πχ το μηνιαίο σύνολο των σχολίων και αποκρίσεων και οι προωθήσεις μέσω tweet του περιεχομένου σας)• Τα λεπτά που περνούν μηνιαίως στο site σας οι ακόλουθοι. Η αναλογία θετικών – αρνητικών σχολίων.
Ενίσχυση εμπορικού σήματος (πωλήσεις)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των υποψηφίων πελατών (άτομα που εγγράφονται για ειδήσεις ή περιεχόμενο)• Αναλογία επισκέπτη/υποψήφιου πελάτη για σύγκριση εκστρατειών• Το ποσοστό ηλεκτρονικών πωλήσεων που προέρχονται από συνδέσμους στο Twitter σε σύγκριση με άλλες πλατφόρμες, όπως e-mail, μηχανές αναζήτησης και διαφημίσεις προβολής.• Το ποσοστό αγορών μέσω Twitter σε σύγκριση με άλλες πηγές πελατών (ποσοστό μετατροπής)

Δραστηριότητα 2

- Αναφερθείτε και σε άλλες επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες στο Twitter.





Instagram

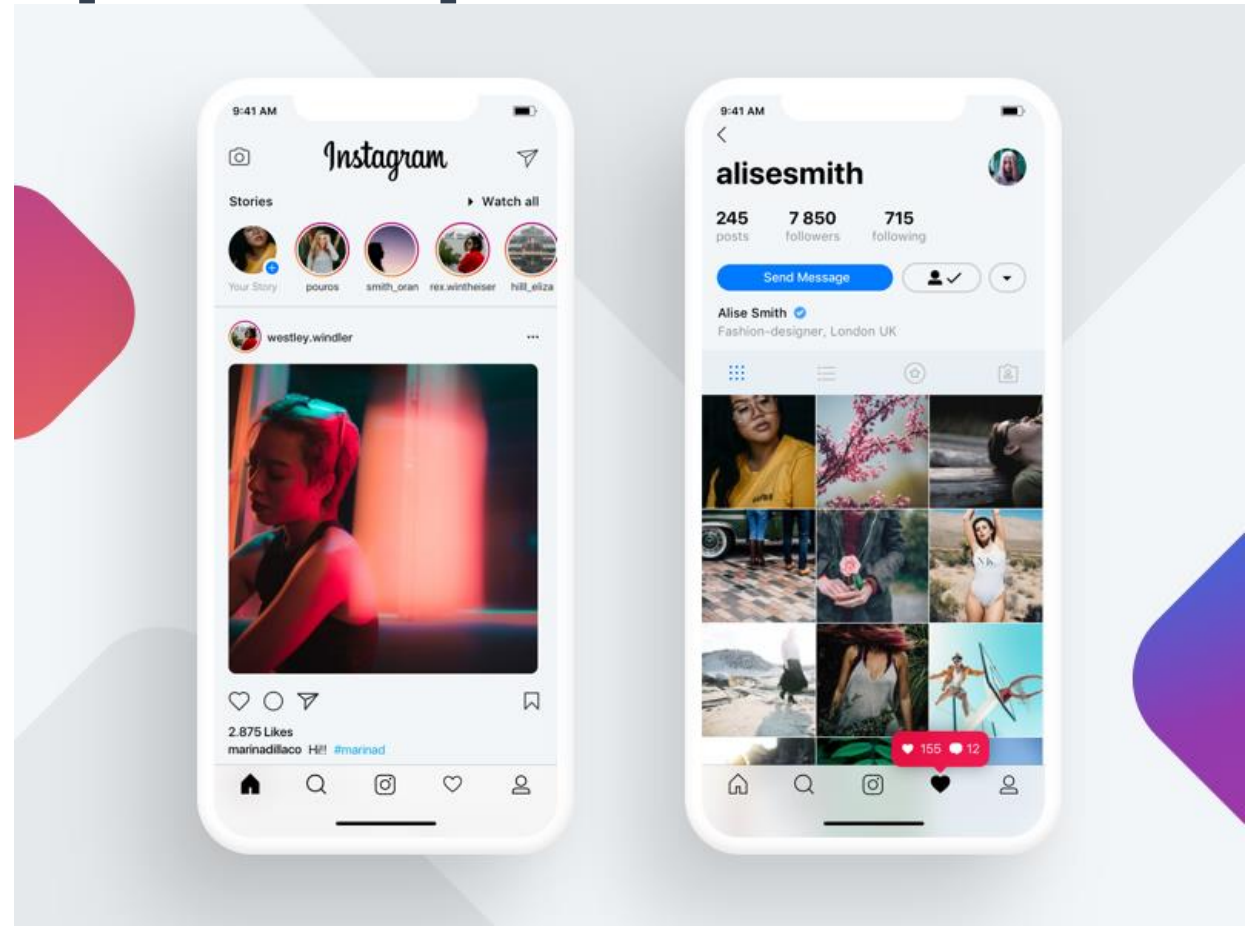




Βασικά χαρακτηριστικά

Instagram

- ✓ Φίλτρα
- ✓ Δημοσιεύσεις βίντεο
- ✓ Ιστορίες Instagram
- ✓ Στιγμιότυπα ιστοριών
- ✓ Βίντεο ιστοριών Instagram
- ✓ Instagram Live
- ✓ Φίλτρα AR (φίλτρα επαυξημένης πραγματικότητας)
- ✓ IGTV (νέο κανάλι για τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν το ενδιαφέρον τους και να αυξήσουν την αφοσίωσή του κοινού τους)
- ✓ Αυτοκόλλητα και κουίζ



