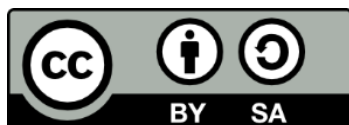


ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ενότητα 11: Κοινωνικά Μέσα Μάρκετινγκ (2)

Βλαχοπούλου Μάρω
Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
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 Μακεδονίας» 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



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Οι Αλλαγές που Επιφέρουν τα Social Media (1)

- Η μετάβαση από την προσπάθεια των εταιριών απλά να πουλήσουν ένα προϊόν στην δημιουργία περεταίρω επικοινωνίας με την αγορά που στοχεύει η επιχείρηση.
- Για να θεωρηθούν αξιόπιστες πρέπει να επικεντρώνονται λιγότερο στα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και περισσότερο σε ότι βοηθά τους πελάτες να γνωρίσουν τους εργαζόμενους και την προσωπικότητα της εταιρίας.

Οι Αλλαγές που Επιφέρουν τα Social Media (2)

- Οι εταιρίες στρέφονται από τις μεγάλες διαφημιστικές καμπάνιες στη δημιουργία μικρότερων, οι οποίες είναι ωστόσο ιδιαίτερα αποτελεσματικές.
- Επιπρόσθετα είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι εταιρίες να αφουγκράζονται τους ανθρώπους σχετικά με τη γνώμη τους για τα προϊόντα τους μέσα από τα Social Media , και να επικοινωνούν με αυτούς, καθώς πιθανές άσχημες εμπειρίες καταναλωτών για τα προϊόντα διαμοιράζονται και εξαπλώνονται εξίσου γρήγορα με τα θετικά σχόλια.

Οι Αλλαγές που Επιφέρουν τα Social Media (3)

- Αυτό οδηγεί σε υψηλότερο βαθμό συσχέτισης (Engagement) της εταιρίας με τους πελάτες, επιτρέποντας τους να αισθάνονται άνετα με την συνδιαλλαγή τους με την εταιρία.
- Η εμπιστοσύνη είναι ένα σημαντικό ζήτημα στις επιχειρήσεις σήμερα και τα social media δίνουν αυτή την ευκαιρία και αναπτύσσουν προσωπικές σχέσεις με το κοινό.

Θέσπιση Στρατηγικής SMM (1)

- Καθιέρωση ξεκάθαρων στόχων.
- Οι στόχοι αυτοί πρέπει να επικεντρώνονται τόσο μέσα στην εταιρία/οργανισμό για τη θέσπιση κατάλληλων πρακτικών και χρήσιμων πολιτικών
- Όσο και έξω από την, ώστε να καθορίζεται ο κατάλληλος βαθμός συσχέτισης/δέσμευσης (engagement) με το κοινό.

Θέσπιση Στρατηγικής SMM (2)

- Σε ποια συγκεκριμένα sites βρίσκονται οι καταναλωτές που απευθύνεται η εταιρία, γιατί και πως αυτοί προτιμούν να συνδέονται και να επικοινωνούν με ανθρώπους και επιχειρήσεις.
- Ποια μέσα ταιριάζουν καλύτερα στους στόχους της εταιρείας
- Πως θα συνδυάσουμε τα διάφορα μέσα για μέγιστη απόδοση της στρατηγικής μας.

Θέσπιση Στρατηγικής SMM (3)

- Εύρεση μιας εσωτερικής δομής στην εταιρία που να χειρίζεται την λειτουργία των Social Media και την ανάπτυξη τους για την εταιρία.
- Μεγάλες εταιρίες, αναθέτουν τη λειτουργία των social media σε μια ομάδα ανθρώπων της εταιρίας.
- Ενώ άλλες που δεν διαθέτουν χρόνο η τους πόρους για την ενασχόληση τους με την ανάπτυξη των Social Media, αναθέτουν σε γραφεία συμβούλων που ειδικεύονται στα Social Media, την ανάπτυξη τους για την εταιρία.

Θέσπιση Στρατηγικής SMM (4)

- Μια εταιρία πρέπει να λάβει υπ' όψιν της τους εργαζόμενους της και τον βαθμό γνώσης και ενδιαφέροντος που έχουν για τα Social Media.
- Χαρακτηριστικά, η GM ανέπτυξε ένα διακρατικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τους υπαλλήλους της, παρέχοντας τους βασική κατάρτιση στο πώς, γιατί και πού να εμπλακούν/συσχετιστούν (engage) με τα Social Media για την GM

Θέσπιση Στρατηγικής SMM (5)

- Τέλος, πολύ σημαντικό βήμα για την υιοθέτηση μιας στρατηγικής στα Social Media, είναι η ικανότητα της εταιρίας να αφουγκράζεται το κοινό και τα σχόλια του.
- Μια εταιρία πρέπει να μάθει να «ακούει», κάτι που αποδεικνύεται δυσκολότερο από ότι δείχνει για τις μεγάλες και απρόσωπες εταιρίες.
- Ακούγοντας η εταιρία είναι σε θέση να αναπτύξει καλύτερα τα προϊόντα και υπηρεσίες της, με γνώμονα τις ανάγκες των καταναλωτών, πράγμα πολύ σημαντικό στο σύγχρονο Marketing.

