



Πανεπιστήμιο Αιγαίου

# Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα

## 2ο ΜΑΘΗΜΑ

Δρ. Δημήτρης Δρόσος (ddrosos@aegean.gr)

Επίκουρος Καθηγητής

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών & Επικοινωνιακών Συστημάτων



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



**Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο**  
**Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)**  
**Εισαγωγή στα εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ**  
**website, banners, email, Google AdWords, Web 2.0, SEO**

# Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Εμπόριο

## Ηλεκτρονικό εμπόριο

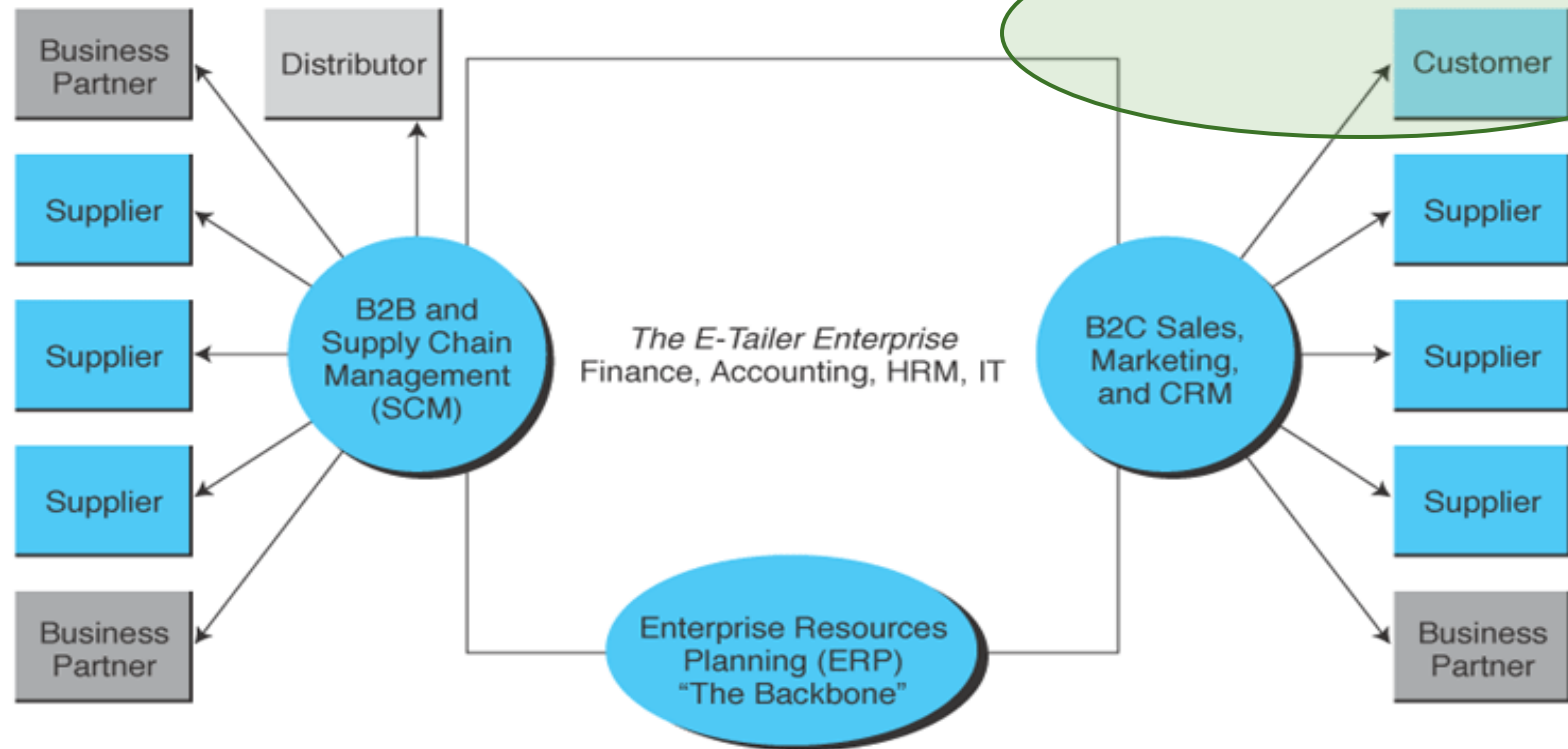
- ▶ Η διαδικασία αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω υπολογιστών.

## Ηλεκτρονικό επιχειρείν

- ▶ Ένας ευρύτερος ορισμός του ΗΕ, που περιλαμβάνει όχι μόνο την αγορά και την πώληση αγαθών και υπηρεσιών, αλλά επίσης την εξυπηρέτηση πελατών, τη συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους και την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό.

# Λιανικό Ηλ. εμπόριο

**Exhibit 3.1** E-Tailing as an Enterprise EC System



*Facing Supplier/Distributor/  
Business Partner*  
Objective: Optimize  
relationships with business  
partners and reduce cost of  
goods sold

*Internal Operations*  
Objective: Facilitate internal  
operations & increase  
productivity

*B2C and Customer-Facing  
Applications*  
Objective: Optimize business  
relationships with customers;  
increase service  
effectiveness and sales

# amazon.com

## 35 εκατομμύρια πελάτες από 250 χώρες

Amazon.com: Online Shopping for Electronics, Apparel, Computers, Books, DVDs & more - Windows Internet Explorer

https://www.amazon.com/

Google

Amazon.com: Online Shopping for Electronics, Appare...

amazon.com Your Amazon.com See all 42 Product Categories Your Account | Cart | Your Lists | Help |

Gift Certificates/Cards | International | Hot New Releases | Bestsellers | Today's Deals | Sell Your Stuff

Search Amazon.com New Search GO Gift Certificates Web Search GO

Hello. Sign in to get personalized recommendations. New customer? Start here.

**Browse**

- Books, Movies & Music
  - Books
  - Textbooks
  - Magazines & Newspapers
  - Movies & TV
  - Unbox Movie & TV Downloads
  - Music
  - MP3 Downloads
- Clothing & Accessories
  - Apparel & Accessories
  - Jewelry & Watches
  - Shoes
- Computer & Office
  - Computers & Add-Ons
  - Office Products
  - Software
- Consumer Electronics
  - Audio, TV & Home Theater
  - Camera & Photo
  - Cell Phones & Service
  - Musical Instruments
  - Video Games

**Spend \$75 in Toys, Get One Select Toy Free**

Shop now at Amazon.com

**Most Gifted in Jewelry & Watches**

See most gifted in Jewelry & Watches

**Download Fall TV And Comedy Central Hits -- Free At Amazon Unbox**

Internet 100%

start In... 3 I... 3 W... Micr... Win... 3 M... Pol... Search Desktop EN 2:23 μμ

Amazon Daily **BLOG** 9 posts since yesterday [Read posts](#)

**New Oprah's Book Club® Pick**

Don't miss Oprah's latest selection, *Love in the Time of Cholera*, by Gabriel García Márquez, which asks the eternal question: What is true love? [Save 40% on Love in the Time of Cholera.](#)

**Download The Season Premiere of Rules of Engagement -- Free**

Enjoy the season premiere of *Rules of Engagement* for free at [Amazon Unbox](#) -- in high quality and without commercials.

- [Download Rules of Engagement today](#)

**Sharpen Your Tongue with Rosetta Stone**

If you'd like

# Μέγεθος & Ανάπτυξη B2C

## ► Πηγές:

- Emarketer.com
- Forrester.com
- Statmarket.com
- Statistics.gr
- E-businessforum.gr

<http://techcrunch.com/2010/03/08/forrester-forecast-online-retail-sales-will-grow-to-250-billion-by-2014/>

**Figure 1** Forecast: US Online Retail Sales, 2009 To 2014

**1-1** US online retail sales will reach \$248.7 billion by 2014





# Τι πουλάει στο Διαδίκτυο

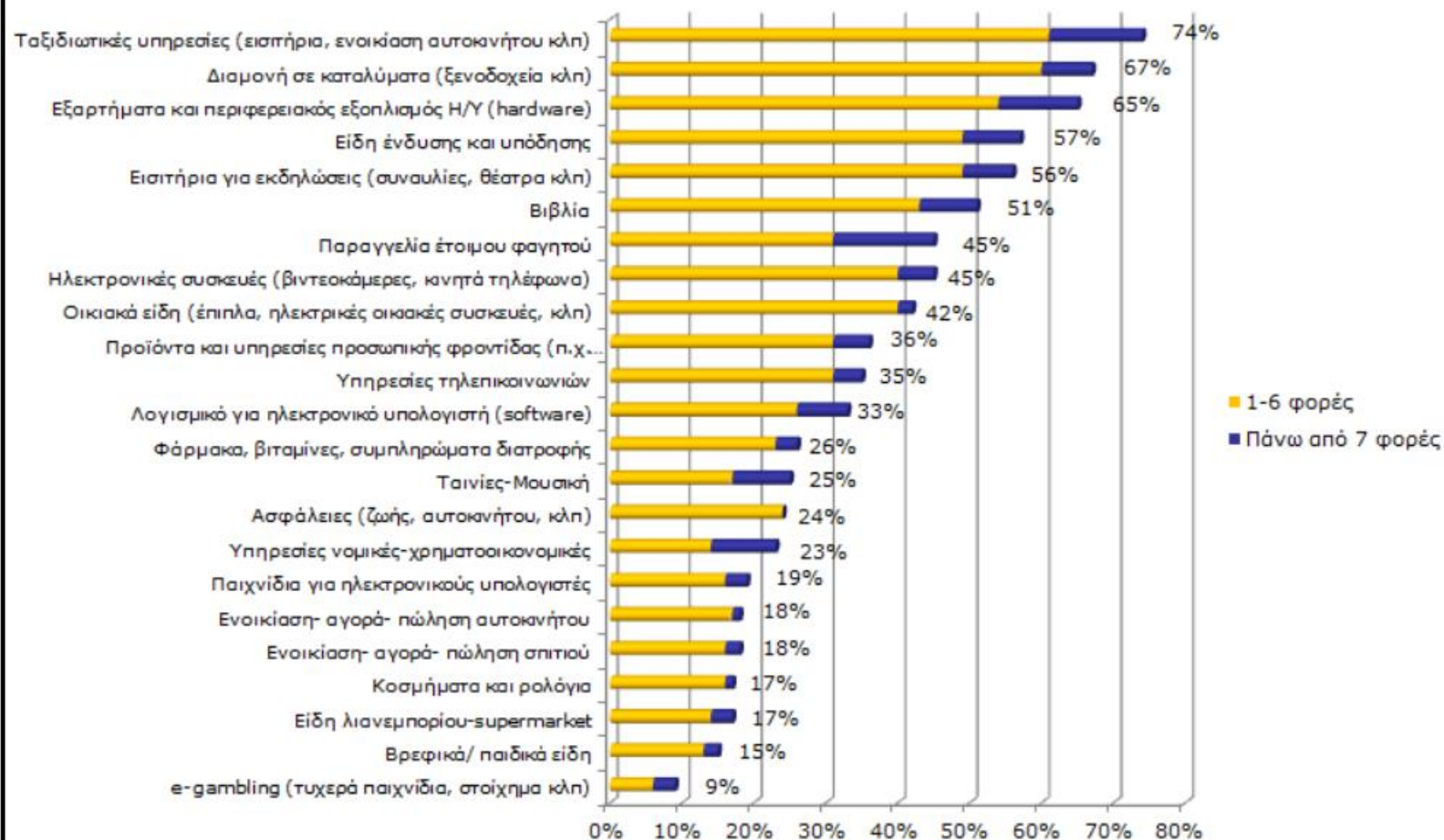
- ▶ Computer hardware & software
- ▶ Ηλεκτρονικά (κάμερες, PDA)
- ▶ Είδη άθλησης
- ▶ Είδη γραφείου
- ▶ Ταξίδια
- ▶ Βιβλία & μουσική
- ▶ Παιχνίδια
- ▶ Υγεία και ομορφιά
- ▶ Διασκέδαση
- ▶ Είδη ένδυσης
- ▶ Αυτοκίνητα
- ▶ Υπηρεσίες (e-banking)

## Χαρακτηριστικά Επιτυχημένου Ηλ. Λιανικού Εμπορίου - Μεγάλοι όγκοι πωλήσεων

- ▶ Αναγνωρισιμότητα μάρκας (Sony)
- ▶ Εγγύηση & αξιόπιστος προμηθευτής (Dell)
- ▶ Ψηφιακή μορφή (software)
- ▶ Σχετικά φθηνά είδη (είδη γραφείου)
- ▶ Είδη που αγοράζονται συχνά (super market)
- ▶ Προϊόντα με σταθερές προδιαγραφές (βιβλία, βιταμίνες)

## ELTRUN - eshops - 3.2 δισ τζίρος το 2013

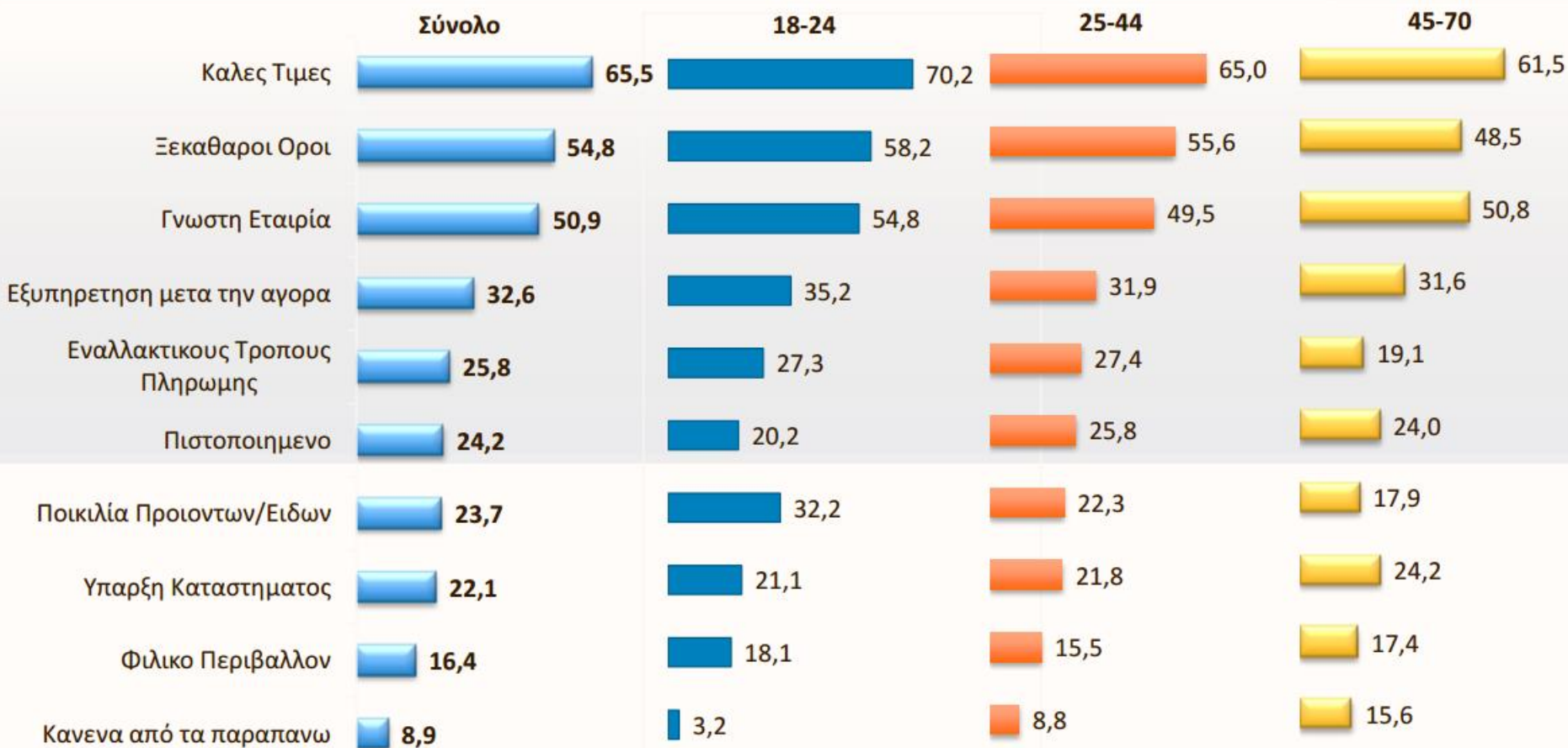
### Πόσες φορές αγοράσετε μέσω Internet το Α' Ενεάμηνο του 2013 τα παρακάτω προϊόντα/ υπηρεσίες;