https://www.youtube.com/watch?v=a0qrvLKtu6Y&feature=emb_logo

<https://influencermarketinghub.com/instagram-features/>





Fact Sheet

Instagram

- Οι κορυφαίες μάρκες στο Instagram βλέπουν ποσοστό ανάληψης ανά ακόλουθο 4.21% που είναι 58 φορές υψηλότερο από το Facebook και 120 φορές υψηλότερο από ό, τι στο Twitter. (Hootsuite, 2018)
- Το 70% των πιο συχνά χρησιμοποιούμενων hashtag είναι επώνυμα. (Brandwatch, 2017)
- Οι μάρκες μέσων είναι οι πιο ενεργές, ενώ οι επιχειρηματικές υπηρεσίες, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και τα καταναλωτικά αγαθά που κινούνται γρήγορα έχουν το χαμηλότερο ποσοστό επωνυμιών που αντιπροσωπεύονται στο Instagram. (Simply Measured, 2018)
- Το 50% των Instagrammers ακολουθούν επωνυμίες, καθιστώντας τα κοινωνικά δίκτυα που είναι πιθανότερο να το κάνουν. (Brandwatch, 2017)
- Οι συγκρίσεις των φύλων δείχνουν ότι οι διαδικτυακές γυναίκες έχουν 38% περισσότερες πιθανότητες να χρησιμοποιούν το Instagram έναντι των ανδρών (26%). (Sproutsocial, 2018)
- Το 90% των χρηστών του Instagram είναι νεότεροι από 35. (Science Daily, 2018)
- Προϊόντα όπου οι κορυφαίοι τύποι περιεχομένου για τις κορυφαίες 200 παγκόσμιες μάρκες όσον αφορά την αφοσίωση, στο 60% το 2015 ξεπέρασαν την κατηγορία τρόπου ζωής κατά περισσότερο από 20%. (Hootsuite, 2018)
- Οι αναρτήσεις με ετικέτα με άλλο χρήστη (56%) ή τοποθεσία (79%) έχουν σημαντικά υψηλότερα ποσοστά αφοσίωσης. (Απλά μετρημένο, 2018)
- Περίπου το 25% των διαφημίσεων Instagram είναι μεμονωμένα βίντεο. (Sproutsocial, 2018)
- Το 96% των αμερικανικών εμπορικών σημάτων δραστηριοποιούνται στο Instagram. (Brandwatch, 2017)
- Αν κοιτάξουμε μόνο τις κορυφαίες 100 μάρκες στον κόσμο, το 90% έχει λογαριασμό Instagram. (Brandwatch, 2017)





Έναρξη εκστρατείας marketing

1. Ξεκινήστε με ένα συναρπαστικό προφίλ Instagram
2. Δημιουργήστε ένα ελκυστικό βιογραφικό
3. Κάντε σύνδεσμο προς τον ιστότοπό σας
4. Διευκολύνετε την εύρεση της επιχείρησής σας επισημαίνοντας την τοποθεσία σας
5. Δημιουργήστε μια αισθητική ροής Instagram
6. Σεβαστείτε την ταυτότητα της επωνυμίας σας
7. Εστίαση στο κοινό-στόχο
8. Μείνετε συνεπείς
9. Ερευνήστε τις στρατηγικές των ανταγωνιστών σας
10. Γίνετε δημιουργικοί με τα στιγμιότυπα Instagram
11. Χρησιμοποιήστε στρατηγικά hashtag
12. Δημιουργήστε εκπληκτικές ιστορίες Instagram
13. Αποκτήστε τη συμβολή του κοινού σας με δημοσκοπήσεις
14. Αναπτύξτε μια αφοσιωμένη κοινότητα
15. Συνεργαστείτε με influencers που συνδέονται με το brandname σας
16. Λάβετε υπόψη τις πιο ενδιαφέρουσες αναρτήσεις σας στο Instagram





Εργαλεία marketing

Instagram

- Shoppable posts
- Instagram Stories product stickers
- Checkout
- Shoppable AR filters
- Instagram Shop
- a clickable link in bio
- κ.α.

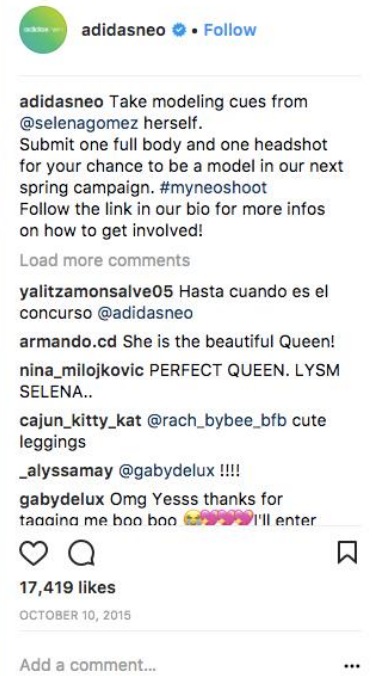
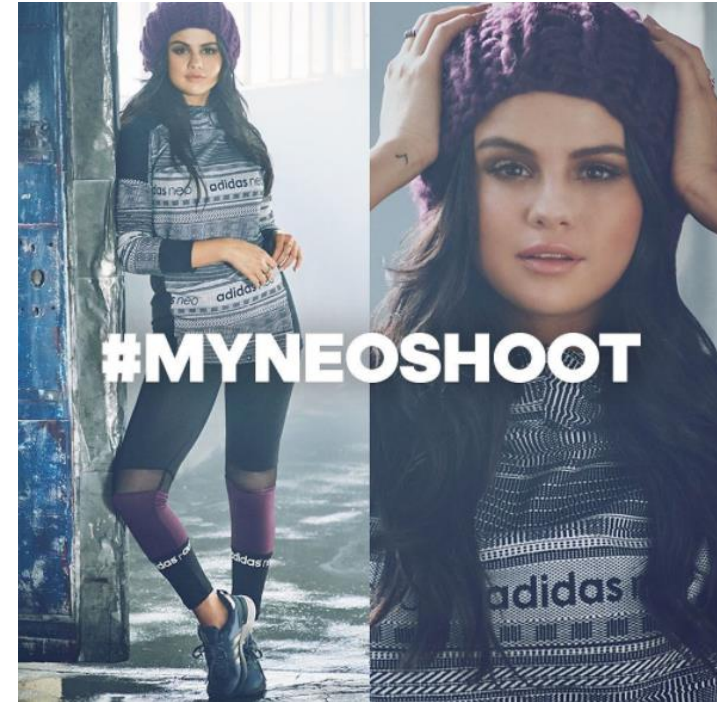




Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Adidas

- Το Adidas Neo είναι ένα νέο τμήμα προϊόντων που στοχεύουν στη νεολαία, δημιουργώντας μια καμπάνια Instagram που εκτελείται αποκλειστικά από χρήστες κοινωνικών μέσων και influencers με το hashtag **#MyNeoShoot** **ADIDAS**

