



E-LEARNING

Επίπεδο 3



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

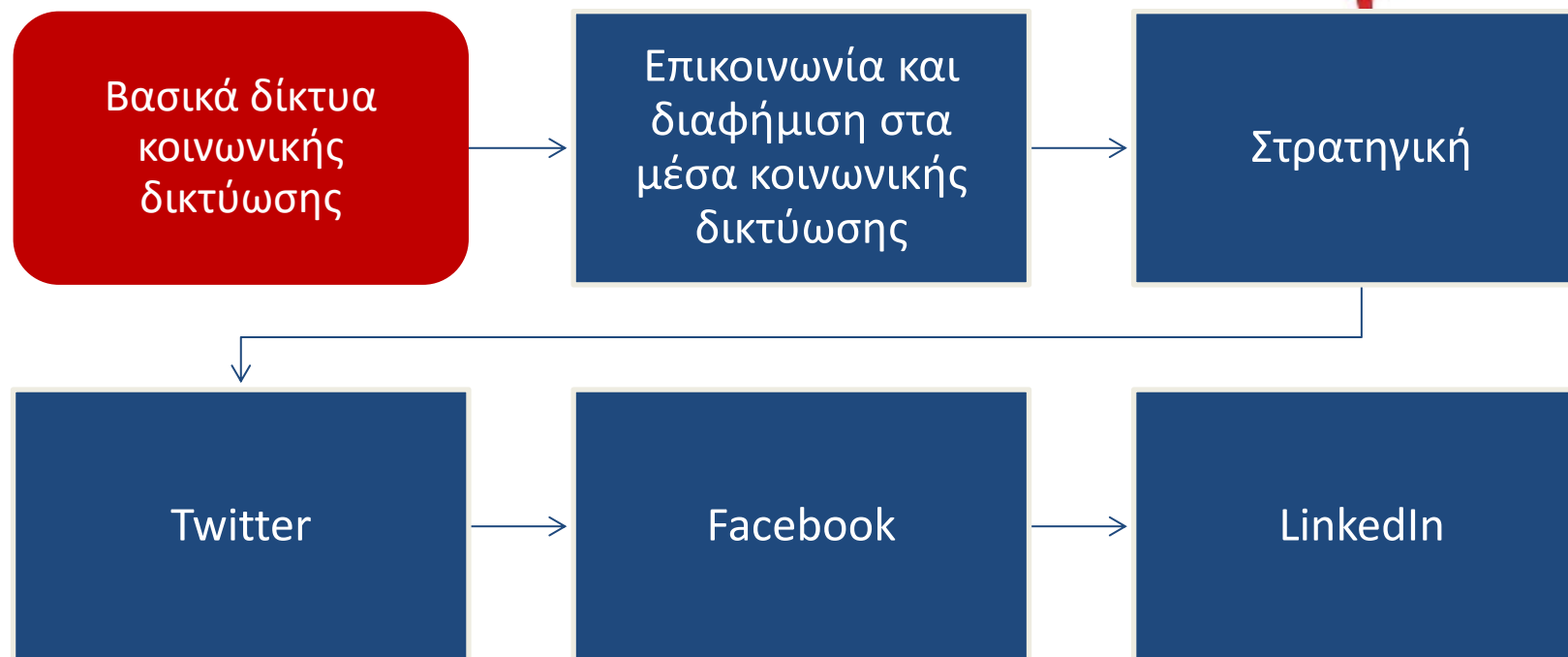
WA7: ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ICT

3.18 Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση του οργανισμού και των δραστηριοτήτων του

LO3.56: Επίδειξη της ικανότητας χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση του οργανισμού και των δραστηριοτήτων του.

