



Stefanos Prokos

Digital & eBusiness Consultant

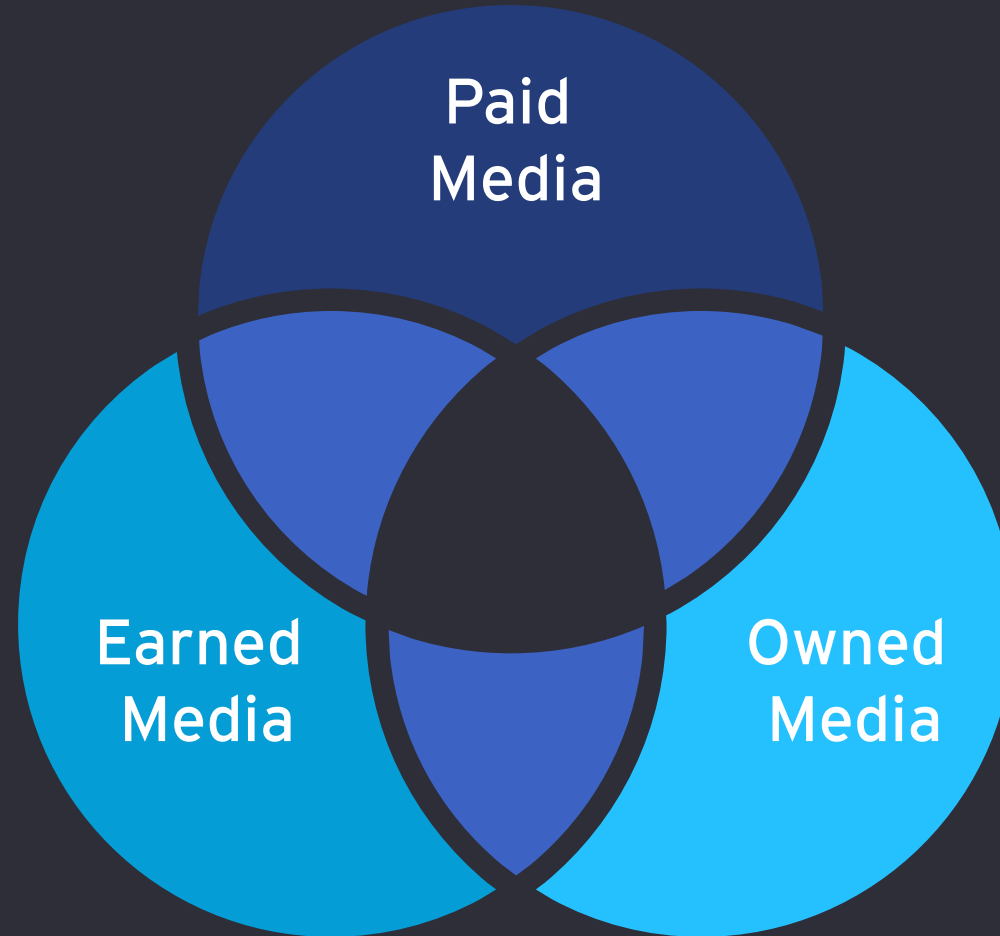


An aerial photograph of a triathlon swim leg. A large group of triathletes in black wetsuits and white swim caps are swimming in clear, turquoise water. In the center of the group, a kayaker in a bright pink kayak is also visible, paddling through the water. The overall scene is dynamic and captures the intensity of the race.

Εισαγωγή στο Digital Marketing & Στρατηγική

S. Prokos - Digital & eBusiness Consultant

To Digital Marketing εν συντομία



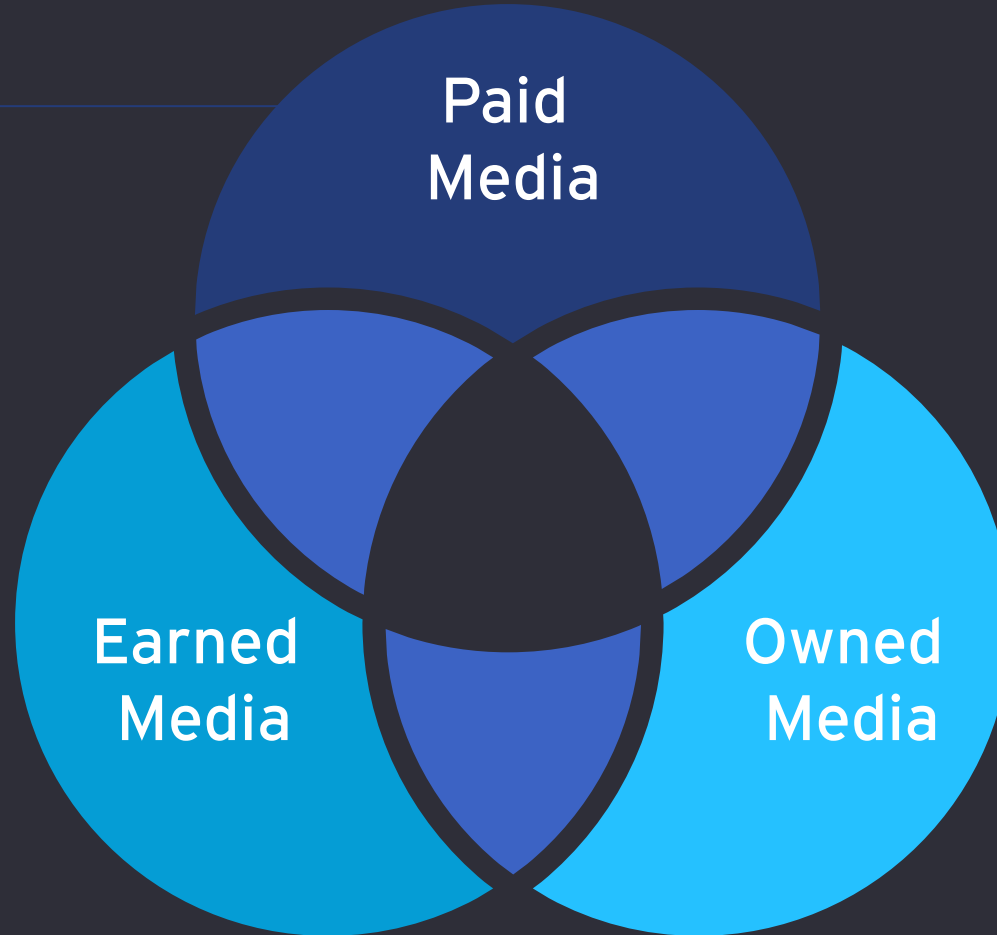
Το Digital Marketing εν συντομία

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Οποιαδήποτε μορφή διαφήμισης για την οποία έχουμε πληρώσει

Στοχεύουμε σε κοινό που ενδεχομένως δεν γνωρίζει την εταιρεία μας

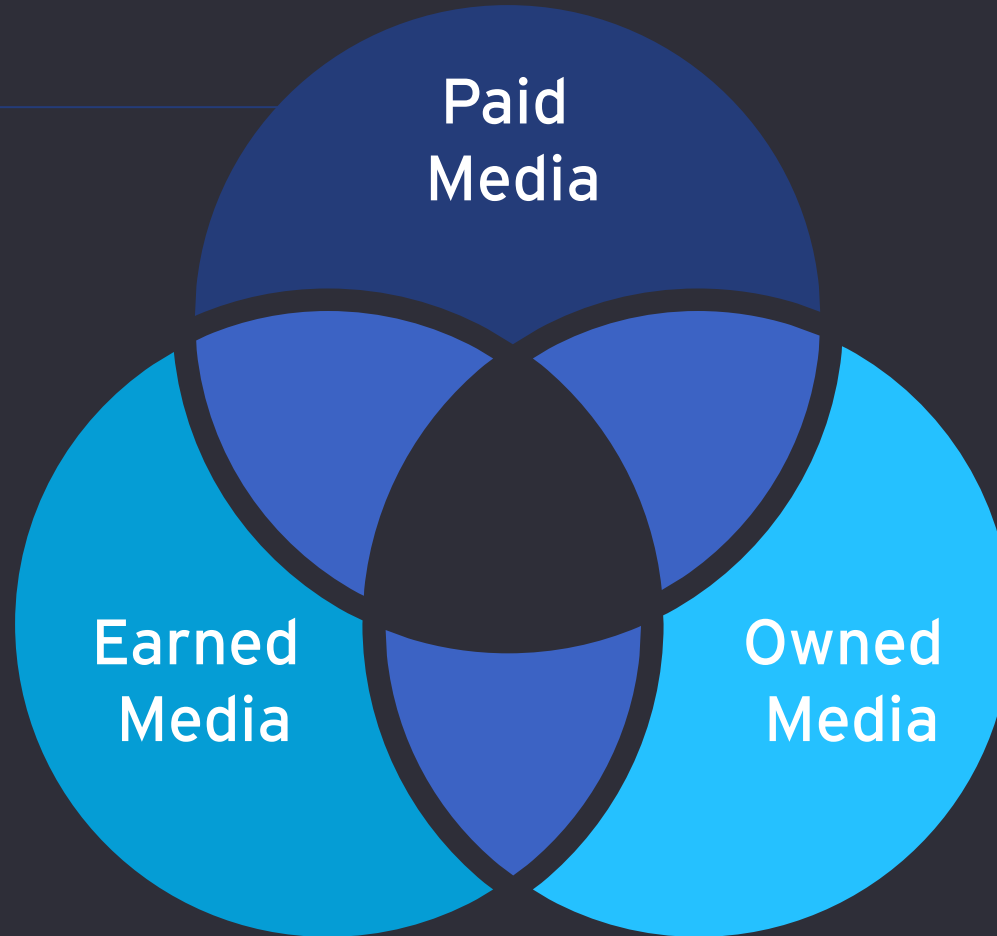
Μας βοηθάει να απευθυνθούμε σε διευρυμένο κοινό