#MYNEOSHOOT INSTAGRAM CASE STUDY





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Airbnb

- Η Airbnb δημιούργησε χορηγικό περιεχόμενο με την Lady Gaga, τον Justin Bieber, την Kim Kardashian και άλλες διασημότητες για να επιτύχει τεράστια προώθηση του brand στο Instagram **AIRBNB'S CELEBRITY-FOCUSED INSTAGRAM MARKETING STRATEGY**





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Getty

- Η ομάδα ψηφιακού μάρκετινγκ του Μουσείου Getty εκμεταλλεύτηκε το περιεχόμενο που δημιουργήθηκε από τους χρήστες κατά την καραντίνα στο πλαίσιο της τάσης #betweenartandquarantine και μετέτρεψε επιδέξια την τάση σε καμπάνια experimental marketing.
- <https://blogs.getty.edu/iris/getty-artworks-recreated-with-household-items-by-creative-geniuses-the-world-over/>
- <https://www.nytimes.com/2020/04/16/style/art-recreation-challenge-coronavirus.html>





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες

- <https://mediakix.com/blog/instagram-case-studies-top-brands-campaigns-examples/>





Influencers

Instagram

- <https://www.youtube.com/watch?v=wBrCO11EG84>





<https://later.com/blog/instagram-metrics-to-track/>

<https://www.socialinsider.io/blog/social-media-reporting-tools/>

Marketing metrics

Διεργασία κοινωνικού marketing

Μέτρηση

Προσέγγιση κοινού (reach)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των μοναδικών λογαριασμών που έχουν δει την ανάρτησή σας και πόση απήχηση και αξία κερδίζετε
Εντυπώσεις (impressions)	<ul style="list-style-type: none">• Ο συνολικός αριθμός των φορών που ένα post εθεάθη
Αποθηκεύσεις (saves)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των post που σώζονται από τους χρήστες για να θεαθούν αργότερα
Ποσοστό αφοσίωσης (engagement rate)	<ul style="list-style-type: none">• Πόσο καλά ανταποκρίνεται το κοινό σας στο περιεχόμενό σας, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο οι ακόλουθοί σας σχολιάζουν, συμπαθούν, αποθηκεύουν και μοιράζονται το περιεχόμενό σας, που προκύπτει από την % αναλογία του συνολικού αριθμού likes και των σχολίων προς τον αριθμό των ακολούθων σας και, στη συνέχεια.
Θέαση ιστοριών (Instagram Stories views)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των προβολών των Instagram Stories σας, το πάτημα προς τα εμπρός και το πάτημα πίσω, θα σας αποκαλύψει την πραγματική τους απήχηση.• Ο αριθμός των απαντήσεων, των εμφανίσεων και της πλοήγησης που παρατηρείται σε κάθε μεμονωμένη ιστορία που δημοσιεύεται στο Instagram.<ul style="list-style-type: none">• Ποσοστό παρακολούθησης = Αριθμός προβολών τελικής ιστορίας / Αριθμός προβολών πρώτης ιστορίας• Ποσοστό πτώσης = Αριθμός προβολών πρώτης ιστορίας / Αριθμός προβολών τελικής ιστορίας x 100• Ποσοστό ολοκλήρωσης = Αριθμός εμφανίσεων - αριθμός εξόδων / Εμφανίσεις
Βέλτιστος χρόνος αναρτήσεων	<ul style="list-style-type: none">• Παρακολούθηση της συμπεριφοράς των χρηστών ώστε το post σας να τους βρίσκει ... ξύπνιους https://later.com/blog/best-time-to-post-on-instagram/
Ανάπτυξη (growth)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των “followed” posts καθημερινά ως δείκτης του ποιου είδους post αναπτύσσουν το κοινό σας• Ο αριθμός των “unfollowed” posts καθημερινά ως δείκτης του ποιου είδους post διώχνουν το κοινό σας
Κίνηση (traffic)	<ul style="list-style-type: none">• Πόσα κλικ στο site σας προκαλούνται από κάθε ιστορία ή από το link στο bio

Δραστηριότητα 3

- Αναφερθείτε και σε άλλες επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες στο Instagram.





