

Εκπαιδευτική Ενότητα 1

Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) από τις επιχειρήσεις.

Εκπαιδευτική Ενότητα 2

Βιώσιμη Ανάπτυξη και Μοντέλα Βιώσιμης Ανάπτυξης

Εκπαιδευτική Ενότητα 3

Επιχειρήσεις Start-Ups

1.Εκπαιδευτική Ενότητα:

Η χρήση των μέσων
κοινωνικής δικτύωσης
(Social Media) από τις
επιχειρήσεις.





CONTENT

1. Εισαγωγή στα social media
2. Ορισμοί για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.
3. Κατηγοριοποίηση των Μ.Κ.Δ.
4. Τα πιο δημοφιλή Μ.Κ.Δ.
5. Οδηγός Εφαρμογής Social Media Marketing
6. Social Media και προσέλκυση Προσωπικού
7. Οδηγός Εφαρμογής Ανάπτυξης Δικτύου για Δυνητικές Συνεργασίες
8. Οδηγός Εφαρμογής Προσέλκυσης και επιλογής Προσωπικού.



Σε επίπεδο γνώσεων:

- ★ Να γνωρίζουν οι καταρτιζόμενοι την σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τις επιχειρήσεις.
- ★ Να αναγνωρίζουν τα διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Σε επίπεδο δεξιοτήτων:

- ★ Να εντοπίζουν το/τα κατάλληλα μέσα για την προώθηση της επιχείρησής τους.
- ★ Να εφαρμόζουν τις αρχές του Social Media Marketing

Σε επίπεδο στάσεων:

- ★ Να αποδεχθούν την σημασία του Social Media Marketing για το μέλλον της επιχείρησής τους.
- ★ Να προβληματιστούν σε θέματα που αφορούν την προώθηση των προϊόντων /υπηρεσιών τους.

Let's Go!

- Σύμφωνα με τον Οικονομικό Ταχυδρόμο το 2022

1 στους 2 Έλληνες κάνει αγορές μέσω των Social Media

- Το 2022, ο κλάδος του κοινωνικού εμπορίου στην Ελλάδα αναμένεται να φτάσει την αξία των 1,16 δισεκατομμυρίων ευρώ
- **7 στους 10 Έλληνες** τα χρησιμοποιούν σε τακτική βάση

- **65%** των Ευρωπαίων πωλητών έχει υιοθετήσει καινοτόμες πρακτικές και διαθέτει επί του παρόντος προϊόντα και υπηρεσίες μέσω των social media.
- PayPal: **Τρεις στους τέσσερις Έλληνες** αγοράζουν online τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα.

66%

retailers in Greece are
distributing products and
services via social media.¹

¹PayPal e-Commerce Index 2022, n=15,221 consumers and
n=4,604 businesses, 12 markets.

© 2022 PayPal Inc. Confidential and proprietary



Greek retailers declare that

25%

of their sales
are currently made through
social media channels.¹

¹PayPal e-Commerce Index 2022, n=15,221 consumers
and n=4,604 businesses, 12 markets.

© 2022 PayPal Inc. Confidential and proprietary.



Photo: Gustavo Fring via Pexels.com



54%

of Greeks have made
a purchase via social media
in 6 last months.¹

¹PayPal e-Commerce Index 2022, n=15,221 consumers
and n=4,604 businesses, 12 markets.

© 2022 PayPal, Inc. Confidential and proprietary.





Τι κάνουν οι καταναλωτές στα κοινωνικά δίκτυα;



- σχολιάζουν προϊόντα και μάρκες,
- μιλάνε για τις επιχειρήσεις,
- μοιράζονται εμπειρίες από την επαφή τους με νέα προϊόντα,
- ανταλλάσσουν απόψεις
- διαμορφώνουν στάσεις.



Η κοινωνική δικτύωση λοιπόν
αποτελεί μια **βασική ανθρώπινη**
δραστηριότητα,γκρεμίζοντας τα
όρια του τόπου και του χρόνου.

Συνδέσμου Συμβούλων Επιχειρήσεων (ΣΥ.Σ.ΕΠ.)

Γιατί να είναι η επιχείρησή μου στα Social Media?



- Ανοίγει ένας δίαυλος επικοινωνίας με το κοινό σου.
- Δημιουργείς ένα πιο φιλικό προφίλ.
- Δημιουργία ή ενίσχυση του brand awareness.
- Προβάλλεις το έργο σου.
- Αποκτά δημοσιότητα.
- Χτίζεις μια ξεχωριστή σχέση με το κοινό σου.
- Δημιουργείς ambassadors.



...με την παρουσία σου στα social media
κερδίζεις





Τίτλος Μαθήματος

2. Ορισμοί για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.



Social Media...

Αποτελούν ...

- ένα νέο **κοινωνικό φαινόμενο**
- ένα βασικό **κανάλι επικοινωνίας**
- αναγκαιότητα επιβίωσης για τις επιχειρήσεις
- σύγχρονα διαδικτυακά εργαλεία



Τί είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;



- Μέσα αλληλεπίδρασης - Κοινωνική Διάδραση
- Επικοινωνία ομάδας ανθρώπων
- Εργαλεία Τεχνολογίας
- Εικονικές- Διαδικτυακές Κοινότητες
- Διευκολύνουν την επικοινωνία
- Διάδοση ιδεών
- Κοινωνική Διάδραση μεταξύ ανθρώπων
- Αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής
- web 2.0

WEB 2.0.



A word cloud on a dark, chalkboard-like background. The central text 'WEB 2.0' is written in large, bold, yellow, hand-drawn letters. Surrounding this central text are various terms related to Web 2.0, written in white, hand-drawn letters of varying sizes and orientations. The terms include: 'domain', 'blogs', 'creativity', 'photos', 'sharing', 'wikis', 'community', 'videos', 'content', 'social media', 'communication', 'design', 'users', 'http', 'website', 'content', 'comments', and 'domain'. The words are arranged in a circular pattern around the central 'WEB 2.0'.

domain
blogs
creativity
photos
sharing
wikis
community
videos
content
social media
communication
design
users
http
website
content
comments

WEB 2.0

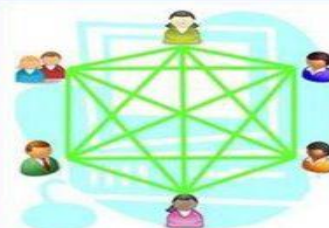
Οι εποχές των Web 1.0 & Web 2.0

**Web 1.0
School 1.0**



*“The Age of
Authority”*

- Reading
- Receiving
- Responding



**Web 2.0
School 2.0**

*“The Age of
Engagement”*

- Connecting
- Creating
- Contributing

Λίγα λόγια για το Web 2.0

Ο όρος **Web 2.0** (Ιστός 2.0), χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη νέα γενιά του **Παγκόσμιου Ιστού** η οποία βασίζεται στην **όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα των χρηστών** του **Διαδικτύου** να μοιράζονται πληροφορίες και να συνεργάζονται online. Αυτή η νέα γενιά είναι μια δυναμική διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών και δικτύων.

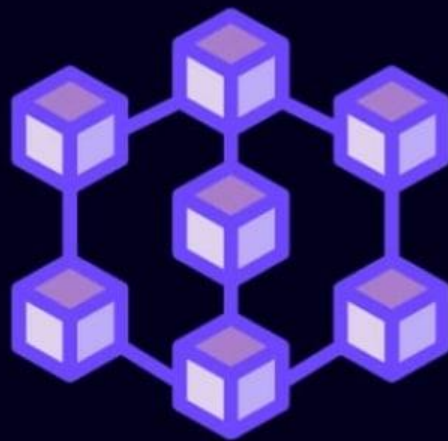
Web 1.0



Web 2.0



Web 3.0



WEB 1.0

- Static web
- HTML is the key technology
- First web browsers like Netscape Navigator are introduced
- Obtrusive advertising (e.g. banners)
- Data is stored on individual website's servers

WEB 2.0

- Interactive web
- Dynamic HTML, Javascript
- Dominance of interactive platforms and websites like Facebook, Airbnb, Instagram, Twitter
- Interactive advertising
- Data is owned by large tech giants

WEB 3.0

- Interactive web powered by AI
- Blockchain, AI, ML
- Decentralized data networks enabling users to own their data
- Targeted advertising based on user behavior
- Data is distributed across users

Ορισμοί για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι Karlan και Haenlein (2010) ορίζουν τα Social Media ως

- μια **ομάδα εφαρμογών** που βασίζονται στο Διαδίκτυο,
- που βασίζονται στα ιδεολογικά και τεχνολογικά θεμέλια του Web 2.0
- και επιτρέπουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή **περιεχομένου** που δημιουργείται από χρήστες.

