

Ενότητα 2: Ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου

Κεφάλαιο 3: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία





Παραδοτέο 4 Επιχειρηματική Ανάπτυξη και Πλαίσιο Σχεδιασμού

ΕΝΟΤΗΤΑ 2 Εκπόνηση επιχειρηματικού Σχεδίου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία

Καλώς ήρθατε στην Ενότητα Ανάπτυξης Επιχειρηματικού Σχεδίου! Το κεφάλαιο αυτό θα σας εισάγει στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία.





Καλωσορίσατε!

Καλώς ήρθατε στην Ενότητα Ανάπτυξης Επιχειρηματικού Σχεδίου! Το κεφάλαιο αυτό θα σας εισάγει στο Μάρκετινγκ και Επικοινωνία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ και ΣΤΟΧΟΙ :

Το μάρκετινγκ και η επικοινωνία είναι απαραίτητα στοιχεία μιας επιτυχημένης επιχείρησης. Το να μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αποτελεσματικά το Μάρκετινγκ και την επικοινωνία θα βοηθήσει στη δημιουργία, βιωσιμότητα και ανάπτυξη μιας επιχείρησης ή επιχειρηματικής ιδέας.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα μάθετε τα βασικά για τη χρήση του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προς όφελος της επιχείρησής σας..

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:

Με την ολοκλήρωση αυτού του κεφαλαίου θα είστε σε θέση να:

- Κατανοήσετε τις βασικές αρχές μιας στρατηγικής μάρκετινγκ
- Κάνετε χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς μάρκετινγκ



Σε αυτό το κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Τι είναι το μάρκετινγκ;
- Τι περιλαμβάνεται στην επικοινωνία;
- Τι είναι τα Media;
- Τι περιλαμβάνεται στον όρο Social Media;
- Γιατί το μάρκετινγκ είναι σημαντικό στην επιχειρηματική ανάπτυξη & στον προγραμματισμό;
- Πώς σχετίζεται το μάρκετινγκ με τις πωλήσεις;

Με την ολοκλήρωση αυτού του κεφαλαίου θα είστε σε θέση να:

- Κατανοήσετε τις βασικές αρχές μιας στρατηγικής μάρκετινγκ
- Κάνετε χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς μάρκετινγκ





Τι είναι το μάρκετινγκ;

- Είναι η επιχειρηματική διαδικασία της δημιουργίας σχέσεων με τους πελάτες και αναζήτησης τρόπων για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τους.
- Περιλαμβάνει τα 4Ps του μάρκετινγκ (Product, Price, Place, Promotional Strategy)



Το μάρκετινγκ είναι ένα από τα κορυφαία στοιχεία της διαχείρισης επιχειρήσεων. Είναι η επιχειρηματική διαδικασία της δημιουργίας σχέσεων με τους πελάτες και αναζήτησης τρόπων για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τους. Αρχίζει με μια ιδέα και τελειώνει με έναν πελάτη. Περιλαμβάνει τα 4Ps του μάρκετινγκ, τα οποία είναι: επιλογή και ανάπτυξη ενός **προϊόντος (Product)**, Προσδιορισμός της κατάλληλης **τιμής(Price)**, επιλογή ενός καναλιού διανομής για να φτάσει στην **περιοχή** των πελατών (**Place**), και η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης **προωθητικής στρατηγικής (Promotional strategy)**.



Τι περιλαμβάνεται στην επικοινωνία;

Είναι η διαδικασία δημιουργίας, διάδοσης και λήψης μηνυμάτων που σχετίζονται με προϊόντα, υπηρεσίες ή άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες.



Η επικοινωνία είναι ένα άλλο στοιχείο της διαχείρισης επιχειρήσεων. Είναι η διαδικασία δημιουργίας, διάδοσης και λήψης μηνυμάτων που σχετίζονται με προϊόντα, υπηρεσίες ή άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ανώτερος στόχος είναι η παραγωγή εμπορικού οφέλους για τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης ή του οργανισμού. Η επικοινωνία και η εμπορία πραγματοποιούνται μέσω παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης ή / και μέσων κοινωνικής δικτύωσης.