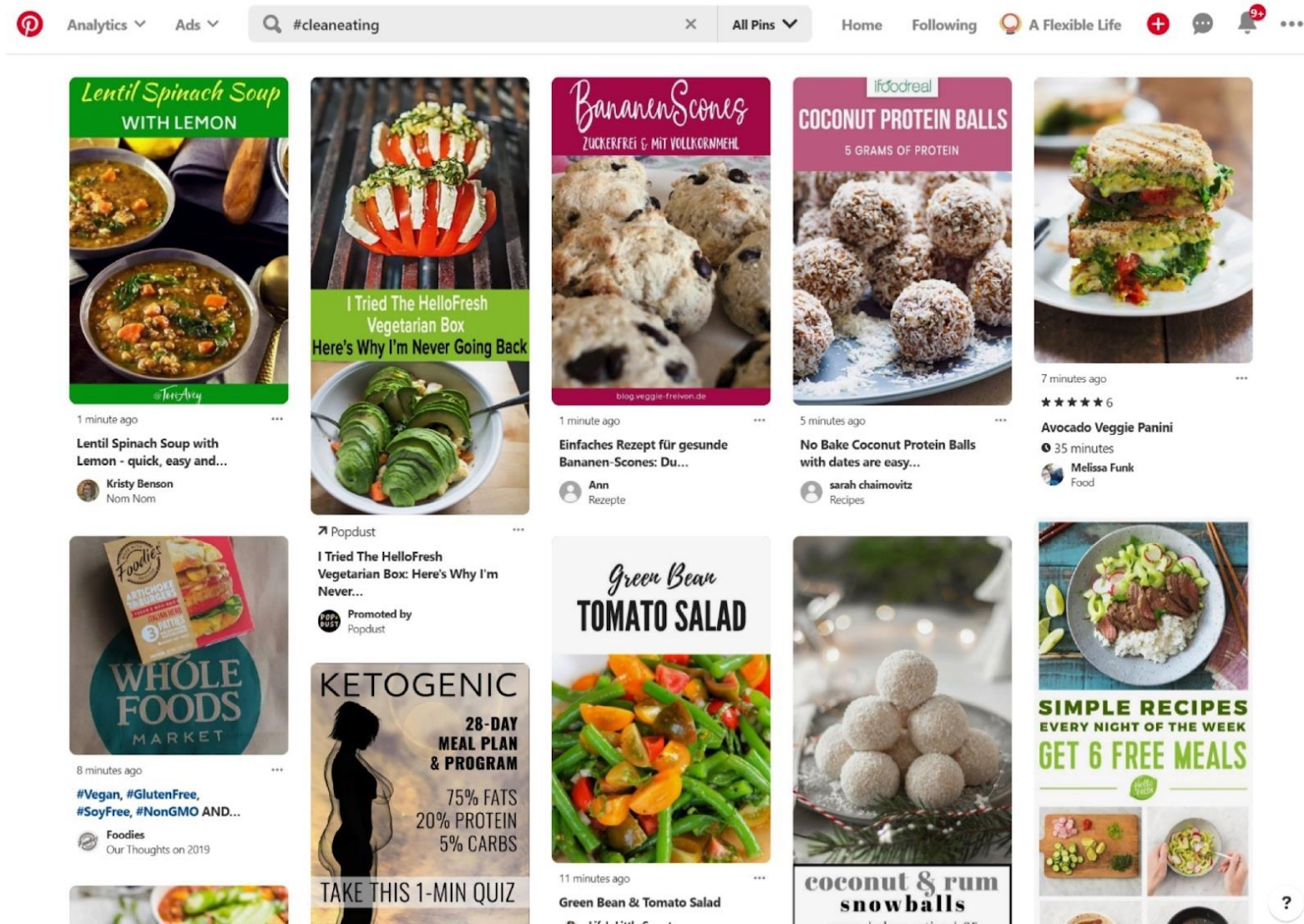
Pinterest





Βασικά χαρακτηριστικά

- ✓ Pin
- ✓ Board
- ✓ Repin
- ✓ Hashtag και λέξεις κλειδιά
- ✓ Share
- ✓ Image hover (widget για αυτόματη ανίχνευση pins από το browser)
- ✓ Embed (κώδικας για αυτόματη ενσωμάτωση εικόνων σε site, blogs κλπ)
- ✓ Me+ contributors (οι άλλοι συνεισφέρουν στους πίνακές σας)
- ✓ Follow
- ✓ Number of Pins and Followers
- ✓ Σύνδεσμοι προς site και user
- ✓ Εμφάνιση τιμής (όταν το ποντίκι αιωρείται πάνω από τη φωτογραφία ενός προϊόντος)
- ✓ Ενοποίηση με Facebook και Twitter
- ✓ Κουμπί Pin it σε προγράμματα περιήγησης
- ✓ Εφαρμογές για smartphone και tablet
- ✓ Widget για καρφίτσωμα εικόνων από το site σας





Fact Sheet

- 50% + Pinner ζουν εκτός ΗΠΑ
- 144,5 εκατ. άνθρωποι μπορούν να προσεγγιστούν μέσω Pinterest
- Το 90% των εβδομαδιαίων Pinner λαμβάνουν αποφάσεις αγοράς στο Pinterest
- Το 77% των εβδομαδιαίων Pinner ανακάλυψαν μια νέα μάρκα ή προϊόν στο Pinterest
- Το 98% αναφέρει ότι δοκιμάζει νέα πράγματα που βρίσκουν στο Pinterest
- 439 εκατ. pins αποθηκεύονται κάθε χρόνο για την Ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου και 183 εκατ. κατά την Πρωτοχρονιά
- Το 97% των αναζητήσεων στο Pinterest είναι χωρίς επωνυμία.
- Η Pinterest είπε ότι το 85% των Pinner χρησιμοποιούν την εφαρμογή για κινητά.
- Εννέα στους δέκα Pinner περιέγραψαν το Pinterest θετικότερα
- Τα δύο τρίτα των καρφίτσών αντιπροσωπεύουν μάρκες και προϊόντα
- Η πιο δημοφιλής κατηγορία στο Pinterest είναι το Food & Drink, ακολουθούμενο από διακόσμηση σπιτιού
- Ο μέσος χρήστης του Pinterest κάνει 8 αναζητήσεις ανά μήνα
- Το 50% πραγματοποίησε μια αγορά αφού είδε μια καρφίτσα προώθησης
- Οι καρφίτσες που δείχνουν ότι κάποιος χρησιμοποιεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία είναι 67% πιο πιθανό να αυξήσουν τις πωλήσεις εκτός σύνδεσης
- Οι καρφίτσες που προωθούν μια ειδική πώληση ή προσφορά δημιουργούν 61% υψηλότερη αύξηση μετατροπών μέσω email
- 85% χρήστες Pinterest χρησιμοποιούν τον ιστότοπο όταν θέλουν να ξεκινήσουν ένα νέο έργο
- 64% χρήστες Pinterest περιέγραψαν την πλατφόρμα ως ένα μέρος για να βρουν ιδέες, προϊόντα ή υπηρεσίες που μπορούν να εμπιστευτούν
- Το 47% των χρηστών κοινωνικών μέσων είδε το Pinterest ως την πλατφόρμα για ανακάλυψη και αγορές προϊόντων
- Ο μέσος αριθμός μηνιαίων αναζητήσεων στο Pinterest είναι 2 δισεκατομμύρια
- Το Pinterest είναι μία από τις κορυφαίες 10 σχετικές μάρκες στις ΗΠΑ
- Το 98% των Pinner αναφέρουν ότι δοκιμάζουν νέα πράγματα που βρίσκουν στο Pinterest





Εργαλεία marketing

1. Rich Pins
2. Προωθούμενο Pin
3. Κινηματογραφικό Pin
4. Εξαγοράσιμα Pin
5. Προωθούμενο βίντεο
6. Pin it ή follow στο site σας (widget)
7. Pin φωτογραφίας ως διαφήμιση προβολής
8. Εταιρική σελίδα
9. Δημιουργία θεματικών πινάκων που μεταφέρουν το εταιρικό σας μήνυμα
10. Σύνδεσμοι URL σε καταστήματα
11. Ενσωμάτωση σε άλλες κοινωνικές ιστοσελίδες
12. Δίκτυο χρηστών, ακολούθων και άλλων