διαδραστική και αμφίδρομη επικοινωνία



ένας άλλος ορισμός ...

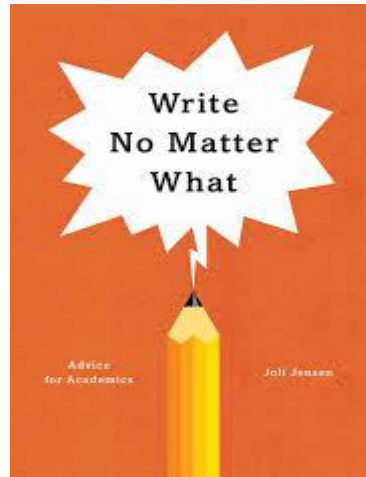


Ως Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης μπορούν να οριστούν

οι ηλεκτρονικές σελίδες, όπως είναι το Facebook, το Twitter, το Google+, το YouTube, το Instagram, το LinkedIn, το Pinterest, το Foursquare κτλ.,

τα οποία, δίνουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους να δημιουργούν, να μοιράζονται, καθώς και να ανταλλάσσουν πληροφορίες, ιδέες, εικόνες και βίντεο σε εικονικές κοινότητες και σε δίκτυα (Gunawardena, et al., 2009)

Ας δώσουμε τον δικό
μας ορισμό...



με απλά λόγια:

Τα Social Media ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι **διαδικτυακές κοινότητες**,στις οποίες συμμετέχουν οι άνθρωποι με στόχο να καλύψουν την βασική τους **ανάγκη για επικοινωνία**.

Τα κοινωνικά δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα σε έναν χρήστη να επικοινωνήσει **γρήγορα** και με **ελάχιστη προσπάθεια** με εκατοντάδες ή και χιλιάδες άλλους χρήστες, πολύ απλά μέσω του υπολογιστή του ή του κινητού του.

Τα σημαντικότερα **κοινά χαρακτηριστικά** των Social Media

1. **Κοινότητα (Community)** : Τα μέσα αυτά παρέχουν την δυνατότητα άμεσης και γρήγορης **δημιουργίας κοινοτήτων** με βάση κοινά ενδιαφέροντα.
1. **Διαφάνεια (Openness)** : Σχεδόν όλες οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι **ελεύθερες συμμετοχής** και ο καθένας μπορεί να χρησιμοποιήσει τα κοινωνικά μέσα ως μέσο δημιουργίας, επεξεργασίας, επικοινωνίας και σχολίων περιεχομένου (Mayfield, 2008)
1. **Συνομιλία (Conversation)** : Στα social media υπάρχει **αλληλεπίδραση** μεταξύ των μελών.

Μερικά ακόμη κοινά χαρακτηριστικά

4. Συμμετοχή (Participation) : Στα social media υπάρχει συμμετοχή των μελών.

5. Συνεκτικότητα (Connectedness) : Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν **συνδέσμους μεταξύ άλλων ιστοσελίδων, ανθρώπων και πόρων γενικότερα προκειμένου να υπάρχει συνεκτικότητα και πρόσβαση σε ακόμα περισσότερη πληροφορία**

6. Ταχύτητα (Speed) : Τα περιεχόμενα που δημοσιεύονται στις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης **είναι στιγμιαία και είναι διαθέσιμα σε όλους** στο δίκτυό μόλις δημοσιευθούν (Taprial & Kanwar, 2012)



Τί κάνει τα κοινωνικά δίκτυα
συναρπαστικά για τους χρήστες
του Διαδικτύου;

Η αλληλεπίδραση:



Ένα άλλο χαρακτηριστικό των σύγχρονων κοινωνικών δικτύων είναι το γεγονός ότι είναι διαδραστικά.

Έχουν την ικανότητα να προσαρμόζονται στις ανάγκες των χρηστών τους, δηλαδή είναι σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο, ώστε να διευκολύνουν τις διαδράσεις αυτών, παρέχοντάς τους λειτουργίες και υπηρεσίες που χρησιμοποιούν, όταν είναι σε απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο

Η Κοινότητα

Τα κοινωνικά δίκτυα κατασκευάζονται και αναπτύσσονται από τις έννοιες της κοινότητας. Αυτό σημαίνει ότι ακριβώς όπως οι κοινότητες ή οι κοινωνικές ομάδες σε όλο τον κόσμο στηρίζονται στο γεγονός ότι τα μέλη κατέχουν κοινές πεποιθήσεις ή χόμπι, τα κοινωνικά δίκτυα λειτουργούν με βάση την ίδια αρχή.

Οι χρήστες αποτελούν μέρος μιας κοινότητας, όπου μπορούν να ανταλλάξουν, απόψεις, ιδέες, φωτογραφίες κ.α.

Σχέσεις

Σε αντίθεση με τους δικτυακούς τόπους του παρελθόντος, *στα κοινωνικά δίκτυα αναπτύσσονται σχέσεις*. Όσες περισσότερες σχέσεις και διασυνδέσεις έχει ένας χρήστης μέσα σε ένα δίκτυο τόσο πιο δημοφιλής είναι σε αυτό.

Συναίσθημα

Ένα άλλο χαρακτηριστικό των κοινωνικών δικτύων είναι ο συναισθηματικός παράγοντας. Ενώ οι ιστοσελίδες επικεντρώνονται κατά κύριο λόγο στην παροχή πληροφοριών, **ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ** παρέχει μια συναισθηματική ασφάλεια στους χρήστες του, ότι οι φίλοι τους βρίσκονται σε κοντινή απόσταση και εύκολα μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί τους.



Συμπέρασμα:



Σήμερα ένα μεγάλο μέρος της αγοράς
εντοπίζεται και δραστηριοποιείται στο
διαδίκτυο, γεγονός που το καθιστά
εξαιρετικά δυναμικό εργαλείο.

Τίτλος Μαθήματος

2.Κατηγοριοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης





Κατηγοριοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Mirna Bard



Κατηγοριοποίηση (Owyang, 2009)

πραγματοποιείται βάσει των δυνατοτήτων που παρέχονται στους χρήστες

Οι δυνατότητες αυτές ταξινομούνται σε 5 στάδια.

1. Στάδιο κοινωνικών σχέσεων,
2. Στάδιο κοινωνικής λειτουργικότητας,
3. Στάδιο κοινωνικής αποίκησης
4. Στάδιο κοινωνικού περιεχομένου
5. Στάδιο κοινωνικού εμπορίου



ο Foreman, προχώρησε σε ακόμη μια κατηγοριοποίηση τους σε 10 κατηγορίες

1. Κοινωνικά Δίκτυα, όπως είναι το Facebook, το Twitter, το LinkedIn, προκειμένου οι χρήστες να συνδέονται μεταξύ τους

2. Δίκτυα Διαμοιρασμού πολυμέσων, όπως είναι το Instagram, το Snapchat, το YouTube, το TikTok, προκειμένου οι χρήστες να ανταλλάσσουν εικόνες, ήχους και βίντεο

3. Φόρουμ Συζητήσεων, όπως είναι το Reddit, το Quora, προκειμένου να ανταλλάσσονται ιδέες και να πραγματοποιούνται συζητήσεις



...



4. **Δίκτυα Σελιδοσήμανσης**, όπως είναι το Pinterest, το Flipboard, προκειμένου να μπορούν οι χρήστες **να αποθηκεύουν, να προσθέτουν και να ανακαλύπτουν κάποιο περιεχόμενο** ανάλογα με τις επιθυμίες τους

5. **Δίκτυα κριτικής καταναλωτών**, όπως είναι το **Tripadvisor**, το Google my Business, το Foursquare, προκειμένου να μπορούν οι χρήστες να προσθέτουν αλλά και να βρίσκουν σχετικές κριτικές σχετικά με προϊόντα, υπηρεσίες, εταιρείες, ταξιδιωτικούς προορισμούς





...