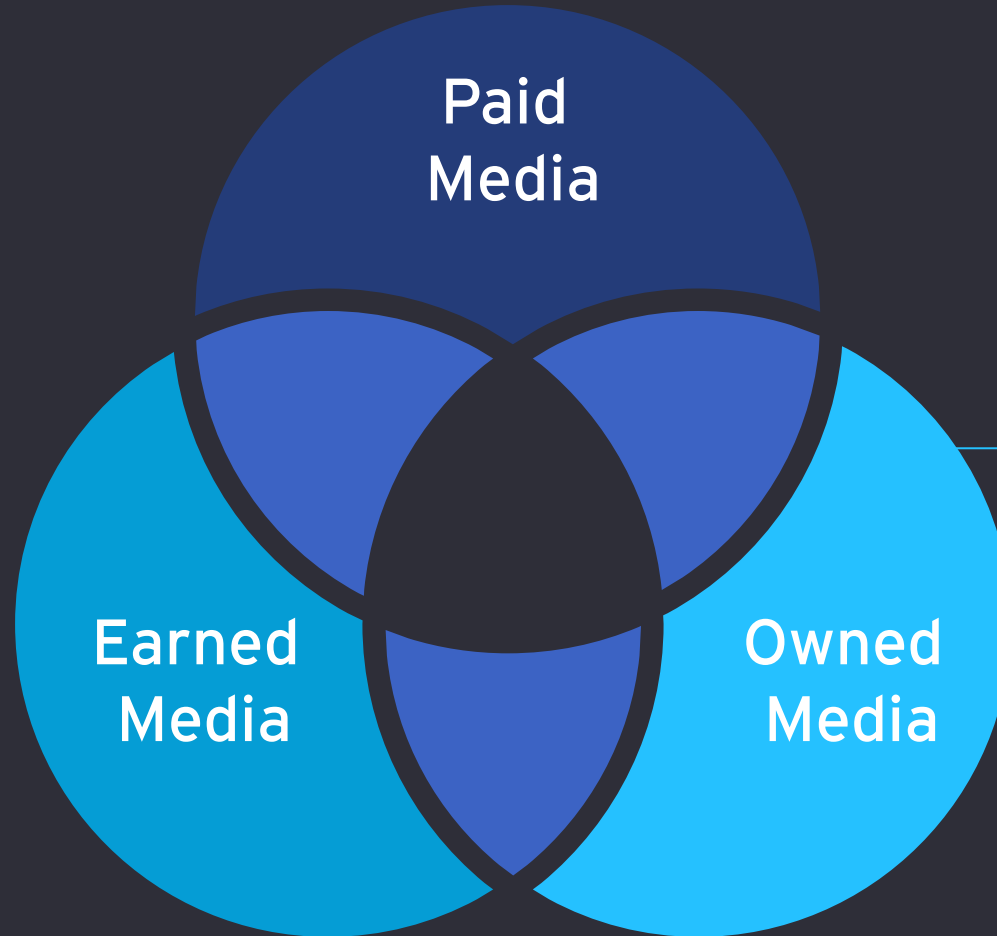
To Digital Marketing εν συντομία

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Pay per click (PPC)
- Display Ads
- Retargeting
- Paid Influencers
- Paid Content Promotion
- Social Media Ads