Έναρξη εκστρατείας marketing

1. Δημιουργήστε μια εταιρική σελίδα στο Pinterest και αρχίστε να καρφίτσώνετε φωτογραφίες των προϊόντων σας. Σταδιακά αναπτύσσετε και τροποποιείτε τον πίνακά σας σε σχέση και με τους ανταγωνιστές σας.
2. Δημιουργήστε πίνακες που να παρουσιάζουν διαφορετικούς τρόπους ζωής ή τη μόδα αφού είναι ένα site ψυχαγωγίας και προώθησης brands και όχι αγοραπωλησίας προϊόντων.
3. Χρησιμοποιήστε συνδέσμους με λέξεις-κλειδιά και hashtags που να οδηγούν στο site σας για περαιτέρω μελέτη και αγορά του προϊόντος σας.
4. Χρησιμοποιήστε τα Rich Pins του Pinterest ειδικά σε κλάδους όπως διατροφή, λιανεμπόριο, διανομής ταινιών κοκ αν θέλετε να κάνετε προσφορά γνωριμίας.
5. Χρησιμοποιήστε τα Pin it κουμπιά στο site ή σε Facebook, Twitter ή αλλού για να παρακινηθούν κι άλλοι χρήστες να δημοσιεύσουν τις φωτογραφίες των προϊόντων σας.
6. Ενοποιήστε Facebook και Twitter έτσι ώστε να δημοσιεύονται οι πίνακές σας χωρίς έξοδο από τα μέσα αυτά.
7. Να είστε κοινωνικοί, λαμβάνοντας μέρος σε συζητήσεις και ακολουθώντας άλλους δημιουργούς.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: HONDA

- Παρείχε από 500\$ σε 5 χρήστες μεγάλης επιρροής που θα έπαιρναν ένα #Pintermission για να κάνουν κάποια δραστηριότητα με κάποιο προϊόν της εταιρείας που είχαν κάνει Pin, έτσι προωθούταν η εικόνα το CR-V.



HONDA

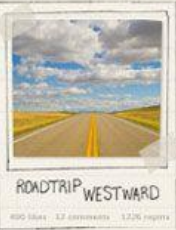
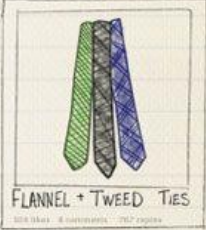
JONATHAN LO, YOU DESERVE A

PINTERMISSION

WE WANT TO BRING YOUR PINS TO LIFE BY OFFERING YOU A PINTERMISSION:



A 24 HOUR PINNING BREAK TO DO SOME STUFF YOU'VE BEEN PINNING ABOUT.

IF YOU'RE IN, WE'LL GIVE YOU \$500

TOWARDS THAT →  OR MAYBE THAT → 

THAT'S IT. NO STRINGS. LET US KNOW WHAT YOU DID!
#PINTERMISSION

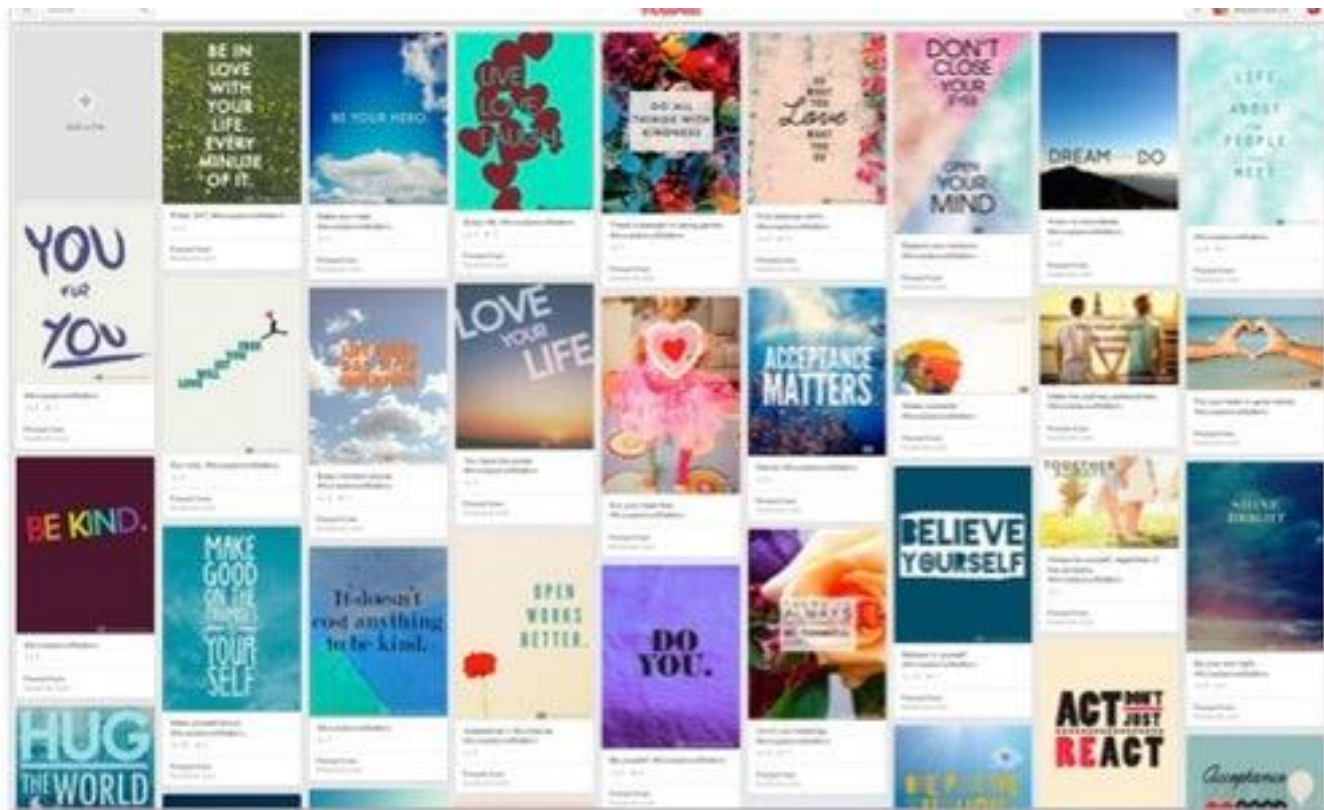
NOW GO HAVE SOME FUN!