6. Δίκτυα ιστολογιών και δημοσιεύσεων, όπως είναι το WordPress, το LiveJournal, το Tumblr, προκειμένου οι χρήστες να δημοσιεύουν διαδικτυακά περιεχόμενο το οποίο θα συζητάτε και θα σχολιάζετε

7. Δίκτυα με **βάση τα ενδιαφέροντα**, όπως είναι το Myspace, το Couchsurfing, το World packers, προκειμένου να συνδέονται χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα

8. Δίκτυα **κοινωνικών αγορών**, όπως είναι το Wanelo, το Fancy, το Luvocracy, προκειμένου να πραγματοποιούνται αγορές διαδικτυακά αλλά οι χρήστες να βρίσκουν άλλες καταναλωτικές κινήσεις και να κατανοούν την τάση της αγοράς

Είναι απαραίτητη η κατηγοριοποίηση;



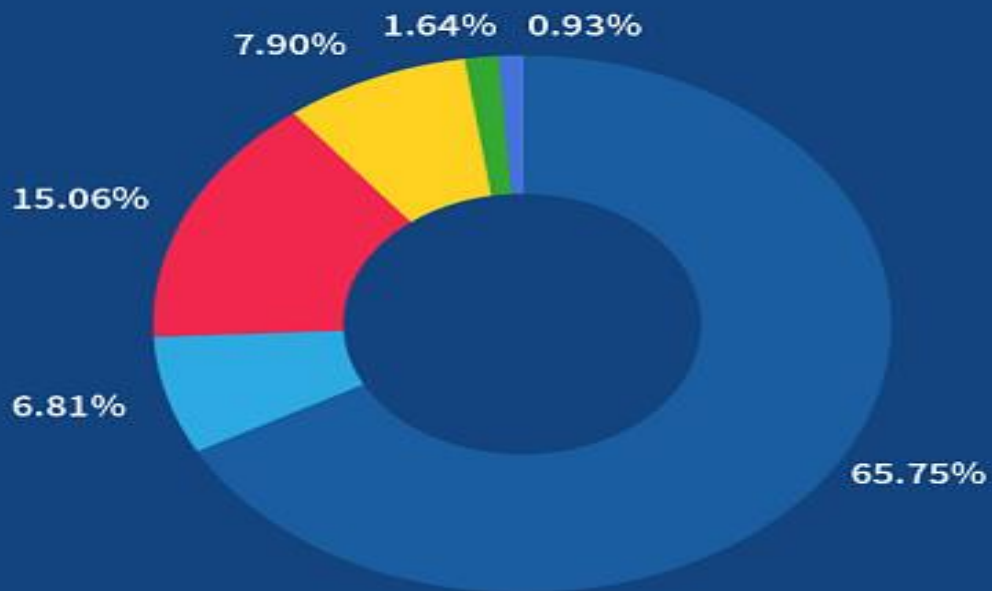


Τίτλος Μαθήματος:

3. Τα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης

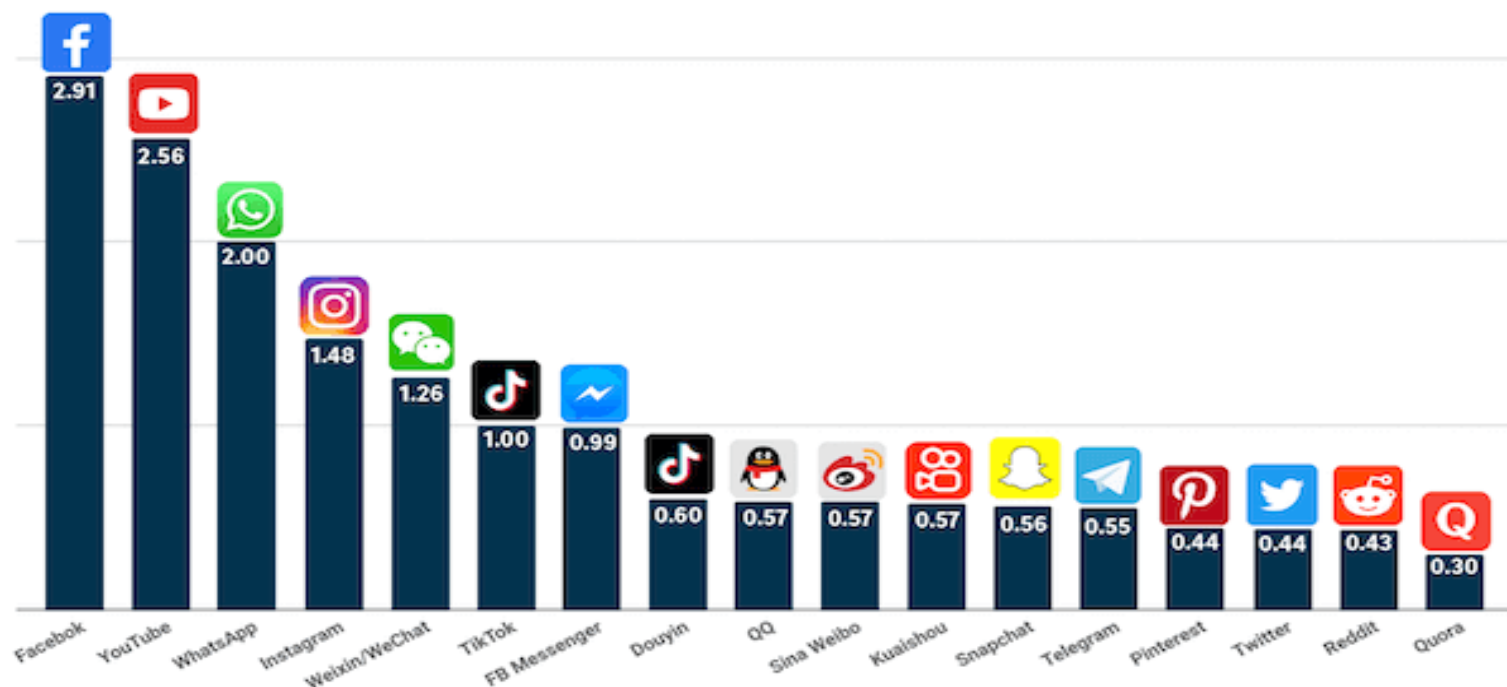


Popularity of Different Social Media Platforms (Worldwide)



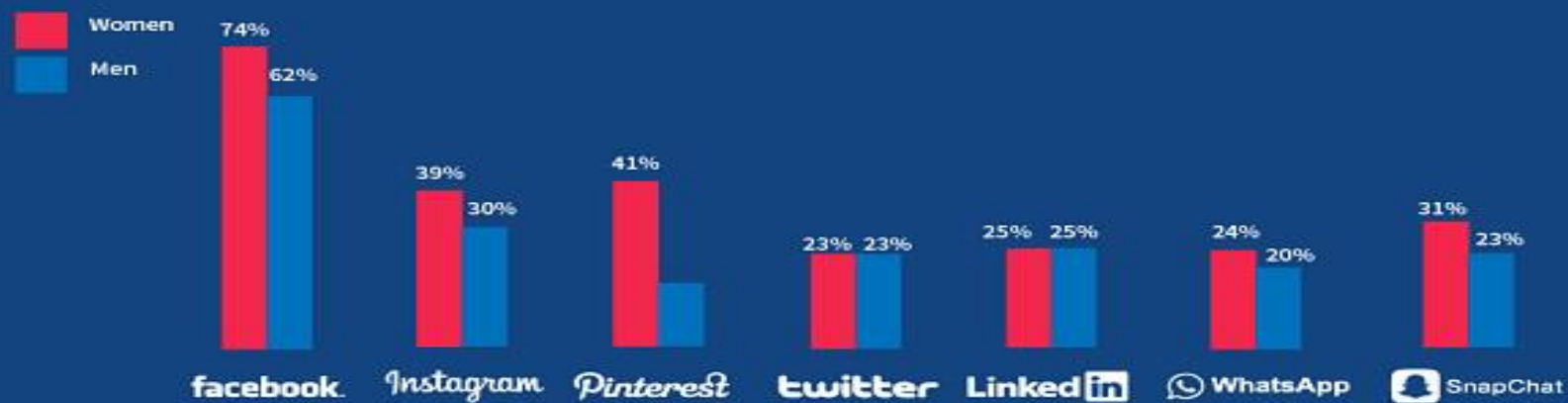
Most popular social networks worldwide

By monthly active users, in billions



Source: Statista

Social Media Use by Sex (US)



Source: <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-2018-appendix-a-detailed-table/>

facebook



facebook





- Περισσότερους από **2,9 δισεκατομμύρια** χρήστες παγκοσμίως... είναι μέρος της ζωής όλων.
- Ιδρυτής του είναι ο **Mark Zuckerberg**, στις 4 Φεβρουαρίου του 2004
- Αρχικά, το Facebook είχε ξεκινήσει τη λειτουργία του με σκοπό να κρατά σε επαφή τους φοιτητές στο πανεπιστήμιο του Harvard. Στη συνέχεια όμως, η δημοτικότητά του αυξήθηκε τόσο πολύ που πλέον είναι ανοικτό σε ολόκληρο τον κόσμο
- επισκεφτείτε το site της ταινίας The Social Network - <http://www.thesocialnetwork-movie.com/>
- Το Facebook διαθέτει πλέον **πάρα πολλές υπηρεσίες** που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, την ψυχαγωγία, το λιανεμπόριο, την τεχνολογία, κλπ.
- Σημαντικό είναι να τονιστεί πως παρά τη μετονομασία της εταιρείας σε **Meta**, δεν επηρεάστηκε καθόλου η απήχυσή της στο κοινό, καθώς τη χρησιμοποιεί ως τη μόνη πηγή ενημέρωσής του.

