

Ενότητα 6:

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και
Τουρισμός



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

Τίτλος του έργου: Ανάπτυξη της Ψηφιακής Ετοιμότητας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ) στον τομέα του Τουρισμού

Ακρωνύμιο έργου: DIGITOUR

Αριθμός έργου: 2021-2-IE01-KA220-VET-000048348

Διδακτική Ενότητα: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Τουρισμός

Κύρια ομάδα-στόχος: ΜμΕ στον τομέα του τουρισμού

Δευτερεύουσες ομάδες-στόχοι: εξειδικευμένοι πάροχοι ΕΕΚ, εκπρόσωποι του τουριστικού κλάδου και εκπαιδευτές/τριες που παρέχουν ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση.

Εκτιμώμενος χρόνος: 120 λεπτά

Στόχοι:

- Παρουσίαση των διαφόρων ειδών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τρόποι αξιοποίησης αυτών για να προωθήσετε την τουριστική σας επιχείρηση σύμφωνα με τη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ.
- Διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των ξενοδοχείων, των ταξιδιωτικών γραφείων, των αεροπορικών εταιρειών, και τόπων προορισμού, μπορούν να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο μάρκετινγκ.
- Ανάπτυξη στρατηγικών για τη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου, την οικοδόμηση διαδικτυακών κοινοτήτων, τη διαχείριση της διαδικτυακής φήμης και τη χρήση του μάρκετινγκ επιρροής για την προώθηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Μαθησιακά αποτελέσματα: με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/ες θα είναι σε θέση να:

- Αναγνωρίσουν τις διάφορες μορφές των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.
- Αντιληφθούν πώς να αξιοποιήσουν τις σωστές πλατφόρμες για την επιχείρησή τους.
- Αναπτύξουν περιεχόμενο για να προσελκύσουν πελάτες.

Περιεχόμενα

Ορισμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	5
1. Εισαγωγή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και η σημασία τους στον σημερινό επιχειρηματικό κόσμο.	5
2. Επισκόπηση των κύριων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	6
1. Οι 5 κορυφαίοι bloggers τουρισμού παγκοσμίως:.....	7
2. Η σημασία του ιστότοπού σας ως μέρος της στρατηγικής σας για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	8
3. SEO	8
4. Πώς να αποκτήσετε πρόσβαση και να κατανοήσετε τα αναλυτικά στοιχεία	9
5. Διαγωνισμοί και άλλες ευκαιρίες.....	9
6. Πληρωμένα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - επιλογές.	10
7. Κύρια δημογραφικά στοιχεία για κάθε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης	11
8. Δημογραφικά στοιχεία ενός Ευρωπαίου χρήστη του Facebook σε σχέση με τον χρήστη του Instagram	13
9. Διαφήμιση σε Facebook και το Instagram	20
Πρόσθετο Υλικό:	22

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο του συγγραφέα και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν. Επιτρέπεται η αναπαραγωγή με αναφορά της πηγής.



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



Ορισμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Διαδραστικές μορφές μέσων που επιτρέπουν στους χρήστες να αλληλεπιδρούν και να δημοσιεύουν μεταξύ τους, μέσω του Διαδικτύου.

1. Εισαγωγή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και η σημασία τους στον σημερινό επιχειρηματικό κόσμο.

Το μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απαραίτητο για κάθε νεοσύστατη αλλά και ήδη καταξιωμένη ΜμΕ προκειμένου για την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας τους, την ενίσχυση του ψηφιακού μάρκετινγκ, τη δημιουργία αναγνωρισιμότητας, την αναγνώριση της επωνυμίας και τελικά την προσέλκυση νέων πελατών. Τα κύρια οφέλη από την υιοθέτηση μιας εκστρατείας κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς μάρκετινγκ είναι η αποδοτικότητα κόστους, η αναγνώριση της επωνυμίας, η αύξηση του επιπέδου ικανοποίησης των πελατών και η μεγαλύτερη αφοσίωση στην επωνυμία.



2. Επισκόπηση των κύριων μέσων κοινωνικής δικτύωσης

1. Το Facebook είναι ο μεγαλύτερος και δημοφιλέστερος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο. Επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν προφίλ, να ανεβάζουν φωτογραφίες και βίντεο, να συνδέονται με φίλους και συγγενείς και να μοιράζονται περιεχόμενο.
2. Το Twitter είναι μια πλατφόρμα microblogging που επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύουν σύντομα μηνύματα (έως 140 χαρακτήρες) γνωστά ως "tweets". Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να μείνετε συνδεδεμένοι με φίλους και συγγενείς, καθώς και για να παρακολουθείτε ειδήσεις και γεγονότα.
3. Το Instagram είναι μια εφαρμογή κοινής χρήσης φωτογραφιών και βίντεο που επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν περιεχόμενο σε ένα δημόσιο προφίλ ή να το κρατούν ιδιωτικό. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να παραμείνετε συνδεδεμένοι μέσω οπτικών μέσων, να εξερευνήσετε διαφορετικούς πολιτισμούς και να ανακαλύψετε νέα ενδιαφέροντα.
4. Το LinkedIn είναι μια πλατφόρμα επαγγελματικής δικτύωσης που συνδέει άτομα και επιχειρήσεις. Είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να οικοδομήσετε σχέσεις και να βρείτε νέες ευκαιρίες εργασίας.
5. Το YouTube είναι μια πλατφόρμα κοινής χρήσης βίντεο που επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν, να μοιράζονται και να παρακολουθούν

βίντεο. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να παρουσιάσετε τα ταλέντα σας, να μοιραστείτε εμπειρίες και να διασκεδάσετε.