Το Digital Marketing εν συντομία

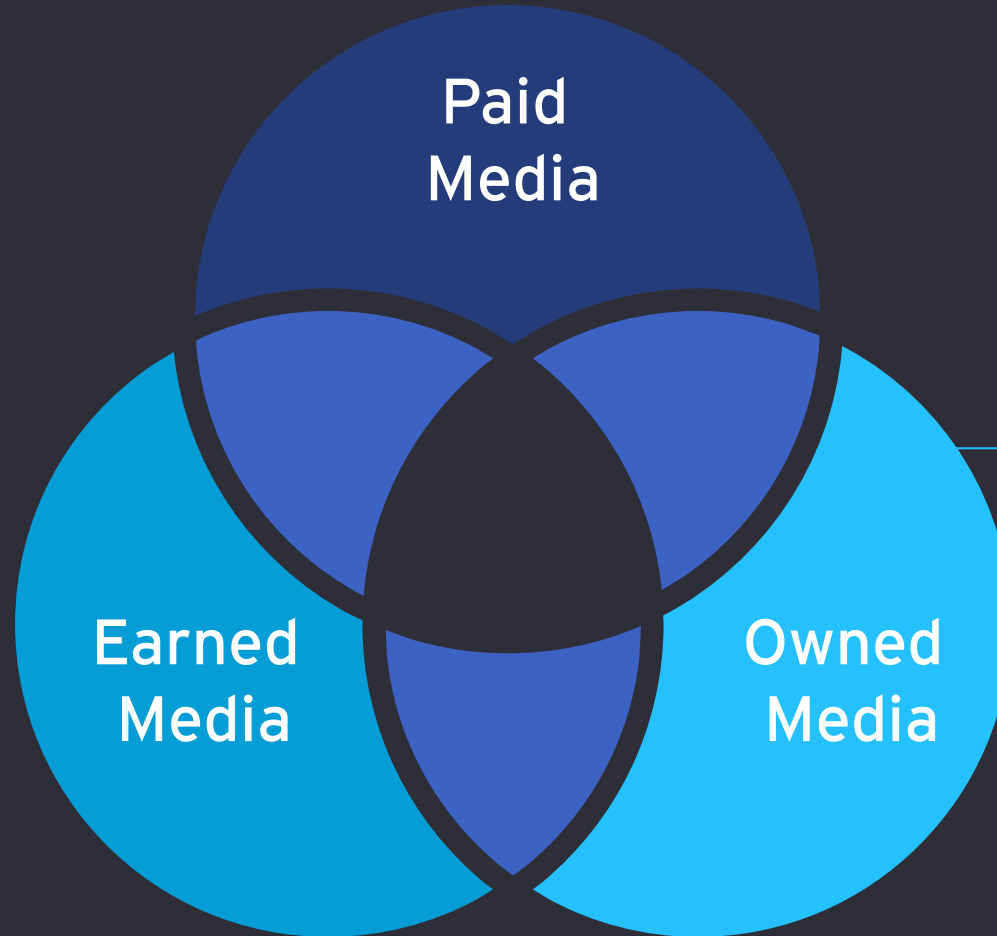


ΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ

Media που
διαχειρίζεται η εταιρεία

Πλατφόρμες τις οποίες
επισκέπτονται τακτικά
όσοι μας ακολουθούν
πιστά

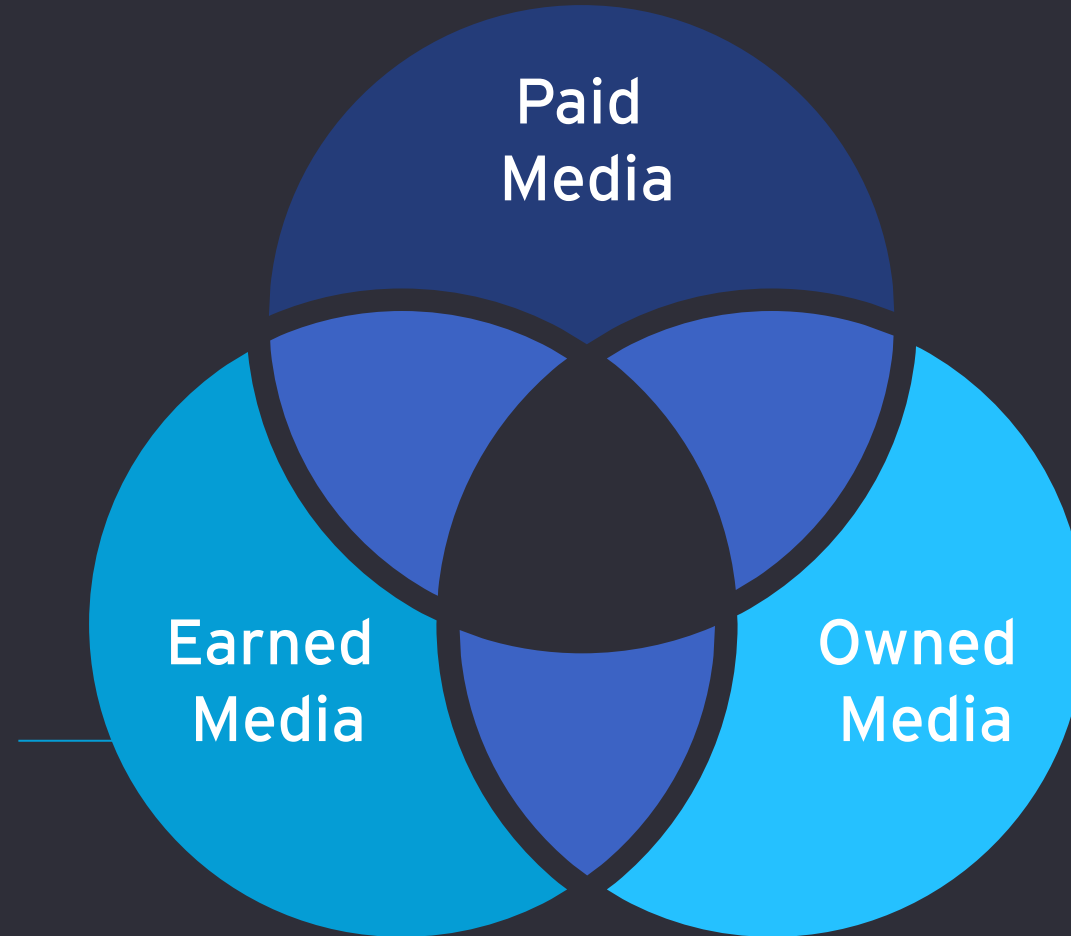
To Digital Marketing εν συντομία



ΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ

- Website
- Mobile Site
- Blog Site
- Social Media Κανάλια
- Email λίστες

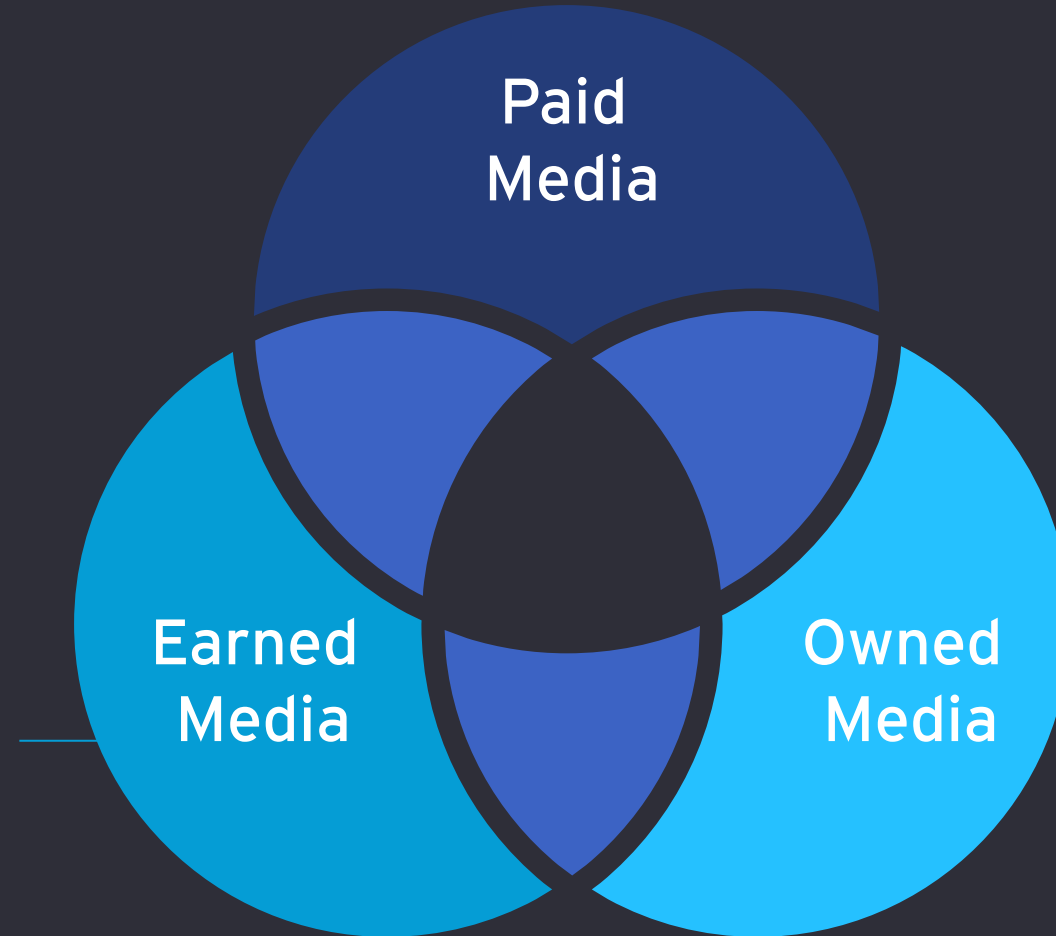
Το Digital Marketing εν συντομία



ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Όταν τρίτοι μιλούν για το brand μας χωρίς να πληρώνονται

To Digital Marketing εν συντομία



ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

- Mentions
- Shares
- Reposts
- Reviews



Alethea J Peart @ali_L_92

@JetAirways upgraded 10 women on every flight to 1st Class! And I was one of them! #internationalwomensday #awesome



Nov 05, 2018 - Nov 05, 2018

Volume was **1274%** higher than usual, driven by

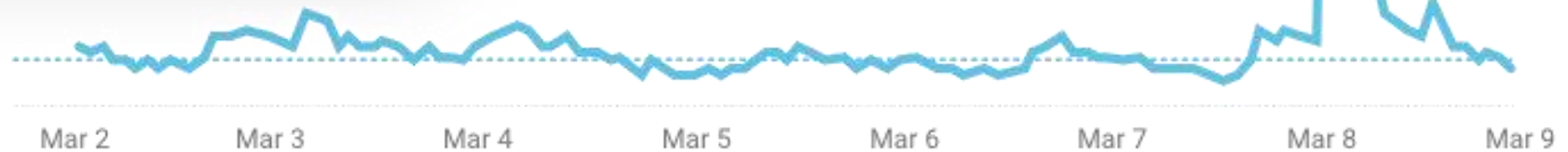


3123 retweets of this [tweet](#)

136 mentions sharing a link from www.booking.com



91 retweets of this [tweet](#)



--- Median Hourly Mention Volume ● Jet Airways

iris ?