Τα οφέλη μιας επιχείρησης από το facebook



- Η δημιουργία μιας Σελίδας είναι **απλή και δωρεάν**
- Αυξάνει την **επισκεψιμότητα του επίσημου ιστοχώρου** της επιχείρησης.
- Έχει πάρα πολλούς χρήστες, οι οποίοι κατά μέσο όρο έχουν **πιο μεγάλη ηλικία** από τους χρήστες των υπόλοιπων social media.
- **Διεύρυνση του πελατολογίου** με την προσέλκυση νέων πελατών και ενημέρωση υπαρχόντων.
- το Facebook μέσω των Facebook ads, σου δίνει τη δυνατότητα **να διαφημίσεις στοχευμένα και αποτελεσματικά** την επιχείρησή σου στο κοινό που θα επιλέξεις.

Πώς να κερδίσεις πελάτες με τη σωστή ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ της

FACEBOOK σελίδας σου

<https://www.socialactive.gr/blog/all-about-facebook-dianhisi/>



Twitter

- Δημιουργήθηκε στις 21 Μαρτίου 2006
- Επιτρέπει στους χρήστες **να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα** (εώς 280 χαρακτήρες)τα γνωστά tweets.
- 26 Οκτωβρίου 2022 ο **Έλον Μασκ** νέος ιδιοκτήτης της εταιρείας...οι παροικούντες την ψηφιακή Ιερουσαλήμ προέβλεπαν ότι αυτή ήταν η αρχή του τέλους της διάσημης πλατφόρμας.



Οφέλη για την επιχείρηση

- Καλή πηγή **εντοπισμού και προσέλκυσης υποψηφίων** απο τους *recruiters* των εταιρειών
- Αν στοχεύεις σε **άντρες**, το καταλληλότερο κοινωνικό μέσο είναι το **Twitter**, καθώς οι περισσότεροι χρήστες του είναι άντρες.



You

Tube



Subscribe



- Κυκλοφόρησε στις 14 Φεβρουαρίου 2005
- Είναι το **δεύτερο πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο**, με περισσότερους από 1,9 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως.
- η δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης του κόσμου.
- 80% επικοινωνία μέσω video
- κυρίως μέσω smart phones + smart T.V
- Μέσο έμπνευσης.

Οφέλη για τις επιχειρήσεις

- Οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να **διαφημιστούν** από τον ιστοχώρο αυτό μέσω προβολής τους πριν την αναπαραγωγή κάποιου video .
- Οι επιχειρήσεις το αξιοποιούν δημιουργώντας το **δικό τους YouTube κανάλι**
- Όσον αφορά το μέρος των προσλήψεων οι επιχειρήσεις μπορούν να προσελκύσουν και να επιλέξουν δυνητικούς υποψηφίους. Αφορά κυρίως τον καλλιτεχνικό χώρο.



Subscribe

Instagram



Instagram

Instagram

- Επιτρέπει τη λήψη και το διαμοιρασμό φωτογραφιών και βίντεο.
- Τον Μάρτιο του 2020, το Instagram εισήγαγε τη δυνατότητα κοινοποίησης δημοσιεύσεων μεταξύ των χρηστών κατά τη διάρκεια βιντεοκλήσεων.
- Το **Instagram** θεωρείται η νούμερο ένα κοινωνική πλατφόρμα που προτιμάει η νέα γενιά, με το ποσοστό να αγγίζει το **67%** για ηλικίες από **18-24** ετών!
- Σημαντικές **αλλαγές** που θα εστιάζουν πλέον στα **βίντεο** και λιγότερο στις **φωτογραφίες**, προανήγγειλε ο επικεφαλής του **Instagram**, κάνοντας γνωστό ότι θα υπάρχει και μια μεγάλη αλλαγή που αφορά στα περίφημα **stories**.

Οφέλη για τις επιχειρήσεις



- Οι επιχειρήσεις αποτελούν τεράστιο κομμάτι της κοινότητας ενδιαφερόντων στο Instagram, καθώς **το 90% των λογαριασμών ακολουθούν τουλάχιστον μία επιχείρηση.**
- Είναι απλούστερο ως προς τη χρήση και διαθέτει οπτικά εφέ που μπορεί να βοηθήσουν κατά πολύ στη διαδικασία της **προώθησης.**
- Η μεγάλη του εμπλοκή στο ηλεκτρονικό εμπόριο, την προώθηση προϊόντων και την προβολή επιχειρήσεων, την έχουν κατατάξει δικαίως ανάμεσα στα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



Ποιά είναι η καλύτερη ώρα να “ποστάρεις” στο instagram?



Η καλύτερη μέρα και ώρα είναι 11 AM τις Τετάρτες!!!

Βέβαια, με δική σου έρευνα θα δεις συγκεκριμένα για την επιχείρηση σου.

TIPS: Πώς να φτιάξω ένα επαγγελματικό Instagram Bio;

<https://www.socialactive.gr/blog/instagram-bio/>

Linked 

Linked 

Linked 



- Πρόκειται για την πιο δημοφιλή **πλατφόρμα επαγγελματικού ενδιαφέροντος**.
- Το γεγονός ότι εστιάζει πλήρως στην επαγγελματική καριέρα και επιτρέπει τη **διασύνδεση με υψηλά στελέχη εταιρειών και επιχειρήσεων**, την καθιστά πρώτη επιλογή γι' αυτούς που ψάχνουν εργασία και επαγγελματική ανέλιξη.
- το **LinkedIn**, επειδή θεωρείται πιο επαγγελματική πλατφόρμα, δεν αποτελεί social media για την προώθηση της επιχείρησης και τις πωλήσεις.
- Αν το κοινό σου είναι επιχειρηματίες ή άλλες B2B επιχειρήσεις, τότε το LinkedIn είναι το κατάλληλο μέσο για να δραστηριοποιηθείς.

Το LinkedIn σας βαθμολογεί από 0-100% ανάλογα με το πόσες πληροφορίες έχετε συμπληρώσει στο προφίλ σας.

- Όσο πιο κοντά στο 100% βρίσκεστε, τόσο πιο πιθανό είναι να βγείτε στα αποτελέσματα από μηχανές αναζήτησης
- Τομέας δουλειάς και ταχυδρομικός κώδικας της περιοχής εργασίας σας
- Τωρινή δουλειά με περιγραφή του αντικειμένου και επαγγελματικών δραστηριοτήτων σας
- Δύο ακόμη θέσεις δουλειάς στις οποίες έχετε ασχοληθεί
- Εκπαίδευση,
- Τουλάχιστον 5 skills
- Φωτογραφία προφίλ
- Τουλάχιστον 50 connections
- Περιγραφή (A summary)





Στις **νέες γενιές**, όπως καταγράφει η TechJury , κυριαρχεί το TikTok. Αυτή η κατηγορία, **εφήβων και παιδιών** κυρίως, περνά κατά μέσο όρο 91 λεπτά την ημέρα στο TikTok, έναντι 56 λεπτών στο YouTube.

Συνολικά, η πλατφόρμα ξεπέρασε το 1 δισ. ενεργούς χρήστες, εκ των οποίων η πλειονότητα είναι **κάτω των 25 ετών.**

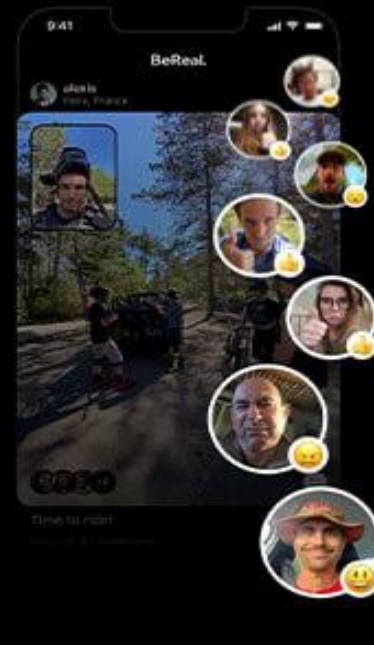
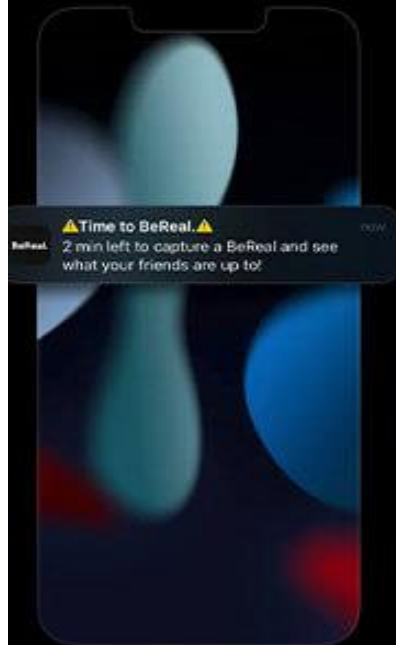
BeReal. Your friends for real.