6. Το TikTok είναι μια εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν και να μοιράζονται βίντεο μικρής διάρκειας. Διαθέτει επίσης μια λειτουργία ζωντανής ροής, όπου οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο. Η εφαρμογή έχει γίνει απίστευτα δημοφιλής και χρησιμοποιείται από εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο. Διαθέτει μεγάλη ποικιλία περιεχομένου, από αστεία σκετς μέχρι μουσικά βίντεο και εκπαιδευτικό περιεχόμενο. Επιτρέπει επίσης στους χρήστες να βρίσκουν και να ακολουθούν άλλους χρήστες, καθώς και να κάνουν like και να σχολιάζουν τις αναρτήσεις τους. Η πλατφόρμα εξελίσσεται συνεχώς, με νέα χαρακτηριστικά να προστίθενται συνεχώς.

Άλλες πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης που μπορεί να σας ενδιαφέρουν: Pinterest, Tumblr, Snapchat και Blogging.

2.1 Οι 5 κορυφαίοι bloggers τουρισμού παγκοσμίως:

1. **Nomadic Matt** - Ο Nomadic Matt είναι ταξιδιωτικός blogger, συγγραφέας και επιχειρηματίας. Έχει ταξιδέψει σε περισσότερες από 75 χώρες και χρησιμοποιεί το ιστολόγιό του για να μοιράζεται οικονομικές ταξιδιωτικές συμβουλές και χρήσιμες υποδείξεις.
2. **The Blonde Abroad** - Η Kiki είναι ταξιδιώτισσα πλήρους απασχόλησης, influencer και συγγραφέας. Το ιστολόγιό της είναι γεμάτο με ταξιδιωτικές συμβουλές, ιδέες και χρήσιμες υποδείξεις δρομολογίων για όσους θέλουν να εξερευνήσουν τον κόσμο.
3. **Adventurous Kate** - Η Kate είναι μια ταξιδιωτική blogger πλήρους απασχόλησης που έχει επισκεφθεί περισσότερες από 85 χώρες και μοιράζεται τις εμπειρίες, τις συμβουλές και τις χρήσιμες υποδείξεις της στο blog της.
4. **Breaking The Travel Barrier** - Ο Scott είναι ταξιδιωτικός blogger και ανεξάρτητος συγγραφέας που χρησιμοποιεί το blog του για να μοιράζεται ιστορίες, συμβουλές, χρήσιμες υποδείξεις και ταξιδιωτικές φωτογραφίες.

5. **The Planet D** - Ο Dave και η Deb είναι ένα παντρεμένο ζευγάρι που ταξιδεύει στον κόσμο μαζί από το 2006. Χρησιμοποιούν το blog τους για να μοιράζονται τις εμπειρίες τους, τις φωτογραφίες και τις συμβουλές τους.

2.2 Η σημασία του ιστότοπού σας ως μέρος της στρατηγικής σας για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Ο ιστότοπός σας αποτελεί καθοριστικό μέρος της στρατηγικής σας για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, επειδή είναι ο κόμβος της διαδικτυακής σας παρουσίας. Ο ιστότοπός σας είναι το μέρος όπου μπορείτε να κατευθύνετε το κοινό σας να βρει περισσότερες πληροφορίες για την επωνυμία και τα προϊόντα σας, καθώς και να πραγματοποιήσει αγορές. Είναι επίσης



το κύριο σημείο εστίασης όπου οι άνθρωποι μπορούν να βρουν όλους τους λογαριασμούς σας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και να δουν την δραστηριότητά σας σε κάθε πλατφόρμα. Επιπλέον, ο ιστότοπός σας μπορεί να σας βοηθήσει να οικοδομήσετε εμπιστοσύνη με τους πελάτες σας και να τους δείξετε ότι είστε μια νόμιμη επιχείρηση. Με το σωστό σχεδιασμό του ιστότοπου, το περιεχόμενο και τις στρατηγικές SEO, μπορείτε να αυξήσετε την προβολή του ιστότοπού σας και να προσελκύσετε περισσότερους πελάτες.