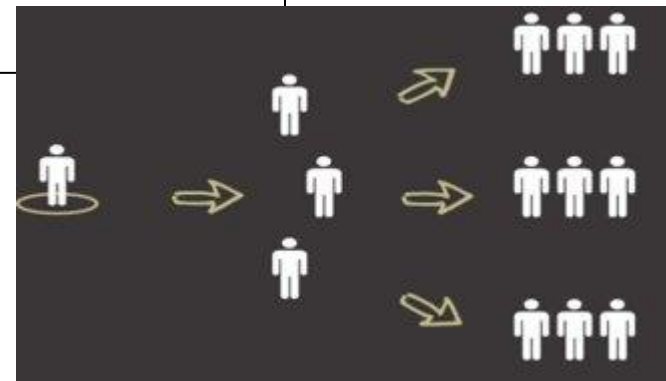


Χάρτης διαδρομής

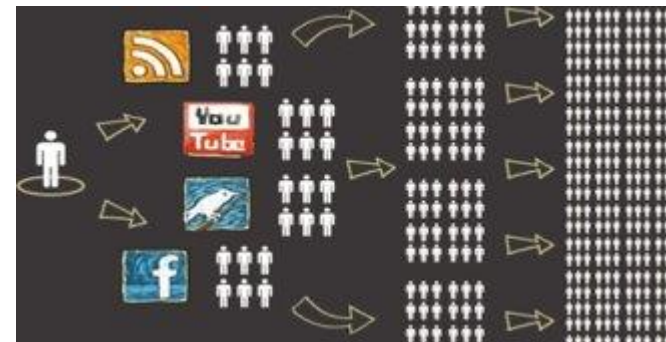


Τι είναι ένα κοινωνικό δίκτυο και πώς λειτουργεί;

Πριν από τα Social Media...



Μετά τα Social Media



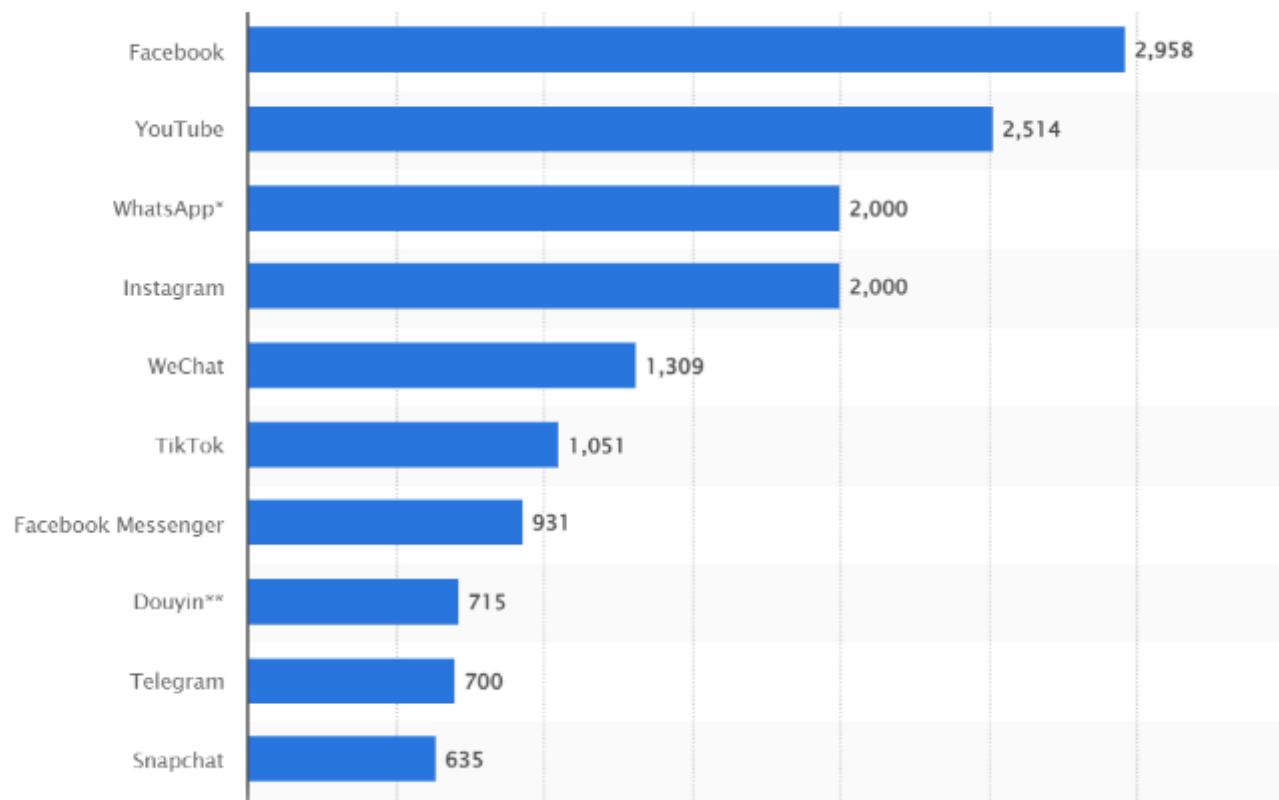
Βασικά δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης

- Facebook
- YouTube
- Instagram
- Twitter
- Pinterest
- Vimeo
- Reddit
- TikTok
- LinkedIn
- Snapchat



Βασικά δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης

Τα 10 πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα παγκοσμίως με βάση τον αριθμό των μηνιαίως ενεργών χρηστών (σε δισεκατομμύρια)



Πηγή: πληροφορίες που ισχύουν από τον Ιανουάριο του 2023

Επικοινωνία και διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η χρήση των πλατφορμών και των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

- Οι περισσότερες από αυτές τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν τα δικά τους ενσωματωμένα εργαλεία ανάλυσης δεδομένων, τα οποία επιτρέπουν στις εταιρείες να παρακολουθούν την πρόοδο, την επιτυχία και τη δέσμευση των διαφημιστικών εκστρατειών.
- Οι εταιρείες απευθύνονται σε μια σειρά ενδιαφερόμενων μερών μέσω του μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων
- Για την αποτελεσματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μάθουν να επιτρέπουν στους πελάτες και τους χρήστες του Διαδικτύου να δημοσιεύουν περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες.

1. Καθορίστε τους στόχους σας.
2. Αξιολογήστε τους πόρους σας.
3. Γνωρίστε το κοινό σας.
4. Δημιουργήστε περιεχόμενο.
5. Ενσωματώστε τις προσπάθειες μάρκετινγκ.
6. Δημιουργήστε ένα πρόγραμμα.
7. Υιοθετήστε τον κανόνα 80-20 (αφιερώστε το 80 τοις εκατό του χρόνου σας σε δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που δεν είναι αυτοδιαφημιστικές και το 20 τοις εκατό σε αυτοδιαφημιστικές).
8. Επικεντρωθείτε στην ποιότητα, όχι στην ποσότητα.
9. Παραδώστε τον έλεγχο.

- Το Twitter επιτρέπει στις εταιρείες να προωθούν τα προϊόντα τους με σύντομα μηνύματα, γνωστά ως tweets, τα οποία περιορίζονται σε 140 χαρακτήρες και εμφανίζονται στο χρονολόγιο των οπαδών τους.
- Τα Tweets μπορούν να περιέχουν κείμενο, Hashtag, φωτογραφία, βίντεο, Animated GIF, Emoji ή συνδέσμους προς την ιστοσελίδα του προϊόντος και άλλα προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ.
- Το Twitter χρησιμοποιείται επίσης από εταιρείες για την εξυπηρέτηση πελατών.



Twitter: πώς να το χρησιμοποιήσετε

- Έχετε περιεχόμενο που είναι αρκετά δελεαστικό ώστε οι χρήστες να σταματήσουν και να κάνουν κλικ.
- Βεβαιωθείτε ότι όταν κατασκευάζετε τα tweets σας, κάνετε τους ανθρώπους να θέλουν να κάνουν κλικ.
- Δοκιμάστε να χρησιμοποιήσετε αποσπάσματα, στατιστικά στοιχεία ή ερωτήσεις που σχετίζονται με τον σύνδεσμο που δημοσιεύετε στο Twitter, ώστε οι χρήστες να θέλουν να διαβάσουν περισσότερα.
- Ενσωματώστε φωτογραφίες, δημοσκοπήσεις, gifs ή ακόμη και σύντομα βίντεο.
- Οι άνθρωποι σας ακολουθούν επειδή τους αρέσει αυτό που έχετε να πείτε, αλλά συχνά και για να συμμετάσχουν σε μια συζήτηση.
- Κάντε ερωτήσεις και απαντήστε σε ερωτήσεις, απαντήστε σε αναφορές και άμεσα μηνύματα. Το Twitter είναι τόσο χρήσιμο για την προώθηση της επισκεψιμότητας όσο και για την εξυπηρέτηση πελατών.