Έχει συστηθεί στο κοινό ως η νέα, αντι-ινσταγκραμ εφαρμογή

Καθημερινά οι χρήστες λαμβάνουν μια ειδοποίηση τύπου amber-alert με ένα μήνυμα ότι είναι «time to BeReal». Αυτή η ειδοποίηση είναι τυχαία, επομένως μπορεί να έρθει στις 5 το απόγευμα, μπορεί να είναι 11 το πρωί, κανείς δεν ξέρει. Μόλις οι χρήστες λάβουν αυτό το μήνυμα, ανεβάζουν μια φωτογραφία με το τι κάνουν εκείνη ακριβώς τη στιγμή, ανεξάρτητα από το αν τυχαίνει να χορεύουν σε ένα κλαμπ με τους φίλους τους ή να κάθονται μόνοι στον καναπέ τους και να κοιτάζουν τον τοίχο.

- οι Gen Zers (Z) και οι millennials (X) αποτελούν την πλειοψηφία της βάσης χρηστών της εφαρμογής.
- Οι μηνιαίοι ενεργοί χρήστες του έχουν επίσης αυξηθεί κατά 315% από τις αρχές του 2022



Ποια social media κανάλια είναι κατάλληλα για την επιχείρησή
σας:

- Πριν επιλέξεις social media για την επιχείρηση σου, σημαντικό είναι να προσδιορίσεις το κοινό - στόχο σου, αλλά και τον τρόπο που θέλεις να προωθήσεις την εταιρία και τα προϊόντα.
- Οι επιλογές είναι πολλές,
- Οι **εναλλακτικοί συνδυασμοί** ακόμη πιο πολλοί.... αλλά εσύ πρέπει να επιλέξεις να προβάλεις την επιχείρησή σου σε ένα ή σε περισσότερα από ένα κοινωνικά δίκτυα που πραγματικά μπορούν να σε βοηθήσουν να πετύχεις τους **εμπορικούς σου στόχους** και **ταιριάζουν στο profile της επιχείρησής σου.**

Από που θα ξεκινήσω

1. Που θα εμφανίζεται η επιχείρησή σου;
Στα social media ή στην αναζήτηση;
Κινητά ή desktop ;
1. Τεχνολογία και περιεχόμενο
Εσύ ο ίδιος ή κάποιος ειδικός
1. Κόστος και χρόνο που θα διαθέσεις.
Ρεαλιστικό budget, χρονοδιάγραμμα



4. Τίτλος μαθήματος:

Οδηγός Εφαρμογής
Social Media
Marketing.



μια σύγχρονη μέθοδος μάρκετινγκ,
το **Social Media Marketing**
(SMM)

Social Media Marketing: Ο ορισμός

Ο όρος «social media marketing» περιγράφει τη διαδικασία της δημιουργίας περιεχομένου, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στο ύφος του κάθε μέσου, προκειμένου να επιτευχθεί το engagement και η διανομή αυτού του περιεχομένου (sharing).

Τί είναι

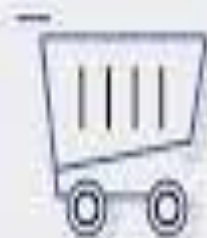


?

είναι μια **διαδικασία**, μέσω της οποίας η επιχείρηση προσπαθεί **να κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του υφιστάμενου ή/και του δυνητικού πελάτη**, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα **προϊόντα / υπηρεσίες** (product) με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του **τα γνωστοποιήσει** (promotion), **να τα καταστήσει διαθέσιμα** (place) μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) **στην τιμή** που θα πρέπει αυτά να πωλούνται (price).



What Is Marketing?



Product



Price



Place



Promotion

βασικός στόχος ...

οι

επαναλαμβανόμενες
πωλήσεις



Στόχος: Επαναλαμβανόμενες πωλήσεις

Πώς επιτυγχάνω τον στόχο:

- μακροχρόνια σχέση με τους πελάτες
- υψηλή αξία στα προϊόντα σου
- ανταγωνιστικό πλεονέκτημα



Οδηγός Εφαρμογής Social Media Marketing



Στρατηγική social media marketing

Μία εννοιολογική προσέγγιση του όρου

“στρατηγική social media marketing” θα τον
όριζε ως τον **σχεδιασμό των στόχων** που θέτει
μία επιχειρηματική μονάδα, καθώς και των
ενεργειών και μεθόδων με τους οποίους η
τελευταία θα οδηγηθεί στην **επίτευξη** αυτών.



★ Θέσε σαφείς, ρεαλιστικούς,
μετρήσιμους και
χρονικά προσδιορισμένους
στόχους marketing!



Ξεκαθάρισε **τί θέλεις** από τα Social Media;

- να προσελκύσεις **νέους πελάτες** από την παρουσία σου στα κοινωνικά δίκτυα;
- να αυξήσεις την αναγνωρισιμότητά του προϊόντος/ υπηρεσίας (**brand awareness**)
- να φέρεις **επισκέπτες στο website** σου;
- να αυξήσεις τον βαθμό **“αφοσίωσης” (loyalty)** της κοινότητας;
- να αυξήσεις τα leads και **τις πωλήσεις**;

Οι στόχοι για να είναι αποτελεσματικοί θα πρέπει να καθοριστούν με τη βοήθεια των αρχών του **SMART**, οι οποίοι είναι:

1. Specific (Συγκεκριμένοι)
2. Measurable (Μετρήσιμοι)
3. Attainable (Εφικτοί)
4. Realistic (Πραγματικοί)
5. Timely (Έγκαιροι)

ΜΟΝΤΕΛΟ SMART - ΕΞΥΠΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

S = Specific - Συγκεκριμένος "Τι πρέπει να κάνω προκειμένου να τον επιτύχω;"

M = Measurable - Μετρήσιμος "Πως θα μετρήσω το αποτέλεσμα;"

A = Achievable - Εφικτός "Είναι εφικτός;"

R = Realistic / Related - Ρεαλιστικός / Συναφής "Είναι ρεαλιστικός;"

T = Timely/ Time-Bound - Χρονικά προσδιορισμένος "Πότε πρέπει να τον ολοκληρώσω;"

Facebook Video Views Goal

Specific: Θέλετε να αυξήσετε τον μέσο όρο views ανά video περικόπτοντας το video content mix από 8 θέματα στα 5 πιο δημοφιλή.

Measurable: Αύξηση 25% στον στόχο σας.

Attainable: Όταν “κόψαμε” το video content mix στο Facebook από 10 θέματα στα 8 πιο δημοφιλή έξι μήνες πριν, διαπιστώσαμε ότι ο μέσος όρος views για κάθε native video αυξήθηκε κατά 20%.

Relevant: Αυξάνοντας τον μέσο όρο views για κάθε native video, αυξάνουμε επίσης τους followers στα social media αλλά και το brand awareness μας, έχοντας μεγαλύτερη απήχηση σε περισσότερους εν δυνάμει πελάτες με το video content μας.

Time-Bound: Σε έξι μήνες.