Τι είναι τα πολυμέσα; Τι περιλαμβάνεται στον όρο «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης»;

- Τα παραδοσιακά μέσα είναι οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Η κύρια διαφορά σε αυτά τα είδη μέσων ενημέρωσης είναι ότι υπάρχει σαφής διάκριση μεταξύ της πηγής του μηνύματος και του κοινού.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν μετά την άνοδο του διαδικτύου και είναι αρκετά διαφορετικά από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.
- Τα πιο δημοφιλή Social Media είναι εφαρμογές όπως το Facebook, το LinkedIn, το Instagram, το Twitter και το Pinterest.



Τα παραδοσιακά μέσα είναι οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Η κύρια διαφορά σε αυτά τα είδη μέσων ενημέρωσης είναι ότι υπάρχει σαφής διάκριση μεταξύ της πηγής του μηνύματος και του κοινού. Η επικοινωνία συμβαίνει μόνο με έναν τρόπο (από την πηγή προς το κοινό) και περιορίζεται από το χρόνο και το χώρο.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν μετά την άνοδο του διαδικτύου και είναι αρκετά διαφορετικά από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Δεν περιορίζονται από το χρόνο και το χώρο, είναι καθολικά, και είναι αλληλεπιδραστικά με τα ίδια άτομα να είναι και πηγές μηνυμάτων και ακροατήριο για άλλα μηνύματα. Η χρήση τους αυξάνεται και έχουν αναδιαμορφώσει τις επιχειρηματικές και εμπορικές πρακτικές.

Τα πιο δημοφιλή Social Media είναι εφαρμογές όπως το Facebook, το LinkedIn, το Instagram, το Twitter και το Pinterest.



Επικοινωνία & μάρκετινγκ ως μέρος της επιχειρηματικής ανάπτυξης

Γιατί το μάρκετινγκ είναι σημαντικό για την επιχειρηματική ανάπτυξη και τον σχεδιασμό;

Ποια η σχέση του μάρκετινγκ με τις πωλήσεις;



Χωρίς το μάρκετινγκ, ακόμη και τα πιο λαμπρά προϊόντα και υπηρεσίες δεν θα είναι σε θέση να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις, προκειμένου: α) να προσελκύσουν πελάτες και β) να διατηρήσουν τους πελάτες τους. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να υπάρχει προγραμματισμός και προϋπολογισμός για δραστηριότητες μάρκετινγκ και επικοινωνίας.

Μια επιτυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ μπορεί να βοηθήσει στην προσέλκυση νέων πελατών (αναγνωρισιμότητα επωνυμίας, αύξηση των πωλήσεων) και επίσης να δημιουργήσει αφοσίωση στη συγκεκριμένη επωνυμία (διατήρηση πελατών, διατήρηση πωλήσεων) και επίσης να παρακινήσει τους πελάτες να αλλάξουν μάρκες υπέρ ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας (αυξάνοντας έτσι τις πωλήσεις για άλλη μια φορά).

Το μάρκετινγκ πραγματοποιείται μέσω διαύλων επικοινωνίας και μέσων ενημέρωσης, είτε με παραδοσιακά είτε με σύγχρονα μέσα. Η διαφήμιση είναι μια σημαντική πτυχή των ανωτέρω και μπορεί να είναι παρούσα είτε άμεσα είτε έμμεσα.

Δραστηριότητα 1,1

Είστε χρήστης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Ποιες εφαρμογές χρησιμοποιείτε;

Ποιο ήταν το τελευταίο προϊόν που αγοράσατε (προϊόν νοικοκυριού);



Επικοινωνία & μάρκετινγκ ως μέρος της επιχειρηματικής ανάπτυξης

Γιατί το μάρκετινγκ είναι σημαντικό για την επιχειρηματική ανάπτυξη και τον σχεδιασμό;

Ποια η σχέση του μάρκετινγκ με τις πωλήσεις;



Πώς επιλέξατε το συγκεκριμένο προϊόν;