Your friend,
the ALL-NEW CR-V  



Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Mastercard

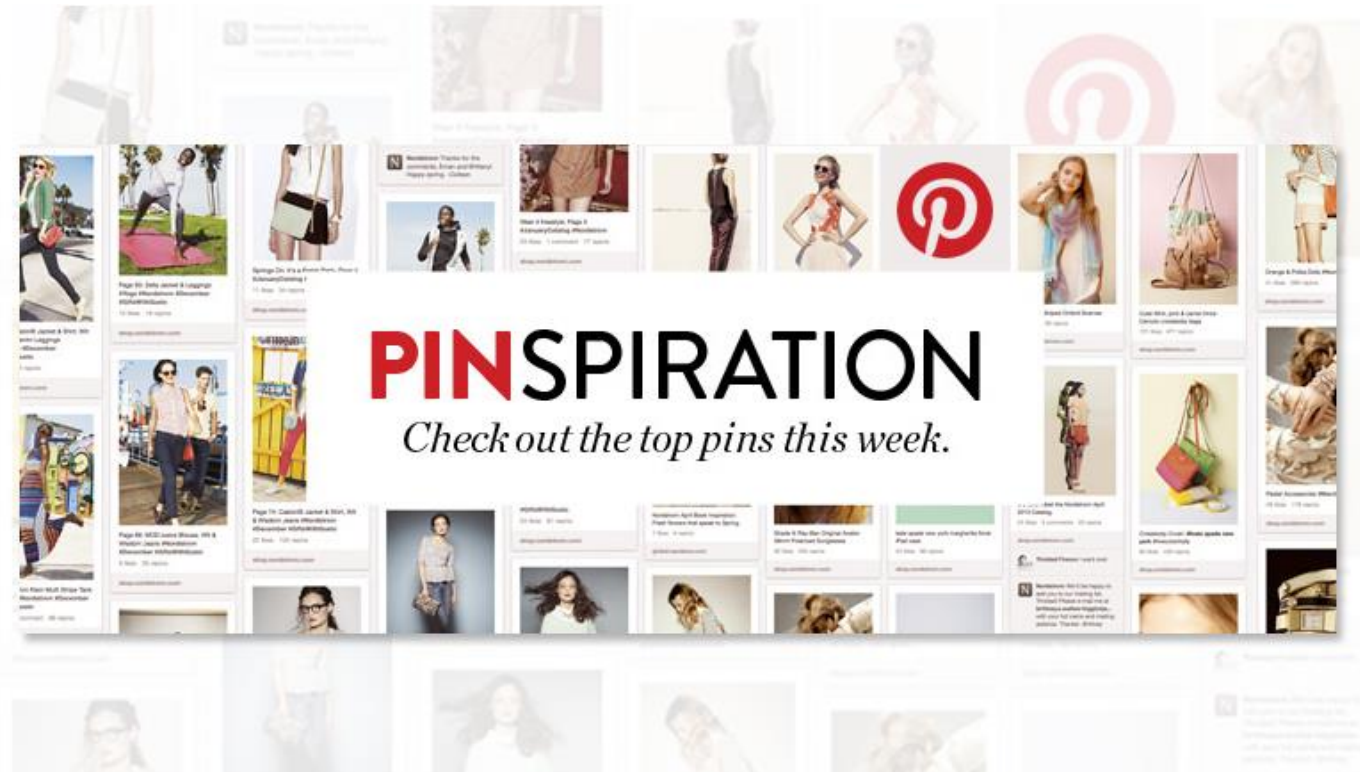
- Μέσω του #acceptancematters προώθησε την ανοχή και την αποδοχή άλλων ατόμων, διευρύνοντας την προσέλκυση της πιστωτικής της κάρτας.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Nordstrom

- Χρησιμοποίησε ταμπέλες καταστημάτων που απεικονίζουν προϊόντα με τη μεγαλύτερη απήχηση στο Pinterest. Έχει περισσότερους followers στο Pinterest από ότι στο Facebook και Twitter.





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: Blue Apron

- Υπηρεσία συνδρομητών για παράδοση φαγητού που δημοσιεύει τις πιο δημοφιλείς συνταγές της σε διαφορετικούς πίνακες. Υψηλής ποιότητας ενδιαφέρουσες φωτογραφίες ενισχύουν τη συμμετοχή.



Blue Apron ✓

blueapron.com · @blueapron · Incredible home cooking, delivered right to your door. Show us how you cook with #letsblueapron! #blueapron 📍 BAW, Inc. 🍷