# Online Shopping: Εξέλιξη

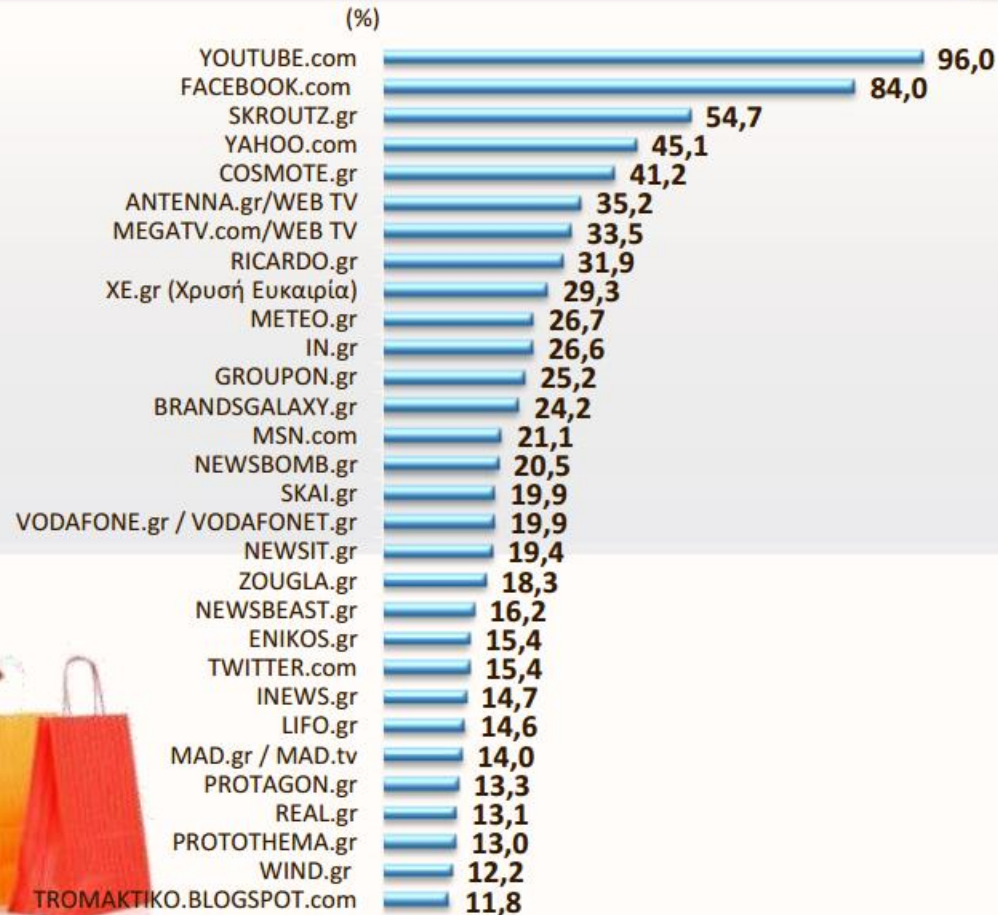


# E-Shops: Προϋποθέσεις & Προσδοκίες



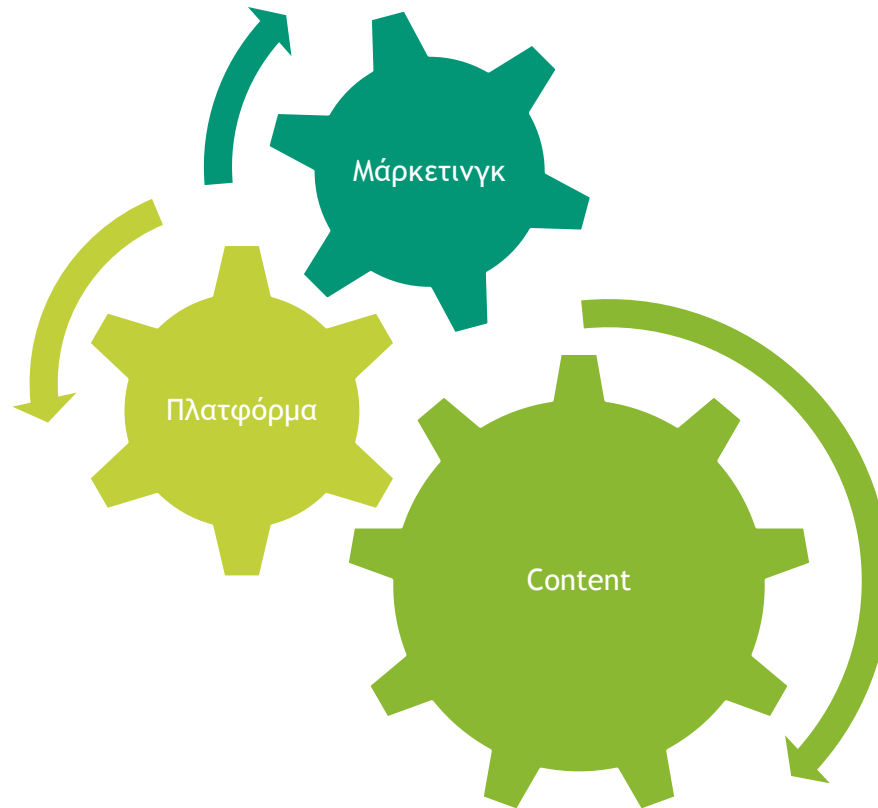


# Sites που επισκέπτονται σ' επίπεδο μήνα

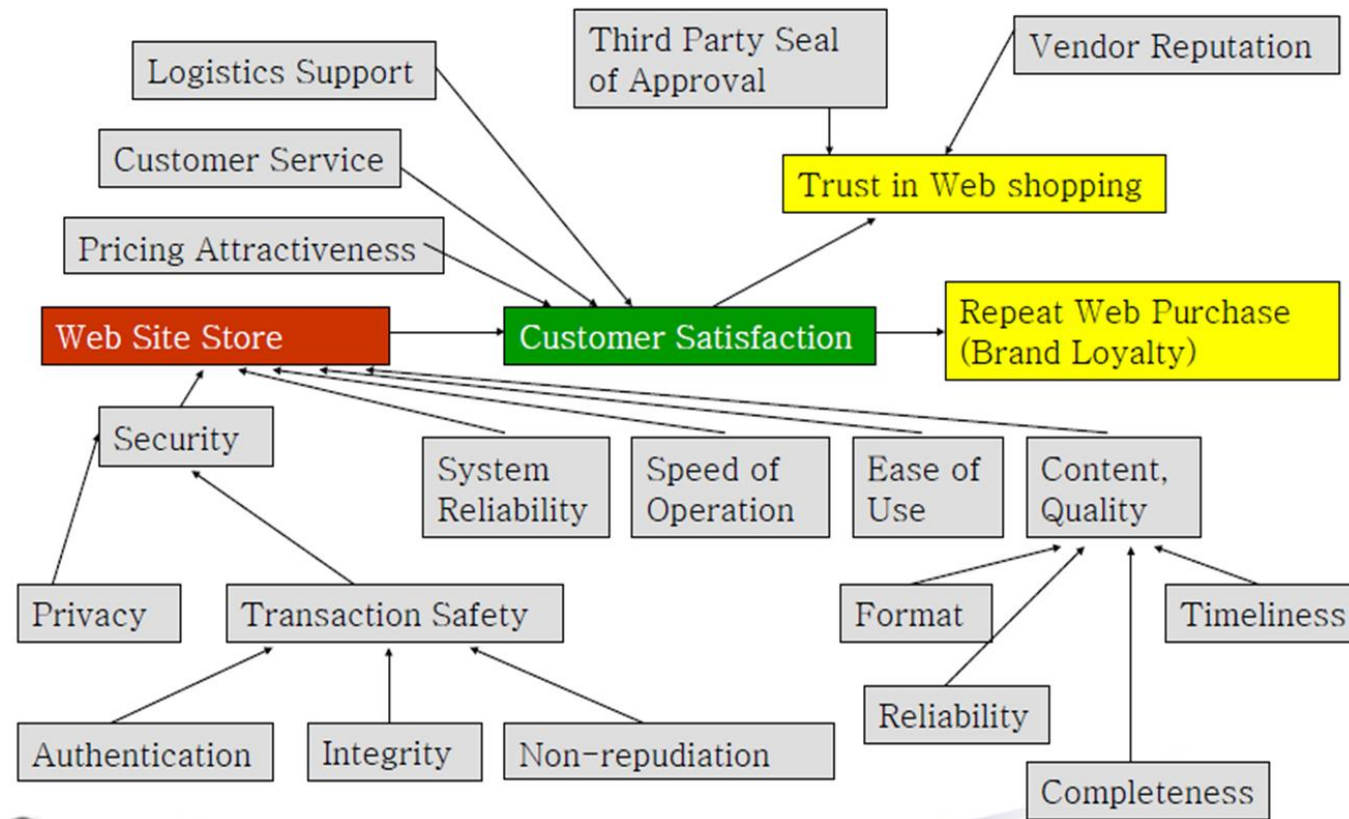


**ΒΑΣΗ:** Γυναίκες που έχουν πραγματοποιήσει τους τελ. 6 μήνες αγορές από e-shops με είδη ένδυσης/υπόδησης/ομορφιάς (337.000)  
**ΠΗΓΗ:** ΕΡΕΥΝΑ WEB ID, ΙΟΥΝΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ '13

# Στην πράξη



# Τι επηρεάζει την online συμπεριφορά των καταναλωτών;





# Business model canvas in 2 minutes

- ▶ [http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=QoAOzMTLP5s](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=QoAOzMTLP5s)

# Business models

- ▶ Ηλεκτρονικά Καταστήματα (E-shops)
- ▶ Ηλεκτρονικές Προμήθειες (E-procurement)
- ▶ Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (E-auctions)
- ▶ Ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα (E-malls)
- ▶ Αγορές τρίτων (Third party marketplaces)
- ▶ Παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value chain service providers)
- ▶ Μεσιτεία πληροφοριών, εμπιστοσύνης και άλλων υπηρεσιών (Information brokerage, trust and other services)
- ▶ Καθορισμός τιμής (Name-your-own-price)
- ▶ Μάρκετινγκ σύνδεσης (Affiliate marketing)
- ▶ Ομαδικές αγορές (Group buying)

# Άλλες ταξινομήσεις:

Αγοραστική διαδικασία & συμπεριφορά

Ανάγκη

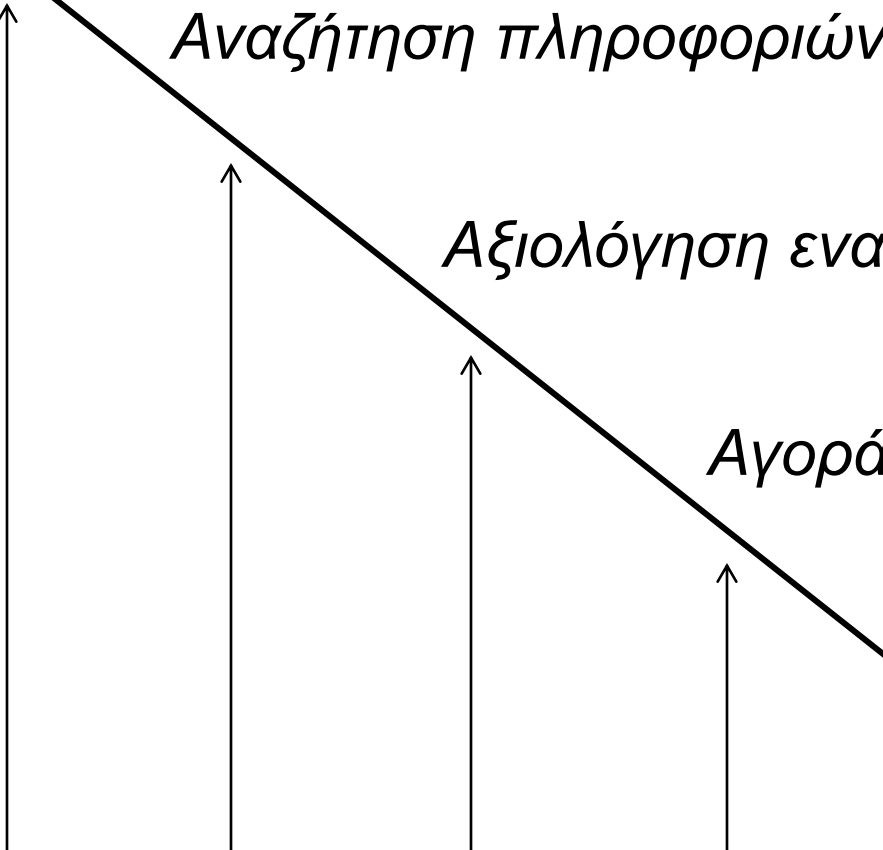
Αναζήτηση πληροφοριών

Αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων

Αγορά

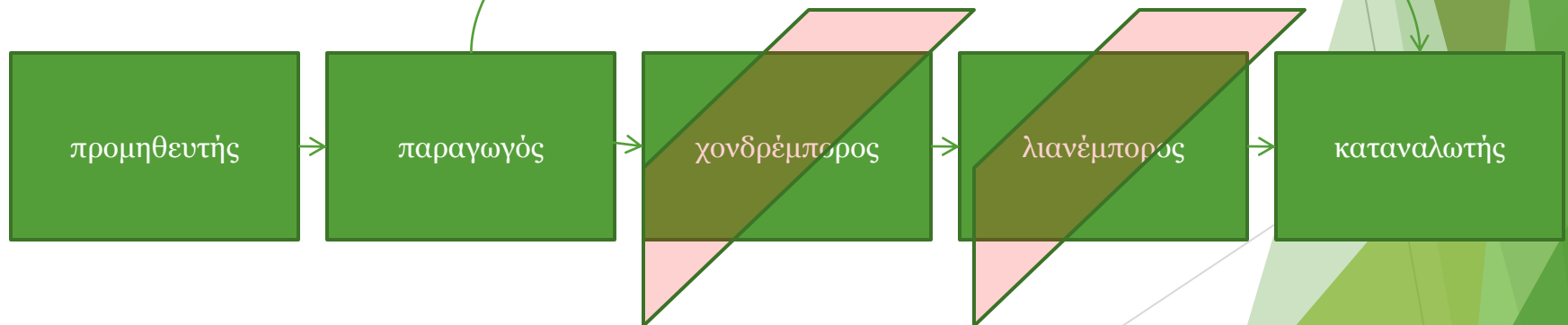
Χρήση

Μετά-αγοραστική συμπεριφορά



# Θέματα ηλ. Λιανικού Εμπορίου

- ▶ *Disintermediation*
- ▶ *Reintermediation*
- ▶ Σύγκρουση καναλιών
- ▶ Καθορισμός της σωστής τιμής
- ▶ Εξατομίκευση



# Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)

# Δίλημμα 1<sup>ο</sup>: Ποια λύση να επιλέξω;



# Ενοικίαση: Software as a Service (SaaS)



[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=SE8oK625Bwg](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=SE8oK625Bwg)

# Τι προσφέρουν

- ▶ Οικονομία
  - ▶ Χαμηλό κόστος εκκίνησης (τεχνικά - εικαστικά)
  - ▶ Χαμηλά λειτουργικά κόστη ( $\approx$  \$15 - 300 / μήνα)
- ▶ Ταχύτητα
  - ▶ Αυτοματοποιημένη κατασκευή → σύντομος χρόνος διάθεσης
- ▶ Ξενοιασιά
  - ▶ Ενσωματωμένα: Hosting, on line πληρωμές, τεχνική υποστήριξη, SEO, Advertising, bug fixing, αναβαθμίσεις, backups, ασφάλεια
  - ▶ Μικρές απαιτήσεις σε πόρους προσωπικού
  - ▶ Δωρεάν δοκιμαστική περίοδος → χαμηλοί κίνδυνοι
- ▶ Value for money



# Αγορά



# Τι προσφέρουν

- ▶ Έλεγχος και ευελιξία:
    - ▶ Εικαστικά
    - ▶ Κώδικας
    - ▶ Λειτουργίες
  - ▶ Παραμετροποίηση τρόπων αποστολής
  - ▶ Παραμετροποίηση τρόπων πληρωμής
  - ▶ Ευελιξία στο SEO και variance testing
  - ▶ Integration με τρίτα συστήματα (εμπορολογιστικά, αποθήκη, CRM, κ.α.)
  - ▶ Επιλογές hosting
  - ▶ Επιλογές υποστήριξης
- <http://83.212.109.168/eshop2/>

# Κατασκευή: Προσαρμοσμένες (Custom) λύσεις

[home](#)

[start shopping](#)

[this week's boxes](#)

[recipes](#)

[help](#)

[blog](#)

call us on 08452 62 62 62

# Abel & Cole

[Sign up](#) | [Log in](#)

Welcome to Abel & Cole - Organic vegetable boxes, fruit, meat & more. The best organic food delivered to your door.

[search >](#)

## Unearth a new, healthy way to cook

### Transform your diet with a weekly box of organic veg.



Exclude things you don't want

Returnable packaging

No need to be in

Eat more veg  
[Choose a box >](#)

Best breakfasts  
[What's yours? >](#)

### New to Abel & Cole?

just enter your postcode here

[submit](#)

## 3 steps to veg box happiness



Banana Flavoured Milk Drink, Daioni (3 x 200ml)

Fruit & veg | Dairy & eggs | Bakery | Meat | Fish | Fridge | Freezer | Food cupboard | Drinks | Household | Free from | Abel & Cole | New | Offers

Home > Shop > Dairy & eggs > Milk > Flavoured milk

## Browse by Category

### Milk

Fresh milk

Flavoured milk

Milk boxes

Eggs

Yogurt

Cheese

Butter

Cream

Dairy alternatives

## Banana Flavoured Milk Drink, Daioni (3 x 200ml)

£2.15

qty

(35.8p per 100ml)



- organic - vegetarian

### description

This creamy, banana, organic milk drink is made by some quite lovely Welsh dairy farmers. The Harris family decided they didn't want their kids to drink things bad for their teeth, so they invented the Daioni milk drinks. They are low in sugar and fat, as they are made with semi-skimmed milk and taste delightful. They also won Gold in the Great Taste Awards, were named

### producer

New to  
Abel & Cole?

just enter your postcode here

shopping basket

0 items in basket      Total = £0.00

There's nothing in your basket!