2.3 SEO

Η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO) είναι μια συνεχής διαδικασία βελτίωσης της κατάταξης ενός ιστότοπου ή μιας ιστοσελίδας στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Περιλαμβάνει την βελτιστοποίηση του περιεχομένου, τον τρόπο παρουσίασης/στησίματος της σελίδας και της αυθεντικότητας ενός ιστότοπου για τη βελτίωση της οργανικής κατάταξής του στις μηχανές αναζήτησης. Το SEO βοηθά να διασφαλιστεί ότι ένας ιστότοπος είναι

προσβάσιμος σε μια μηχανή αναζήτησης και βελτιώνει τις πιθανότητες να βρεθεί ο ιστότοπος από τη μηχανή αναζήτησης.

2.4 Πώς να αποκτήσετε πρόσβαση και να κατανοήσετε τα αναλυτικά στοιχεία

- **Προσδιορίστε τις μετρήσεις σας:** Είναι σημαντικό να προσδιορίσετε τις μετρήσεις που θέλετε να παρακολουθείτε. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει το ενδιαφέρον του επισκέπτη στη σελίδα σας, την εμβέλεια που αυτή έχει, τις εντυπώσεις, τα κλικ στον ιστότοπο και τις ανακατευθύνσεις .
- **Ορίστε τρόπους «ανίχνευσης»:** Μόλις αποφασίσετε ποιες μετρήσεις θέλετε να παρακολουθείτε, πρέπει να ασχοληθείτε με τους λεγόμενους «ανιχνευτές» (δλδ, να λαμβάνετε πιο συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με την σελίδα σας και την απήχυσή της κλπ). Αυτό μπορεί να γίνει μέσω εργαλείων ανάλυσης κοινωνικών μέσων, όπως το Google Analytics, το Hootsuite, το Sprout Social ή το Buffer.
- **Αναλύστε τα δεδομένα σας:** Μετά την εγκατάσταση των ανιχνευτών, μπορείτε να αρχίσετε να εξετάζετε τα δεδομένα σας. Μελετήστε πώς αποδίδουν οι δημοσιεύσεις και οι καμπάνιες σας, εντοπίστε τυχόν μοτίβα ή τάσεις και εντοπίστε ποιες δημοσιεύσεις ήταν οι πιο επιτυχημένες.
- **Παρακολουθήστε την απόδοσή σας:** Μόλις αναλύσετε τα δεδομένα σας, ήρθε η ώρα να δημιουργήσετε ένα σύστημα παρακολούθησης. Αυτό είναι σημαντικό για να διασφαλίσετε ότι μπορείτε να παρακολουθείτε την πρόοδό σας με την πάροδο του χρόνου και να κάνετε προσαρμογές αν χρειαστεί.
- **Παρακολουθήστε τον ανταγωνισμό:** Τέλος, θα πρέπει επίσης να εξετάσετε την παρακολούθηση των επιδόσεων των ανταγωνιστών σας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Αυτό θα σας δώσει μια εικόνα για το πώς αποδίδουν και ποιες στρατηγικές χρησιμοποιούν.

2.5 Διαγωνισμοί και άλλες ευκαιρίες

Οι διαγωνισμοί στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και άλλες αντίστοιχες ευκαιρίες περιλαμβάνουν διαγωνισμούς φωτογραφιών και βίντεο, κληρώσεις, δώρα,

παιχνίδια γνώσεων, συνεδρίες ερωτήσεων και απαντήσεων, εκστρατείες μάρκετινγκ επιρροής και προγράμματα αφοσίωσης πελατών.

2.6 Πληρωμένα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - επιλογές.

1. Οι **πληρωμένες διαφημίσεις** στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια από τις πιο δημοφιλείς επιλογές για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να προωθήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Οι διαφημίσεις μπορούν να στοχεύουν σε συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία και να προσφέρουν λεπτομερείς αναφορές σχετικά με την απόδοση της διαφήμισης. Οι δημοφιλείς πλατφόρμες για πληρωμένες διαφημίσεις είναι το Facebook, το Google Ads, το Instagram, το Snapchat και το Twitter.

2. **Χορηγούμενο περιεχόμενο:** Οι επιχειρήσεις μπορούν επίσης να χρησιμοποιούν χορηγούμενο περιεχόμενο για να προωθήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Το χορηγούμενο περιεχόμενο περιλαμβάνει την πληρωμή influencers ή δημιουργών περιεχομένου για την παρουσίαση που σχετίζεται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της επιχείρησης. Αυτό το περιεχόμενο μπορεί να κοινοποιηθεί στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης της επιχείρησης ή στις σελίδες του/της influencer.

3. **Διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης:** Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν υπηρεσίες διαχείρισης κοινωνικών μέσων για να ασχολούνται με τους λογαριασμούς τους πιο αποδοτικά αλλά και να δημιουργούν περιεχόμενο σε τακτική βάση. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία αναρτήσεων, την απάντηση σε σχόλια και τη συμμετοχή σε ομάδες.