56k followers · 1k following

617.6k monthly viewers

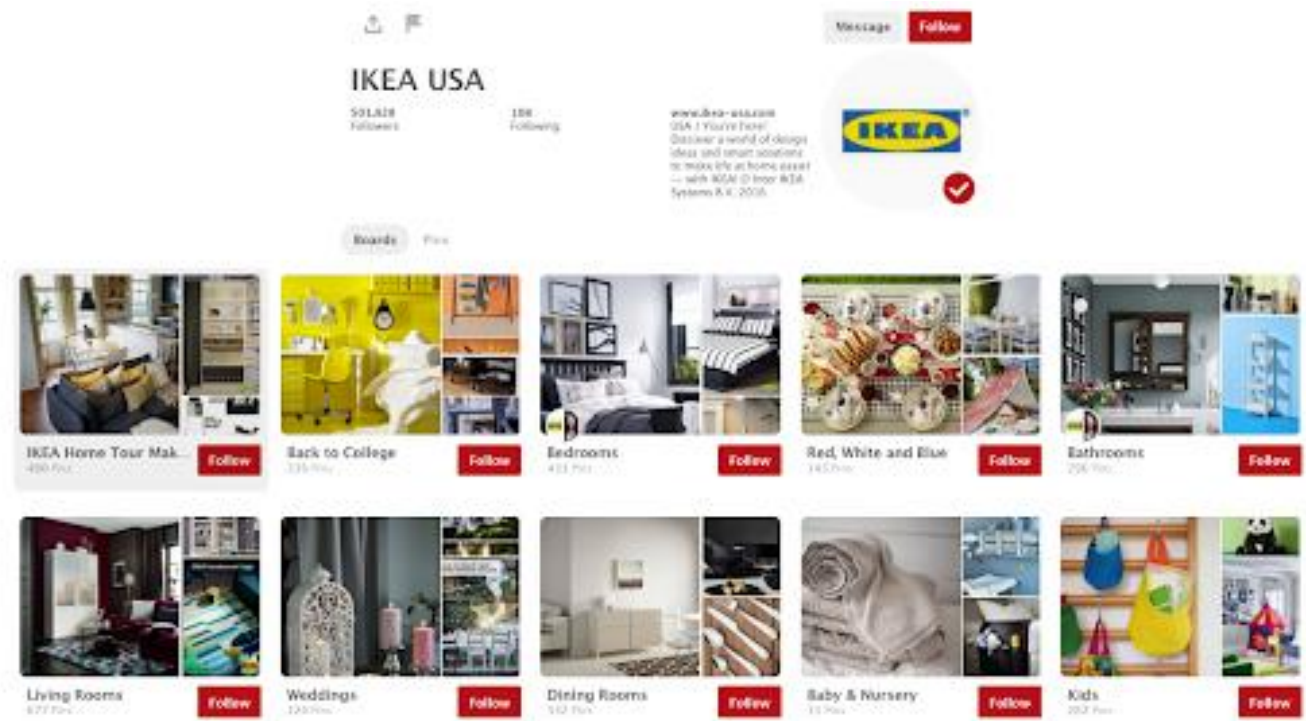
Follow





Επιλεγμένες εμπορικές εκστρατείες: ΙΚΕΑ

- Η ΙΚΕΑ ανίχνευσε νέο κοινό στόχο τους φοιτητές λαμβάνοντας υπόψη ότι 50% των Millennials χρησιμοποιούν το Pinterest, άρχισαν να προωθούν την κυκλοφορία στον ιστότοπό τους, εστιάζοντας σε έπιπλα και αξεσουάρ που είναι φιλικά προς τους κοιτώνες, καθώς και ιδέες σχεδιασμού για μικρού χώρους. Χρησιμοποίησαν καρφίτσες που προωθούνται και λέξεις-κλειδιά όπως "ιδέες dorm" και "οργάνωση dorm room". Ως αποτέλεσμα, το click2site αυξήθηκε κατά 72%.





Marketing metrics

Διεργασία κοινωνικού marketing	Μέτρηση
Απόκτηση κοινού (εμφανίσεις)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των ατόμων που βλέπουν τις δημοσιεύσεις σας• Ο αριθμός των οπαδών και τα ποσοστά αύξησης• Ο αριθμός των ατόμων που έχουν δημοσιεύσει φωτογραφίες των εταιρικών σας προϊόντων• Τα ποσοστά όλων όσοι βλέπουν τις δημοσιεύσεις σας και με τη σειρά τους τις αναδημοσιεύουν σε άλλους πίνακες
Συμμετοχή (ποσοστό μετατροπής)	<ul style="list-style-type: none">• Ο αριθμός των δημοσιεύσεων, σχολίων και αποκρίσεων στο Brandname σας ή στις δημοσιεύσεις σας στο Pinterest• Ο αριθμός των χρηστών που αποκρίνονται σε παιχνίδια, διαγωνισμούς και κουπόνια (συμμετοχή)• Τα πόσα λεπτά παραμένουν κατά μέσο όρο οι οπαδοί στις εταιρικές ή εμπορικές σας σελίδες (διάρκεια)• Το ποσοστό των δημοσιεύσεων ανά ανάρτηση ή άλλο περιεχόμενο (ποσοστά επιδοκιμασίας)
Ενίσχυση	<ul style="list-style-type: none">• Το ποσοστό που οι οπαδοί σας κοινοποιούν τις δημοσιευμένες φωτογραφίες σας κοινοποιώντας ή αναδημοσιεύοντάς τες στο δικό τους πίνακα ή σε πίνακες άλλων
Κοινότητα	<ul style="list-style-type: none">• Τα ποσοστά αλληλεπίδρασης μηνιαίως με το περιεχόμενό σας (πχ το σύνολο των δημοσιεύσεων, σχολίων και δράσεων στην εταιρική σας σελίδα στο Pinterest μηνιαίως)• Τα λεπτά που περνούν στην ιστοσελίδα σας μηνιαίως όλοι οι οπαδοί• Η αναλογία θετικών αρνητικών σχολίων
Ενίσχυση εμπορικού σήματος (πωλήσεις)	<ul style="list-style-type: none">• Το ποσοστό των ηλεκτρονικών σας πωλήσεων που γίνονται μέσω Pinterest σε σύγκριση με άλλες πλατφόρμες όπως e-mail, μηχανές αναζήτησης και διαφημίσεις εμφάνισης• Το ποσοστό των αγορών που γίνονται μέσω Pinterest, σε σύγκριση με άλλες πλατφόρμες (ποσοστό μετατροπής)• Το ποσοστό μετατροπής των χρηστών που λαμβάνουν αναδημοσιευμένες φωτογραφίες (φίλοι των οπαδών)

Δραστηριότητα 4

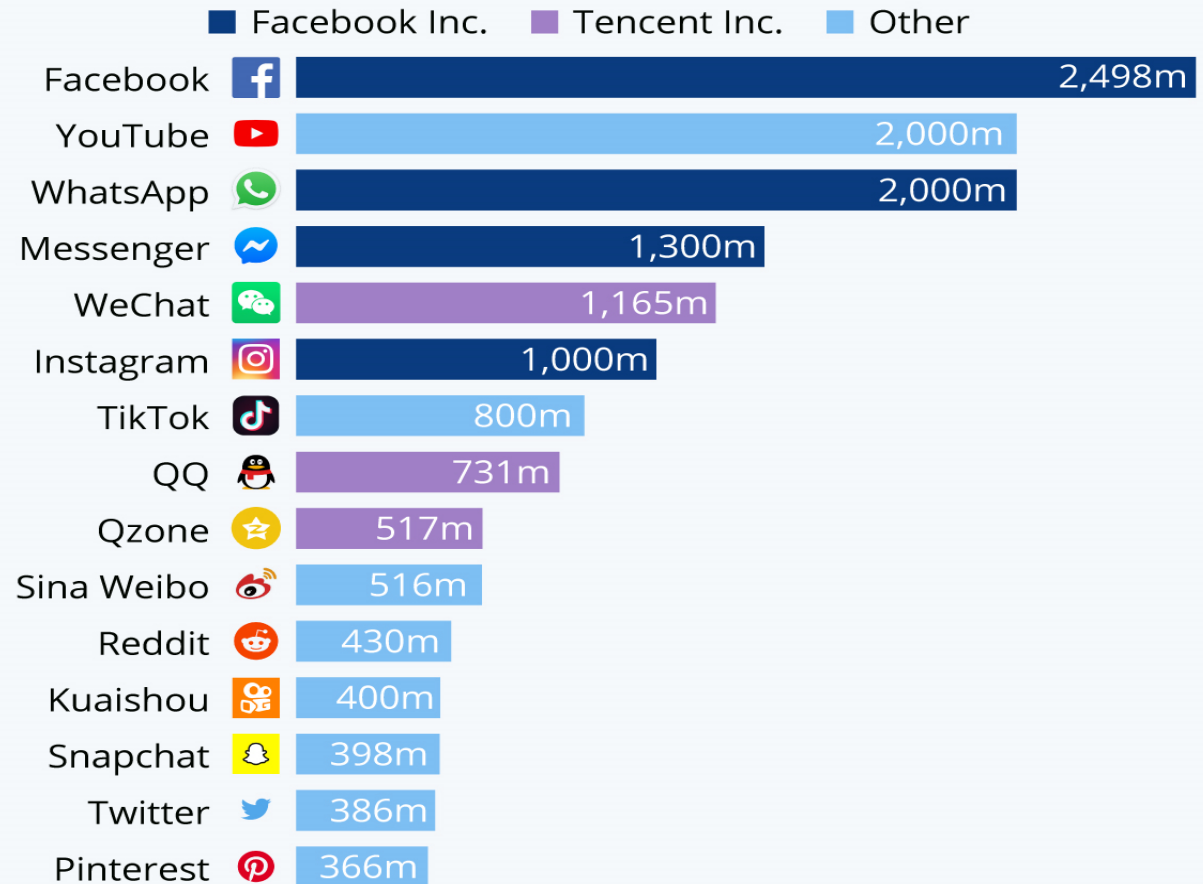
- Αναφερθείτε κι άλλες επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες στο Pinterest.