Ποια ήταν η τελευταία υπηρεσία που αγοράσατε; (οποιοδήποτε είδος υπηρεσίας από στεγνό καθάρισμα μέχρι το φαγητό σε ένα εστιατόριο);

Πώς επιλέξατε τον πάροχο της υπηρεσίας;

Στρατηγική μάρκετινγκ 1/2

Ορισμός: η στρατηγική μάρκετινγκ είναι μια μακροπρόθεσμη και μακρόπνοη προσέγγιση σχεδιασμού στο πλαίσιο του θεμελιώδη στόχου για την επίτευξη ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην επιχείρησή σας (νέο ή υφιστάμενο), προκειμένου να προσελκύσετε και να διατηρήσετε τους πελάτες σας.

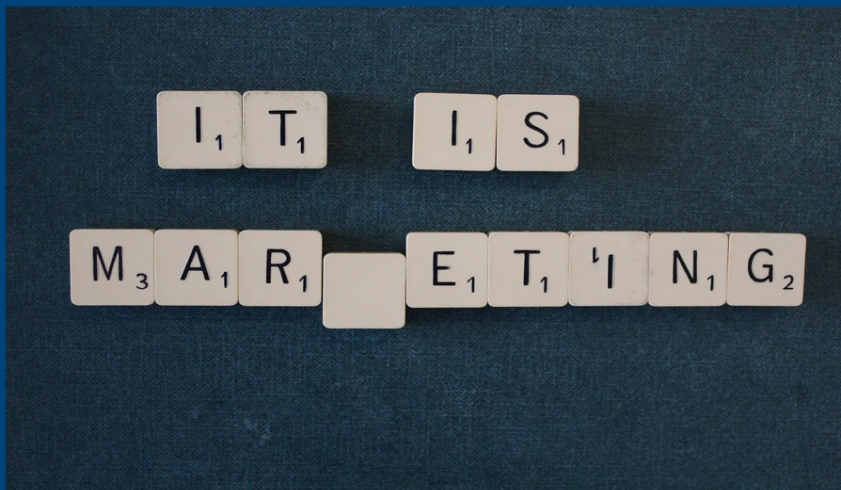


Ορισμός: η στρατηγική μάρκετινγκ είναι μια μακροπρόθεσμη και μακρόπνοη προσέγγιση σχεδιασμού στο πλαίσιο του θεμελιώδη στόχου για την επίτευξη ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην επιχείρησή σας (νέο ή υφιστάμενο), προκειμένου να προσελκύσετε και να διατηρήσετε τους πελάτες σας.

Πώς να οικοδομήσουμε μια στρατηγική μάρκετινγκ:

1. Καθορισμός στόχων και σκοπού. Τι προσπαθείτε να κάνετε;
2. Αναλύστε την υπάρχουσα κατάστασή σας. Τι συμβαίνει στη νέα ή την υπάρχουσα επιχείρησή σας τώρα;
3. Προσδιορίστε τα κύρια μηνύματά σας. Τι είναι αυτό που θέλετε να επικοινωνήσετε με τους πιθανούς ή τους υπάρχοντες πελάτες σας;
4. Διατυπώστε μια δήλωση αποστολής που ενσωματώνει τις επιχειρηματικές σας αξίες. Σε τι πιστεύεις;
5. Σκιαγράφιση των τακτικών σας. Ποια είναι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες σας; Πώς μπορεί να παρουσιαστούν πιο αποτελεσματικά;

Στρατηγική μάρκετινγκ 2/2



1. Κάνε ένα χρονοδιάγραμμα. Ποιο είναι το χρονοδιάγραμμα;
2. Δημιουργία προϋπολογισμού και εκχώρηση κονδυλίων.
3. Ανάθεση και συνεργασίες για να καρποφορήσει η στρατηγική σας. Ποιος μπορεί να σας βοηθήσει;
4. Αξιολογήστε και προσαρμόστε τη στρατηγική σας. Είστε ευχαριστημένοι με τη στρατηγική σας; Είναι αποτελεσματική; Ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν;
5. Παραμείνετε ενημερωμένοι κάνοντας έρευνα αγοράς.