# Τι προσφέρουν

- ▶ Πλήρης έλεγχος των λειτουργιών / δυνατοτήτων του παραγόμενου λογισμικού
- ▶ Κανένας περιορισμός στην ανάπτυξη
- ▶ Ευκολότερες οι διασυνδέσεις με τρίτα συστήματα
- ▶ Πιο στοχευμένες, εύχρηστες, ισχυρές - διαθέτουν μόνο τα απαραίτητα χαρακτηριστικά

# Τι είναι ψηφιακό μάρκετινγκ;

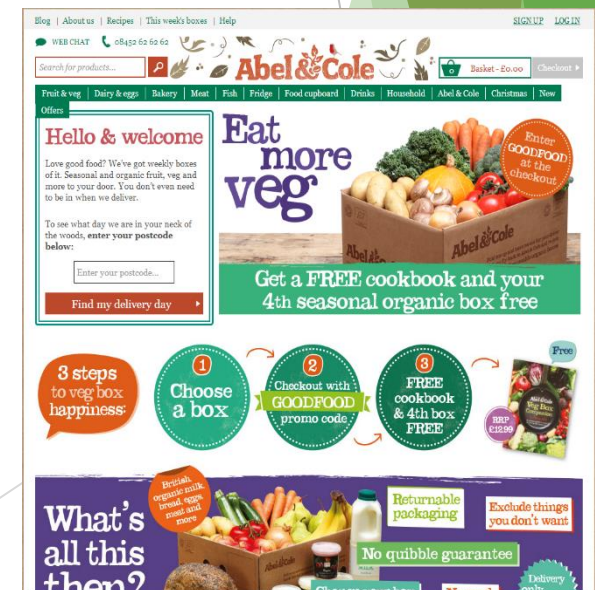
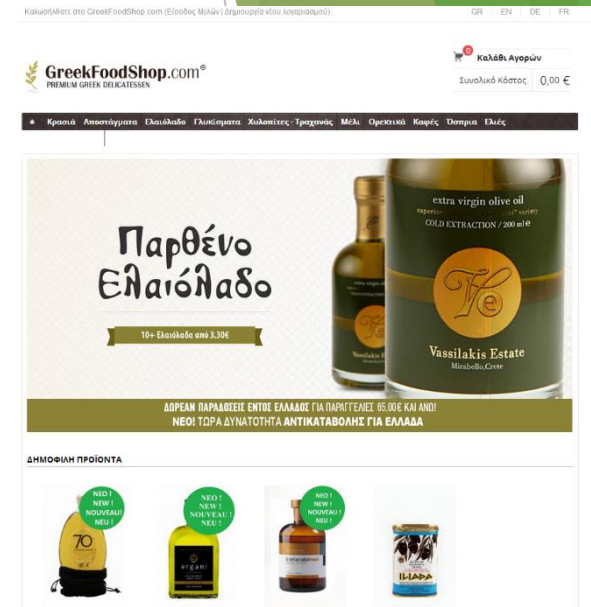
- ▶ Κάθε διαδραστική μορφή επικοινωνίας που αναπτύσσεται μεταξύ μιας επιχείρησης και των πελατών της με την χρήση ψηφιακών μέσων, όπως το Διαδίκτυο, η ψηφιακή τηλεόραση, το κινητό τηλέφωνο, tablets κ.ά.
- ▶ **Εργαλεία:**
  - *Website*
  - *Banners*
  - *Email*
  - *Google AdWords*
  - *Web 2.0*
  - *Search Engine Optimization (SEO)*

E-Commerce manager,  
Social Media Manager,  
Conversion Manager,  
SEO expert  
Communication Manager



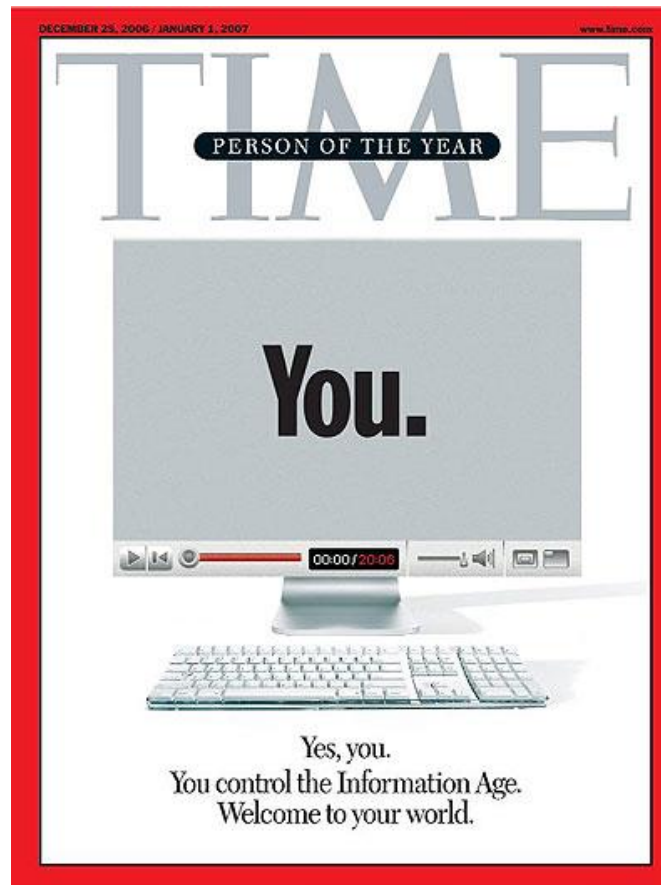
# Ιστότοπος εταιρίας (website)

- ▶ Ο ιστότοπος (website) είναι η βιτρίνα της εταιρείας.
- ▶ Ένας καλά σχεδιασμένος ιστότοπος θα πρέπει να:
  - ▶ Είναι καλαίσθητος
  - ▶ Είναι εύχρηστος
  - ▶ Είναι ποιοτικός
  - ▶ Παρέχει χρήσιμη και επίκαιρη πληροφορία
  - ▶ Πληροφορεί τον επισκέπτη για την ίδια την εταιρία, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της
  - ▶ Εμφανίζεται στις πρώτες σελίδες της μηχανής αναζήτησης
  - ▶ Είναι γρήγορος σε απόδοση χωρίς να απαιτεί χρόνο αναμονής από τον επισκέπτη
  - ▶ Παρέχει αλληλεπίδραση (φόρμα επικοινωνίας, φόρμα εγγραφής, στοιχεία επικοινωνίας κλπ.)





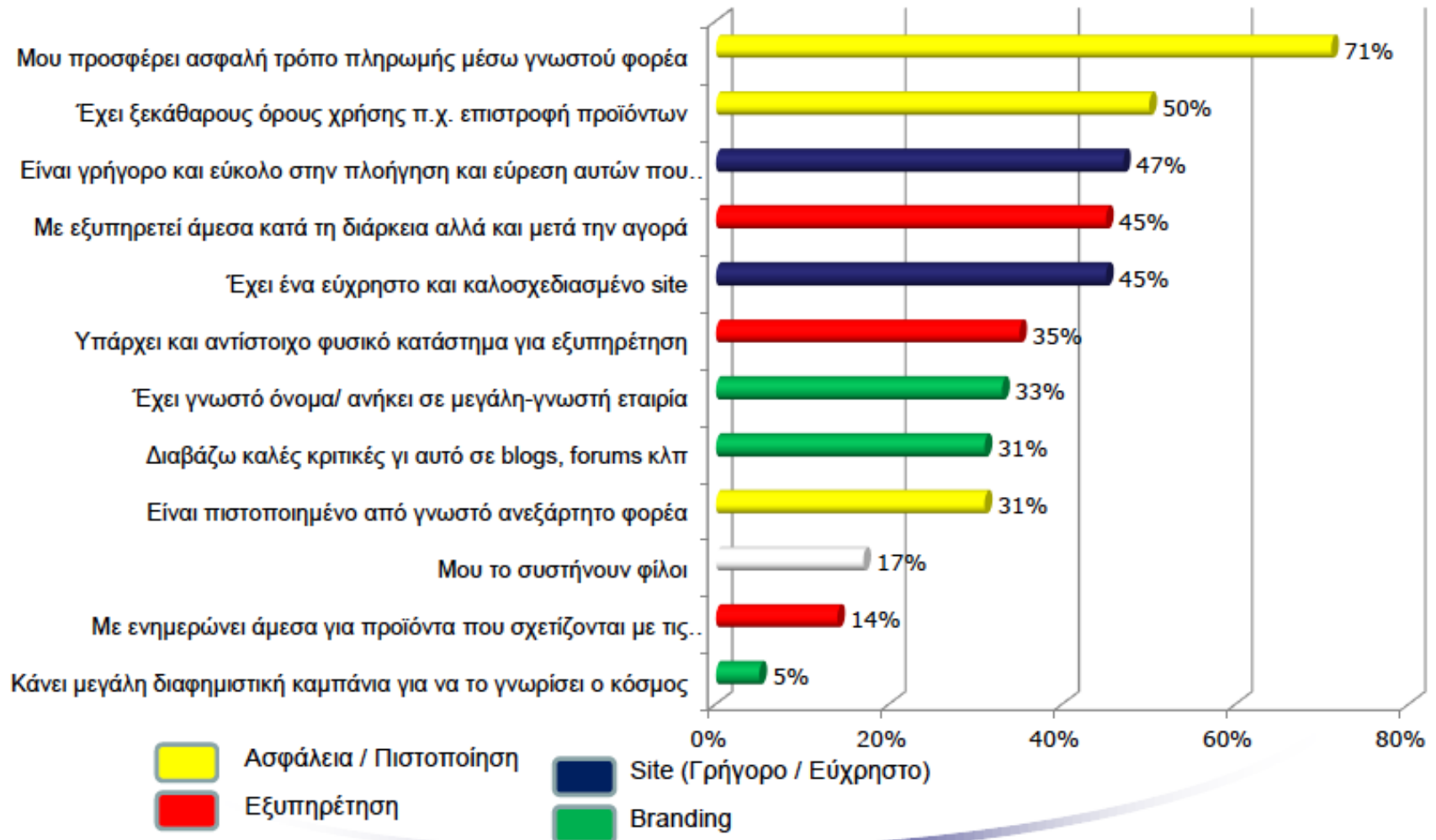
# Αλληλεπιδραστικό μάρκετινγκ και εξατομίκευση



# Αλληλεπιδραστικό μάρκετινγκ και εξατομίκευση

- ▶ Οι επιχειρήσεις επενδύουν σε τεχνολογίες εξατομίκευσης, με την λογική ότι παρέχοντας το σωστό προϊόν στο σωστό πελάτη και στο σωστό χρόνο, μπορούν να εξυπηρετούν τους πελάτες τους καλύτερα, να αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών, να οικοδομούν σχέσεις εμπιστοσύνης και να αυξάνουν το ποσοστό πιστών πελατών, που δημιουργούν επαναλαμβανόμενες αγορές.
- ▶ Οι τεχνολογίες εξατομίκευσης επιτρέπουν στις επιχειρήσεις την παροχή εξατομικευμένων χαρακτηριστικών που κυμαίνονται από την απλή προβολή του ονόματος ενός πελάτη σε μια ιστοσελίδα, στην πλοήγηση στον προσωπικό ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων ή ακόμη και στην προσαρμογή των προϊόντων με βάση τη βαθιά κατανόηση των αναγκών των χρηστών και των συμπεριφορών τους (Kramer, Noronha, και Vergo, 2000).

# Ένα Ηλεκτρονικό Κατάστημα με Κερδίζει ως Πελάτη όταν:



# Ιστότοπος εταιρίας (website)

- ▶ Όμως μια καλά σχεδιασμένη ιστοσελίδα δεν αρκεί!
- ▶ Πρέπει να την κάνουμε δημοφιλή!

# Banners

- ▶ Πλεονέκτημά τους είναι πως έχουν συνεχή παρουσία σε σελίδες του Internet αλλά μεγάλο ρόλο παίζουν και οι παράγοντες όπως:
  - Η σχεδίαση του ίδιου του Banner αλλά και το πού εμφανίζεται.
  - Η απόδοση εξαρτάται και με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας που εμφανίζεται η διαφήμιση.
  - Όσο πιο μεγάλη συσχέτιση έχει η ιστοσελίδα και τα Banner, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να “κλέψει” η εταιρεία το ενδιαφέρον των χρηστών - επισκεπτών του Internet.

# Banners

468 x 49

728 x 79

160 x 578

120 x 578

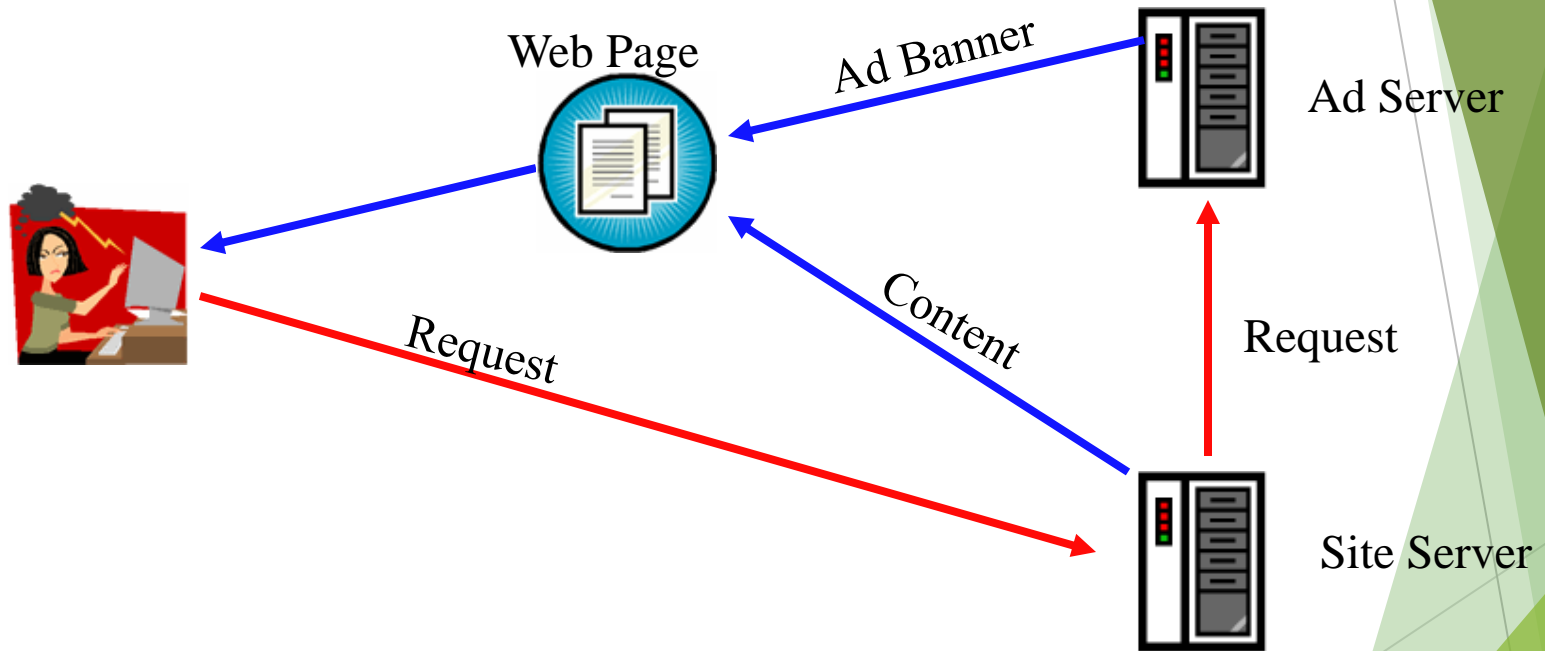
336 x 269

200 x 189

300 x 239

250 x 239

# Banners



**in.gr** ΠΡΟΒΛΕΨΤΕ ΤΟ ΑΠΡΟΒΛΕΨΤΟ

Αθήνα 15° 73

Υπηρεσίες | Εγγραφή | In Mail Pro | Λεξικά | Κατάλογος Internet | XAA Online | Εισόδος | νέο μέλος;

Ειδήσεις | Αθλητισμός | Αυτοκίνητο | Οικονομία | Ψυχαγωγία | Διακοπές | Παιχνίδια | Γυναίκα | Γάμος | Τεχνολογία | Θάλασσα | Υγεία | Παιδί | Περισσότερα | Shopping

Διαδίκτυο | in.gr | Αναζήτηση

**Ψυχαγωγία**

Κερδίστε αντίτυπα από «Το βιβλίο της Κατερίνας» του Αύγουστου Κορτώ

Η τζαζ συναντά την ινδική παράδοση στη Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών

Νέες ταινίες, φεστιβάλ και αφιερώματα στις κινηματογραφικές αίθουσες

"Το νησί" από την ομάδα βλακίστ - Κερδίστε Προσκλήσεις

**Ειδήσεις**

Ελλάδα | Κόσμος | Οικονομία | Επιστήμη | Πολιτισμός | Αθλητισμός

Επί ποδός 7.000 αστυνομικοί

**Σε κλοιό ασφαλείας ο 40ος εορτασμός της εξέγερσης του Πολυτεχνείου**

Υπό αυστηρά μέτρα ασφαλείας που τίθενται σε ισχύ από σήμερα, Παρασκευή, με περίπου 7.000 αστυνομικούς να βρίσκονται επί ποδός, πραγματοποιούνται φέτος οι εκδηλώσεις για την 40η επέτειο της εξέγερσης του Πολυτεχνείου. Σε κλοιό ασφαλείας η αμερικάνικη πρεσβεία, η Βουλή, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, το Ραδιομέγαρο της Αγ.Παρασκευής, καθώς και γραφεία της Χρυσής Αυγής. **Σχολιάστε...**

Τελευταία άρθρα

- Ποδόσφαιρο- Βήμα πρόκρισης αναζητά η Ελλάδα απέναντι στη Ρουμανία 11:23
- Αυτοκίνητο- Με νέο σασί στο Austin η Mercedes του Lewis Hamilton 11:21
- Ελλάδα- Φοιτητές καλούν την ΕΡΤ να εκπέμψει από το Πολυτεχνείο 11:20
- Ψυχαγωγία- Οδηγός Διαβολικής: δείτε πρώτοι το υποπλισμένο trailer! 11:18
- Ψυχαγωγία- Τα καλύτερα της τηλεόρασης 16-18/11 11:05

Διαβάστε όλα τα τελευταία άρθρα

**Αεροπορικά εισιτήρια εσωτερικού**

**-10€ ΕΚΠΤΩΣΗ**

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΚΠΤΩΣΗΣ: **travelplan001d**

Η έκπτωση αφορά εισιτήρια εσωτερικού με επιστροφή & για πτήσεις που θα πραγματοποιηθούν από 1/11-10/01/2014

Μάθε πως η ιδέα σου

Από Ad Server

Από Content Server



# E-mail marketing

- ▶ Μια μορφή άμεσου μάρκετινγκ· το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ως μέσο επικοινωνίας και αποστολής μηνυμάτων σε στοχευμένο κοινό.
- ▶ Χρήσεις:
- ✓ Αυτόματη αποστολή ενημερώσεων
- ✓ Αποστολή προσφορών
- ✓ Αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletter)
- ✓ Αποστολή δώρων σε πιστούς πελάτες

“50% of the email in a typical inbox is newsletters and another 20% is social network updates”.