SMART Goal: Σε έξι μήνες, θα διαπιστώσουμε μία αύξηση 25% στον μέσο όρο views για κάθε native video στο Facebook περικόπτοντας το video content mix από 8 θέματα στα 5

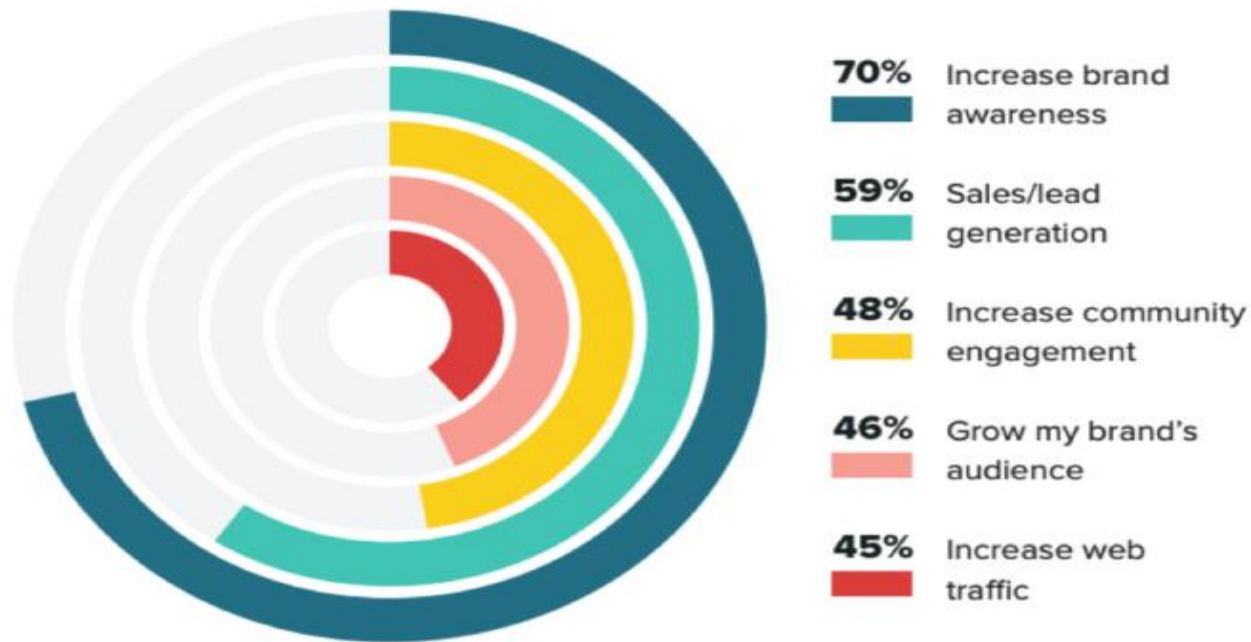
- Το να ορίσεις συγκεκριμένους στόχους για όσα θέλεις να πετύχεις, θα σε βοηθήσει να μη χάσεις το δρόμο σου αλλά και πολύτιμο χρόνο!!!

Οι στόχοι δεν
παραμένουν οι ίδιοι,
αλλάζουν.....



Ας δούμε κάποιους στόχους πιο αναλυτικά!

Social marketers' top goals for social



1. Αύξηση brand awareness και προσέγγιση νέων πελατών

Μέσα από τα social media μπορείς να αναδείξεις το χαρακτήρα του brand σου και να αναπτύξεις τη φήμη του.

Φαντάζεσαι με ποιους τρόπους ?.....



(marketing: product recognition), αναγνωρισιμότητα ουσ
Θηλ.

2. Ενίσχυση της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα και αύξηση πωλήσεων

Μέσα από τις δημοσιεύσεις σου, μπορείς να οδηγήσεις τους χρήστες στην ιστοσελίδα σου και να τους παροτρύνεις να πραγματοποιήσουν κάποια ενέργεια εκεί.



3. Σύνδεση με τους πελάτες μας

Όταν βρίσκεται η επιχείρησή σου στα κοινωνικά δίκτυα, δημιουργείται μία

ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ με τους υπάρχοντες πελάτες σου γύρω από αυτήν.

χτίζεις καλύτερες σχέσεις με τους υφιστάμενους πελάτες.

“

YOU CANNOT BUY
ENGAGEMENT. YOU
HAVE TO BUILD
ENGAGEMENT.

TARA NICHOLLE NELSON

4. Εξυπηρέτηση Πελατών

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών.



Εσύ ποιους στόχους
έχεις για την
επιχείρησή σου;

Οι αποδοτικότερες πρακτικές για να κερδίσεις στα Social Media:

Guest blogging : Δίνει την ευκαιρία σε πολλά μικρά brands και sites να αναδειχθούν σε νέο κοινό και έτσι να ενισχύσουν το brand awareness τους.

SEO Keywords : Τίτλοι, περιγραφές, alt texts και κυρίως άρθρα είναι τα κυρίαρχα μέρη που μπορείς να παίξεις με τις **λέξεις-κλειδιά**.



Search Google or type a URL



KEY WORDS:

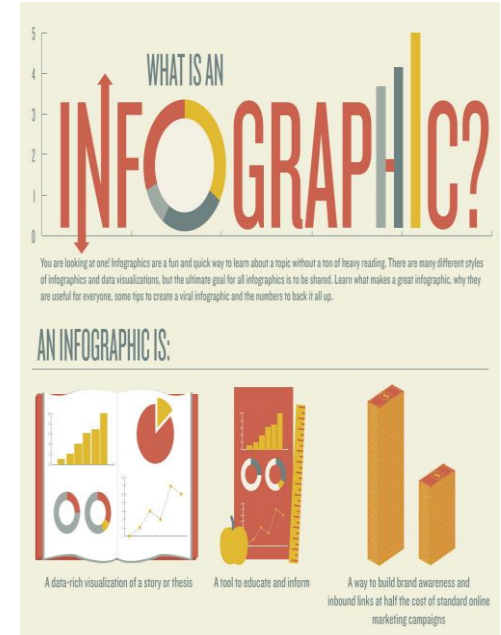
Είναι η λέξη ή οι λέξεις με τις οποίες θέλετε να συνδέσετε το site σας προκειμένου όταν οι χρήστες αναζητούν αυτές τις λέξεις -κλειδιά (ή φράση) στη Google ή σε άλλες μηχανές αναζήτησης να βρίσκουν την ιστοσελίδα σας.

Το **SEO (Search Engine Optimization)** είναι μια σειρά από ενέργειες που βοηθούν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας σας να ανέβει ψηλά στις μηχανές αναζήτησης (Google, Bing) όταν ο κόσμος αναζητά κάτι σχετικό.

Συνεργασίες ανάμεσα σε

brands : Έχεις το brand A και μία αντίστοιχη επιχείρηση είναι το brand B. Ο καθένας έχει το δικό του κοινό, με συγκεκριμένο reach. Γιατί να μην συνεργαστείτε, να συστηθείτε στο audience του άλλου κι έτσι να ενισχύσετε ο καθένας το δικό του brand awareness;

- Τα **infographics**: είναι εικόνες με γραφικά, σχέδια και χρώματα που μοιράζονται πληροφορίες και δεδομένα, σαν ένα πιο διαδραστικό και συγκεντρωμένο πλαίσιο κειμένου.



6 ΧΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ALOE VERA



για βαθιά
ενυδάτωση



για πεπτικές
διαταραχές



για δερματικούς
τραυματισμούς



για ηλιακά
εγκαύματα



για ενδυνάμωση
των μαθητιών



για υγεία
των αύλων

Το Supply.gr σου αποκαλύπτει τις ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ

ΤΟΠ 10 ΤΑΣΕΙΣ ΜΕΝΟΥ

- | | | |
|--|--|--|
| 1 Ντόπια κρέατα και ψάρια
 | 2 Προϊόντα από μικροκαλλιέργητες
 | 3 Μενού με σεβασμό στο περιβάλλον
 |
| 4 Υγιεινά παιδικά μενού
 | 5 Παιδική διατροφή
 | 6 Νέοι τρόποι κοπής κρέατος
 |
| 8 Μαγειρική χωρίς γλουτένη
 | 9 Θαλασσινά χαμηλού κόστους
 | 7 Προϊόντα ολικής άλεσης
 |
| 10 Υπερ-τοπικοί προμηθευτές
 | | |

ΠΩΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΖΟΝΤΑΙ ΠΙΟ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΝ 1Η ΥΛΗ



ΟΙ ΠΙΟ HOT ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ



55%
ΤΩΝ ΣΕΦ
προσπαθούν να κάνουν πιο υγιεινά τα πιάτα



ΣΤΗ ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ



Επιστροφή του αυγού στην παγκόσμια κουζίνα

Άνοδος την εθνική κουζίνας



Επιστροφή σε βασικά ποτά (σάκε, Irish coffee)

Νέα σιρόπια (από φυτά)



ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



ΝΕΟΙ 18-29 κοιμούνται με το κινητό

Ραγδαία αύξηση της χρήσης κινητού



Social Media

Θεματικές βραδιές



ΣΤΗΝ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ DESIGN

Food markets και συνολική αλλαγή στη διαδικασία παραγγελίας



Βαθεία χρώματα στη διακόσμηση

Μετάβαση από το μέταλλο στα γήινα υλικά



- **Referral Καμπάνιες:** Πόσο πιθανό είναι κάποιος να εμπιστευτεί μία εταιρεία που του πρότεινε ο φίλος του, από μία εταιρεία που απλά είδε να διαφημίζεται online; Πολύ!



★ Ορίστε το κοινό σας
target audience



Για να χτίσετε λοιπόν μια επιτυχημένη στρατηγική social media marketing, είναι αναγκαίο να ορίσετε ποιο είναι το ιδανικό κοινό σας.