Αξία ενός ιστολογίου (blog)

Ένα ιστολόγιο μπορεί να είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να εκφραστείτε, να μοιραστείτε τις σκέψεις και τις απόψεις σας και να συνδεθείτε με άλλους. Μπορεί επίσης να αποτελέσει μια εξαιρετική πλατφόρμα για το μάρκετινγκ, τη δικτύωση και την προβολή της δουλειάς σας. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσετε ένα κοινό και να αποκτήσετε ακόμη και εισόδημα για την επιχείρησή σας. Η αξία ενός ιστολογίου μπορεί να είναι άμεση, αλλά μπορεί επίσης να ανοίξει συνεργασία με influencers των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

που είναι ευθυγραμμισμένοι με τον τομέα, την επιχείρηση ή τη γεωγραφική περιοχή σας.

Επιρροή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Οι influencers των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι άτομα που έχουν εδραιώσει την αξιοπιστία τους σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία ή θέση. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν την επιρροή τους για να προωθήσουν προϊόντα και υπηρεσίες μέσω των καναλιών τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Πολλοί influencers έχουν τεράστιο κοινό στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το YouTube και το Twitter. Αξιοποιώντας την ιδιότητά τους, οι influencers μπορούν να προσεγγίσουν ένα μεγάλο κοινό και να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις αγοραστικές αποφάσεις των ακολούθων τους. Ως αποτέλεσμα, οι μάρκες στρέφονται όλο και περισσότερο στους influencers ως μέρος των στρατηγικών μάρκετινγκ τους, με πολλές να προσφέρουν οικονομική αποζημίωση για την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

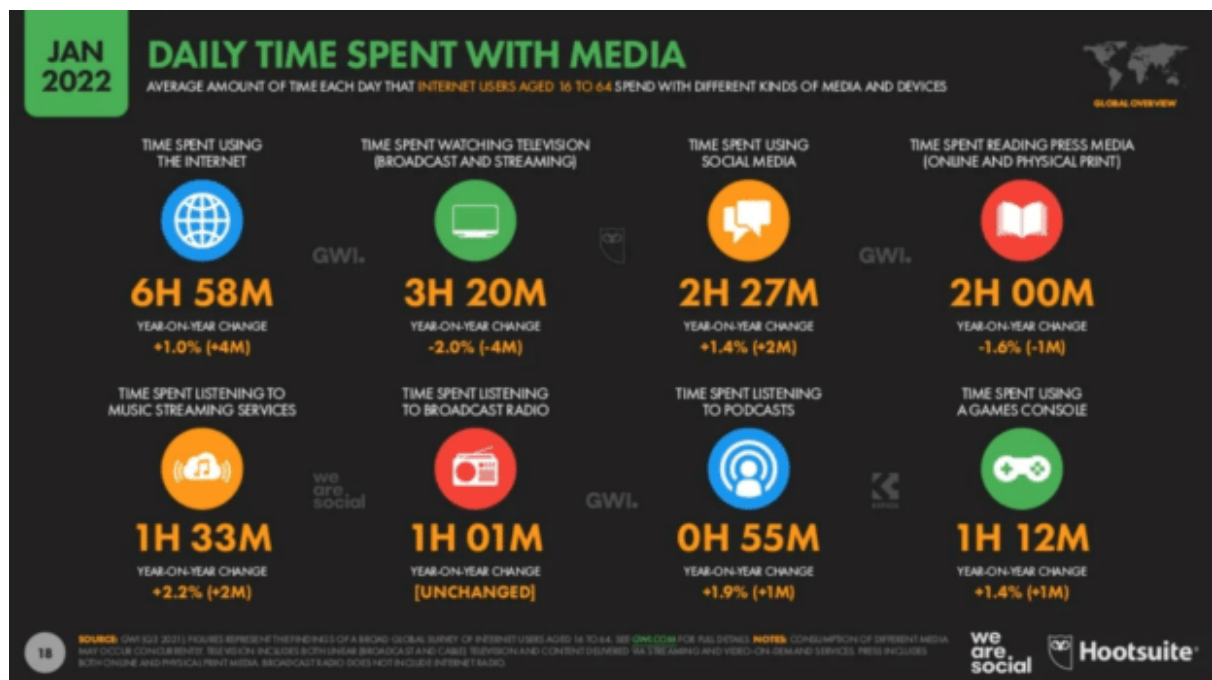
2.7 Κύρια δημογραφικά στοιχεία για κάθε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης

Σύμφωνα με το Hootsuite:

"Τον Ιανουάριο του 2022, ο αριθμός των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως ήταν **4,62 δισεκατομμύρια**. Αυτό είναι περισσότερο από το μισό του συνολικού πληθυσμού της γης.