Μερίδια αγοράς (ενεργοί χρήστες) στα social media

Facebook Dominates the Social Media Landscape

Monthly active users of selected social networks and messaging services*



* April 2020 or latest available

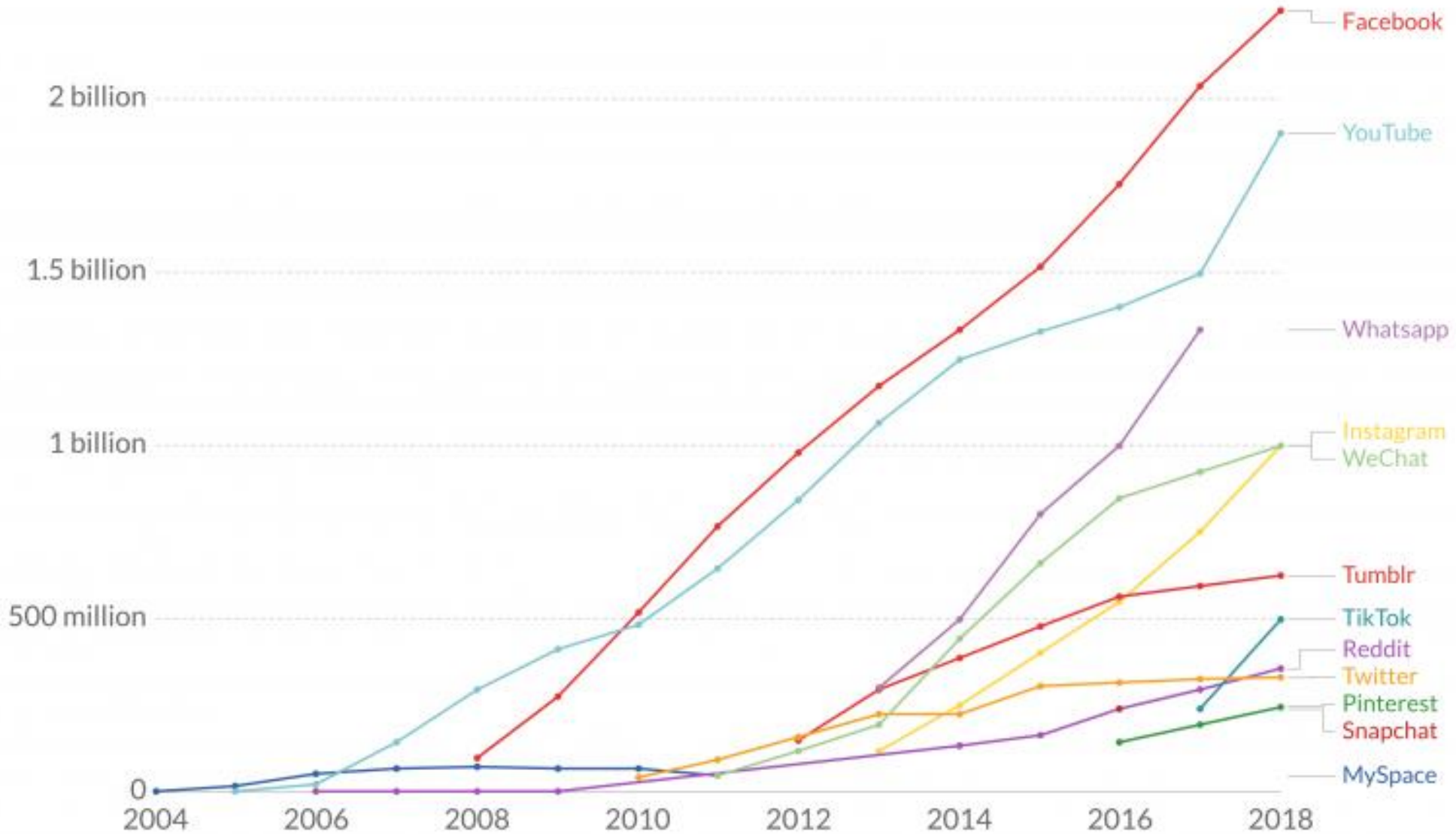
Source: Company data via DataReportal Global Digital Statshot



Μερίδια αγοράς (ενεργοί χρήστες) στα social media

Number of people using social media platforms

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.



Συστήματα υποστήριξης social media marketing

- Design
 - [Adobe Spark](#)
 - [Canvas](#)
- Analytics
 - [Sprout Social](#)
 - [HubSpot](#)
 - [TapInfluence](#)
 - [BuzzSumo](#)
 - [Snaplytics](#)
 - [Curalate](#)
 - [Keyhole](#)
 - [Google Analytics](#)
 - [ShortStack](#)
 - [SHIELDApp](#)