FROM	SUBJECT	RECEIVED	SIZE
Seminaria News	Σημείο Google Adwords	Δευ 11/11/2013 1:48 μμ	78 KB
netweek	Oracle Day 2013: Converge.Connect	Δευ 11/11/2013 1:22 μμ	52 KB
Social Media Life	Social Media Life Newsletter - 11/11/2013	Δευ 11/11/2013 9:38 πμ	76 KB
Groupon	Κολάτ με Photo σε Καφέ   Πολυμορφικό Μαξί Φόρεμα   Ψηφιακό Θερμόμετρο	Δευ 11/11/2013 9:01 πμ	149 KB
Groupon	Καθερισμός Προσώπου· Συνταγμα(Καθερισμός Δοντιών σε Όλη την Αθήνα	Δευ 11/11/2013 7:19 πμ	150 KB
Date: Last Week			
Digital Life	Digital Life Newsletter - 10/11/2013	Κυρ 10/11/2013 11:31 μμ	28 KB
Facebook	Do you know Δέσποινα Αποστολου, Τζορτζινα Bak and 8 others?	Κυρ 10/11/2013 3:33 μμ	51 KB
Groupon	Διπλόμα Ταχίτσλου   AlkanBus Winter   Διαμονή - Αεροπορικά για Λονδίνο	Κυρ 10/11/2013 10:53 πμ	151 KB
Groupon	Μοργαντιρένιου Κομμάτι(Επιανορηζόμενη Σκούπα)Αποθήκευση Παπουτσιών	Κυρ 10/11/2013 8:58 πμ	149 KB
Facebook	Diego Battaglia's birthday is this week	Κυρ 10/11/2013 7:41 πμ	12 KB
Groupon	Κρέπες Μπουέ· Αγία Παρασκευή Καλαρωτικό- Ασυμικό Hot Stones Μασάζ Kart	Κυρ 10/11/2013 7:20 πμ	150 KB
Digital Life	Digital Life Newsletter - 09/11/2013	Σαβ 9/11/2013 8:16 μμ	34 KB
RIDERSTORE	RIDERSTORE - Θέλινασπριντζ προσφοράς	Σαβ 9/11/2013 11:35 πμ	26 KB

# Αποτελεσματικό email marketing

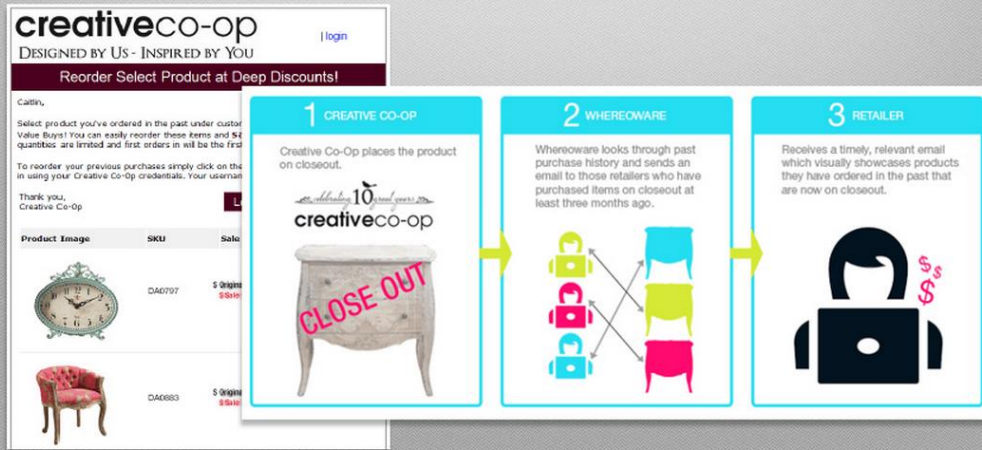
- ✓ Το e-mail πρέπει να είναι προσωπικό.
  - ✓ Το e-mail πρέπει να έχει ενδιαφέρον "θέμα". (επιλογή αποτελεσματικού τίτλου και προσφορά κάποιου κινήτρου)
  - ✓ Να λάβουμε υπόψη πως υπάρχουν μέρες και ώρες που είναι καλύτερες από άλλες για την αποστολή e-mails. (π.χ. όταν τα παιδιά πάνε για ύπνο...)
    - ✓ Τα google analytics μπορούν να βοηθήσουν
  - ✓ Τα e-mails δεν θα πρέπει να είναι ανώνυμα ή να υπογράφονται σαν "Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών».
  - ✓ Κατάρτιση «καθαρών λιστών» (οι χρήστες έχουν παραχωρήσει οικειοθελώς το email τους)
  - ✓ Σωστή αντιστοίχιση μεταξύ του μηνύματος και του κοινού
- 
- ▶ Πλατφόρμες όπως η Moosend βοηθούν στο να μπορεί κάποια εταιρεία να αποστείλει ένα μαζικό email σε δεκάδες χιλιάδες πελάτες, να γνωρίζει πόσα από αυτά διαβάστηκαν, από ποιους παραλήπτες, πόσες φορές άνοιξε ο κάθε παραλήπτης το email, ποιες ώρες, από ποιες χώρες, σε ποια links πάτησε, τι λειτουργικό ή τι συσκευή χρησιμοποιεί κλπ
  - ▶ Click-through rates, το ποσοστό του email διαμορφώνεται στο 5% έναντι 0,8% των banner ads και 0,14% των rich media banners.

# Connect and Integrate — E-commerce



## WINNER: Creative Co-Op

Agency: [Whereoware](#)



Using marketing automation, Creative Co-Op marketers found a way to move excess inventory while minimizing profit loss and protecting the brand. A timely and relevant B2B closeout email campaign was developed to match the recent past purchase history of retailers to products that Creative Co-Op had put on closeout. This campaign was one of the company's highest revenue-producing emails, producing an 808% ROI in the first month.

[www.campaignmonitor.com](http://www.campaignmonitor.com)  
Design your email campaign  
Track  
<http://www.campaignmonitor.com/worldview/demo/>

# Build and Cleanse — E-commerce

## WINNER: CarDelMar

Email Marketing Provider: [Optivo](#)

The image shows two screenshots of the CarDelMar email campaign interface. The left screenshot is the main landing page with a car dashboard background and the Golden Gate Bridge. It features a "CarDelMar Weltreise" banner and a question: "Welche Stadt ist gesucht?". Below the question are three buttons: "Miami", "Mexico City", and "San Francisco". The right screenshot shows a world map with three continents highlighted: "Nordamerika", "Europa", and "Asien". Below the map is a form to enter a name and a "Jetzt teilnehmen!" button. At the bottom, there are three buttons for "Nordamerika", "Europa", and "Asien".

CarDelMar created a seven-send reactivation campaign for customers who had been inactive for more than five months. Instead of relying simply on discounts or incentives, CarDelMar integrated gamification into this campaign to see a 51% open rate on the final send of the series. The "CarDelMar World Tour" invites subscribers to choose one of three continents to travel to, and after correctly guessing the city of a famous site from that continent, they are automatically entered into a sweepstakes.

# Online διαφήμιση

- ▶ Οι **online Pay Per Click (PPC) διαφημιστικές καμπάνιες**
  - ▶ άμεσος και αποτελεσματικός τρόπος για **διαφήμιση στο διαδίκτυο**,
  - ▶ **στοχευμένο κοινό** στον ιστότοπό σας.
- Ένα βασικό πλεονέκτημα των online Pay Per Click (PPC) campaigns για τις επιχειρήσεις είναι ότι **πληρώνετε μόνο όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σας** και μεταφερθεί στον ιστότοπό σας.
- Με αυτό τον τρόπο μπορείτε να γνωρίζετε ακριβώς την **απόδοση της διαφημιστικής καμπάνιας** σας σε πραγματικά νούμερα επισκεπτών και να χρεώνεστε μόνο για τα αποτελέσματα

# Τι είναι το Google Advertising;

The screenshot shows a Google search for "φθηνά sms". The search bar contains "φθηνά sms" and the search button is labeled "Αναζήτηση". Below the search bar, there are filters for "Αναζητήση:" with options for "παγκόσμιος ιστός" (selected), "σελίδες στα Ελληνικά", and "σελίδες από Ελλάδα". To the right, there are links for "Σύνθετη Αναζήτηση" and "Προσμήσεις".

Below the search bar, there are two main result sections:

- Παγκόσμιος ιστός**: This section contains several search results for "φθηνά SMS".
  - Φθηνά SMS**: [www.bulk-sms.gr](http://www.bulk-sms.gr) Επικοινωνήστε άμεσα με πελάτες στέλνοντας SMS από τον Η/Υ σας
  - SMS για επαγγελματίες**: [www.prosms.gr](http://www.prosms.gr) Αποστολή SMS για επαγγελματίες διαφήμιση, επικοινωνία και προώθηση
  - Λίστες κινητών για SMS**: [www.bulker.gr](http://www.bulker.gr) Λίστα με δημογραφικά παραληπτών που συνανοούν στη λήψη SMS! 0,06 €/SMS
- Εξατομικεύτηκε με βάση το ιστορικό ιστού σας. Περισσότερες λεπτομέρειες**: Αποτελέσματα 1 - 10 από περίπου 34.100 για φθηνά sms. (0,46 δευτερόλεπτα)

On the right side of the results, there are two columns of search results:

- Σύνδεσμοι διαφημιζομένων**:
  - Bulk SMS to Greece**: High Quality, Instant Delivery Reports, From €0.017 per SMS [www.cardboardfish.com](http://www.cardboardfish.com)
  - Μαζική Αποστολή SMS**: Υψηλή ποιότητα και αξιοπιστία Οι καλύτερες τιμές της αγοράς [www.smsbox.gr](http://www.smsbox.gr)
  - Activemms.gr, Στείλτε SMS**: Έξυπνη, on-line, εφαρμογή μαζικής αποστολής sms, με μικρό κόστος! [www.activemms.com](http://www.activemms.com)
  - Αποστολή SMS**: Επικοινωνήστε με τους πελάτες σας άμεσα, αξιόπιστα και οικονομικά. [www.ez4u.gr](http://www.ez4u.gr)
  - AVM GlobalComServer - SMS**: Fax / Telex / sms / voice Server. Πιστοποιημένο για Exchange, SAP κλπ [www.e-systems.gr](http://www.e-systems.gr)
  - Τέρμα πια οι αμφιβολίες**: Μάθε που βρίσκονται οι φίλοι σου και εντόπισε τους στον χάρτη. [www.bobmobile.gr/Spyinfo](http://www.bobmobile.gr/Spyinfo)
  - Ψάχνεις κινητό?**: Μπες και δες τα νεότερα μοντέλα της αγοράς, μόνο στο UI [www.you.gr](http://www.you.gr)

Below the search results, there are several links for more information:

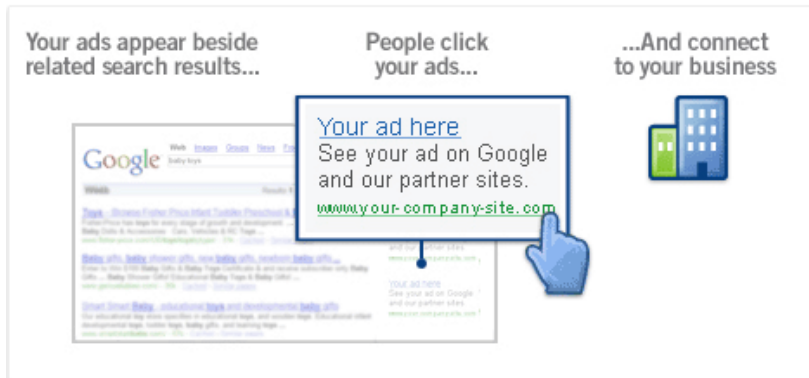
- Forthnet Directory: Μηνύματα SMS**: Το smspro.gr Είναι μια online εφαρμογή για αποστολή μηνυμάτων sms μέσω internet & μέσω του υπολογιστή σας. sms.bi. Φθηνά sms μηνύματα για Ελλάδα και ... [dir.forthnet.gr/1407-0-gr.html](http://dir.forthnet.gr/1407-0-gr.html) - 32k - [Προσωρινά αποθηκευμένη](#) - [Παρόμοιες σελίδες](#)
- Something Digital: Πόσο πάει το SMS στην Ελλάδα:** Το SD σας παρουσιάζει τον υπέρτατο οδηγό για φθηνότερα SMS! ... Επιλέχθηκαν πακέτα σύνδεσης με φθηνό sms (Vodafone CU, Cosmote What's Up κλπ...) ... [somethingdigital.blogspot.com/2007/10/sms.html](http://somethingdigital.blogspot.com/2007/10/sms.html) - 116k - [Προσωρινά αποθηκευμένη](#) - [Παρόμοιες σελίδες](#)
- Φθηνά SMS με την υπηρεσία SMS της AMD Telecom**: Φθηνά SMS με την υπηρεσία SMS της AMD Telecom. Τεχνολογία » Σταθερή και Κινητή τηλεφωνία - 08/04/2008. Σε λίγες μέρες το Πάσχα έρχεται, οπότε θα χρειαστεί ... [news.pramnos.net/story58-2806.html](http://news.pramnos.net/story58-2806.html) - 22k - [Προσωρινά αποθηκευμένη](#) - [Παρόμοιες σελίδες](#)
- WIND HELLAS**: Με τα πακέτα Mini SMS τα SMS πέφτουν βροχή! Σε γράφουν...? Γράφ' τους κι εσύ. Γιατί το WIND F2G σου προσφέρει πακέτα Mini SMS με πολύ φθηνό SMS προς όλα τα ... [www.wind.com.gr/pages.fds?pagelD=1278&langID=1](http://www.wind.com.gr/pages.fds?pagelD=1278&langID=1) - 35k - [Προσωρινά αποθηκευμένη](#) - [Παρόμοιες σελίδες](#)
- Tags > φθηνά sms | Κατάλογος σελίδων**: σελίδες στο google σχετικές με: φθηνά sms σελίδες στο yahoo! σχετικές με: φθηνά sms απαντήσεις στο ask σχετικές με: φθηνά sms ... [directory.way.gr/tags/φθηνά+sms/](http://directory.way.gr/tags/φθηνά+sms/) - 10k - [Προσωρινά αποθηκευμένη](#) - [Παρόμοιες σελίδες](#)

Οι πελάτες βλέπουν τη διαφήμιση όταν αναζητούν ένα σχετικό όρο /λέξη





- ▶ Με το AdWords, μπορείτε να προσεγγίσετε νέους πελάτες καθώς αυτοί πραγματοποιούν **αναζήτηση στο Google** για λέξεις συναφείς με την επιχείρησή σας ή περιηγούνται σε ιστότοπους με συναφή θέματα.
- ▶ Είναι μια μορφή **online pay per click διαφημιστικής καμπάνιας** στη μηχανή αναζήτησης Google κατά την η διαφήμισή σας μπορεί να εμφανιστεί στο **Google και στους**





- ▶ Οι λέξεις-κλειδιά που επιλέγετε χρησιμοποιούνται για την εμφάνιση των διαφημίσεών σας στους πελάτες σας.
- ▶ Χρεώνεστε μόνο όταν κάποιος χρήστης κάνει «κλικ» στη διαφήμισή σας.
- ▶ Υπάρχουν διάφορες επιλογές υποβολής προσφορών που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και μπορείτε να αποφασίζετε το ποσό (μικρό ή μεγάλο) που θέλετε να δαπανάτε κάθε μήνα ώστε να ελέγχετε το κόστος της διαφήμισή σας.

# Web 2.0 – Social media





# Web 2.0 – Social media

- ▶ Τα κοινωνικά δίκτυα (social media) είναι συστήματα βασισμένα στο διαδίκτυο τα οποία επιτρέπουν στα μέλη τους να μαθαίνουν τα νέα, τις προτιμήσεις, τις απόψεις και τις ικανότητες των υπολοίπων μελών που είναι συνδεδεμένα.
- ▶ Σε ό,τι αφορά τις επιχειρήσεις, η συνήθης συμπεριφορά των χρηστών περιλαμβάνει συζητήσεις
  - ▶ για μάρκες, για τον τρόπο χρήσης ή συντήρησης κάποιων προϊόντων,
  - ▶ για παροχή συμβουλών σχετικά με αποτελεσματική ή καινοτόμο χρήση ενός προϊόντος,
  - ▶ για αντιμετώπιση προβλημάτων και σαφέστατα για κοινοποίηση εντυπώσεων και απόψεων (π.χ. έκφραση παραπόνων, αρνητικά ή θετικά σχόλια) αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης ή απογοήτευσης από την επιχείρηση, το προϊόν ή τη μάρκα.

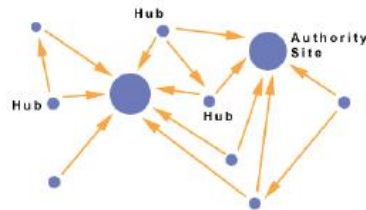
# Διαφήμιση στα Social media

- ▶ Στα social media μπορεί να εφαρμοστεί μια άλλη μορφή διαφημιστικής καμπάνιας CPC
- ▶ Χρήση:
  - ✓ eWOM (electronic Word of mouth)
  - ✓ Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (Search Engine Optimization (SEO))
  - ✓ Awareness
  - ✓ Υποστήριξη πελατών
  - ✓ Ανατροφοδότηση για τα προϊόντα - υπηρεσίες - μάρκα

# Search Engine Optimization

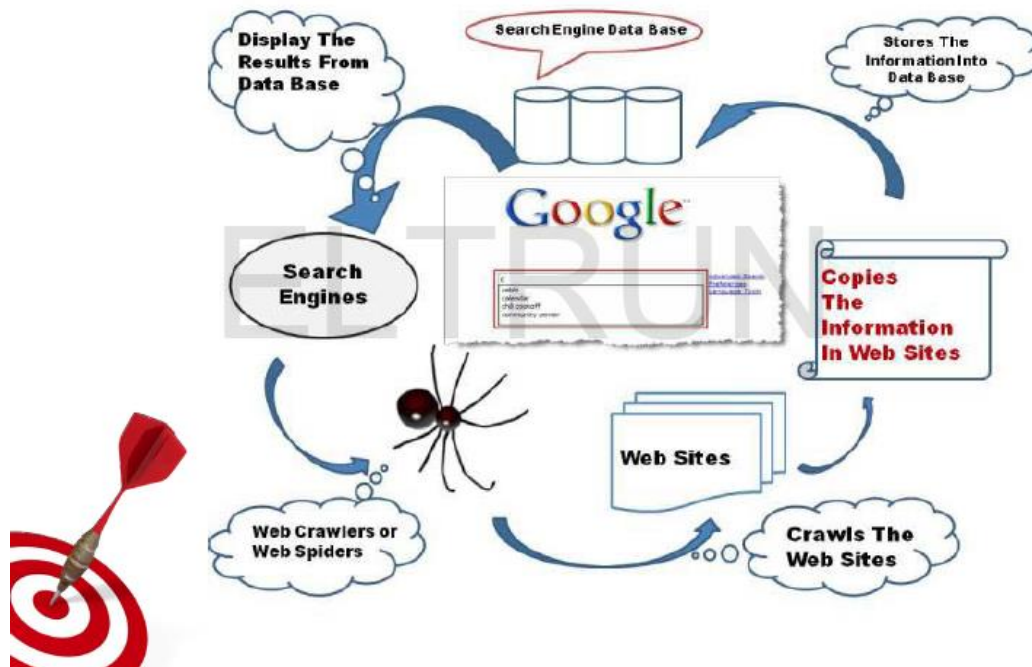
## Η δομή του World Wide Web

Ένα νέο Website  
χωρίς links δεν μπορεί  
να εντοπιστεί από τις  
μηχανές αναζήτησης