Δραστηριότητα 1,2 (Προσδιορισμός συστατικών στοιχείων μιας στρατηγικής μάρκετινγκ)

Ποιο είναι το αγαπημένο σας εμπορικό προϊόν (μπορεί να είναι απορρυπαντικό, αποσμητικό, προϊόν φαγητό, είδος οικιακής χρήσης, είδος ένδυσης, παπούτσια, καλλυντικά κλπ).

Είστε ευχαριστημένοι και με τα 4 Ps; Αν ναι, γιατί; Αν όχι, γιατί;

Τι θα αλλάζατε αν μπορούσατε; Τι θα κάνατε διαφορετικά αν ήσασταν ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης;



Κοινωνικά μέσα για σκοπούς μάρκετινγκ και επικοινωνίας



Το μάρκετινγκ κοινωνικής δικτύωσης είναι η χρήση πλατφόρμων, εφαρμογών και ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Στη συνέχεια, οι επιχειρήσεις μπορούν να έρθουν σε επαφή με μια σειρά ενδιαφερομένων, όπως: υπάρχοντες και δυνητικοί πελάτες, τρέχοντες και δυνητικοί εργαζόμενοι, δημοσιογράφοι, ιστολόγια, παράγοντες επιρροής και το ευρύ κοινό.

Δραστηριότητα 1,3 (Επισημάνετε τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για μάρκετινγκ και επικοινωνία)

Διαλέξτε 4 διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες (π.χ. οδοντόκρεμα, αυτοκίνητο, προϊόντα φροντίδας μαλλιών, ένα νέο ιδιωτικό νηπιαγωγείο, μια κατασκευαστική εταιρεία, μια επιχείρηση διαμόρφωσης κήπων κλπ). Υποθέστε ότι ανήκετε σε μία από τις ακόλουθες διαφορετικές κατηγορίες: υφιστάμενος πελάτης, πιθανός πελάτης, blogger, δημοσιογράφος, influencer, ευρύ κοινό. Κατά συνέπεια, καταγράψτε τι θα θέλατε να γνωρίζετε σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία (ανάλογα με τον ρόλο σας). Είναι αυτά τα στοιχεία παρόντα; Τι λείπει;

Δραστηριότητα 1,4 (Μηνύματα μέσω κοινωνικής δικτύωσης για μάρκετινγκ και επικοινωνία)



Κοινωνικά μέσα για σκοπούς μάρκετινγκ και επικοινωνίας



Συνεχίζοντας από τη δραστηριότητα 1,3, σκεφτείτε και δώστε παραδείγματα για το πώς θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (αυτά με τα οποία είστε εξοικειωμένοι) για να αντιμετωπίσετε τις ανησυχίες, τις ερωτήσεις, τα ενδιαφέροντα διαφόρων ομάδων ενδιαφερομένων.



Η ψηφιακή τριάδα του μάρκετινγκ

Η ψηφιακή τριάδα του μάρκετινγκ αποτελείται από:

- α) ιδιοκτησία πολυμέσων (ιστότοπος, κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης)
- β) κεκτημένα μέσα (αναφορές, επαναδημοσιεύσεις, κριτικές κ. λπ.)
- γ) πληρωμένα μέσα (πληρωμή ανά κλικ, διαφημίσεις προβολής, χορηγούμενο περιεχόμενο, αμειβόμενοι influencers κλπ.)



Η ψηφιακή τριάδα του μάρκετινγκ αποτελείται από:

- α) ιδιοκτησία πολυμέσων (ιστότοπος, κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης)
- β) κεκτημένα μέσα (αναφορές, επαναδημοσιεύσεις, κριτικές κ. λπ.)
- γ) πληρωμένα μέσα (πληρωμή ανά κλικ, διαφημίσεις προβολής, χορηγούμενο περιεχόμενο, αμειβόμενοι influencers κλπ.)