Success Stories!

- Hertz- 45% των χρηστών μοιράστηκαν το κουπόνι με τους φίλους τους και κέρδισαν την έκπτωση.

facebook

Share It Up! Deals

THIS OFFER GROWS IN VALUE FOR YOU AND YOUR FRIENDS THE MORE YOU SHARE IT UP!

SAVE UP TO \$35

Save Up to \$35 (up to 8/7days just by sharing!)

\$15

STARTING OFFER

shareItUp!

for a better deal!

Click the Share It Up! button to participate in this offer and to share it with friends to help increase its value!

1 more person must share this offer via the Share It Up! button to unlock the \$35 coupon

Number of People in the Group	People Needed to Unlock Next Tier
1 total people	1 Needed
2 total people	0
3 total people	0
4 total people	0
5 total people	0

Starting Offer Save up to \$15

1 total people Save up to \$20

2 total people Save up to \$25

3 total people Save up to \$30

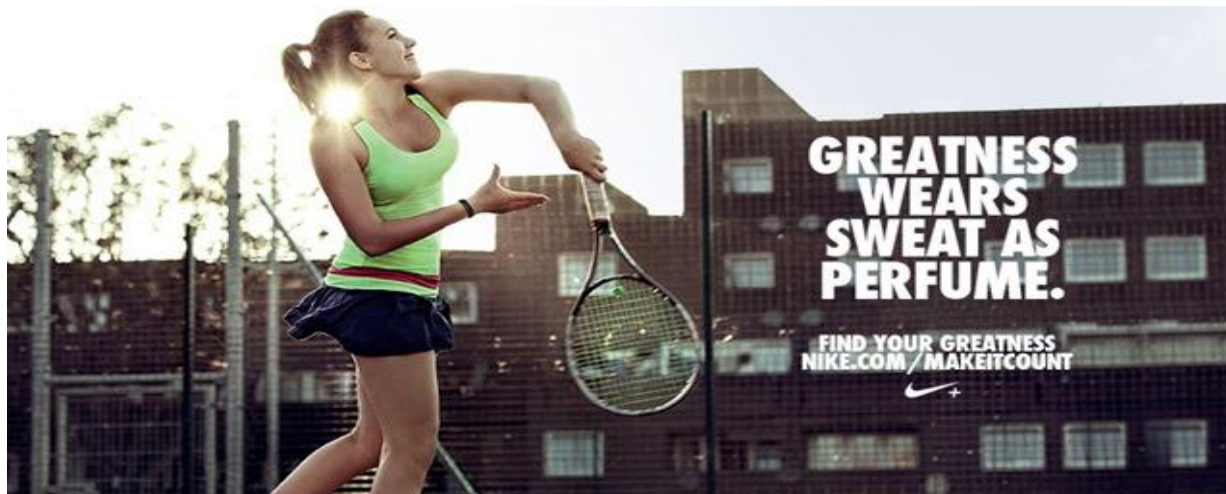
4 total people Save up to \$35

Terms of Service | Privacy | Report a Bug

©2011-2012 ShareItUp.com

Nike Olympics #Findgreatness Twitter Campaign

- Κατά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων η Nike έκανε 16,000 tweets σχετικά με τη λέξη #Olympic ενώ η Adidas 9,000.
- Αποτελέσματα: Η NIKE κέρδισε 165,000 επιπλέον φίλους ενώ η ADIDAS 80,000.