Δηλαδή με άλλα λόγια,

σε ποιους απευθύνεστε.



Σκεφτείτε απλά τον ιδανικό σας πελάτη
έχοντας κατά νου τα εξής:

- Ηλικία
- Φύλο
- Ενδιαφέροντα
- Εισόδημα
- Εργασία
- Έχεις να προτείνεις και άλλα ????



Ας γίνουμε δημιουργικοί... **χτίζοντας το προφίλ του πελάτη μας.**

- Ποιον προσπαθείς να προσεγγίσεις;
- Πώς φαίνεται στο μυαλό σας ο ιδανικός πελάτης σας;
- Δημιουργήστε ένα ισχυρό και ολοκληρωμένο προφίλ των τύπων των ανθρώπων που θα αγοράζαν το προϊόν σας.
- Τί θέλουν να "κερδίσουν" αγοράζοντας το προϊόν/υπηρεσία σας;
- ποιες είναι οι ανάγκες τους;
- τα ενδιαφέροντά τους;
- ποιό είναι το "πρόβλημα" τους;



★ Δημοσίευση περιεχομένου
υψηλής ποιότητας



“Content is King”

Bill Gates, 1996



Content Marketing Institute

«Μια στρατηγική προσέγγιση μάρκετινγκ που εστιάζει στη δημιουργία και τη διανομή πολύτιμου, σχετικού και συνεπούς περιεχομένου για να προσελκύσει και να διατηρήσει ένα σαφώς καθορισμένο κοινό»



<https://youtu.be/9OHgMMpGLzk>

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

Γιατί είναι απαραίτητο το marketing περιεχομένου?

1. Χτίζει μία κοινότητα αφοσιωμένων πελατών
2. Κάνει την εταιρεία σας αυθεντία
3. Γνωρίζετε καλύτερα τους πελάτες σας
4. Βελτιώνει το SEO
5. Προσθέτει αξία στο προϊόν σας  Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα.

Τελικά τί θα κερδίσουμε;

- Αύξηση πωλήσεων.
- Εξοικονόμηση κόστους.
- Καλύτεροι πελάτες με περισσότερη αφοσίωση "loyalty".

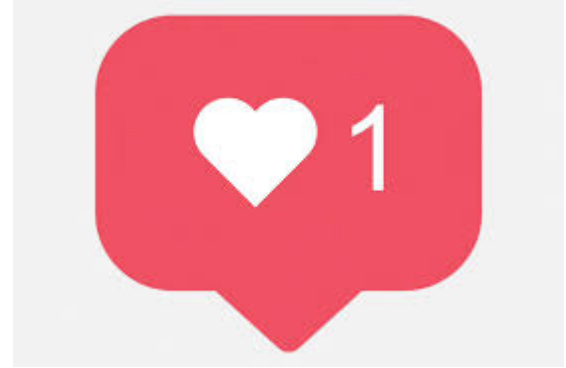


[https://youtu.be/](https://youtu.be/BUJcD6Ws6s)
BUJcD6Ws6s

Πάμε να δούμε κάποια **tips** για το


content

1. Προκαλέστε τη συμμετοχή.



- Αλληλεπίδραση
(interaction)
- Εμπλοκή
(engagement)

"ACTIVATE YOUR FANS,
DON'T JUST COLLECT THEM
LIKE BASEBALL CARDS."

Jay Baer





Dove
November 19



Tag your aunt and tell us why you love her!



Like · Comment · Share

1,695 Shares



3,859 people like this.

Top Comments ·



Write a comment...



Sylvia Winrich My auntie Nancy is a wonderful auntie with love and joy for all

2. Επίλυση των “προβλημάτων” των υφιστάμενων και δυνητικών πελατών μέσω των social media

I  my
Customers!

Sleep hot? We've got just the thing for you.

Something cool just arrived. Try our new mattresses with Snow Technology at your local Casper Sleep Shop.

Shop now



Ενώ είναι λογικό να προωθείτε προϊόντα και υπηρεσίες στις δημοσιεύσεις σας, **δεν πρέπει να το κάνετε συνέχεια**. Το σημαντικότερο είναι να αναρτάτε περιεχόμενο που παρέχει πληροφορίες στο κοινό σας και **το βοηθάει**.

- **δώστε λύσεις στα προβλήματα!!**

3. Μάθετε το κοινό σας

Για να προκαλέσετε το ενδιαφέρον του κοινού σας, πρέπει πρώτα να μάθετε ποιοι είναι και τι τους ενδιαφέρει.

Διαφορετικά, μπορεί να αποδειχθεί δύσκολο να επιλέξετε το καλύτερο περιεχόμενο για επιμέλεια.

Δώστε επίσης σημασία στο ύφος
του περιεχομένου σας, καθώς
θα πρέπει το κοινό σας να
ταυτίζεται με αυτό. Αποφύγετε
λοιπόν εκφράσεις και θέματα που δεν
ταιριάζουν με το κοινό σας.

4. Το περιεχόμενο που δημιουργούμε πρέπει να είναι Υψηλής Ποιότητας

Δεν είναι λίγες οι φορές που μπορεί να παρασυρθούμε και στον βωμό της συνεχούς δημιουργίας να παράξουμε χαμηλής ποιότητας περιεχόμενο.

Κάτι τέτοιο, όμως, μόνο αρνητικό αντίκτυπο μπορεί να έχει.

Συνοπτικά: Δημιουργώντας **υψηλής ποιότητας, ενημερωτικό και διαδραστικό** περιεχόμενο, θα καταφέρεις να χτίσεις εμπιστοσύνη με το κοινό σου. Αυτό θα τους ξαναφέρει στην σελίδα σου και σύντομα θα καταφέρεις να τους μετατρέψεις σε πελάτες!

Σύνδεση με *influencers*



Ένας ιδιαίτερα **σύγχρονος** και **αποτελεσματικός** τρόπος για την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών σου είναι το **μάρκετινγκ με influencers**,

Κάποια **tips** για το πως θα χρησιμοποιήσω τους influencers αποτελεσματικά για την στρατηγική marketing, της επιχείρησής μου...



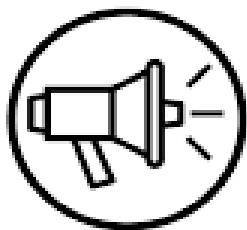
- Όρισε τα σημεία που θέλεις να προωθήσεις και σκέψου πως μπορεί να σε βοηθήσει ένας influencer.
- Να είσαι σίγουρος ότι ο/η influencer που θα επιλέξεις **ταιριάζει με το προφίλ της εταιρείας σου.**
- Για να μεγιστοποιήσεις την “δεσμευση” (engagement), **επέλεξε συγκεκριμένα hashtags** για τον influencer σου, τα οποία θα προωθούν τα προϊόντα σου.
- Μπορείς να βρεις influencers από τα social media, ή από εταιρείες marketing.

★ Επιλέξτε την ιδανική πλατφόρμα

Πρέπει να επιλέξουμε τις πλατφόρμες στις οποίες θα διαμοιραστούμε το περιεχόμενο, με κριτήριο

ποιες αντανακλούν με περισσότερη ακρίβεια την εικόνα του brand που

θέλουμε να προβάλουμε και **ποιες είναι εκείνες που προτιμά περισσότερο το κοινό στόχου.**



**Προσελκύουν
στοχευμένο κοινό**



**Ενισχύουν το
Brand Awareness**



**κερδίζετε
Like & Share**



**Αυξάνετε τις
πωλήσεις σας**

★ Αξιολογήστε τα αποτελέσματα



Google Analytics θα σου δώσουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες.

Μας δείχνουν τι λειτουργεί καλά και τί πρέπει να βελτιωθεί, έτσι ώστε να πετύχουμε τους στόχους που έχουμε θέση για την επιχείρηση μας στα social media.

For an even better understanding of your stats and new features, find out what you can about Google's new standard, Google Analytics 4. On July 1, 2023, Universal Analytics is getting sunset, and GA4 will be the only game in town.

To learn more about GA4, [visit Google's answer page](#), where you can also learn how to start.

★ Μελέτησε τον ανταγωνισμό



Για αρχή μπορείς να βρεις χρήσιμες
πληροφορίες από μια απλή ανασκόπηση
της παρουσίας τους στα Social Media.

Πώς να εντοπίσεις τους ανταγωνιστές σου.

Ο απλούστερος τρόπος για να βρεις του ανταγωνιστές σου είναι μέσω μιας **απλής αναζήτησης στο Google**. Αναζήτησε τα πιο σχετικά keywords, φράσεις και όρους του τομέα σου και δες ποιοι εμφανίζονται εκεί.