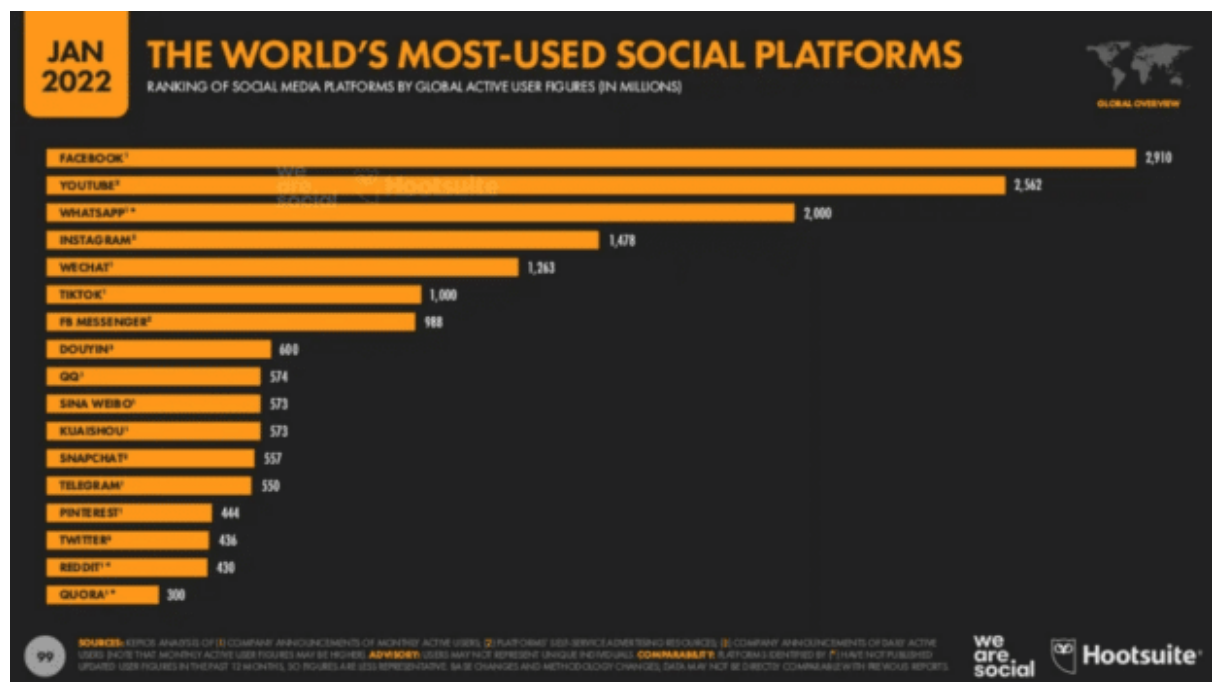
Σε παγκόσμιο επίπεδο, ξοδεύουμε κατά μέσο όρο **2 ώρες και 27 λεπτά** στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης την ημέρα". Ο μέσος χρήστης ξοδεύει περίπου **το**

35% του συνολικού του χρόνου χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο στα Μέσα



Κοινωνικής Δικτύωσης.

"Το Facebook εξακολουθεί να είναι η πιο δημοφιλής στον κόσμο πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτή τη στιγμή έχει σχεδόν 3 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες παγκοσμίως".



2.8 Δημογραφικά στοιχεία ενός Ευρωπαίου χρήστη του Facebook σε σχέση με τον χρήστη του Instagram

FACEBOOK

Ηλικία: Το Facebook είναι πιο δημοφιλές μεταξύ των νεότερων ατόμων στην Ευρώπη, με το 76% να είναι 18-24 ετών και το 71% (να ανήκουν στην ομάδα) 25-34 ετών να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα, σύμφωνα με μελέτη της Eurostat για το 2021. Το ποσοστό των χρηστών μειώνεται με την ηλικία, με το 41% των 55-74 ετών και το 18% των ατόμων ηλικίας 75 ετών και άνω να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα.

Φύλο: Υπάρχει μια περίπου ίση κατανομή μεταξύ ανδρών και γυναικών χρηστών του Facebook στην Ευρώπη, αν και αυτό διαφέρει κάπως ανά χώρα.

Εισόδημα: Η χρήση του Facebook είναι επίσης πιο συχνή μεταξύ των ατόμων με χαμηλότερο εισόδημα στην Ευρώπη. Σύμφωνα με έρευνα του Pew Research Center του 2021, το 60% των ατόμων με οικογενειακό εισόδημα κάτω των 30.000 ευρώ ετησίως χρησιμοποιούν το Facebook, σε σύγκριση με το 47% των ατόμων με εισόδημα 30.000-60.000 ευρώ και το 36% των ατόμων με εισόδημα πάνω από αυτό το ποσό.

INSTAGRAM

Ηλικία: Η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα στο Instagram στην Ευρώπη είναι μεταξύ 18-24 ετών, ακολουθούμενη από την ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών. Αυτό υποδηλώνει ότι το Instagram είναι ιδιαίτερα δημοφιλές μεταξύ των νεότερων ατόμων στην Ευρώπη.

Φύλο: Οι χρήστες του Instagram στην Ευρώπη είναι ελαφρώς πιο πιθανό να είναι γυναίκες από ό,τι άνδρες, αν και η διαφορά δεν είναι σημαντική.