Χρήση του Facebook για μάρκετινγκ και επικοινωνία

Δραστηριότητα: Ανοίξτε τη σελίδα στο FB ενός διάσημου προϊόντος ή επιχείρησης (δηλ. ένα εστιατόριο, ένα προϊόν μαλλιών, μια εταιρεία καλλυντικών, μια τοπική επιχείρηση κλπ) και περιηγηθείτε σε αυτό εξερευνώντας πώς σχετίζεται με τα 4 Ps (προϊόν, τιμή, θέση, προώθηση). Στη συνέχεια, προσφέρετε σχόλια και απόψεις σχετικά με το αν είστε ευχαριστημένοι ως καταναλωτές με αυτό, ή τι αλλαγές θα κάνατε.



Το Facebook είναι ένα διαδικτυακό κοινωνικό μέσο και μια εταιρεία υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης με έδρα την Καλιφόρνια. Είναι διαθέσιμο ως ιστότοπος και ως κινητή εφαρμογή για όλες τις φορητές συσκευές. Επιτρέπει στους εγγεγραμμένους χρήστες να μοιράζονται περιεχόμενο, να δημοσιεύουν διαδικτυακά, να δημιουργούν δίκτυα, να διατηρούν επαφή με φίλους και συγγενείς, να μοιράζονται φωτογραφίες, να αξιολογούν μέρη και υπηρεσίες, να μοιράζονται περιεχόμενο με ένα μεγάλο κοινό και να δημιουργούν ομάδες. Είναι δωρεάν για τους χρήστες, και είναι πολύ δημοφιλές σε διάφορες επιχειρήσεις.

Δραστηριότητα 1,5 Χρήση του Facebook για μάρκετινγκ και επικοινωνία (2/2)

Ανοίξτε τη σελίδα στο FB ενός διάσημου προϊόντος ή επιχείρησης (δηλ. ένα εστιατόριο, ένα προϊόν μαλλιών, μια εταιρεία καλλυντικών, μια τοπική επιχείρηση κλπ) και περιηγηθείτε σε αυτό εξερευνώντας πώς σχετίζεται με τα 4 Ps (προϊόν, τιμή, θέση, προώθηση). Στη συνέχεια, προσφέρετε σχόλια και απόψεις σχετικά με το αν είστε ευχαριστημένοι ως καταναλωτές με αυτό, ή τι αλλαγές θα κάνατε.

Χρήση του LinkedIn για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (1/3)



Τι είναι το LinkedIn;

Το LinkedIn είναι μια υπηρεσία προσανατολισμένη στις επιχειρήσεις και στην απασχόληση που λειτουργεί μέσω ιστότοπων και εφαρμογών για κινητές συσκευές. Ιδρύθηκε το 2002, ξεκίνησε το 2003, και χρησιμοποιείται κυρίως για επαγγελματική δικτύωση, συμπεριλαμβανομένων των εργοδοτών που αναρτούν κενές θέσεις εργασίας και διαθέσιμες ευκαιρίες, και των αιτούντων εργασία που αναρτούν τα βιογραφικά τους. Μπορούμε να πούμε ότι είναι σαν το Facebook, αλλά επικεντρώθηκε σε επαγγελματικά θέματα. Μπορείτε ακόμα να δημοσιεύσετε περιεχόμενο, να γράψετε άρθρα και να το κάνετε όπως το Facebook-αλλά η εστίαση είναι κυρίως επαγγελματική.



Χρήση του LinkedIn για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (2/3)



Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το LinkedIn για μάρκετινγκ και επικοινωνία;

Το LinkedIn είναι καταλληλότερο για δικτύωση με συναδέλφους, για να αναζητήσετε ή να προσφέρετε απασχόληση και να παραμείνετε ενήμεροι σχετικά με τις εξελίξεις και τις αλλαγές στο σχετικό πεδίο της επιχείρησής σας. Ωστόσο, μπορεί ακόμα να χρησιμοποιηθεί ως πρόσθετο, υποστηρικτικό εργαλείο για το μάρκετινγκ και την επικοινωνία αλλά δεν θα έπρεπε να είναι το κύριο κανάλι μάρκετινγκ και επικοινωνίας.