# Search Engine Optimization

## Crawling & Indexing



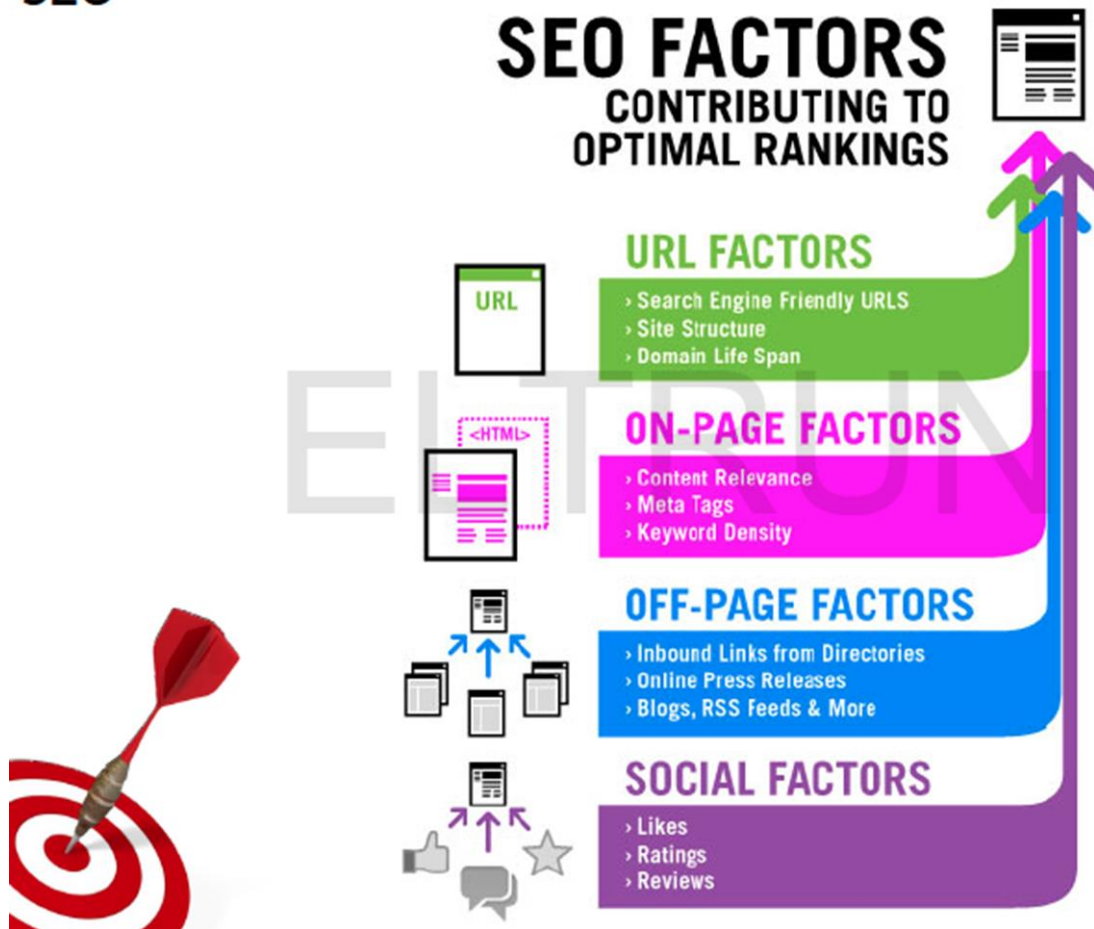
# Search Engine Optimization

Οι χρήστες εμπιστεύονται περισσότερο τα «οργανικά» αποτελέσματα

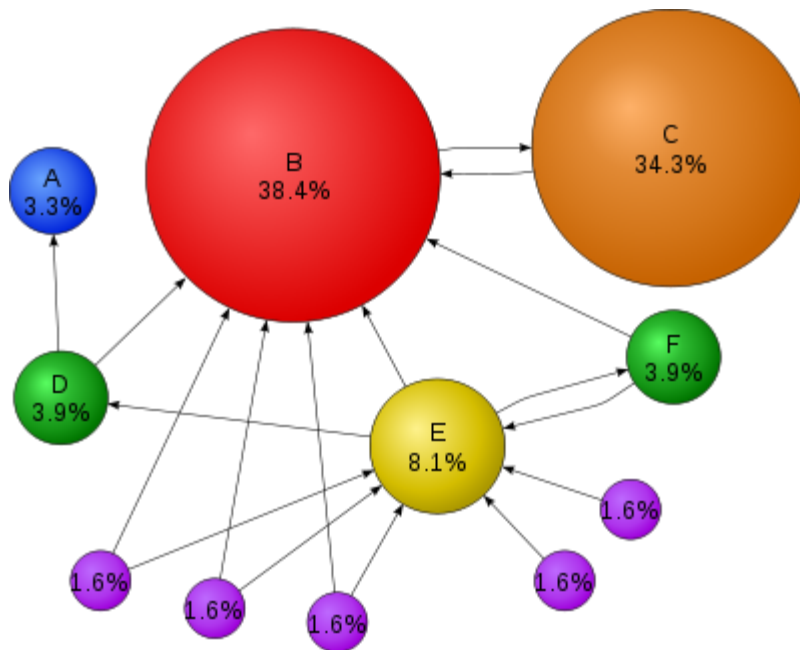


# Search Engine Optimization

Παράγοντες που συμβάλλουν σε καλύτερα αποτελέσματα SEO



# PageRank: C VS E



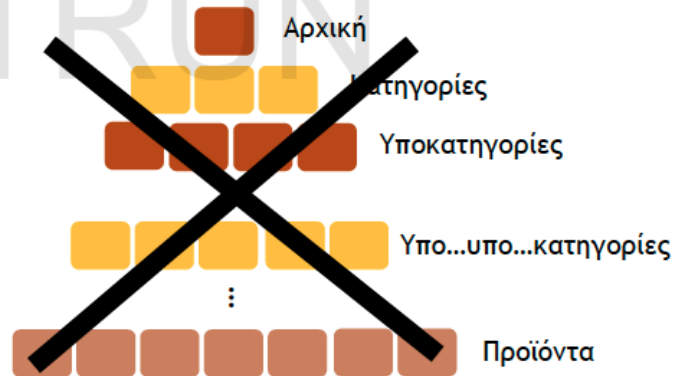


# Παράδειγμα 1<sup>ο</sup>

“Flatten it” - Κρατήστε το δέντρο πλοήγησης όσο γίνεται πιο “επίπεδο”



ELTRUN



# Παράδειγμα 2<sup>ο</sup>

## “Find it” - SEO Friendly URLs

<http://www.example.com/ProductList.aspx?Catalog=90&Category=3000001173/3000001194>



[http://www.example.com/product/product\\_id=32&highlight=green+dress&cat\\_id=1&sessionid=123&affid=431](http://www.example.com/product/product_id=32&highlight=green+dress&cat_id=1&sessionid=123&affid=431)



<http://www.example.com/τηλεορασεις/philips-2PFL2807>



«Ρηχή» δομή πλοήγησης

Όνομα Προϊόντος



# Παράδειγμα 3<sup>ο</sup>

“Explain it” - meta descriptions με μικρό περιεκτικό κείμενο

[iPhone 5 - Vodafone.gr](#)

[www.vodafone.gr/portal/iphone-5](http://www.vodafone.gr/portal/iphone-5) - Προσωρινά αποθηκευμένη

Εντελώς νέα σχεδίαση. Φαίνεται αδύνατον. Ένα iPhone με τόσα πολλά – μεγαλύτερη οθόνη, γρηγορότερο επεξεργαστή, ταχύτερη τεχνολογία ασύρματου δικτύου, ...



[Apple iPhone 5](#)

[www.iphone5.gr/](http://www.iphone5.gr/) - Προσωρινά αποθηκευμένη

Apple iPhone 5 - iPhone 5 / Apple : The Best iPhone 5.



Meta  
description



***Πώς ξεκινάω;  
Διαφημιστικό πλάνο***

- ▶ Τι προσφέρει η επιχείρησή μου;
  - ▶ Ποια εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ χρησιμοποιώ μέχρι σήμερα;
  - ▶ Τι κάνουν οι ανταγωνιστές μου;
- ▶ Τι θέλω να πετύχω;
  - ▶ Ποιοι είναι οι στόχοι μου μέσα από τις ενέργειες ψηφιακού μάρκετινγκ;
  - ▶ Τι θέλουν οι πελάτες μου;
- ▶ Πώς θα επιτευχθούν οι στόχοι μου;
  - ▶ Τι θα κάνω και τι θα κοστίσει;
- ▶ Πώς θα μετρήσω την αποτελεσματικότητα των ενεργειών μου;
  - ▶ Πώς μπορώ να καταλάβω αν έχω πετύχει τους στόχους μου;



***Το site μου  
«πουλάει»; (Web  
analytics)***

# Εργαλεία web analytics

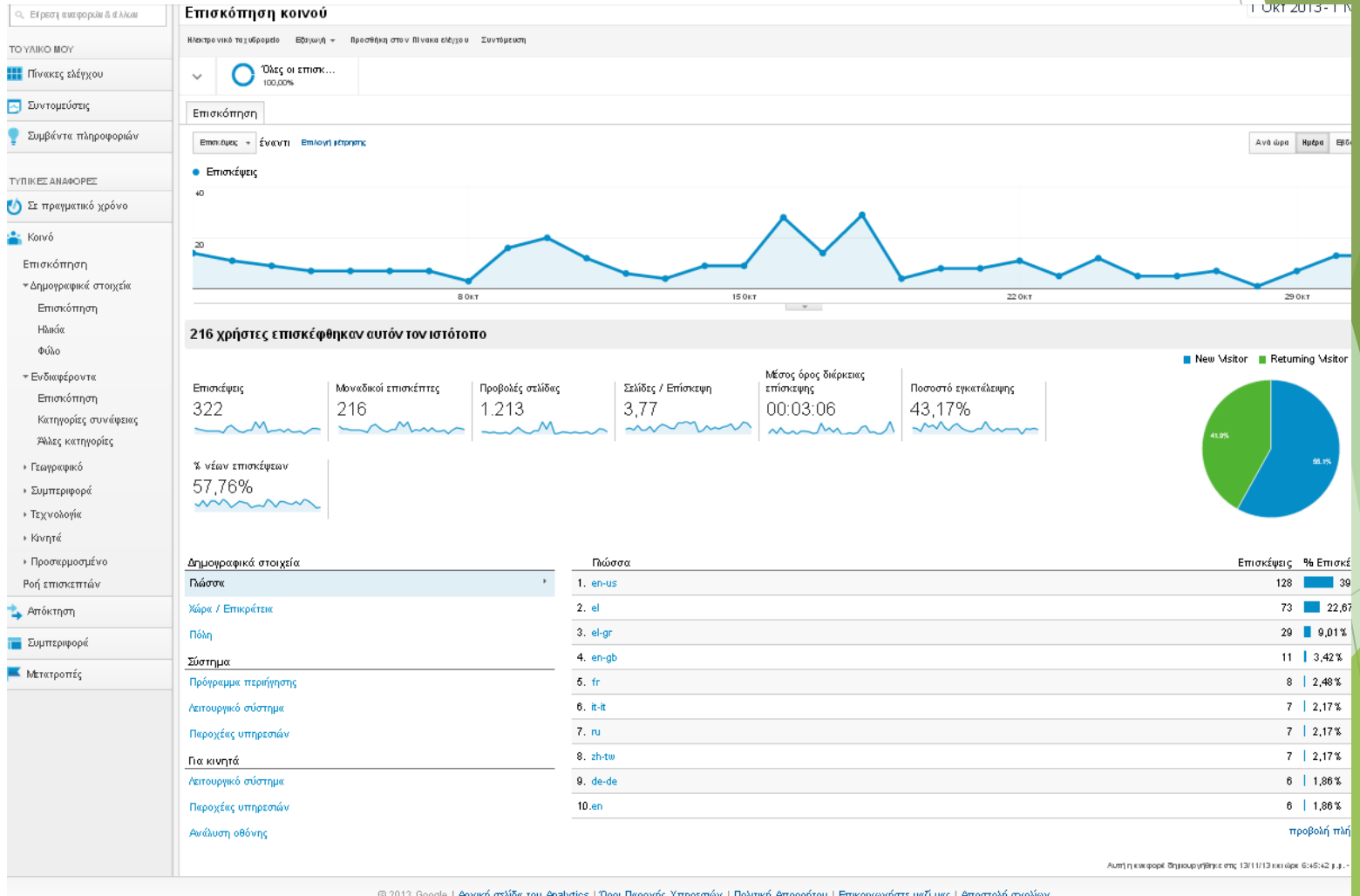
- Clicktale (<http://www.clicktale.com/overlay-video/455?width=695&height=370&iframe=true>)
- Userfeel.com
- Optimizely  
(<https://fast.wistia.net/embed/iframe/gxttknv8aa?autoplay=true&controlsVisibleOnLoad=true&version=v1&volumeControl=true>)
- Google analytics
- Fivesecondtest
- Crazyegg (<http://www.crazyegg.com/>)
- qualaroo



# Google analytics

- ✓ Είναι Δωρεάν
- ✓ Πρόσβαση σε πάνω από 80 αναφορές διαθέσιμες online και offline
- ✓ Πολλά οφέλη
- ✓ Αξιολόγηση συμπεριφοράς επισκέπτη και βελτίωση ιστοτόπου
- ✓ Μέτρηση και αξιολόγηση απόδοσης επένδυσης ενεργειών μάρκετινγκ

# Επισκόπηση



# Χώρα προσέλευσης

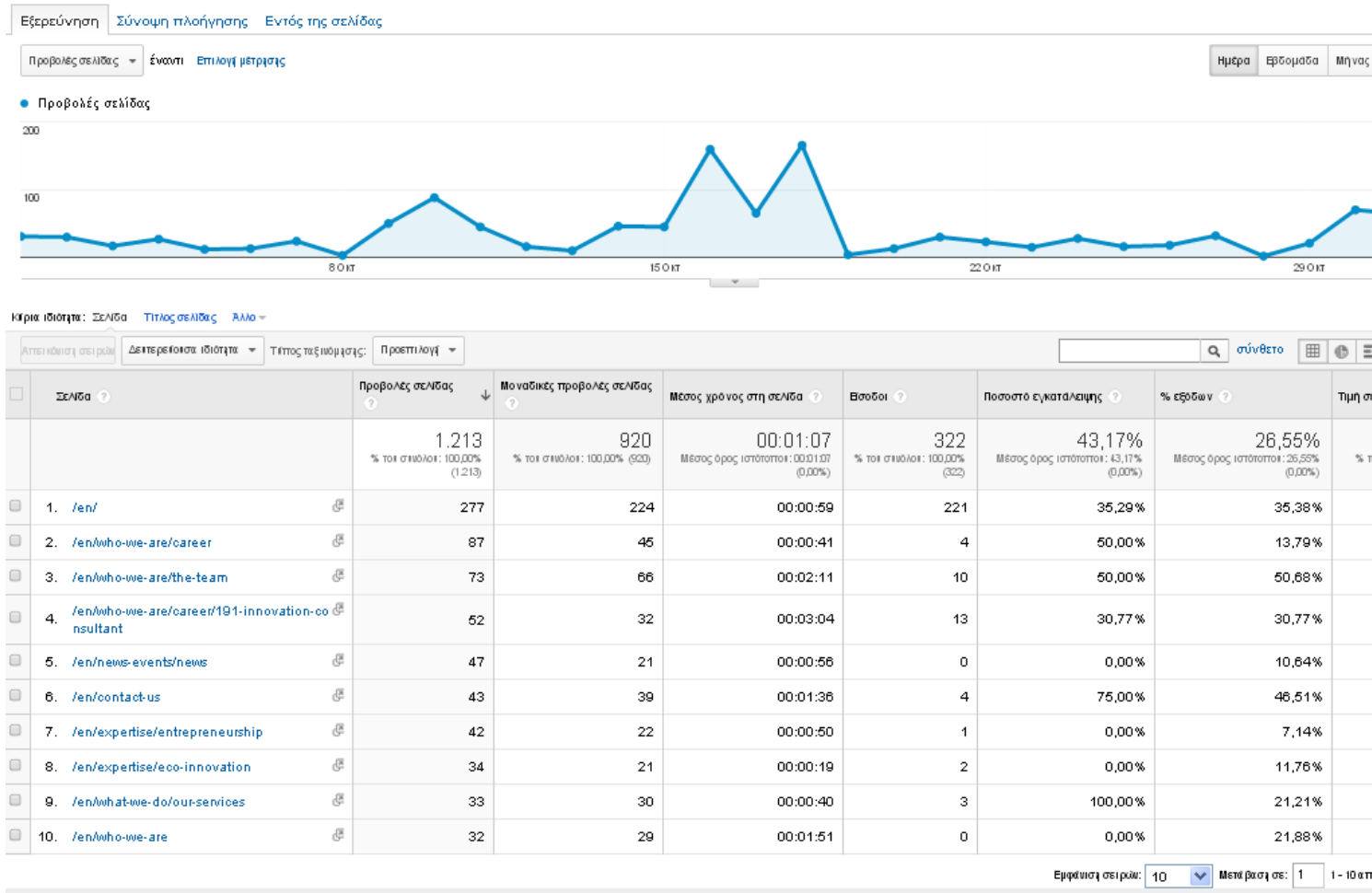
Χώρα / Επικράτεια	Επισκέψεις	% Επισκέψεις
1. 🇬🇷 Greece	211	65,53%
2. 🇫🇷 France	9	2,80%
3. 🇩🇪 Germany	7	2,17%
4. 🇮🇹 Italy	7	2,17%
5. 🇨🇵 Cyprus	6	1,86%
6. 🇪🇸 Spain	6	1,86%
7. 🇧🇪 Belgium	5	1,55%
8. 🇬🇧 United Kingdom	5	1,55%
9. 🇺🇸 United States	5	1,55%
10. 🇨🇳 China	4	1,24%