Τοποθεσία: Ο μεγαλύτερος αριθμός χρηστών του Instagram στην Ευρώπη βρίσκεται στη Γερμανία, τη Γαλλία και την Ιταλία, αν και υπάρχει σημαντικός αριθμός χρηστών και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Εισόδημα: Οι χρήστες του Instagram στην Ευρώπη προέρχονται από ένα ευρύ φάσμα εισοδηματικών επιπέδων. Ενώ υπάρχουν πολλοί χρήστες με σχετικά χαμηλό εισόδημα, υπάρχουν επίσης πολλοί που είναι σχετικά εύποροι.

Ενδιαφέροντα: Οι χρήστες του Instagram στην Ευρώπη τείνουν να ενδιαφέρονται για τη μόδα, την ομορφιά, τα ταξίδια, το φαγητό και το lifestyle περιεχόμενο. Ωστόσο, αυτό ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό ανάλογα με τον εκάστοτε χρήστη και τις προτιμήσεις του.

Συνολικά, το Instagram είναι μια δημοφιλής πλατφόρμα μεταξύ των νεότερων ανθρώπων στην Ευρώπη, ιδίως των γυναικών, και χρησιμοποιείται για τον διαμοιρασμό και την κατανάλωση οπτικοποιημένου περιεχομένου που σχετίζεται με ποικίλα ενδιαφέροντα και φιλοδοξίες. Το Facebook θεωρείται προσιτό σε ένα ευρύτερο κοινό.

ΕΡΓΑΣΙΑ: μπορείτε τώρα να κάνετε τη δική σας αξιολόγηση των καναλιών για να βρείτε ποια θα λειτουργούσαν καλύτερα για εσάς.

Η επιλογή του σωστού συνδυασμού καναλιών κοινωνικής δικτύωσης για την εκστρατεία ψηφιακού μάρκετινγκ μπορεί να εξαρτάται από το κοινό - στόχο σας

Ποια είναι η δημογραφική ομάδα το κοινό - στόχου σας;

Ποιο κανάλι κοινωνικής δικτύωσης σχετίζονται ή χρησιμοποιούν επί του παρόντος;

Αυτές οι ερωτήσεις θα σας δώσουν πληροφορίες για τη σωστή εκστρατεία κοινωνικών μέσων και τη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ που ακολουθείτε.

ΕΡΓΑΣΙΑ- Δημιουργία καμπάνιας κοινωνικών μέσων ενημέρωσης

1. Επιλέξτε έναν στόχο: Ο στόχος αυτής της εκστρατείας είναι η αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της δέσμευσης της επωνυμίας σας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

2. Δημιουργήστε περιεχόμενο: Δημιουργήστε περιεχόμενο που συνδέεται με τη στρατηγική της επωνυμίας σας και αποδίδει το στόχο της εκστρατείας. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει εικόνες, βίντεο, αναρτήσεις σε ιστολόγια, infographics κ.λπ. από το περιεχόμενο που έχετε εξασφαλίσει
3. Επιλέξτε ένα hashtag: #BrandAwareness.
4. Προωθήστε την εκστρατεία: Χρησιμοποιήστε τους υπάρχοντες λογαριασμούς στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την προώθηση της εκστρατείας και δημιουργήστε ένα hashtag ειδικά για την εκστρατεία. Βεβαιωθείτε ότι χρησιμοποιείτε σχετικά hashtags για να εξασφαλίσετε τη μέγιστη δυνατή προβολή. **Επιλέξτε ένα από τον παραπάνω κατάλογο.**
5. Προγραμματίστε μια ανάρτηση: Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να προγραμματίσετε αναρτήσεις στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι περισσότερες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν τα δικά τους ενσωματωμένα εργαλεία προγραμματισμού, τα οποία σας επιτρέπουν να σχεδιάζετε και να προγραμματίζετε αναρτήσεις για μελλοντικές ημερομηνίες και ώρες. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε εργαλεία τρίτων, όπως το Hootsuite, το Buffer ή το Sprout Social, για να βοηθήσετε στη διαχείριση και τον προγραμματισμό αναρτήσεων σε πολλαπλές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
6. Παρακολούθηση και μέτρηση των αποτελεσμάτων: Χρησιμοποιήστε εργαλεία ανάλυσης για την παρακολούθηση και τη μέτρηση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας. Αυτό θα σας βοηθήσει να προσδιορίσετε αν η εκστρατεία ήταν επιτυχής.

Μην ξεχάσετε να επανεξετάσετε τη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ πριν ξεκινήσετε αυτή την εργασία!



Η εκστρατεία μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ανάδειξη του/της

1. Επιλέξτε έναν στόχο: Ο στόχος αυτής της εκστρατείας είναι η αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της δέσμευσης της επωνυμίας σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
2. Επιλέξτε το περιεχόμενο που θα χρησιμοποιήσετε.
3. Δημιουργήστε το # hashtag σας (π.χ. #BrandAwareness)
4. Προγραμματίστε μια ανάρτηση
5. Σημειώστε το χρονικό διάστημα που θέλετε να διαρκέσει η ανάρτηση και, στη συνέχεια, παρακολουθήστε και μετρήστε τα αποτελέσματα.
6. Συνοψίστε τα ευρήματά σας και αξιολογήστε τα αποτελέσματά σας χρησιμοποιώντας αναλυτικά στοιχεία.