Χρήση του LinkedIn για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (3/3)

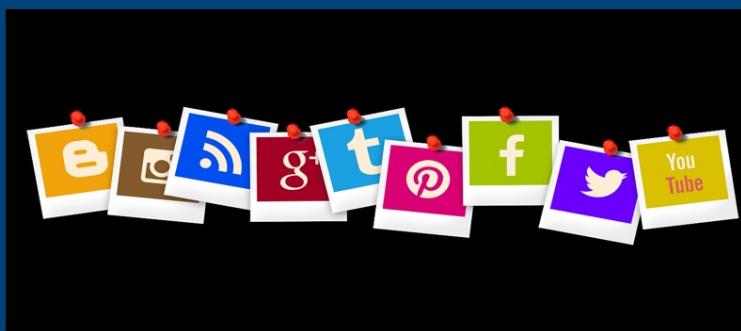


Το **LinkedIn** μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ανακοινωθεί το ξεκίνημα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σας, για να αναζητήσετε σχόλια από ομότιμους και συναδέλφους επαγγελματίες, ή να συμμετάσχετε σε έρευνα και συγγραφή άρθρων που μπορεί επίσης να περιέχει κάποιες αναφορές μάρκετινγκ ή διαφήμισης. Επιπλέον, μπορεί να είναι κατάλληλο για επιχειρήσεις που προσφέρουν συμβουλευτική για θέματα ανθρωπίνου δυναμικού, υπηρεσίες διαχείρισης, εκπαιδεύσεις ή παρόμοιες δραστηριότητες για τις οποίες τα μέλη του LinkedIn θα είναι επίσης οι κύριοι δυνητικοί πελάτες. Μπορεί να είναι λιγότερο κατάλληλο για προϊόντα και υπηρεσίες που κάνουν έκκληση σε ένα διαφορετικό ή ευρύτερο κοινό.



Χρήση του Instagram για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (1/3)

Το Instagram είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης με ανταλλαγή φωτογραφιών και βίντεο που ανήκει στο Facebook και ξεκινά το 2010. Η ιδέα πίσω από αυτό είναι να είναι σε θέση οι χρήστες να μοιράζονται και να διαδίδουν φωτογραφίες και βίντεο που έχουν επεξεργαστεί μέσω της εφαρμογής με μια ποικιλία από φίλτρα και εφέ που έως τότε ήταν διαθέσιμα μόνο σε επαγγελματίες φωτογράφους και στούντιο.



Τι είναι το Instagram;

Το Instagram είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης με ανταλλαγή φωτογραφιών και βίντεο που ανήκει στο Facebook και ξεκινά το 2010. Η ιδέα πίσω από αυτό είναι να είναι σε θέση οι χρήστες να μοιράζονται και να διαδίδουν φωτογραφίες και βίντεο που έχουν επεξεργαστεί μέσω της εφαρμογής με μια ποικιλία από φίλτρα και εφέ που έως τότε ήταν διαθέσιμα μόνο σε επαγγελματίες φωτογράφους και στούντιο.

Έχει δημιουργήσει νέους όρους όπως το “Instagram Follower” και το “Instagram Influencer” που είναι χρήσιμοι όροι για τη συζήτησή μας.



Χρήση του Instagram για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία 2/3

Τι είναι ο Instagram Follower; Είναι ένας χρήστης του Instagram που έχει επιλέξει να "ακολουθήσει" έναν άλλο χρήστη που σημαίνει ότι μπορεί να δει όλο το περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε από αυτόν τον χρήστη.

Τι είναι ο Instagram Influencer; Είναι ένας χρήστης του Instagram που έχει πολλούς ακολούθους (χιλιάδες ή ακόμα και εκατομμύρια) και συνήθως πληρώνεται για να προβάλλει υπηρεσίες ή προϊόντα και να παρακινεί τους χρήστες του να τα αγοράσουν / χρησιμοποιήσουν.