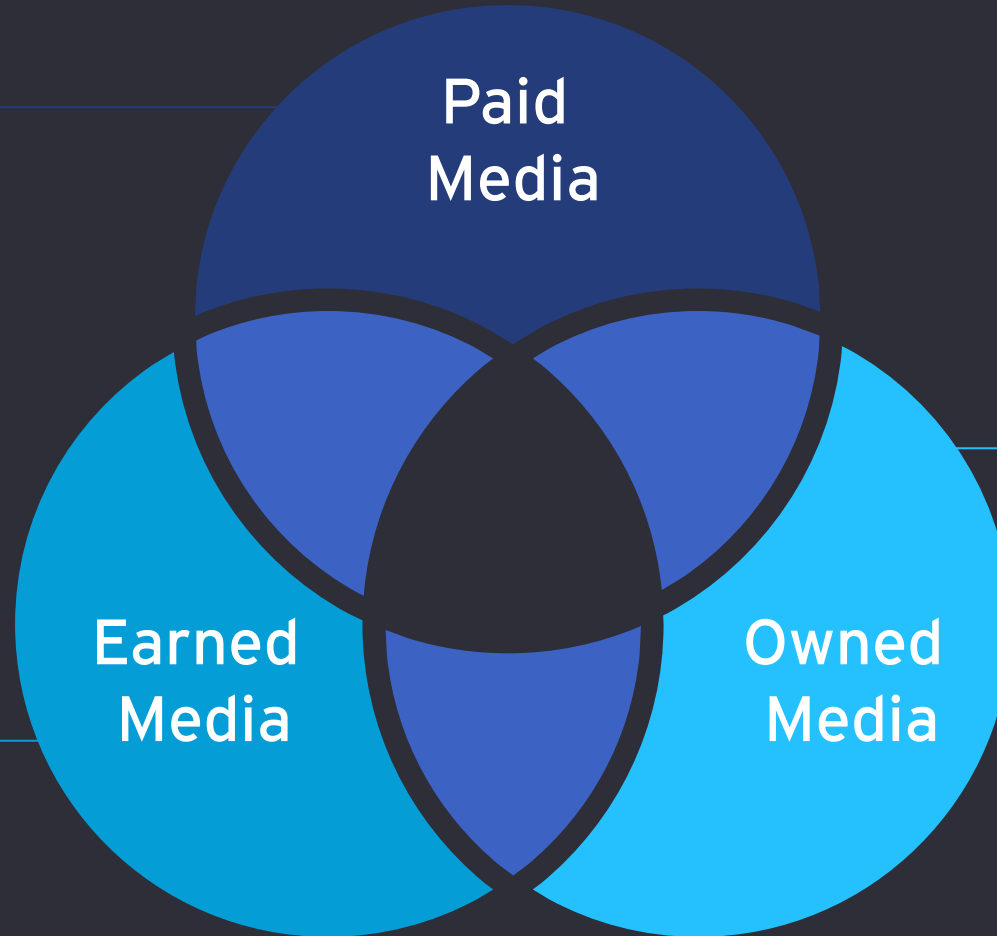
Το Digital Marketing εν συντομία

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Pay per click (PPC)
- Display Ads
- Paid Influencers
- Paid Content Promotion
- Social Media Ads

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

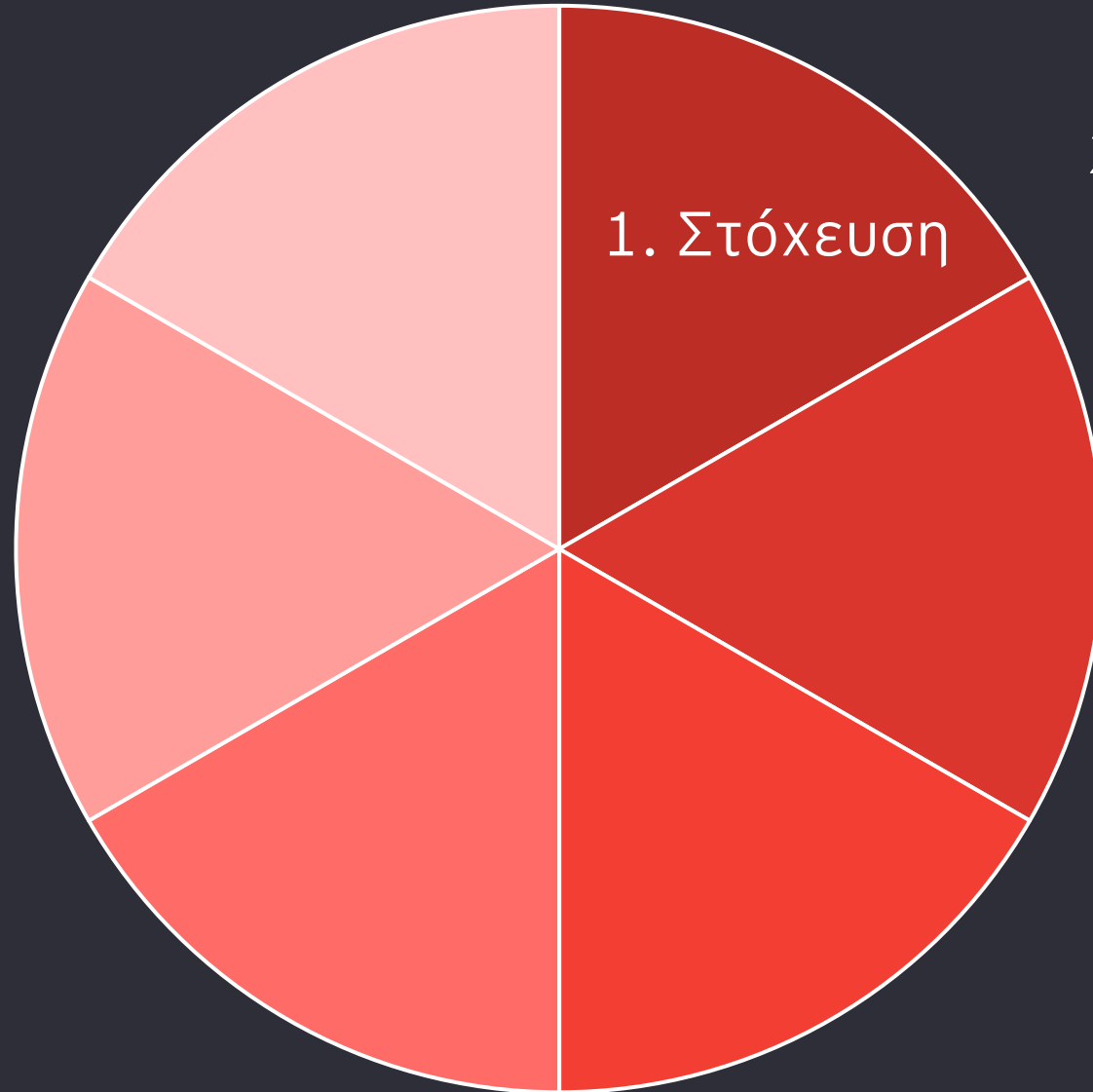
- Mentions
- Shares
- Reposts
- Reviews



ΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ

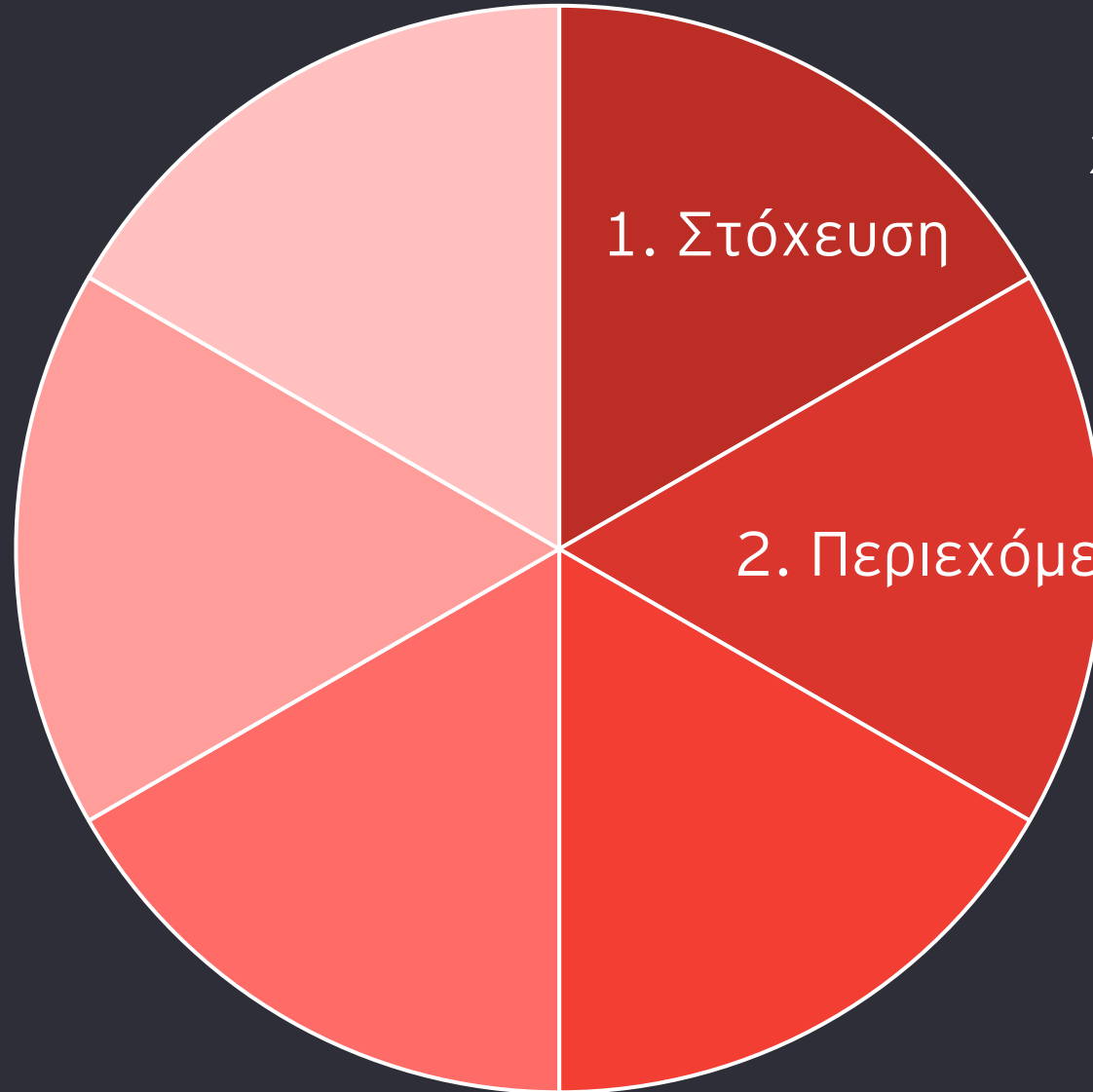
- Website
- Mobile Site/ App
- Blog Site
- Social Media Κανάλια
- Email λίστες

Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής



Κοινό/ Σημαντικοί Φορείς
Επιλογή & Ορισμός
Στόχων

Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής



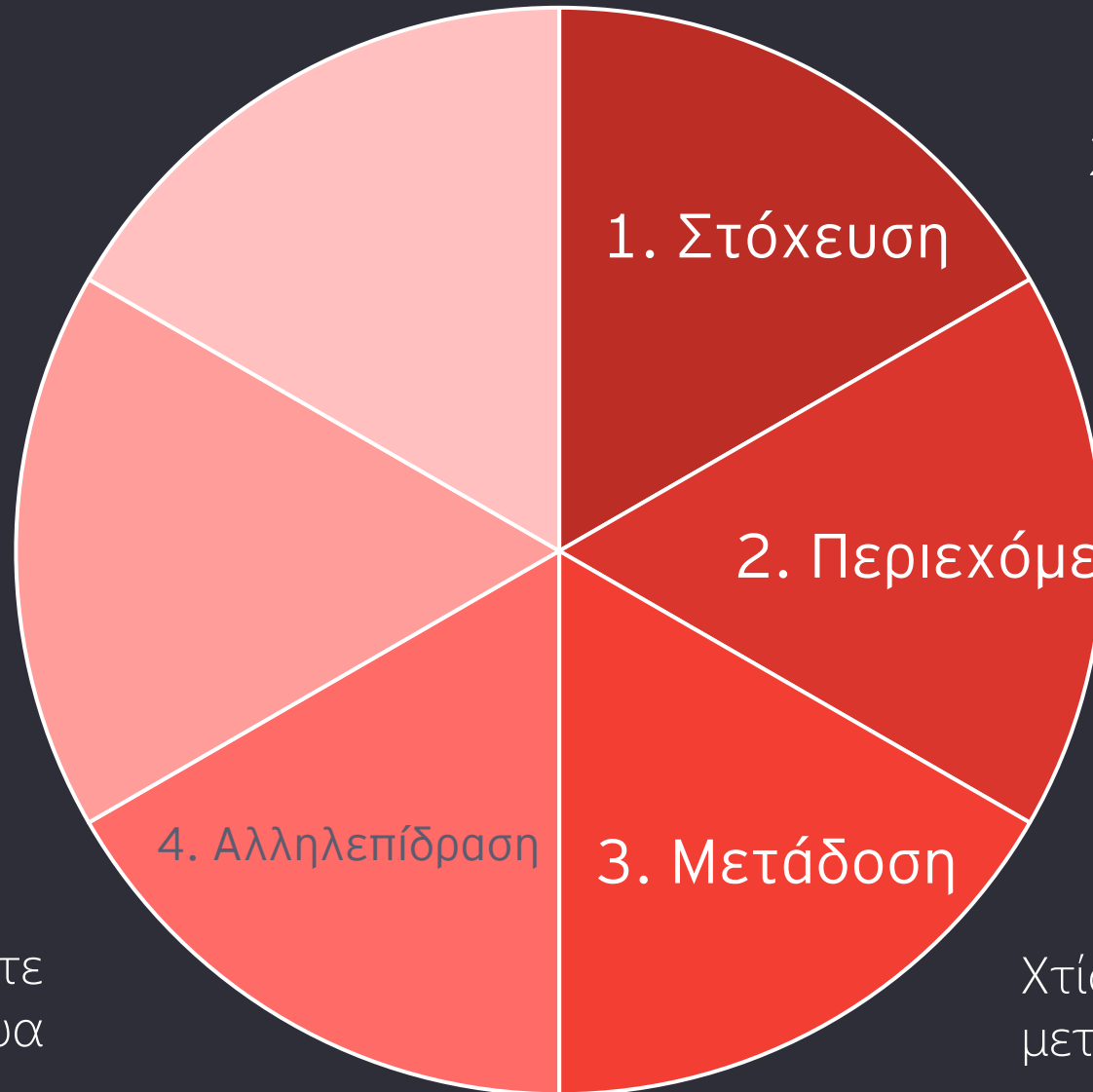
Κοινό/ Σημαντικοί Φορείς
Επιλογή & Ορισμός
Στόχων

Δημιουργήστε Περιεχόμενο
& Φιλοξενήστε το
σε σχετικές πλατφόρμες

Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής



Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής



Κοινό/ Σημαντικοί Φορείς
Επιλογή & Ορισμός
Στόχων

Δημιουργήστε Περιεχόμενο
& Φιλοξενήστε το
σε σχετικές πλατφόρμες

Χτίστε εργαλεία για να
μεταδώσετε το μήνυμά σας

Εκμεταλλευτείτε
πλατφόρμες & δίκτυα

Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής



Ο Τροχός της Digital Marketing Στρατηγικής





PPC

Pay-Per-Click

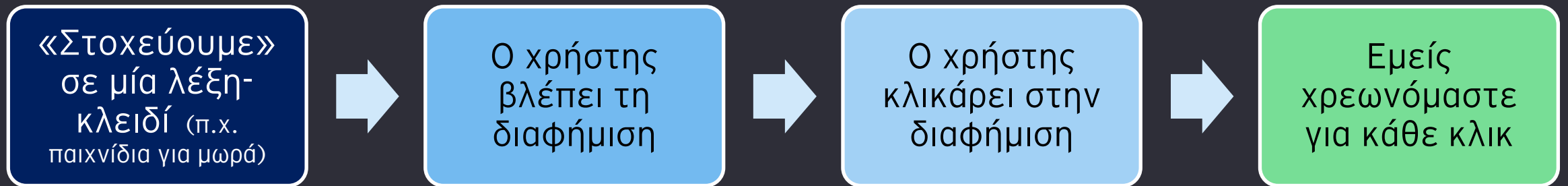
■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY

Building a better
working world

Τι είναι το PPC;

Το PPC είναι ένα **μοντέλο** διαφήμισης



Το PPC συχνά συγχέεται με το **CPC (Cost Per Click)**, αλλά δεν ταυτίζονται. Το PPC είναι ένα **μοντέλο διαφήμισης**, ενώ το CPC είναι ένας **δείκτης** για το πόσο στοιχίζει το κλικ σε μία διαφήμιση.

CPM = cost-per-mille (mille = μία χιλιάδα στα Λατινικά): κόστος προβολής της διαφήμισης 1.000 φορές

CPA = cost-per-acquisition: κόστος για κάθε μετατροπή (πώληση, συμπλήρωση φόρμας ενδιαφέροντος κτλ.) που ξεκίνησε από χρήστες οι οποίοι κλίκαραν στη διαφήμιση

Που χρησιμοποιείται το PPC;

Σε... **Google** Ads

Αλλά και...  Bing ads



Facebook Ads

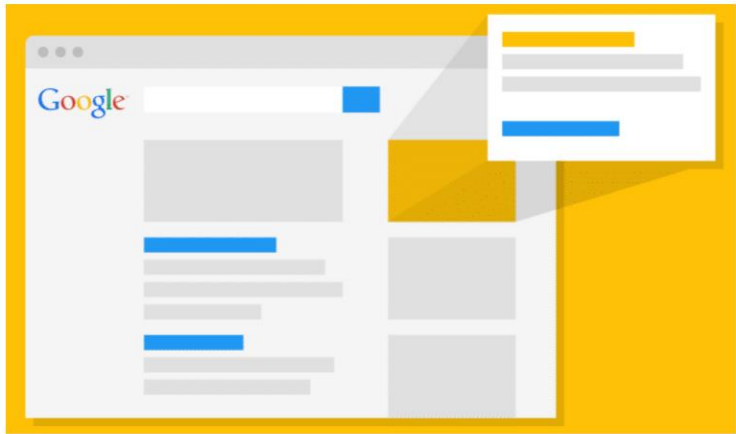


Instagram Ads

...όπως και σε κάθε ψηφιακό μέσο (website, app) όπου οι χρήστες μπορούν να δουν μία διαφήμιση, να κλικάρουν πάνω της και να μεταφερθούν σε διαφορετική διαδικτυακή τοποθεσία!