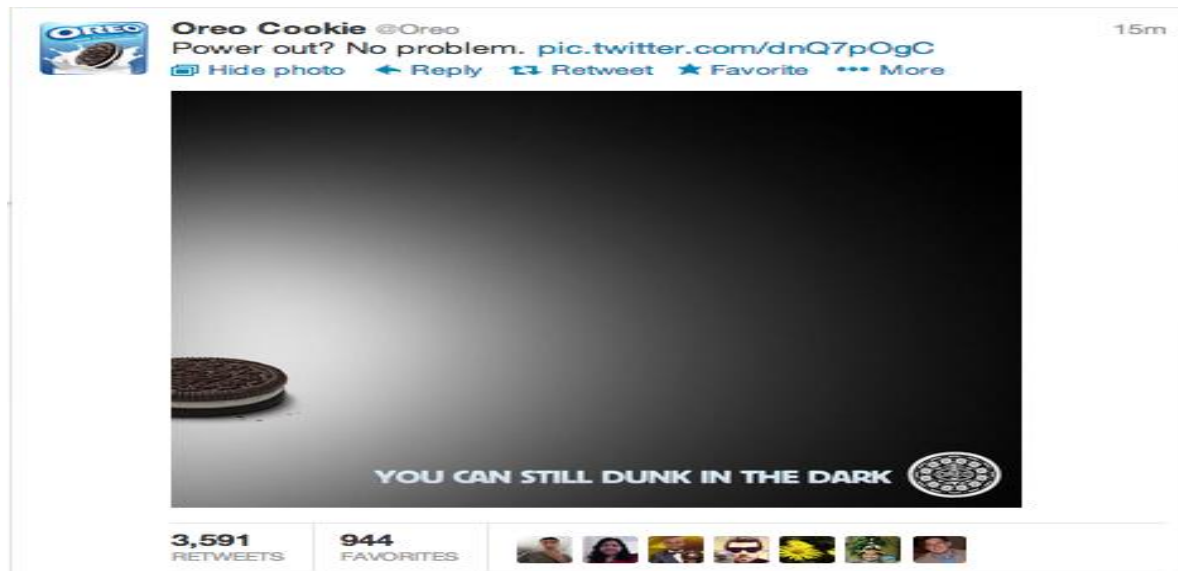
Burger King Whopper Sacrifice

- Διέγραψε 10 φίλους σου και κέρδισε το γεύμα σου!
- Μετά από μια εβδομάδα 230.000 «φιλίες» είχαν διαγραφεί αναγκάζοντας το Facebook να απαγορεύσει την καμπάνια.
- Η Burger King κέρδισε σε πολλούς διαγωνισμούς μάρκετινγκ και φυσικά φίλους στο Facebook



“Power out? No problem”

- Αποτελέσματα: 5,000 re-tweets και 20,000+ Facebook likes σε λιγότερο από μια ώρα!



Kohl's Cares

- Αποτελέσματα: 1.5 εκ. καινούργιοι φίλοι στο Facebook!



Kohl's Cares® Scholarship Program
Top winners receive \$10,000 each

Every year, Kohl's recognizes and rewards young volunteers (ages 6-18) across the country for their amazing contributions to their communities. This year, Kohl's will award more than 2,200 kids with over \$440,000 in scholarships and prizes.

- ▶ [Program Information](#)
- ▶ [Official Rules](#)
- ▶ [Press Materials](#)
- ▶ [Toolkit](#)
- ▶ [Winners](#)

Nominations accepted

[nominate a kid](#) [tell a friend](#)

KOHL'S Cares
Committed to Kids' Health and Education

Durex

- Στόχος: 10 εκ. Share στο Facebook



SOMEONE LIKE ME

1 SHARE = 1 CONDOM

For every share, comment, like or #someonelikeme, we will donate one condom to HIV prevention projects around the world to encourage safe sex and help create a world free from HIV.

Join the conversation & make a difference
#SOMEONELIKEME
someonelikeme.tv

Πιστεύετε στον Άη Βασίλη; WestJet

- Αποτελέσματα: 26 εκ. views σε 6 μήνες.



Travel Stories

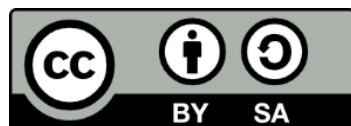
The screenshot shows the homepage of the 'travelstories' website. At the top left is the logo, which features a stylized skyline with the word 'travelstories' in a blue, lowercase font. To the right of the logo is a green button with the text 'Εγγραφή ή σύνδεση'. Below the logo is a horizontal navigation menu with the following items: Αρχική, Forum, Ταξιδιωτικές Ιστορίες, Φωτογραφίες, Video, Προσφορές, and Κρατήσεις. Below the navigation menu is a search bar with the text 'Αναζήτηση...'. The main content area features a large image of a modern building with palm trees in the foreground. Overlaid on the left side of this image is text in Greek: 'Εξωτικό, ηλιόλουστο Μαρακές μέσα στο καταχείμωνο! Ιούλιος 2012... Εγώ στο γερμανικό νότο, εκείνος στο Βερολίνο... Μου επλευώνει: "H easy jet έχει προσφορά απειθείας πτήση για το Agadir, πάμε να...'. To the right of the main image is a red button with the text 'Εγγραφή ή σύνδεση' and a blue button with the Facebook logo and the text 'Σύνδεση με Facebook'. Below these buttons is a section titled 'Τελευταίες Συζητήσεις' (Latest Discussions) with a list of discussion topics and user avatars.

Crème vs. Cookie Contest!

- Αποτελέσματα: ο λογαριασμός του instagram σε μια βδομάδα από 2000 αυξήθηκε στις 56000.



Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