ADS



Η πληρωμένη διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τις επιχειρήσεις, αλλά απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό, εκτέλεση και παρακολούθηση για να επιτύχει.

Κορυφαίες συμβουλές:

- Δεν χρειάζεται να ξοδέψετε δεκάδες ευρώ.
- Θα υπάρξουν πολλές δοκιμές και λάθη - αυτό που λειτουργεί καλά για μια επιχείρηση μπορεί να μην λειτουργεί για μια άλλη.
- Αφήνετε πάντα την ανάρτησή σας να λειτουργήσει οργανικά για 24 ώρες προτού εξετάσετε το ενδεχόμενο να την ενισχύσετε οικονομικά.
- Δεν χρειάζεται η διαφήμιση να έχει μεγάλη διάρκεια – 4 με 5 ημέρες το πολύ.

Πλεονεκτήματα:

- Μπορείτε να στοχεύσετε σε συγκεκριμένη εμβέλεια: Αυτό αυξάνει τις πιθανότητες να προσεγγίσετε το κοινό-στόχο σας.
- Συχνότερη εμφάνιση: Οι διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυξάνουν την ορατότητα μιας επωνυμίας, καθώς εμφανίζονται στις ροές

ειδήσεων των δυνητικών πελατών, αυξάνοντας τις πιθανότητες ανάκλησης της επωνυμίας.

- Οικονομικά αποδοτική: Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι συχνά λιγότερο δαπανηρή από τις παραδοσιακές μορφές διαφήμισης και μπορεί να προσαρμοστεί σε κάθε προϋπολογισμό.
- Μετρήσιμα αποτελέσματα: παρέχοντας πολύτιμα δεδομένα για τη βελτιστοποίηση μελλοντικών εκστρατειών.
- Ευελιξία: Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ευέλικτη, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να προσαρμόζουν τις καμπάνιες καθώς «τρέχουν» με βάση την απόδοση.

Μειονεκτήματα:

- Να θυμάστε ότι οι χρήστες μπορεί να κουρασθούν να βλέπουν τις ίδιες διαφημίσεις επανειλημμένα, με αποτέλεσμα να επέλθει διαφημιστική κόπωση, η οποία μπορεί να μειώσει την αποτελεσματικότητα των διαφημίσεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με την πάροδο του χρόνου.
- Υψηλός ανταγωνισμός: Ο ανταγωνισμός για διαφημιστικό χώρο μπορεί να είναι μεγάλος, γεγονός που καθιστά πιο δύσκολο να ξεχωρίσετε.
- Περιορισμένη οργανική εμβέλεια: Οι αλγόριθμοι των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης δίνουν προτεραιότητα στο πληρωμένο περιεχόμενο, καθιστώντας δυσκολότερη την προβολή και τη δέσμευση του οργανικού περιεχομένου.
- Μπλοκάρισμα διαφημίσεων: Το λογισμικό αυτό μπορεί να εμποδίζει τις διαφημίσεις των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης να τους προσεγγίσουν.
- Επιλεκτική προσοχή ως προς τις διαφημίσεις: Αυτό έχει ως αποτέλεσμα χαμηλά ποσοστά εμπλοκής και περιορισμένες ανακατευθύνσεις.

Επιλογές διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Υπάρχουν διάφορες διαθέσιμες επιλογές διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως:

1. Διαφημίσεις στο Facebook: με πάνω από 2 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες. Οι διαφημίσεις στο Facebook επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να στοχεύουν σε συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία, ενδιαφέροντα, συμπεριφορές και τοποθεσίες, καθώς και να επαναπροσανατολίζουν χρήστες που έχουν αλληλεπιδράσει προηγουμένως με το περιεχόμενό τους.
2. Διαφημίσεις στο Instagram: Το Instagram είναι μια εξαιρετικά οπτικοποιημένη πλατφόρμα που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να δημιουργούν διαφημίσεις που συνδυάζονται άψογα με το οργανικό περιεχόμενο. Οι διαφημίσεις Instagram Ads μπορούν να γίνουν στοχευμένα με βάση δημογραφικά στοιχεία, ενδιαφέροντα, συμπεριφορές και τοποθεσίες, καθώς και να επαναπροσανατολίσουν χρήστες που έχουν ασχοληθεί με το περιεχόμενό τους.
3. Διαφημίσεις στο Twitter: Twitter Ads: Οι διαφημίσεις στο Twitter επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να προωθήσουν τους λογαριασμούς, τα tweets ή τις τάσεις τους σε χρήστες στοχευμένα με βάση τα ενδιαφέροντα, τις συμπεριφορές και τις λέξεις-κλειδιά. Οι διαφημίσεις Twitter μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας, την αύξηση της επισκεψιμότητας του ιστότοπου και την ενίσχυση της δέσμευσης.
4. Διαφημίσεις στο LinkedIn: Το LinkedIn είναι μια πλατφόρμα επαγγελματικής δικτύωσης που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να στοχεύουν τους χρήστες με βάση τον τίτλο εργασίας τους, το μέγεθος της εταιρείας, τον κλάδο και την παλαιότητα της. Οι διαφημίσεις LinkedIn μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση καταχωρίσεων θέσεων εργασίας, την ανάπτυξη της αναγνωρισιμότητας της μάρκας και τη δημιουργία ανακατευθύνσεων.
5. Διαφημίσεις στο YouTube: Το YouTube είναι μια πλατφόρμα κοινής χρήσης βίντεο που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να δημιουργούν διαφημίσεις βίντεο που εμφανίζονται πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά τα βίντεο. Οι διαφημίσεις YouTube μπορούν να στοχευθούν βάσει δημογραφικών στοιχείων, ενδιαφερόντων και θεμάτων.