Που εμφανίζονται τα Google Ads;

Google Ads Network



Search Network



Display Network



YouTube

Ανατομία ενός Google Ad στο Search Network

παιχνίδια

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 48,500,000 results (0.90 seconds)

Ad · <https://www.moustakastoys.gr/>

Παιχνίδια Μουστάκας - Ένας Κόσμος Όνειρο

Η μεγαλύτερη συλλογή **παιχνιδιών** σας περιμένει στο moustakastoys.gr! Ένας κόσμος γεμάτος **παιχνίδια** σε μία οθόνη. Για τις πιο εύκολες και γρήγορες αγορές! Ασφαλείς Συναλλαγές. Μεγάλη Γκάμα **Παιχνιδιών**. Τηλεφωνικές Παραγγελίες.

<p>Λαμπάδες για Αγόρια Αγορίστικες Πασχαλινές Λαμπάδες. Δείτε την Μεγαλύτερη Συλλογή!</p>	<p>Lego Μοναδικά παιχνίδια LEGO σε απίθανα σχέδια.</p>
<p>Παιχνιδολαμπάδες Βρείτε Χιλιάδες Παιχνιδολαμπάδες σε Μοναδικά Σχέδια & Χρώματα!</p>	<p>Gift Card Μουστάκας Μια Προπληρωμένη Κάρτα Που Μπορείτε να Δωρίσετε!</p>

URL

Headline

Ad description

Snippets

Sitelink

Sitelink description

Ανατομία ενός Google ad στο YouTube

Headline

URL

Ad description

Snippets

Sitelink

The screenshot shows a YouTube search results page for the query "παιχνίδια". The page features three sponsored ads, each with a "VISIT SITE" button. The ads are:

- Ad 1:** "Ποικιλία Παιχνιδιών - για μωρά και παιδιά" (Variety of Toys - for babies and children). Description: "λούτρινια, δεινοσαυροι, καλοκαιρινα, πασχαλινα, εποχιακα". Includes links for "Clementoni Κουδουνιστρα", "Toyplus", and "Κουλουρα σωσιβιο ζωακια". URL: www.toyplus.gr/.
- Ad 2:** "GamesHero.gr - Lego Playmobil - Επιτραπέζια" (GamesHero.gr - Lego Playmobil - Tabletop). Description: "Ποιοτικά παιχνίδια στις καλύτερες τιμές." Includes links for "Playmobil", "Carrera", "Ravensburger", and "Επικοινωνήστε μαζί μας". URL: www.gameshero.gr/.
- Ad 3:** "Παιχνίδια και είδη δώρων - e-shop για παιχνίδια" (Toys and gift items - e-shop for toys). Description: "Eshop παιχνιδιών και εποχιακών ειδών, σχολικά, αποκριάτικες στολές." Includes links for "Playmobil", "Κοριτσι", "Παζλ Ενηλίκων", and "Παιχνίδια E-Tza.gr". URL: www.e-tza.gr/.

Below the ads is a video thumbnail for "Roma and Diana play Outdoor Games for Kids" by Kids Roma Show, with 67M views and a duration of 3:57. The video description reads: "Roma and Diana have a great time playing Outdoor games. Winners receive prizes - toys surprises! Family fun games for kids ...".

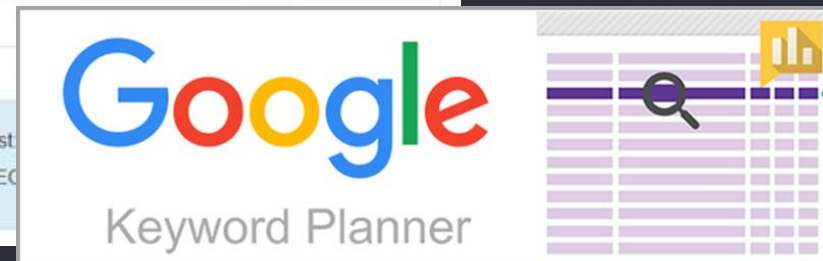
Πώς γνωρίζω ποιες είναι οι καλύτερες λέξεις-κλειδιά;

Enter Keyword or website URL to find suggestions: Choose Industry (Optional): Select Country (Optional):

Showing 10 of 510 keywords 500 more keywords available

Keywords	Google Search Volume	Competition	CPC	Opportunity Score
toys r us	11,100,000			
babies r us	4,090,000			
toy	450,000			
toys for girls	165,000			
kids toys	135,000			
baby toys	135,000			
car toys	135,000			
hot toys	135,000			
transformers toys	110,000			
toys for boys	110,000			

Enter your email to receive all keywords straight to your inbox! Primary Interest: PPC SEC

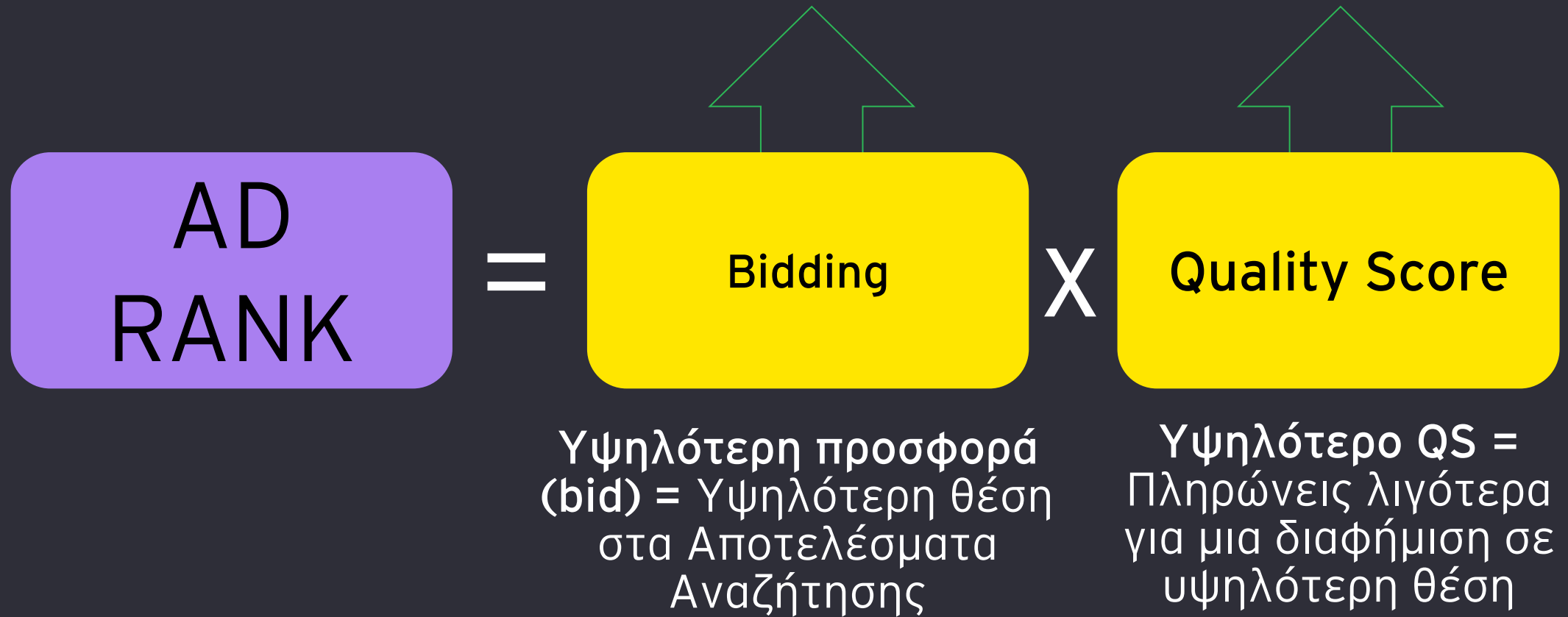


Δοκιμάστε το! Κλικάρετε [εδώ](#)