# Πρόγραμμα περιήγησης

<input type="checkbox"/>	Πρόγραμμα περιήγησης <sup>?</sup>	Απόκτηση			Συμπεριφορά			Μετατροπές		
		Επισκέψεις <sup>?</sup> ↓	% νέων επισκεψεων <sup>?</sup>	Νέες επισκέψεις <sup>?</sup>	Ποσοστό εγκατάλειψης <sup>?</sup>	Σελίδες / Επίσκεψη <sup>?</sup>	Μέσος όρος διάρκειας επίσκεψης <sup>?</sup>	Ποσοστό μετατροπής στόχου <sup>?</sup>	Ολοκληρώσεις στόχου <sup>?</sup>	Τιμή στόχου <sup>?</sup>
		<b>322</b> % του συνόλου: 100,00% (322)	<b>58,07%</b> Μέσος όρος ιστότοπου: 57,76% (0,54%)	<b>187</b> % του συνόλου: 100,54% (186)	<b>43,17%</b> Μέσος όρος ιστότοπου: 43,17% (0,00%)	<b>3,77</b> Μέσος όρος ιστότοπου: 3,77 (0,00%)	<b>00:03:06</b> Μέσος όρος ιστότοπου: 00:03:06 (0,00%)	<b>0,00%</b> Μέσος όρος ιστότοπου: 0,00% (0,00%)	<b>0</b> % του συνόλου: 0,00% (0)	<b>0,00 \$</b> % του συνόλου: 0,00% (0,00 \$)
<input type="checkbox"/>	1. <a href="#">Chrome</a>	<b>139</b>	62,59%	87	46,04%	3,78	00:02:40	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	2. <a href="#">Firefox</a>	<b>81</b>	43,21%	35	27,16%	4,38	00:04:26	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	3. <a href="#">Internet Explorer</a>	<b>58</b>	48,28%	28	51,72%	4,10	00:04:12	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	4. <a href="#">Android Browser</a>	<b>15</b>	73,33%	11	40,00%	1,80	00:00:30	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	5. <a href="#">Safari</a>	<b>15</b>	80,00%	12	60,00%	2,87	00:00:52	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	6. <a href="#">Opera</a>	<b>5</b>	100,00%	5	80,00%	1,40	00:00:05	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	7. <a href="#">IE with Chrome Frame</a>	<b>2</b>	100,00%	2	50,00%	1,50	00:00:10	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	8. <a href="#">S40 Ovi Browser</a>	<b>2</b>	100,00%	2	0,00%	2,50	00:00:26	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	9. (not set)	<b>1</b>	100,00%	1	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	10. <a href="#">Maxthon</a>	<b>1</b>	100,00%	1	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0	0,00 \$

Εμφάνιση σειρών:  Μετάβαση σε:  1 - 10 από 13

# Προβολές σελίδων



# Νέοι έναντι επανερχόμενων ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

1 Οκτ 2013 - 1 Νοε 2013

## Νέοι έναντι επανερχόμενων

Προσαρμογή Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο Έξοδος Προσθήκη στον Πίνακα ελέγχου Συντόμηση

Όλες οι επισκ...  
100,00%

Εξερεύνηση

Σύνοψη Χρήση ιστότοπου Ηλεκτρονικό εμπόριο

Επισκέψεις: **έναντι** Επιλογή μετρήσεως

Ημέρα Εβδομάδα Μήνας

Επισκέψεις



Κρίρια ιδιότητα: Τύπος επισκέπτη

Απεικόνιση σε: **Δεκαεβδομάδα** Τύπος ταξινόμησης: Προτίληψη

σύνθετο

Τύπος επισκέπτη	Απόκτηση			Συμπεριφορά			Μετατροπές		
	Επισκέψεις	% νέων επισκεπτών	Νέες επισκέψεις	Ποσοστό εγκατάλειψης	Σελίδες / Επίσκεψη	Μέσος όρος διάρκειας επίσκεψης	Ποσοστό μετατροπής στόχου	Ολοκληρώσεις στόχου	Τιμή στόχου
<b>Τύπος επισκέπτη</b>	322 % τοι σφάλμα: 100,00% (322)	58,07% Μέσος όρος ιστότοποι: 57,76% (0,54%)	187 % τοι σφάλμα: 100,54% (186)	43,17% Μέσος όρος ιστότοποι: 43,17% (0,00%)	3,77 Μέσος όρος ιστότοποι: 3,77 (0,00%)	00:03:06 Μέσος όρος ιστότοποι: 00:03:06 (0,00%)	0,00% Μέσος όρος ιστότοποι: 0,00% (0,00%)	0 % τοι σφάλμα: 0,00% (0)	0,00\$ % τοι σφάλμα: 0,00% (0,00)
1. <b>New Visitor</b>	187	100,00%	187	54,01%	2,45	00:01:15	0,00%	0	0,00
2. <b>Returning Visitor</b>	135	0,00%	0	28,15%	5,59	00:05:40	0,00%	0	0,00

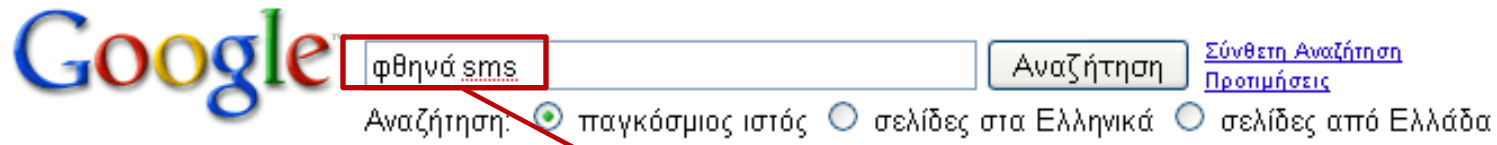
Εμφάνιση σειρών: 10 Μεταβολή σε: 1 1-2 από 2

Αυτή η αναφορά δημιουργήθηκε στις 13/11/13 και ώρα 7:00:17 π.μ. - Αναθεωρήστε αναφορά

***Διαφήμιση στη Google: Πώς να  
προσεγγίσω νέες αγορές;  
Πρακτική άσκηση με επίδειξη  
των λειτουργιών της υπηρεσίας  
Google AdWords***



# Διαφήμιση με χρήση λέξεων - κλειδιών



- Στοχευμένη διαφήμιση
- Καλύτερη απόδοση επένδυσης ROI (return on investment)
- Καλύτερη εμπειρία χρήστη

Σύνδεσμοι διαφημιζομένων

[Bulk SMS to Greece](#)  
High Quality, Instant Delivery  
Reports, From €0.017 per SMS  
[www.cardboardfish.com](http://www.cardboardfish.com)

[Μαζική Αποστολή SMS](#)  
Υψηλή ποιότητα και αξιοπιστία  
Οι καλύτερες τιμές της αγοράς  
[www.smsbox.gr](http://www.smsbox.gr)

[Activemms.gr, Στείλτε SMS](#)  
Εξυπνη, on-line, εφαρμογή μαζικής  
αποστολής sms, με μικρό κόστος!  
[www.activemms.com](http://www.activemms.com)

[Αποστολή SMS](#)  
Επικοινωνήστε με τους πελάτες σας  
άμεσα, αξιόπιστα και οικονομικά.  
[www.ez4u.gr](http://www.ez4u.gr)

[AVM GlobalComServer - SMS](#)  
Fax / Telex / sms / voice Server.  
Πιστοποιημένο για Exchange, SAP κλπ  
[www.e-systems.gr](http://www.e-systems.gr)

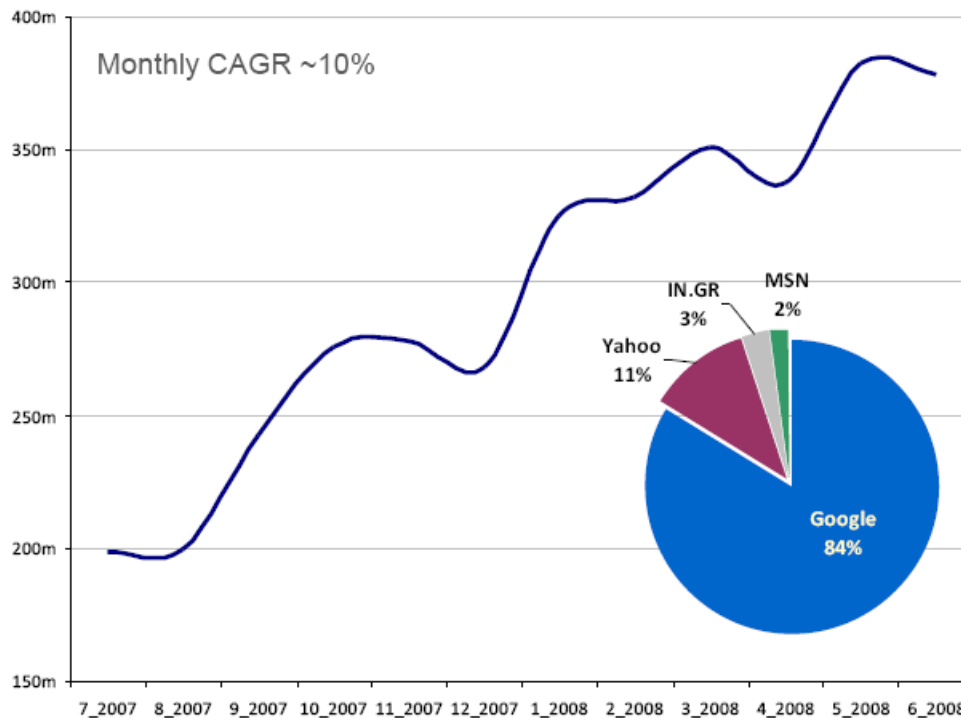
[Τέρμα πια οι αμφιβολίες](#)  
Μάθε που βρίσκονται οι φίλοι σου  
και εντόπισε τους στον χάρτη.  
[www.bobmobile.gr/Spymigo](http://www.bobmobile.gr/Spymigo)

# Πλεονεκτήματα Adwords

- Κάλυψη
- Αμεσότητα
- Κόστος
- Χρόνος
- Ευελιξία

# Κάλυψη

- ▶ Το 84% + των χρηστών διαδικτύου χρησιμοποιούν την Google ως βασική μηχανή αναζήτησης



# Αμεσότητα

Google 10 project 10 Search Bookmarks PageRank AutoLink AutoFill Send to

Google.com Mail - omilia - geo... Google.com - Calendar in.gr - Σημαντικές απώλειες σ...

### in χρηματιστήριο

Γ.Δ. 2.141,23 -2,28%  
07/05/2009 17:19:34

Γ.Δείκτης από 6/5/2008

### in αναζήτηση

Ειδήσεις Διαδίκτυο  
Αναλυτική αναζήτηση

Δ Ι Α Φ Η Μ Ι Σ Η

### in οι απόψεις σας

27/11/2008 20:39  
Επιχείρηση διάσωσης ομήρων από τα χέρια τρομοκρατών στη Βομβάη  
9/12/2008 18:43  
Τεταμένη η ατμόσφαιρα στην Αθήνα στο περιβάριο των συλλαλητηρίων

### in ειδικά νέα

**Εκδηλώσεις**  
Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα...

**Αυτοκινητο**  
Παρουσιάσεις, Δοκιμές, Αγωνιστικά Θέματα, Εκθέσεις ...

**Υγεία**  
Πολιτική υγείας, επιστημονικές εξελίξεις, περιβάλλον - διατροφή

**Εκπαίδευση**  
Ειδήσεις από το χώρο της Παιδείας

RSS Το in.gr κατεβείτε στον υπολογιστή σας

500 έκλεισε στις 907,36 μονάδες με πτώση κατά 1.32%.  
Πτώση κατά 2,44% είχε ο Nasdaq και διαμορφώθηκε στις 1.716,24 μονάδες.  
Οριακή κατά 0,04% ήταν η άνοδος του FTSE στο Λονδίνο για να διαμορφωθεί στις 4.398,68 μονάδες. Αντίθετα, μειωμένος κατά 1,59% διαμορφώθηκε ο DAX στη Φρανκφούρτη και έκλεισε στις 4.804,10 μονάδες.  
Στο Παρίσι, ο CAC40 μειώθηκε κατά 0,98% και διαμορφώθηκε στις 3.251,52 μονάδες ενώ στη Ζυρίχη ο SMI έκλεισε στις 5.325,63 μονάδες, αποκοιμίζοντας οριακά κέρδη κατά 0,11%.  
Στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων μηνών το αργό πετρέλαιο σκαρφάλωσε στα 56,71 δολάρια με άνοδο κατά 37 σεντς αν και ενδοσυνεδριακά κινήθηκε πάνω από τα 58 δολάρια. Το μπρεντ αυξήθηκε κατά 32 σεντς και έκλεισε στα 56,47 δολάρια.

**Newsroom ΔΟΛ**

Οικονομία: Περισσότερες ειδήσεις

ΠΡΟΒΕΒΛΗΜΕΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΙΣ

**H in WebTV της Ευρώπης**  
Όχι μόνο συζητήσεις και ψηφοφορίες. Δείτε europarltv! europarltv.europa.eu

**Συναλλαγές με την Plus500**  
Μετοχές, Δείκτες, Forex. Χωρίς Προμήθειες  
www.Plus500.gr

**Βελτίωσε την Υγεία σου**  
Online Τεστ Φυσικής Κατάστασης Δοκιμασέ το Τώρα!  
www.detoxcenter.gr

**Μαθε Αγγλικά**  
Εκμάθηση Online Στις Ανάγκες Σου Ενημερώσου Εδώ!  
www.MasterD.gr/Languages

**21 Διεθνή Χρηματιστήρια.**  
Δωρεάν Νέα, Αναλύσεις, Τιμές. Δοκιμάστε την Δωρεάν πλατφόρμα μας!  
www.saxobank.com

### in περισσότερα

**Σχετικά άρθρα**  
Με απώλειες 2,28% έκλεισε το Χρηματιστήριο της Αθήνας την Πέμπτη (7/5/2009)

Με μείωση επιτοκίου στο 1% και σχέδιο μείωσης του κόστους δανεισμού, απαντά η ΕΚΤ (7/5/2009)

Στο 1% υποχώρησε ο πληθωρισμός τον Απρίλιο (7/5/2009)

Ράλι στο Χρηματιστήριο την Πέμπτη με «οδηγό» τις τράπεζες (7/5/2009)

### in ψηφίστε

Πιστεύετε ότι τα μέτρα που ανακοίνωσε η κυβέρνηση θα την τυνώσουν την αγορά ακινήτων;

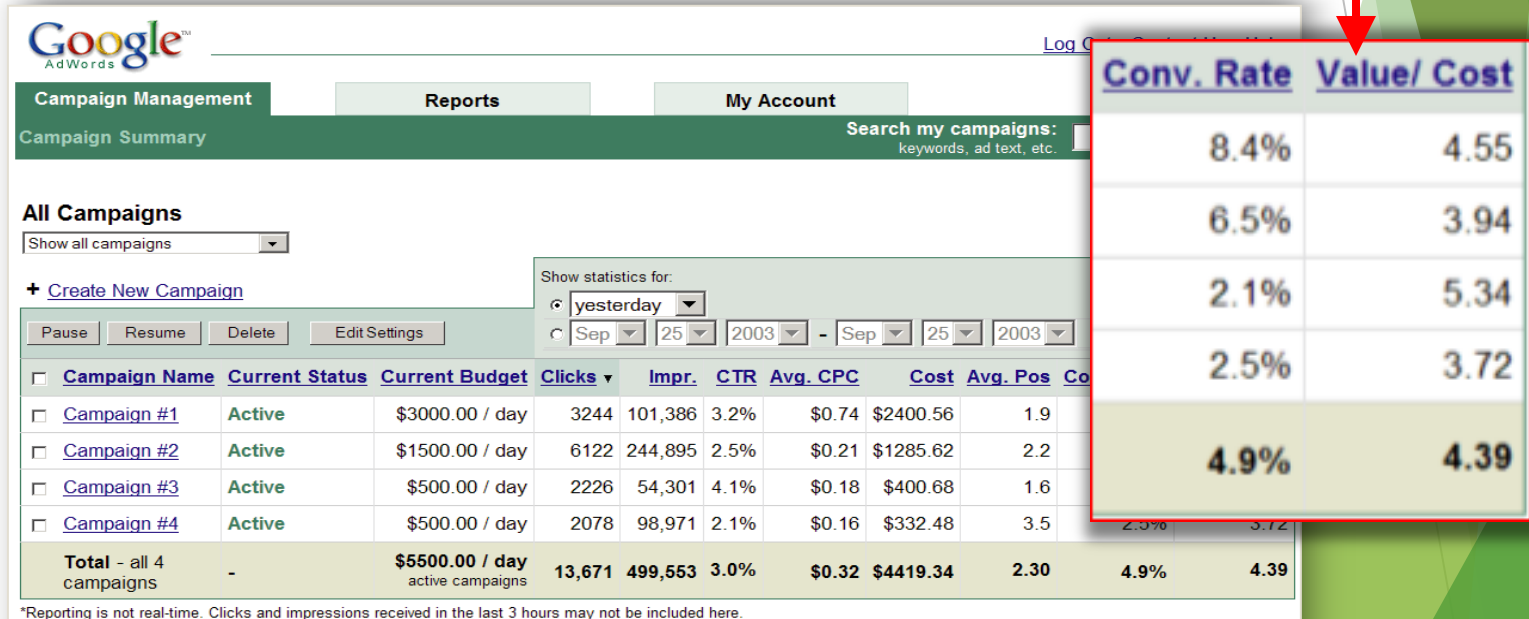
Ναι  
 Όχι  
 Δεν ξέρω / Δεν απαντώ

Ψηφίστε

Δείτε τα αποτελέσματα

# Κόστος

- Χωρίς ελάχιστη δαπάνη
- Ημερήσιος προϋπολογισμός
- Κόστος ανά κλικ
- Πληρώνεις μόνο με το κλικ και όχι με την εμφάνιση
- Conversion tracking = real-time return-on-investment data



The screenshot displays the Google AdWords interface. At the top, there are navigation tabs for 'Campaign Management', 'Reports', and 'My Account'. Below this is a 'Campaign Summary' section with a search bar for campaigns. The main area shows 'All Campaigns' with a table of active campaigns. A red box highlights a table of conversion rates and values, with a red arrow pointing from the text 'Conversion tracking = real-time return-on-investment data' to it.

	Conv. Rate	Value/ Cost
	8.4%	4.55
	6.5%	3.94
	2.1%	5.34
	2.5%	3.72
	<b>4.9%</b>	<b>4.39</b>

Campaign Name	Current Status	Current Budget	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos	Co
<input type="checkbox"/> Campaign #1	Active	\$3000.00 / day	3244	101,386	3.2%	\$0.74	\$2400.56	1.9	
<input type="checkbox"/> Campaign #2	Active	\$1500.00 / day	6122	244,895	2.5%	\$0.21	\$1285.62	2.2	
<input type="checkbox"/> Campaign #3	Active	\$500.00 / day	2226	54,301	4.1%	\$0.18	\$400.68	1.6	
<input type="checkbox"/> Campaign #4	Active	\$500.00 / day	2078	98,971	2.1%	\$0.16	\$332.48	3.5	
<b>Total - all 4 campaigns</b>	-	<b>\$5500.00 / day</b> active campaigns	<b>13,671</b>	<b>499,553</b>	<b>3.0%</b>	<b>\$0.32</b>	<b>\$4419.34</b>	<b>2.30</b>	<b>4.9%</b> <b>4.39</b>

\*Reporting is not real-time. Clicks and impressions received in the last 3 hours may not be included here.

# Χρόνος

- ▶ Οι διαφημίσεις είναι στοχευμένες στις προτιμήσεις των χρηστών
- ▶ Το αποτέλεσμα

Μπορείτε να **προσεγγίσετε** το κοινό σας την κατάλληλη **στιγμή** με το κατάλληλο **μήνυμα**.