Διαφήμιση σε Facebook και το Instagram

(καθώς και τα δύο βρίσκονται υπό την διαχείριση του Facebook), μπορείτε να ακολουθήσετε τα παρακάτω βήματα:

- Δημιουργήστε έναν λογαριασμό Facebook Ads: Πηγαίνετε στη σελίδα Facebook Ads Manager και δημιουργήστε έναν νέο λογαριασμό ή συνδεθείτε με τον υπάρχοντα λογαριασμό σας.
- Επιλέξτε τον στόχο σας: η αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας σας, η επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα σας, οι ανακατευθύνσεις και άλλα. Επιλέξτε τον στόχο που ευθυγραμμίζεται καλύτερα με τους στόχους μάρκετινγκ που έχετε θέσει.
- Καθορίστε το κοινό-στόχο σας: Μπορείτε να επιλέξετε συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία, ενδιαφέροντα, συμπεριφορές και άλλα για να στοχεύσετε το ιδανικό κοινό σας.
- Ορίστε τον προϋπολογισμό και το χρονοδιάγραμμά σας: Αποφασίστε πόσα θέλετε να ξοδέψετε και για πόσο καιρό θέλετε να τρέχει η διαφήμισή σας.
- Δημιουργήστε τη διαφήμισή σας: Επιλέξτε τη μορφή της διαφήμισης (εικόνα, βίντεο, καρουζέλ κ.λπ.), προσθέστε το κείμενο και τα γραφικά σας και κάντε προεπισκόπηση της διαφήμισής σας πριν το ανέβασμα.
- Ξεκινήστε τη διαφήμισή σας: Μόλις εγκριθεί η διαφήμισή σας, θα αρχίσει να τρέχει σύμφωνα με τον προϋπολογισμό και το χρονοδιάγραμμά σας.
- Παρακολουθήστε την εξέλιξη της διαφήμισης και προσαρμόστε τις κινήσεις σας ανάλογα: Ελέγξτε τακτικά την απόδοση της διαφήμισής σας και κάντε τις απαραίτητες προσαρμογές για να βελτιστοποιήσετε τα αποτελέσματά σας.



Στόχος: Σχεδιάστε μια καμπάνια για την παρουσίαση ενός νέου ή υπάρχοντος προϊόντος ή υπηρεσίας που προσφέρει η επιχείρησή σας.

Επιλέξτε τον ιδανικό σας πελάτη/ακροατήριο.

Προετοιμάστε τη λεπτομέρεια της καμπάνιας σας: αυτό θα μπορούσε να είναι η χρήση διαφημίσεων εικόνας, διαφημίσεων βίντεο, διαφημίσεων καρουζέλ.

Πόσο καιρό θέλετε να διαρκέσει η διαφήμισή σας; π.χ. για 48 ώρες;

Πόσα θέλετε να ξοδέψετε; Θυμηθείτε ότι πρόκειται για ποσό ανά ημέρα ή ανά εκστρατεία.

Αναθεωρήστε το σχέδιό σας και δημοσιεύστε τη διαφήμισή σας οργανικά [χωρίς πληρωμή] αφήστε τη να τρέξει για 48 ώρες και στη συνέχεια τρέξτε την ίδια διαφήμιση για άλλες 48 ώρες με τον προϋπολογισμό που αποφασίσατε.

Καταγράψτε την αξιολόγησή σας για τα αποτελέσματα χρησιμοποιώντας το εργαλείο βελτιστοποίησης SEO από το λογαριασμό σας στο Facebook manager.

Αυτά τα βήματα σας βοήθησαν να σχεδιάσετε και να εκτελέσετε την εκστρατεία σας; Ναι / Όχι

Πρόσθετο Υλικό:

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

https://www.youtube.com/watch?v=3fJqcPF_dgU

www.hootesuite.com

[Δημιουργήστε μια σελίδα στο Facebook για την επιχείρησή σας | Meta Business Help Centre](#)

<https://business.instagram.com/>

<https://sproutsocial.com/insights/how-to-create-youtube-account/>

<https://business.linkedin.com/marketing-solutions/linkedin-pages>

<https://prsmith.org/sostac/>