Facebook

- Οι σελίδες στο Facebook είναι πιο λεπτομερείς.
- Επιτρέπουν σε ένα προϊόν να παρέχει βίντεο, φωτογραφίες και εκτενέστερες περιγραφές, καθώς και κριτικές, καθώς άλλοι οπαδοί μπορούν να σχολιάζουν τις σελίδες του προϊόντος.
- Το Facebook μπορεί να συνδεθεί με τη σελίδα του προϊόντος στο Twitter, καθώς και να στείλει υπενθυμίσεις εκδηλώσεων.
- Από τον Ιανουάριο του 2022, το 90% των επιχειρήσεων εμπορίας χρησιμοποιούν το Facebook για την προώθηση της μάρκας τους (Πηγή: Statista)



Facebook: πώς να το χρησιμοποιήσετε

- Ξεκινήστε χτίζοντας τη βάση των θαυμαστών σας.
- Δημοσιοποιήστε τη σελίδα σας και δημοσιεύστε έναν σύνδεσμο προς αυτήν οπουδήποτε μπορείτε
- Χρησιμοποιήστε ενημερώσεις κατάστασης ή φωτογραφίες για να μοιραστείτε τα προϊόντα, τις προσφορές, τις υπηρεσίες σας.
- Δημοσιεύστε πράγματα που κάνουν το κοινό σας να ασχολείται με τις δημοσιεύσεις σας. Πράγματα στα οποία θα κάνουν κλικ, θα κάνουν "like", θα σχολιάσουν και θα μοιραστούν.
- Λάβετε υπόψη ότι πολλοί χρησιμοποιούν το Facebook ως προσωπικό δίκτυο για να συνδεθούν με τους φίλους τους.
- Το εμπορικό σήμα σας πρέπει να ταιριάζει με φυσικό τρόπο σε αυτή την ατμόσφαιρα, προκειμένου να κρατήσει το ενδιαφέρον των ανθρώπων για αυτό που δημοσιεύετε. Επομένως, μην το κάνετε αποκλειστικά και με την πώληση.



- Ο ιστότοπος επαγγελματικής δικτύωσης, επιτρέπει στις εταιρείες να δημιουργούν επαγγελματικά προφίλ για τον εαυτό τους καθώς και για την επιχείρησή τους για να δικτυωθούν και να γνωρίσουν άλλους.
- Τα μέλη μπορούν να προωθήσουν τις διάφορες δραστηριότητες κοινωνικής δικτύωσης, όπως η ροή Twitter ή οι καταχωρήσεις σε ιστολόγια των σελίδων προϊόντων τους, στη σελίδα του προφίλ τους στο LinkedIn.



LinkedIn: πώς να το χρησιμοποιήσετε

- Ειδικά σχεδιασμένο για επιχειρήσεις και επαγγελματίες.
- Οι χρήστες πηγαίνουν στο LinkedIn κυρίως για να παρουσιάσουν την επαγγελματική τους εμπειρία και τις επαγγελματικές τους σκέψεις.



Συζήτηση στο φόρουμ του Moodle

- Έχει η εταιρεία σας σελίδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Ποιες;
- Είναι αποτελεσματικές και γιατί/γιατί όχι;



**Δημιουργήστε τη σελίδα του
Steve's food στο Facebook**

e-EUPA_LO_3.83_M_001

Ερώτηση 1

Εξηγήστε τα πλεονεκτήματα του Facebook έναντι του Twitter

Ερώτηση 2

Καθορίστε τη λειτουργικότητα του Facebook, του LinkedIn και του Twitter

Βασικά σημεία ενότητας

Βασικό σημείο 1

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα ισχυρό **εργαλείο** μάρκετινγκ

Βασικό σημείο 2

Η στρατηγική είναι σημαντική

Βασικό σημείο 3

Κάθε πλατφόρμα έχει διαφορετικές λειτουργίες και θα πρέπει να επιλέγουμε ανάλογα με το κοινό-στόχο και άλλες πτυχές.



Συγχαρητήρια!

Ολοκληρώσατε την Ενότητα 3.18



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