Τι είναι ο Instagram Follower; Είναι ένας χρήστης του Instagram που έχει επιλέξει να "ακολουθήσει" έναν άλλο χρήστη που σημαίνει ότι μπορεί να δει όλο το περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε από αυτόν τον χρήστη.

Τι είναι ο Instagram Influencer; Είναι ένας χρήστης του Instagram που έχει πολλούς ακολούθους (χιλιάδες ή ακόμα και εκατομμύρια) και συνήθως πληρώνεται για να προβάλλει υπηρεσίες ή προϊόντα και να παρακινεί τους χρήστες του να τα αγοράσουν / χρησιμοποιήσουν.



Χρήση του Instagram για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (3/3)

Μέσω του δικτύου των χρηστών, το Instagram είναι κατάλληλο για την εμπορία και την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών-ιδίως εκείνων με ισχυρό οπτικό στοιχείο-για παράδειγμα τη μόδα, τα κοσμήματα, τα καλλυντικά, τα είδη φαγητού, τα έπιπλα, την τέχνη κλπ.



Είναι το Instagram κατάλληλο για μάρκετινγκ και επικοινωνία;

Μέσω του δικτύου των χρηστών, το Instagram είναι κατάλληλο για την εμπορία και την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών-ιδίως εκείνων με ισχυρό οπτικό στοιχείο-για παράδειγμα τη μόδα, τα κοσμήματα, τα καλλυντικά, τα είδη φαγητού, τα έπιπλα, την τέχνη κλπ. Το Instagram μπορεί να προσελκύσει ένα ευρύ κοινό μέσω ενός οπτικά ελκυστικού περιεχομένου που μπορεί επίσης να παρακινήσει την κατανάλωση, για παράδειγμα η απεικόνιση τροφίμων με ελκυστικούς τρόπους μπορεί να παρακινήσει τους ανθρώπους να αναζητήσουν ένα σνακ.



Χρήση του Twitter για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία 1/2

Τι είναι το Twitter?

Το Twitter είναι μια αμερικανική διαδικτυακή υπηρεσία ειδήσεων και κοινωνικής δικτύωσης στην οποία οι χρήστες δημοσιεύουν και αλληλεπιδρούν με σύντομα μηνύματα που είναι γνωστά ως "τουίτ", ενσωματώνει-για άλλη μια φορά-την ιδέα των "ακολουθών" που είναι άνθρωποι που έχουν επιλέξει να "ακολουθήσουν" το περιεχόμενό σας.



Τι είναι το Twitter;

Το Twitter είναι μια αμερικανική διαδικτυακή υπηρεσία ειδήσεων και κοινωνικής δικτύωσης στην οποία οι χρήστες δημοσιεύουν και αλληλεπιδρούν με σύντομα μηνύματα που είναι γνωστά ως "τουίτ", ενσωματώνει-για άλλη μια φορά-την ιδέα των "ακολουθών" που είναι άνθρωποι που έχουν επιλέξει να "ακολουθήσουν" το περιεχόμενό σας.

Χρήση του Twitter για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία 2/2



Το Twitter είναι κατάλληλο για μάρκετινγκ και επικοινωνία;

Το Twitter είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την επικοινωνία μηνυμάτων. Αν και δεν είναι ιδιαίτερα κατάλληλο για άμεσο μάρκετινγκ, εξακολουθεί να μπορεί να συμβάλει στην οικοδόμηση μιας ισχυρής και ακμάζουσας εικόνας για το προϊόν ή την μάρκα, μέσω της χρήσης χρήσιμων πληροφοριών, χιούμορ και αλληλεπίδρασης. Μια εκστρατεία μάρκετινγκ και επικοινωνίας δεν μπορεί να διατηρηθεί μόνο στο Twitter, αλλά μπορεί να συμπληρωθεί από ένα λογαριασμό Twitter που μοιράζεται διορατικές, χιουμοριστικές και χρήσιμες πληροφορίες. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για τη διατήρηση και την ενίσχυση των κοινωνικών συνδέσεων που έχουν δημιουργηθεί σε άλλες πλατφόρμες μέσω μιας άμεσης επικοινωνιακής σχέσης, και μπορεί να επιτρέψει την αλληλεπίδραση μεταξύ διαφορετικών εταιρειών ή προϊόντων.