# Ευελιξία

- Δεν είναι όπως το SEO, το αποτέλεσμα το βλέπω άμεσα
- Βελτιστοποίηση ώστε να αυξήσουμε το Return on Investment ROI
- Στόχευση σε πολλαπλούς προορισμούς και γλώσσες ...

# Στάδια δημιουργίας διαφημιστικής καμπάνιας στο Adwords

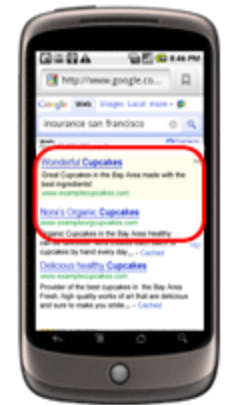
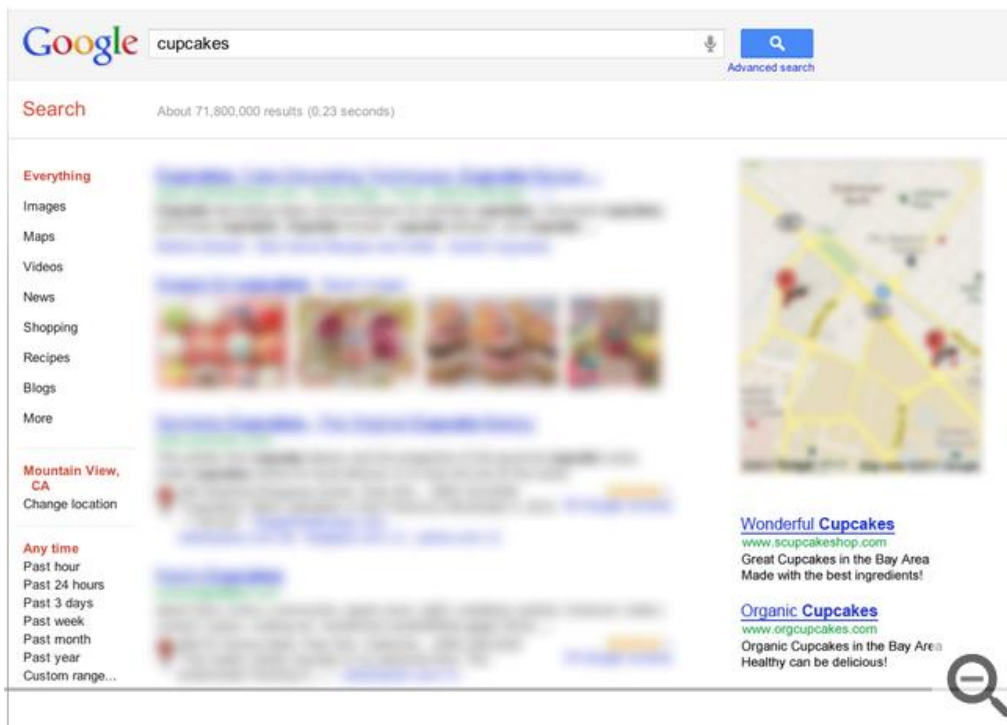
- Επιλογή θέσης εμφάνισης της διαφήμισης
- Απόφαση προϋπολογισμού
- Σύνταξη σύντομης διαφήμισης
- Επιλέξτε λέξεις-κλειδιά που θα βοηθήσουν τη διαφήμισή σας να εμφανίζεται στις αναζητήσεις





# Που και πώς θα εμφανίζονται οι διαφημίσεις μου;

- ▶ Εμφάνιση των διαφημίσεών σας στην Αναζήτηση Google και σε άλλους ιστότοπους αναζήτησης



# Που και πώς θα εμφανίζονται οι διαφημίσεις μου;

- Προβολή των διαφημίσεών σας σε ιστότοπους που επισκέπτονται οι πελάτες σας

**Ads by Google**

[Beach Bags](#) - Free shipping on orders over \$50. Special summer discount.  
www.beachbagstore.com

[Custom made totes](#) - Bags in all sizes with durable handles. Free shipping and free returns.  
www.TotesinAllSizes.com

[Designer tote bags](#) - Summer special on designer beach bags and totes.  
www.randombags.com

**lovetoknow** everything you'd love to know

Beauty & Health | Entertainment & Hobbies | Family & Lifestyle | Home, Garden & Events | Internet & Technology | Money & Business | **Style & Shopping** | Travel & Vacations

## HANDBAGS

You are here: [LoveToKnow](#) » [Style & Shopping](#) » [Handbags](#) » [Totes](#) » [Beautiful Beach Bags](#)

**Handbags Categories**

- Backpacks
- Designer Handbags
- Expert Handbag Interviews
- Handbag Pictures
- Handbags Slideshows
- Luggage
- Totes
- Types of Handbags
- Types of Purses
- Wallets

**Ads by Google**

[Bag Cameras](#)  
[Coach Bags](#)  
[Fabric Tote Bags](#)  
[New Bags](#)

**LoveToKnow Tools**

[Print this page](#)

### Beautiful Beach Bags

Beautiful beach bags are an essential for summer style. Although there are many inexpensive beach bag options, if you are a true fashionista, you'll want to express your individual style in every aspect of your accessory wardrobe. There is a big difference between a [clear plastic beach tote](#) and a [designer beach bag](#); between a plain canvas tote and a beautifully-embellished swim bag. If you just want a pretty beach handbag, there are many available that don't cost a fortune. You can even find some at stores like Walmart and Target. On the other hand, if you want a stylish piece from your favorite designer, you may want to visit high-end stores.

**Free lovetoknow newsletter!**  
enter email address

**Ads by Google**

[Beach Bags](#) - Free shipping on orders over \$50. Special summer discount.  
www.beachbagstore.com


[Custom made totes](#) - Bags in all sizes with durable handles. Free shipping and free returns.  
www.TotesinAllSizes.com

[Designer tote bags](#) - Summer special on designer beach bags and totes.  
www.randombags.com

### Choosing a Pretty Beach Tote

The plethora of available styles in beach totes each season can make it difficult to decide on just one. You can make choosing a pretty tote that's right for your summer pool excursions and trips to the beach easier by considering the following:

- Color: Look for pretty colors that reflect your personal style. While bright colors are



# Που και πώς θα εμφανίζονται οι διαφημίσεις μου;

- ▶ Εμφάνιση των διαφημίσεών σας σε κινητά τηλέφωνα και συσκευές

Ad on a mobile phone

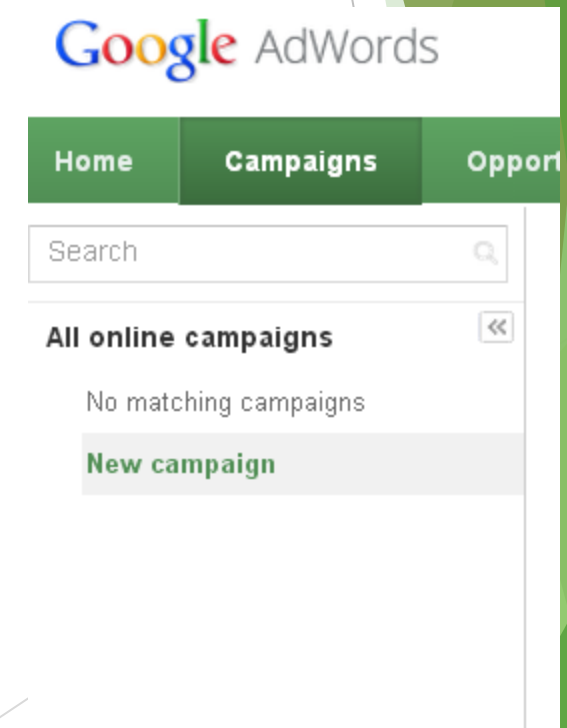


Ad on mobile search



# Πώς δημιουργώ διαφημιστική καμπάνια;

- ▶ Επιλογή του τύπου καμπάνιας που είναι κατάλληλος για εσάς
- ▶ Στόχευση τοποθεσίας και γλώσσας
- ▶ Ρυθμίσεις δικτύου
- ▶ Ορισμός προσφοράς και προϋπολογισμού



# Πώς δημιουργώ διαφημιστική καμπάνια;

Google AdWords

karra@ki  
Customer ID: 218-56

The screenshot shows the Google AdWords interface for creating a new campaign. The top navigation bar includes 'Home', 'Campaigns', 'Opportunities', 'Tools and Analysis', 'Billing', and 'My account'. A search bar is located on the left. The main content area is titled 'Type: Search & Display Networks - Standard' and includes a 'You're ready to create your first campaign!' message. Below this, there are sections for 'Campaign name' (set to 'Campaign #1'), 'Type' (set to 'Search & Display Networks'), 'Networks' (with 'Google Search Network' and 'Google Display Network' selected), and 'Devices' (set to 'All').

Home Campaigns Opportunities Tools and Analysis Billing My account

Search

Select campaign settings Create an ad group

**Type: Search & Display Networks - Standard**

**You're ready to create your first campaign!**  
Try focusing on one product or service to start. You can edit these settings or expand your account whenever you like. To get help as you go along, hover over the question mark icons on this page.

Campaign name

Type

**Standard** - Keyword-targeted text ads for Search and Display Networks

**All features** - All the features and options available for the Search and Display Networks

[Learn more about campaign types](#)

**Networks** To choose different networks, edit the campaign type above, or create a new campaign.

- Google Search Network**  
 Include search partners
- Google Display Network**

**Devices** Ads will show on all types of devices by default.

# Δομή καμπάνιας

Campaign	Ad Group	Keyword	Headline	Description Line 1	Description Line 2
Brand	Call them All	call them all			
		call them all 1200			
		call them all 1800			
		call them all 600			
	Cosmokarta	cosmo carta			
		cosmo karta			
		cosmocarta gr			
	What's Up	cosmocarta what's up			
		cosmocarta σε whats up			
		cosmokarta what's up			
	X-Tension	call them all extension			
		call them all x tension			
		cosmote extension			
Competitors	Frog	frog mms	Call Them All X-Tension What's Up by Cosmote What's Up by Cosmote	Για να μιλάς Γεμίζει τη ζωή σου με επικοινωνία, Αγόρασε εδώ το πακέτο που σε	χωρίς να έχεις μονάδες! SMS και φίλους. Μόνο με 5€! συμφέρει και κέρδισε δωρεάν sms!
		frog mobile			
		frog mobile gr			
	Mo' Mad	mo mad			
		mo mad mms			
		mo mad sms			
	Q Telecoms	q mobile			
		q telecom gr			
		q telecom mms			
	Vodafone	cu			
		vodafone a la cart			
		vodafone a la carte			
	Wind	tim f2g			
		tim free 2 go			
		tim free to go			
Generic	Cheap SMS	cheap sms			
		cheap text			
		cheapest sms			
	Generic	κινητα τηλεφωνια			
		κινητη τηλεφωνια			
		κινητη τηλεφωνία			
	Prepaid	kartokinhta			
		kartokinht			
		kartokiniti			

# Πώς ορίζω έναν προϋπολογισμό και πόσο κοστίζει το Adwords;

target suggested languages

Languages <sup>?</sup> English [Edit](#)

Bid strategy <sup>?</sup> Basic options | [Advanced options](#)

I'll manually set my bids for clicks

AdWords will set my bids to help maximize clicks within my target budget

Budget <sup>?</sup> €  per day  
Actual daily spend may vary. <sup>?</sup>

Ad extensions

You can use this optional feature to include relevant business information with your ads. [Take a tour](#)

Location <sup>?</sup>  Extend my ads with location information [Learn how to set up upgraded location extension](#)

Sitelinks <sup>?</sup>  Extend my ads with links to sections of my site

Call <sup>?</sup>  Extend my ads with a phone number

Social <sup>?</sup>  Increase the social relevance of my ads by associating them with my Google+ Page

[Save and continue](#) [Cancel new campaign](#)

Reporting is not real-time. Clicks and impressions received in the last three hours may not be included here. There is an 18+ hour delay for some metrics. Time zone for all dates and times: (GMT+02:00) Athens. [Learn more](#)

© 2013 Google | [AdWords Home](#) | [Editorial Guidelines](#) | [Privacy Policy](#)

Shared library

Bulk operations

Reports and uploads

Labels

# Πώς ορίζω έναν προϋπολογισμό και πόσο κοστίζει το Adwords;

- ▶ Αποφασίστε πόσο θέλετε να πληρώνετε κάθε φορά που κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σας και ορίστε το μέγιστο ποσό που θέλετε να δαπανάτε καθημερινά



# Κόστος ανά κλικ (Cost per click)

- ▶ Ο χρήστης πατώντας στην πληρωμένη διαφήμιση οδηγείται στην ιστοσελίδα σας
- ▶ Η Google χρεώνει το διαφημιζόμενο κάθε φορά που ο χρήστης «πατάει» τη διαφήμισή σας.



[What's Up by Cosmote](http://www.e-cosmote.gr/WhatsUp)  
Γεμίζει τη ζωή σου με επικοινωνία,  
SMS και φίλους. Μόνο με 5€!  
[www.e-cosmote.gr/WhatsUp](http://www.e-cosmote.gr/WhatsUp)

Παράδειγμα

The screenshot shows the Cosmote website interface. At the top, there's a navigation bar with the Cosmote logo and the slogan "ο κόσμος μας, εσύ.". Below that, there's a search bar and a language selector. The main content area features a large banner for "ΜΙΑΣ ΧΩΡΙΣ ΜΟΝΑΔΕΣ!" (One without units) for the "WHAT'S UP" service. The banner includes a list of offers:

- CALL THEM ALL 600 για 600 σε κλήσεις ή video κλήσεις προς όλη τη WHAT'S UP περίοδο μόνο με 5€
- CALL THEM ALL 600 + 600 SMS για 600 σε κλήσεις ή video κλήσεις και 600 SMS προς όλη τη WHAT'S UP περίοδο μόνο με 7€
- CALL THEM ALL X-TENSION για να μιλάς χωρίς μονάδες
- SMS THEM ALL 600 για 600 μηνύματα το μήνα προς όλη τη WHAT'S UP περίοδο μόνο με 5€
- BONUS SMS προς όλους με όλες τις κάρτες ανεπίστροφες
- SMS choice για φθινό μίνιμαξ
- Υπηρεσία Επίκεντρος Υποστήριξης
- Ευρεία κάλυψη για επισκευασίμε υαγρούς ποσότητες
- Roaming ούλομα χωρίς καμία δαπάνη

Below the banner, there's a "mobile fun" section with a list of items:

- 1 πολυφωνικό τηλέφωνο
- 2 ηχοθήκες & bagas
- 3 walktapes
- 4 thesmes
- 5 κομμάτια κάρτες
- 6 σπικι - θέατρα
- 7 μουσικά νέα

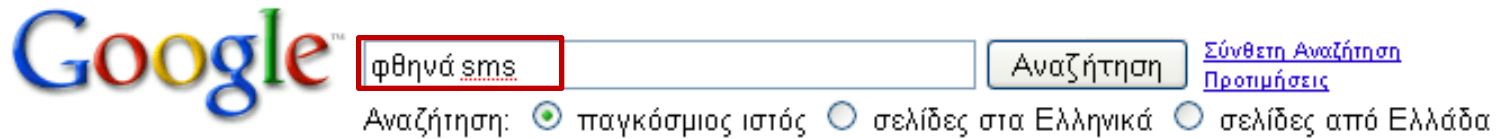
At the bottom, there's a "WHAT'S UP AIRPLAY CHART" section with a list of items:

- 1 πολυφωνικό τηλέφωνο
- 2 ηχοθήκες & bagas
- 3 walktapes
- 4 thesmes
- 5 κομμάτια κάρτες
- 6 σπικι - θέατρα
- 7 μουσικά νέα

# Πώς θα συντάξω τις διαφημίσεις μου;

- ▶ Γράψτε μια επικεφαλίδα και μια σύντομη περιγραφή
- ✓ Επισημάνετε τι είναι αυτό που κάνει την επιχείρηση, το προϊόν ή την προσφορά σας να ξεχωρίζουν
- ✓ Συμπεριλάβετε τιμές, προσφορές και αποκλειστικότητες
- ✓ Πείτε στους πελάτες σας τι μπορούν να κάνουν/αγοράσουν
- ✓ Συμπεριλάβετε στο διαφημιστικό κείμενο τουλάχιστον μία από τις λέξεις-κλειδιά σας
- ✓ Αντιστοιχίστε τη διαφήμισή σας με τη σελίδα προορισμού σας
- ✓ Προσελκύστε πελάτες που προβάλλουν τη διαφήμισή σας σε κινητή συσκευή
- ✓ Πειραματιστείτε

# Στοχευμένα μηνύματα



## [Call Them All X-Tension](#)

Για να μιλάς  
χωρίς να έχεις μονάδες!  
[www.e-cosmote.gr/WhatsUp](http://www.e-cosmote.gr/WhatsUp)

## [What's Up by Cosmote](#)

Γεμίζει τη ζωή σου με επικοινωνία,  
SMS και φίλους. Μόνο με 5€!  
[www.e-cosmote.gr/WhatsUp](http://www.e-cosmote.gr/WhatsUp)

## [What's Up by Cosmote](#)

Αγόρασε εδώ το πακέτο που σε  
συμφέρει και κέρδισε δωρεάν sms!  
[www.e-cosmote.gr/WhatsUp](http://www.e-cosmote.gr/WhatsUp)

# Πώς μπορώ να επιλέξω λέξεις – κλειδιά που περιγράφουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μου;

- ✓ Επιλέξτε λέξεις-κλειδιά που ταιριάζουν με τις λέξεις ή τις φράσεις που χρησιμοποιούν οι χρήστες ή που έχουν σχέση με το περιεχόμενο των ιστότοπων που επισκέπτονται οι πελάτες σας.
- ✓ Οι λέξεις-κλειδιά θα πρέπει να είναι συναφείς και υψηλής ποιότητας.
- ✓ Περιλάβετε όρους ή φράσεις που θα χρησιμοποιούσαν οι πελάτες σας για να περιγράψουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας (Μπείτε στο μυαλό τους!). Βεβαιωθείτε ότι οι λέξεις-κλειδιά σχετίζονται άμεσα με το θέμα της διαφήμισής σας και τη σελίδα στην οποία κατευθύνετε τους πελάτες σας. Οι λέξεις-κλειδιά των δύο ή τριών λέξεων λειτουργούν συνήθως πιο αποτελεσματικά.
- ✓ Προσπαθήστε να ομαδοποιήσετε τις λέξεις-κλειδιά σας σε θέματα. Αυτά τα θέματα μπορούν να βασίζονται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας ή σε άλλες κατηγορίες.
- ✓ Οι περισσότεροι διαφημιζόμενοι θεωρούν χρήσιμο να έχουν από πέντε έως 20 λέξεις-κλειδιά ανά ομάδα διαφημίσεων.
- ✓ Αν έχετε πρόσβαση στα logs του server στον οποίο φιλοξενείστε, μπορείτε να βρείτε τις συνηθέστερες λέξεις - κλειδιά που οδηγούν μέσω της αναζήτησης στην ιστοσελίδα σας
- ✓ Πλοηγηθείτε στις μηχανές αναζήτησης και ρίξτε μια ματιά στις λέξεις που χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές σας
- ✓ Να έχετε πάντοτε στο μυαλό σας ότι οι χρήστες πολλές φορές κάνουν ορθογραφικά λάθη, ξεχνούν γράμματα, δεν αφήνουν κενά μεταξύ των λέξεων, ή ενδεχομένως να μπερδεύουν κάποιους όρους που είναι παρόμοιοι εννοιολογικά
- ✓ Προσοχή: Επίσης, οι λέξεις-κλειδιά καθορίζουν το ποσό που καταβάλετε. Καθεμία από τις λέξεις-κλειδιά σας έχει ένα ποσό προσφοράς CPC.