Για παράδειγμα, εάν πουλάς χειροποίητα κοσμήματα, ένα εξαιρετικό keyword για διερεύνηση μπορεί να είναι το "handmade jewelry".

Στη συνέχεια, θα πρέπει να μελετήσεις πόσο και σε ποια Social Media είναι ενεργοί. Παρακολούθησε τη δραστηριότητα εκείνων που δημοσιεύουν τακτικά δημιουργικό και πρωτότυπο περιεχόμενο.

<https://www.socialmediajungle.gr/social-media-trends-taseis-2023/>

5. Τίτλος μαθήματος:

Οδηγός Εφαρμογής

Εξυπηρέτησης

πελατών μέσω Social

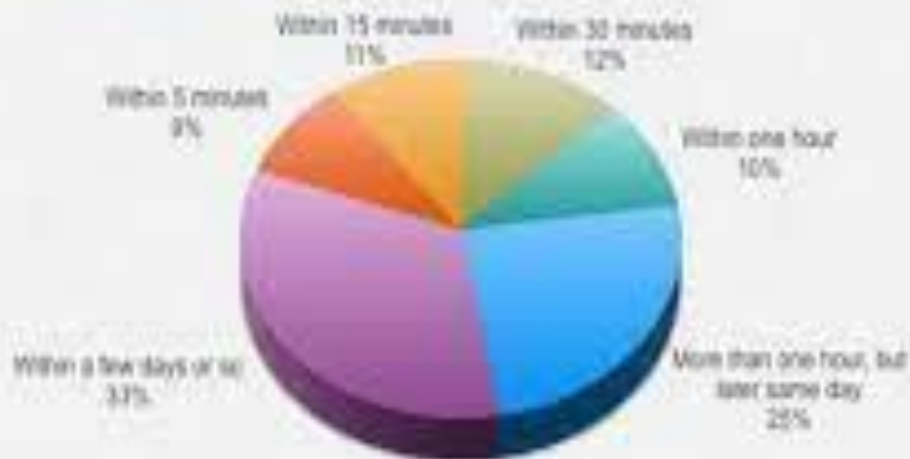
Media

Γιατί;



Most Who Use Social Media For Customer Service Expect A Very Quick Response

"In general, how soon after you contact a brand, product or company on social media do you expect to receive a response?"



Base: Ever attempted to contact a brand, product or company through social media for customer service/support

© 2014 eMarketer

Οι πελάτες σου αναμένουν
γρήγορες απαντήσεις αλλά και
επικοινωνία σε τακτική βάση από
τα brands που εμπιστεύονται.

Δίκτυα όπως το Twitter και το Facebook παρέχουν μια συνεχή ροή πληροφοριών, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να λαμβάνουν άμεσα σχόλια ή ερωτήσεις πελατών αλλά και να επιλύουν προβλήματά τους που προκύπτουν από τη χρήση των προϊόντων τους.

Επιπλέον, αυτή η σχέση επικοινωνίας
αποτελεί τη βάση οικοδόμησης μιας
σχέσης εμπιστοσύνης που αποδεικνύει
ότι η εταιρεία είναι πάντα κοντά στον πελάτη
παρέχοντας συνεχή υποστήριξη στα προϊόντα
της.

Με την on line εξυπηρέτηση οι επιχειρήσεις θα πρέπει:

- να ανταποκρίνονται στον πελάτη άμεσα και να τον "ακούει" με προσοχή.
- να είναι διαθέσιμη.
- να μετατρέψει τις δημόσιες σε ιδιωτικές συνομιλίες.
- να δημιουργηθεί ξεχωριστός λογαριασμός για υποστήριξη εξυπηρέτησης πελατών.
- να λαμβάνονται υπόψη οι χρόνοι απόκρισης

Γιατί είναι τόσο σημαντική η εξυπηρέτηση πελατών μέσω των social media:

- Περισσότερες πωλήσεις
- Οι πελάτες σας είναι ήδη εκεί
- Είναι εύκολος τρόπος επικοινωνίας για τον χρήστη
- Είναι φθηνό
- Είναι ταχύτερη
- Κρατάτε τους Πελάτες σας



Η ψηφιακή εξυπηρέτηση
είναι εξίσου σημαντική με την
φυσική εξυπηρέτηση, και χρήζει
ιδιαίτερης προσοχής καθώς στον χώρο
των social media η πληροφορία
μπορεί και να δημιουργηθεί και
να διαμοιραστεί εύκολα και
γρήγορα.

Πώς μπορεί να βελτιωθεί η on line εξυπηρέτηση;

#1 : Ζωντανή Συνομιλία



Οι πλατφόρμες ζωντανής συνομιλίας (Live Chat) είναι μια εξαιρετική επιλογή για να προσφέρετε στους πελάτες σας άμεση εξυπηρέτηση που έχουν ανάγκη.

Ο αντιπρόσωπος της επιχείρησης μιλά "ζωντανά" με τον πελάτη.

Η δυνατότητα chat box ενημερώνει αυτόματα τους πελάτες σας σχετικά με τους τρόπους επικοινωνίας, το ωράριο και την τοποθεσία της επιχείρησής σας.

#2: Υποστήριξη μέσω Άμεσων Μηνυμάτων

Μια επιχείρηση θέλει να βρίσκεται όπου και οι πελάτες της και γι' αυτό τον λόγο μπορεί να σας φανεί χρήσιμο να εγκαταστήσετε ένα επικοινωνιακό κανάλι από όπου θα μπορείτε να προσφέρετε υποστήριξη μέσω άμεσων μηνυμάτων.

Εφαρμογές όπως το **Viber** και το **Whatsapp** παρέχουν αυτή τη δυνατότητα επικοινωνίας. Εναλλακτικά, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και τα απλά μηνύματα κειμένου (SMS).





Domino's Pizza ✓
16M people like this
Food & Beverage Company

4:07 PM

Get Started



Hi, this is Dom, the Domino's ordering assistant bot. How can I help, Ana?

New Order

Reorder

Track Order



Type a message...

#3. Chatbots

Η χρήση chatbots έχει αρχίσει να γίνεται όλο και συχνότερη για πολλούς λόγους.

Είναι προγράμματα σχεδιασμένα να απαντούν σε απλές και βασικές ερωτήσεις (Αυτοματοποιημένα), έτσι ώστε η εξυπηρέτηση πελατών να ασχολείται με πιο σοβαρά ζητήματα/προβλήματα.

Υπάρχουν εφαρμογές όπως το [ManyChat](#) και το Chatbotize που σου επιτρέπουν να χτίσεις εύκολα το δικό σου chatbot σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησής σου.



Ας γίνουμε
δημιουργικοί!



Σκεψου 10 λεπτά την δική σου
επιχείρηση, πώς μπορεί να
βελτιωθεί η on line εξυπηρέτηση
των πελατών σου???

**Πώς να προσεγγίσετε τοπικούς
πελάτες μέσω digital marketing**

<https://www.cactusweb.gr/%CF%80%CF%8E%CF%82-%CE%BD%CE%B1-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%B3%CE%B3%CE%AF%CF%83%CE%B5%CF%84%CE%B5-%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CF%82-%CF%80%CE%B5%CE%BB%CE%AC%CF%84%CE%B5%CF%82/>

[https://www.youtube.c](https://www.youtube.com/watch?v=KstWl4kGUa4)
[om/watch?v=KstWl4k](https://www.youtube.com/watch?v=KstWl4kGUa4)
[GUa4](https://www.youtube.com/watch?v=KstWl4kGUa4)

<https://www.youtube.com/watch?v=wbA3V75Zl7o>

CONCLUSION

6. Τίτλος μαθήματος

Social Media και

Προσέλκυση

Προσωπικού

«Το **Social Recruiting**, ακολουθώντας την τάση της εποχής, περιλαμβάνει την αναζήτηση, τον εντοπισμό και την προσέγγιση υποψηφίων για την κάλυψη θέσεων εργασίας αξιοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Social recruiting **is** about...



USING TECHNOLOGY FOR
IMPROVED RECRUITING



USING SOCIAL MEDIA
IN A SMART WAY

Social recruiting **is not** about...



JUST POSTING JOB ADS
ONLINE



REPLACING TRADITIONAL
MEANS OF RECRUITMENT

πλεονεκτήματα

7. Τίτλος Μαθήματος:
Οδηγός Εφαρμογής
Προσέλκυσης και
επιλογής Προσωπικού

steps-to-build-a-social-media-recruitment-strategy

8. Τίτλος μαθήματος:

Οδηγός Εφαρμογής
Ανάπτυξης Δικτύου
για Δυνητικές
Συνεργασίες.