Χρήση του Pinterest για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία



Τι είναι το Pinterest;

Το Pinterest είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή δικτύωσης και εφαρμογών για κινητές συσκευές που λειτουργεί με ένα σύστημα λογισμικού σχεδιασμένο για να επιτρέπει την ανακάλυψη πληροφοριών στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας εικόνες και GIF ή βίντεο. Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να βρείτε έμπνευση, πληροφορίες, ιδέες και να εξερευνήσετε τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά σας. Είναι πολύ παρόμοιο με τη διατήρηση ενός ψηφιακού βιβλίου με "αποκόμματα" των πραγμάτων που βρίσκετε ενδιαφέροντα ή χρήσιμα. Μπορείτε να μοιραστείτε τις ιδέες σας, να δημιουργήσετε πίνακες, να μοιραστείτε το περιεχόμενό σας και να γράψετε σχόλια. Η εφαρμογή μπορεί επίσης να προτείνει περιεχόμενο που ταιριάζει με τις αναζητήσεις και τα ενδιαφέροντά σας.

Το Pinterest μπορεί να χρησιμοποιηθεί για το μάρκετινγκ & την επικοινωνία βοηθώντας στην γνωστοποίηση νέων και συναρπαστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία συνδέσεων και παραπομπών σε άλλα προϊόντα.



Χρήση του Etsy για Μάρκετινγκ και Επικοινωνία



Τι είναι το Etsy;

Το Etsy είναι μια ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου και εφαρμογή για κινητές συσκευές που επικεντρώνεται σε χειροποίητα ή vintage αντικείμενα και είδη χειροτεχνίας. Σε αυτό οι χρήστες μπορούν να βρουν κοσμήματα, κεραμικά, διακοσμητικά αντικείμενα, τέχνη, πίνακες ζωγραφικής, χειροποίητα ρούχα, καθώς και μια μεγάλη ποικιλία από αξεσουάρ, παπούτσια και πολλά άλλα αντικείμενα.

Μπορεί το Etsy να χρησιμοποιηθεί για μάρκετινγκ και επικοινωνία;

Το Etsy είναι μια πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου και ως εκ τούτου, έχει ένα στοιχείο μάρκετινγκ και επικοινωνίας ενσωματωμένο. Είναι κατάλληλο για άτομα που φτιάχνουν και πωλούν προϊόντα που ταιριάζουν στο προφίλ του Etsy ή παρέχουν ορισμένες υπηρεσίες, και τους επιτρέπει να προβάλλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, να επικοινωνούν με πιθανούς πελάτες, να εκπληρώνουν τις παραγγελίες και να διοικούν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Δυστυχώς, δεν θα ήταν κατάλληλο για προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν εμπίπτουν στη Χειροποίητη ή vintage κατηγορία.



Σας ευχαριστούμε που μελετήσατε το κεφάλαιο:
Μάρκετινγκ και Επικοινωνία που δημιουργήθηκε
από την ομάδα του RESET.

Για να αποκτήσετε πρόσβαση σε περισσότερες
πληροφορίες ή πρόσθετες πηγές που
δημιουργήθηκαν από το έργο RESET,
επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του έργου στο:

www.resetproject.eu

Σας ευχαριστούμε που μελετήσατε το κεφάλαιο: Μάρκετινγκ και Επικοινωνία που
δημιουργήθηκε από την ομάδα του RESET.

Για να αποκτήσετε πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες ή πρόσθετες πηγές που
δημιουργήθηκαν από το έργο RESET, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του έργου στο:
www.resetproject.eu





innovementum

in association with

S V E B ■ Schweizerischer Verband für Weiterbildung
Fédération suisse pour la formation continue
F S E A ■ Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning

with funding from

movetia Austausch und Mobilität
Echanges et mobilité
Scambi e mobilità
Exchange and mobility



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project number: 2017-1-FR01-KA204-037152.