# Αναζήτηση λέξεων 2/2

- ▶ Χρησιμοποιήστε ειδικά σχεδιασμένα εργαλεία αναζήτησης λέξεων κλειδιών για τον εντοπισμό των κατάλληλων λέξεων - κλειδιών για τη διαφήμισή σας.

Results are tailored to the languages and countries you choose below:

Catalan	Gambia
Croatian	Georgia
Czech	Germany
Estonian	Ghana
Filipino	Gibraltar
Greek	Greece

How would you like to generate keyword ideas?

Descriptive words or phrases  
(e.g. green tea)

Enter one keyword or phrase per line:

what's up  
sms  
mms

Keywords	Advertiser Competition	Local Search Volume: March	Search Volume Trends (Apr 2008 - Mar 2009)
Keywords related to term(s) entered - <a href="#">sort by relevance</a>			
cosmote		201,000	
vodafone		165,000	
sms		60,500	
what's up		22,200	
gr cosmote		18,100	
mms		18,100	
vodafone gr		18,100	
vodafone internet		2,900	
vodafone mobile		2,900	
δωρεαν sms		2,400	
mobile sms		1,900	

# Αναζήτηση – Google insights

Trends

Ενδιαφέρον Αναζήτηση Ιστού: λημνος, λεσβος, χιος, σαμος, ροδος. Παγκοσμίως, 2004 - παρόν.



Εξερεύνηση τάσεων

Δημοφιλείς αναζητήσεις

Ενδιαφέρον με την πάροδο του χρόνου ?

Ο αριθμός 100 αναπαριστά το μέγιστο ενδιαφέρον αναζητήσεων

Τίτλοι ειδήσεων ?

πρόβλεψη ?

Όροι αναζήτησης ?

× λημνος

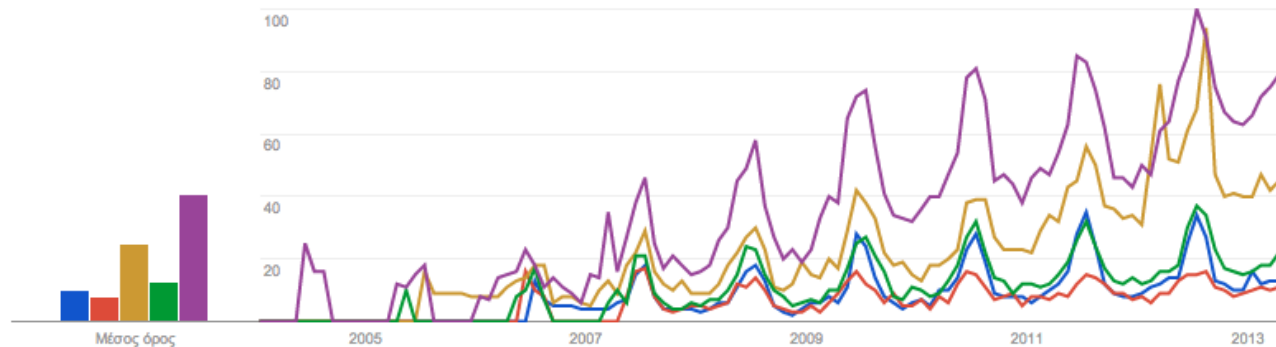
× λεσβος

× χιος

× σαμος

× ροδος

► Άλλες συγκρίσεις



Ενσωμάτωση

# Δείκτης ποιότητας Adwords

Google AdWords

Home Campaigns Opportunities Tools and Analysis Billing My account

All online campaigns

Ad group: Black tea

100% organic black tea  
Top quality black tea leaves for a delicious cup of tea, hot or cold!  
www.example.com

Ad group bids (Max. CPC) Edit  
Default bid \$1.00 Display Network bid auto

Keyword	Status	Max. CPC	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.	Labels	Qual. score
Black tea	Eligible	\$4.50	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0	--	3/10
Total - Search			0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0		--
Total - Display Network			0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0		--
<b>Total - all keywords</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0.00%</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>0</b>		<b>--</b>

© 2012 Google | AdWords Home | Editorial Guidelines | Privacy Policy

# Πώς μπορώ να στοχεύσω συγκεκριμένες αγορές και αγοραστικό κοινό;

- Εμφάνιση των διαφημίσεών σας σε άτομα που βρίσκονται σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία ή μιλούν μια συγκεκριμένη γλώσσα
- Εμφάνιση των διαφημίσεών σας σε συγκεκριμένο κοινό




# Πώς μπορώ να στοχεύσω συγκεκριμένες αγορές και αγοραστικό κοινό;

Locations ? Which locations do you want to target (or exclude) in your campaign?

- All countries and territories
- Greece
- Let me choose...

[Advanced search](#)

For example, a country, city, region, or postal code.

 Based on your targeted locations, you may want to target pages that use these interface languages:

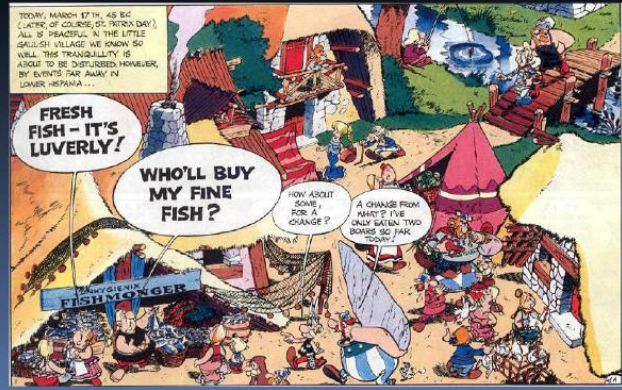
- English
- Greek

[Target suggested languages](#)

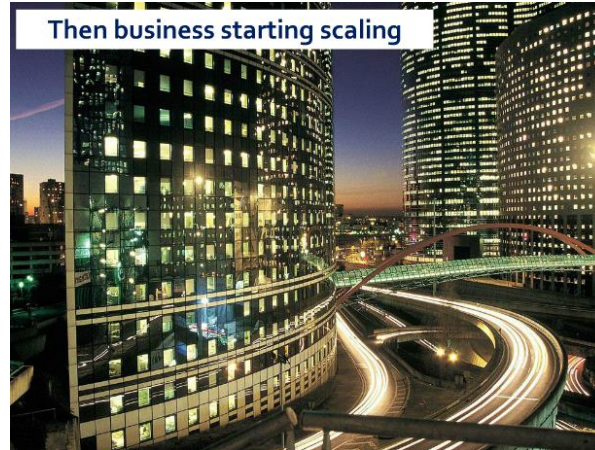
Languages ? **English** [Edit](#)

***Προώθηση μέσω  
καναλιών κοινωνικής  
δικτύωσης & web 2.0  
(social media)***

In the beginning - all business was social



Then business starting scaling



Corporations started to develop some really bad habits

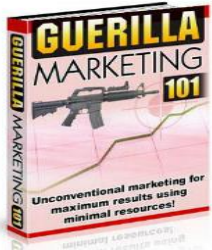
Targeting people



Segmenting people

"Campaigning"

It's like companies are at war with customers



Then came the Internet and Social media



So to understand how to do business in a world of social media



You do not need to understand the technologies...

...as much as you need to understand humans - not as consumers, but as social creatures

Incentive design framework [Dellarocas 2012]

Design intrinsic incentives



"Love"

Design status incentives



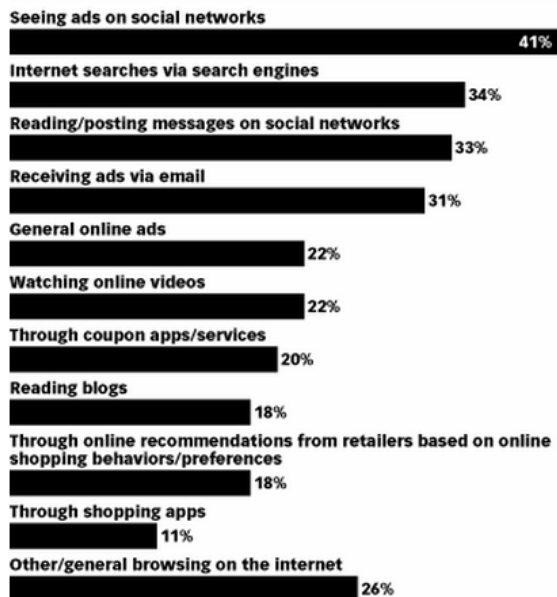
"Glory"

Design material incentives



"Money"

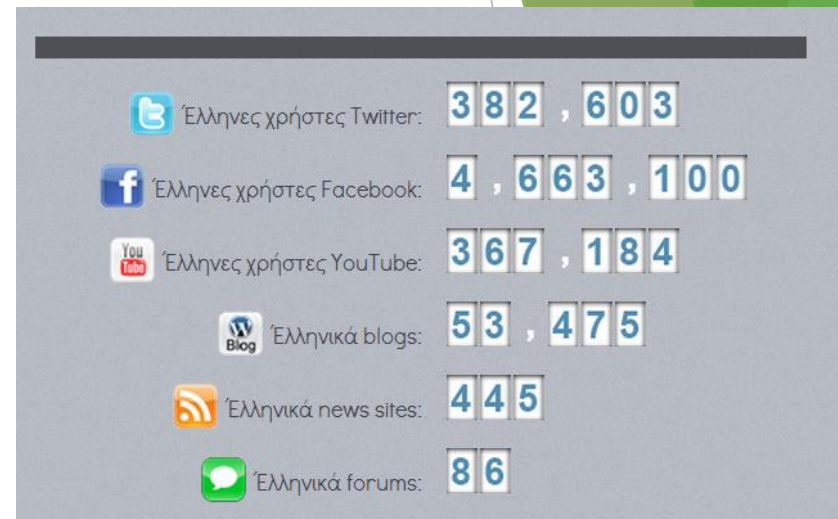
**Ways in Which US Social Network Users\* Typically Discover New Brands, Products or Services, June 2013**  
% of respondents



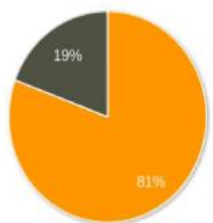
Note: n=1,684; \*who engage with brands on social media  
Source: Wildfire, "Engaged Social Followers Are Your Best Customers: How Marketers Can Leverage Social Tools Throughout The Customer Life Cycle" conducted by Forrester Consulting, Sep 2013

- ◇ Boost awareness of their brand, product or service
- ◇ Engage with brands on social networks

Ανακαλύψτε τι λένε για εσάς και τους ανταγωνιστές σας οι Έλληνες χρήστες των social media. Δυνατότητα αναζήτησης σε Facebook, Twitter, blogs, YouTube, News sites και Forums

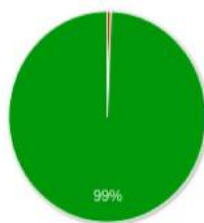


Πόλωση αναφορών



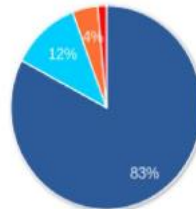
Πολυμένες Ουδέτερες

Αίσθημα πολωμένων αναφορών



Αρνητικό Θετικό

Πηγές αναφορών



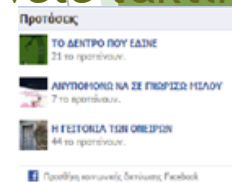
Facebook Twitter Blogs  
YouTube

# Ενέργειες μέσω social media

➤ Προσθέστε social buttons στα προϊόντα

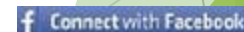


➤ Δημιουργήστε σελίδες facebook, youtube, twitter και ενημερώνετε τακτικά με νέα προϊόντα, αποκλειστικότητες, προσφορές, προτάσεις



➤ Επιβραβεύστε του φίλους με διαγωνισμούς, κουπόνια, πόντους, προσφορές, προσκλήσεις

➤ Επιτρέψτε το login με facebook, google, twitter



➤ Συνδεθείτε με sites σύγκρισης τιμών





# Facebook χρήστες 4 εκ στην Ελλάδα

ΤΩΡΑ ΣΤΟΥΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥΣ!



**Lacta**  
699,240 likes · 36,431 talking about this

Food/Beverages  
Lacta. Το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σας!

About - Suggest an Edit

Photos Love in the end Προϊόντα Γράψε Όνομα

699k

Lacta Surprises!

# Διαφημιστική καμπάνια στα social media

- ✓ Τα Social Media αυτή τη στιγμή πρωταγωνιστούν στο χώρο των νέων επικοινωνιών. Εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο αλλά και στην Ελλάδα ασχολούνται καθημερινά, ειδικά με το Facebook, έχοντας πολύπλευρη δραστηριότητα που αποκαλύπτει πολλά για τις συνήθειές τους και τις προτιμήσεις τους.
- ✓ Επομένως αποτελεί ένα μοναδικό διαφημιστικό όχημα καθώς προσφέρει τη δυνατότητα της στοχευμένης διαφήμισης αλλά και καθημερινής σχεδόν προβολής με περιεχόμενο ανάλογο με τους σκοπούς της εταιρείας μας.
- ✓ Χρειάζεται εξειδικευμένη γνώση σχετικά με τις δυνατότητες του μέσου ώστε αποφέρει τους καρπούς που προσδοκείτε.
- ✓ Ο τρόπος διαφημιστικής χρέωσης είναι ίδιος με αυτόν της Google Adwords χρεώνοντας μόνο τα click με το μοντέλο PPC (pay per click).
- ✓ Η ευελιξία του μέσου προσφέρει πραγματικά μοναδικά πλεονεκτήματα και υψηλό Conversion Rate μετατρέποντας τους χρήστες σε πελάτες σας.











# Πώς στήνω διαφημιστική καμπάνια στο facebook;

## ► Προσοχή:

- Στο κείμενο της διαφήμισης
- Στον τίτλο της διαφήμισης
- Στην εικόνα της διαφήμισης

# Πώς στήνω διαφημιστική καμπάνια στο facebook;

**Τι είδους αποτελέσματα θέλετε να έχουν οι διαφημίσεις σας;**

	Αλληλεπίδραση με δημοσίευση Σελίδας
	Να αρέσει η Σελίδα
	Κλικ στον ιστότοπο
	Μετατροπές στον ιστότοπο
	Εγκαταστάσεις εφαρμογής
	Αλληλεπίδραση με την εφαρμογή
	Απαντήσεις σε προσκλήσεις για εκδη...
	Διεκδικήσεις προσφορές

# Πώς στήνω διαφημιστική καμπάνια στο Facebook;

- ▶ Προσελκύστε το κατάλληλο κοινό!
- Σκεφτείτε ποιος είναι ο ιδανικός για εσάς πελάτης. Αφού επιλέξετε τις διαφημίσεις και τις διαφημιστικές ανακοινώσεις σας, επιλέξτε το συγκεκριμένο κοινό που θέλετε να στοχεύσετε.
- Το εκτιμώμενο μέγεθος κοινού δείχνει τον συνολικό αριθμό ατόμων που η διαφήμισή σας μπορεί να προσελκύσει αν η προσφορά και ο προϋπολογισμός σας είναι αρκετά υψηλά.
- Επιλέξτε Τοποθεσία, ηλικία και φύλο του κοινού που θέλετε να προσελκύσετε

# Πώς στήνω διαφημιστική καμπάνια στο facebook;

- Δώστε όνομα στην εκστρατεία σας
- Επιλέξτε προϋπολογισμό
- Ορίστε το χρονοδιάγραμμα της εκστρατείας
  
- ▶ Εφόσον δεν έχετε επιλέξει τις σύνθετες επιλογές, θα πληρώνετε με βάση τις εμφανίσεις (CPM)
- ▶ Ποτέ δεν θα πληρώσετε παραπάνω από τον προϋπολογισμό σας.

# Μετρήστε την απόδοση των διαφημίσεών σας μέσω Social media

- Social mention([www.socialmention.com](http://www.socialmention.com))
- Hootsuite for twitter ([hootsuite.com](http://hootsuite.com))
- Google alerts ([www.google.com/alerts](http://www.google.com/alerts) )

- ▶ Conversation Rate = # of Audience Comments (or Replies) Per Post
- ▶ Amplification Rate
  - ▶ On Twitter: Amplification = # of Retweets Per Tweet
  - ▶ On Facebook, Google Plus: Amplification = # of Shares Per Post
  - ▶ On a blog, YouTube: Amplification = # of Share Clicks Per Post (or Video)
- ▶ Applause Rate
  - ▶ On Facebook: Applause Rate = # of Likes Per Post
  - ▶ On Twitter: Applause Rate = # of Favorite Clicks Per Post

# Το μαγαζί της γειτονιάς...

- ▶ **Alexander McQueen**

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Sz8Gq0bMgbk>

- ▶ **Nordstrom**

- ▶ Nordstrom uses mobile POS devices in its stores to enable staff to check out customers anywhere in its stores, and cut the queues down.



# Το μαγαζί της γειτονιάς...

- ▶ **Tommy Hilfiger**
- ▶ This is an old one (from 2008) but still a good idea which could be developed for window shopping.





# Το μαγαζί της γειτονιάς...

- ▶ Drive-in super market
  - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=TlbQ5L7V8M8>
- ▶ Virtual Stores (εικονικών καταστημάτων)
  - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=fGaVFRzTTP4>

Σας ευχαριστώ πολύ για  
την προσοχή σας

Επικοινωνήστε μαζί μου στο [ddrosos@aegean.gr](mailto:ddrosos@aegean.gr) για  
οποιαδήποτε απορία