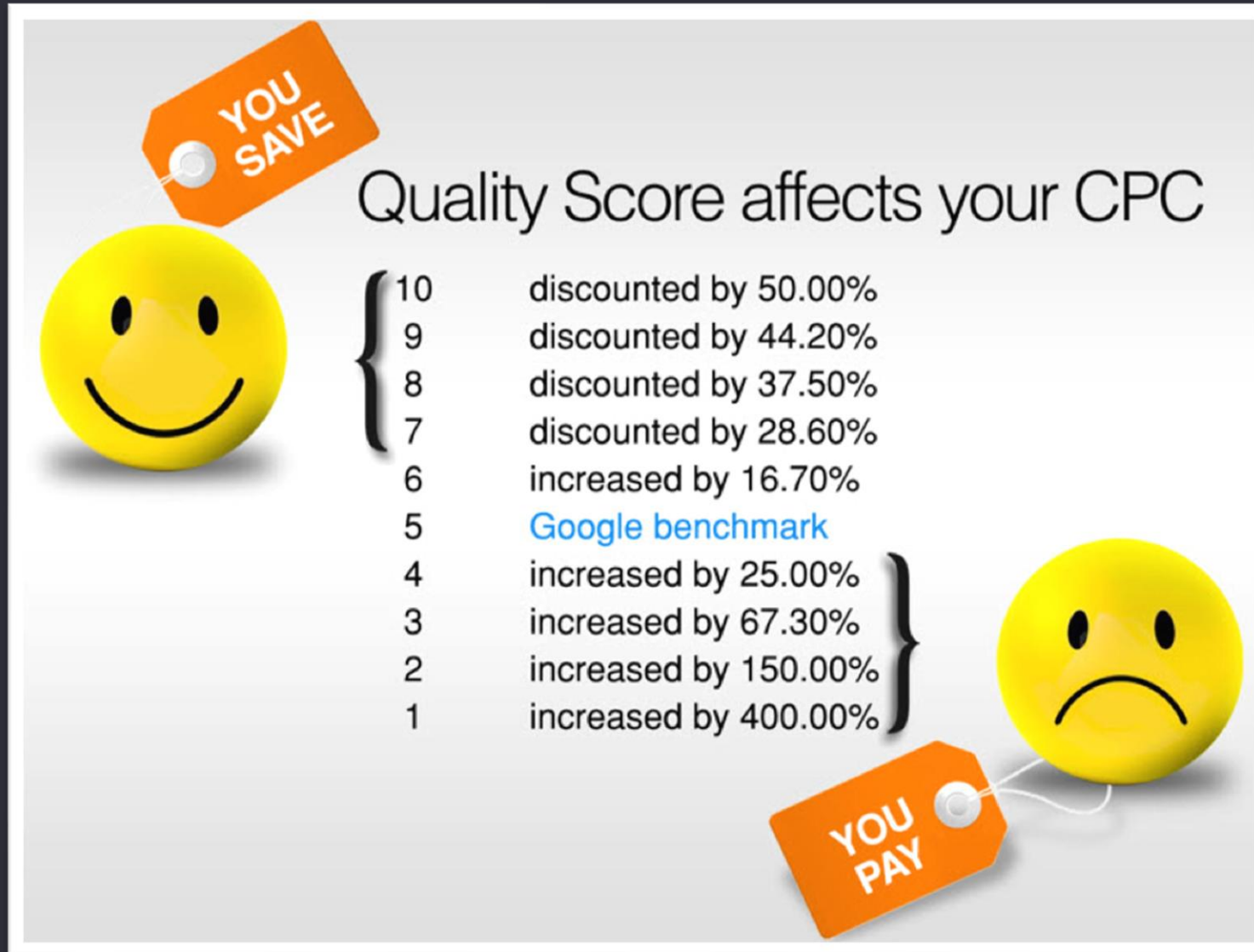
Η κατάταξη στα Google Ads

$$\text{AD RANK} = \text{Maximum Cost-per-Click Bid (Max. CPC)} \times \text{Quality Score}$$

Bidding VS Quality Score



Γιατί είναι σημαντικό το Quality Score



Google Quality Score



“

Ποιος παίρνει την πρώτη θέση;

	Ad Rank		Max. CPC		Quality Score
Kotsovolos	?	=	\$1.00	x	8
Public	?	=	\$1.00	x	10
Plaisio	?	=	\$2.35	x	3

“

Ποιος παίρνει την πρώτη θέση;

	Ad Rank		Max. CPC		Quality Score
Kotsovolos	8	=	\$1.00	x	8
Public	10	=	\$1.00	x	10
Plaisio	7	=	\$2.35	x	3

“

Ποιος παίρνει την πρώτη θέση;

	Ad Rank		Max. CPC		Quality Score
Kotsovolos	8	=	\$1.00	x	8
Public	10	=	\$1.00	x	10
Plaisio	7	=	\$2.35	x	3



Οι Διαφημίσεις στο Google μπορεί να γίνουν δημιουργικές!

The image shows a Google search interface. At the top, the search bar contains the word "Buisness". Below the search bar are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". Underneath these buttons is a navigation bar with links for "Web", "Images", "Maps", "Shopping", "Videos", "More", and "Search tools". The "Web" link is highlighted with a red underline. Below the navigation bar, the search results show "About 14,600,000 results (0.28 seconds)". A suggestion "Did you mean: Business" is displayed. Below this is an advertisement for "Buisness?" from the website "yourenotywhenyourehungry.com". The ad text reads: "Yu cant spel properlie wen hungrie Grab yourself a Snickers". At the bottom of the ad, there is a question: "What is the correct spelling of **buisness**?"

Οι Διαφημίσεις στο Google μπορεί να γίνουν δημιουργικές!

Snickers Case Study

Η Snickers αγόρασε λέξεις που υπάλληλοι γραφείου γράφουν συχνά ανορθόγραφα στο Google, έτσι όταν κάποιος πληκτρολογούσε στην αναζήτηση τη λέξη με ορθογραφικό λάθος εμφανιζόταν η παρακάτω διαφήμιση : *“Grab yourself a Snickers. Yu cant spel properlie wen hungrie.”*

Η καμπάνια αυτή στοίχισε λίγο καθώς η Snickers αγόρασε λέξεις με ορθογραφικά λάθη οι οποίες, συνεπώς, δεν ήταν ανταγωνιστικές.

Την διαφήμιση είδαν 500,000 άνθρωποι μέσα σε 3 μέρες μόνο, με ελάχιστα χρήματα!



SEO

Search Engine Optimization

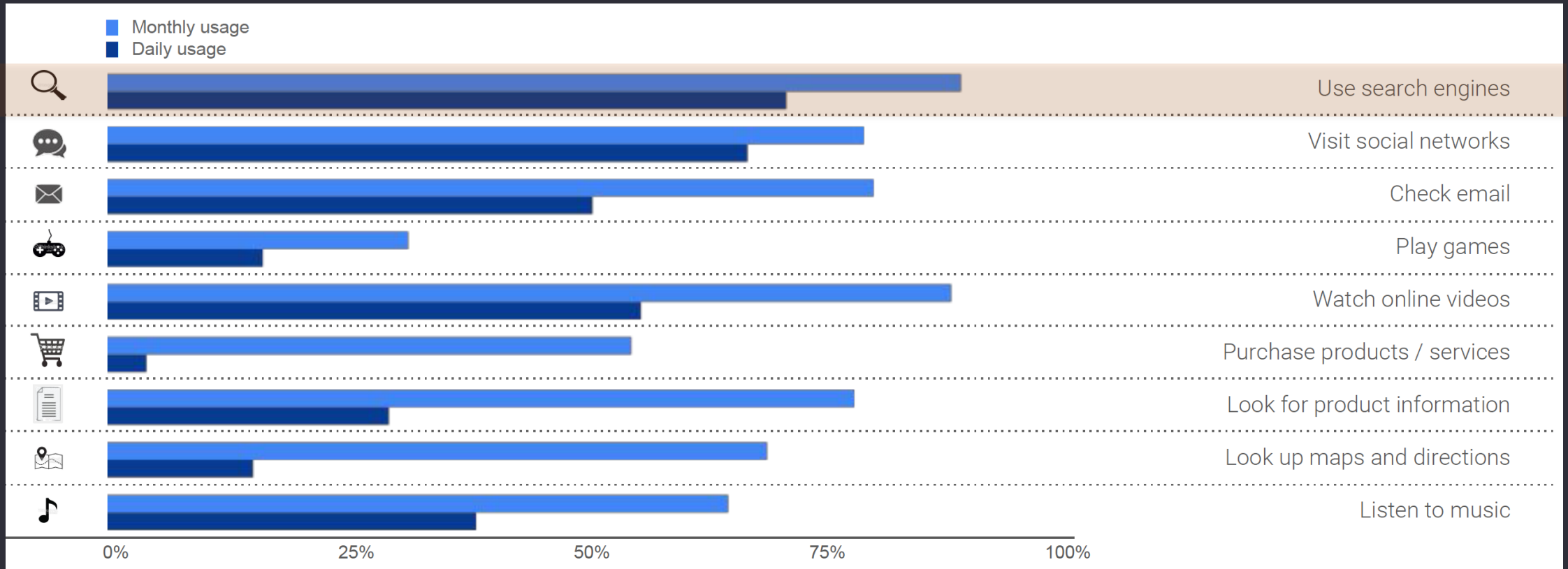
■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY

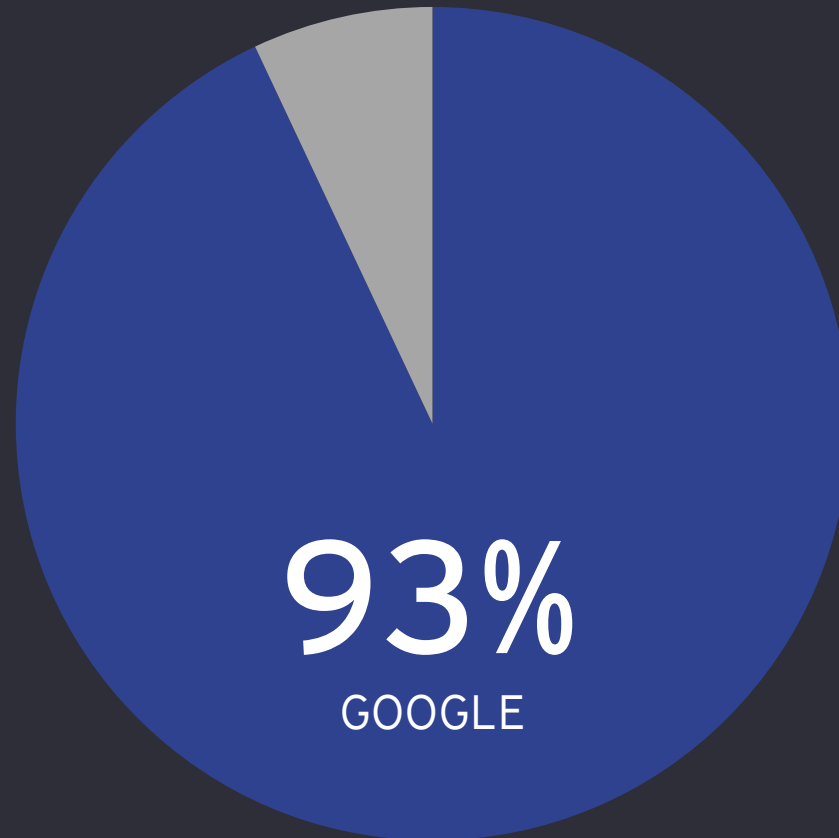
Building a better
working world

Search Engine Optimization ή **SEO** είναι η διαδικασία της προσέλκυσης επισκεψιμότητας μέσω των οργανικών (organic) ή δωρεάν (free) αποτελεσμάτων αναζήτησης σε Μηχανές Αναζήτησεις, όπως π.χ η Google.

Γιατί μας αφορά;



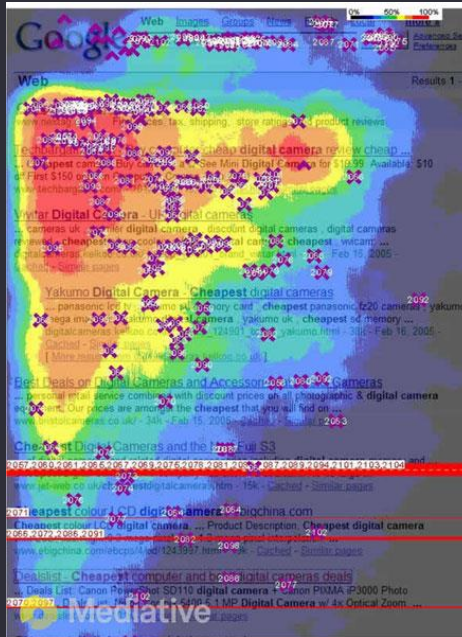
Ποια μηχανή αναζήτησης προτιμούν οι περισσότεροι;



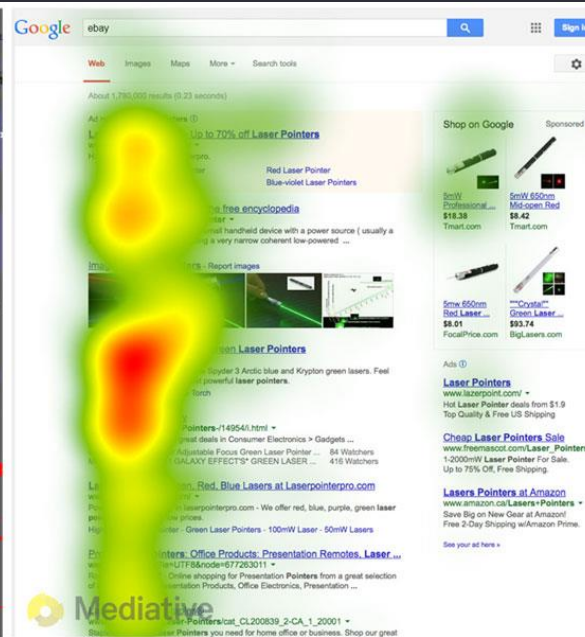
Εκτίμηση σε
παγκόσμιο επίπεδο

Google Search Results - Εστίαση χρηστών

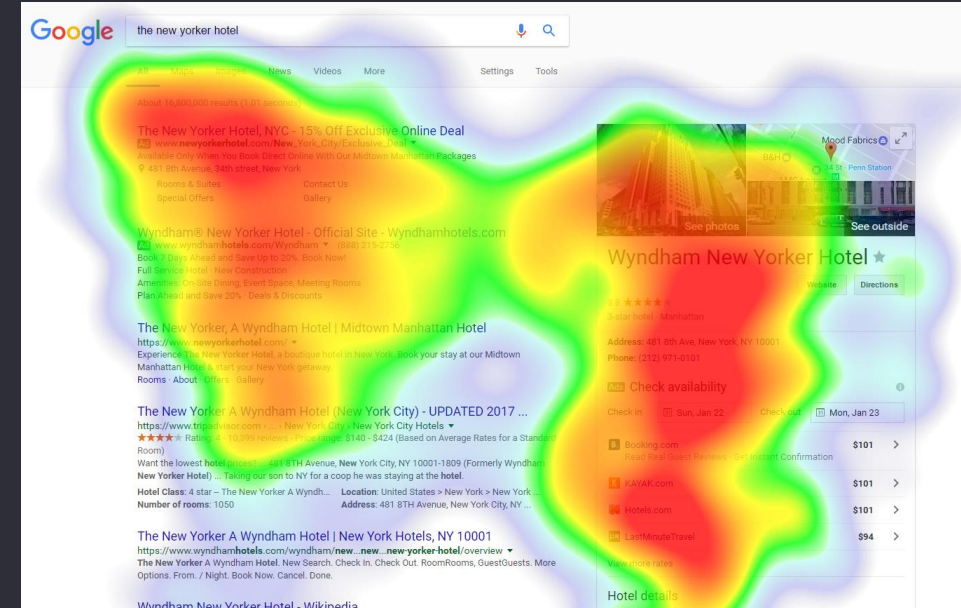
2005



2014



2019+



Εστιάζουν στο πάνω μέρος των αποτελεσμάτων της σελίδας

Σχεδόν

96%

Βλέπουν μόνο τα αποτελέσματα
της πρώτης σελίδας

Τι είναι τα οργανικά αποτελέσματα σε μια μηχανή αναζήτησης;

Οργανικά Αποτελέσματα Αναζήτησης

Οι ιστοσελίδες εμφανίζονται στη μηχανή αναζήτησης χρησιμοποιώντας διάφορους παράγοντες/κριτήρια για κάθε αναζήτηση που εκτελεί ένας χρήστης. Για αυτές τους τις εμφανίσεις, οι ιστοσελίδες δεν πληρώνουν για τα κλικ που πραγματοποιούν οι χρήστες. Είναι δωρεάν.

The screenshot shows a Google search for 'εξυπνούλης'. The search bar is at the top with the query 'εξυπνούλης'. Below the search bar, there are tabs for 'All', 'Images', 'Videos', 'News', 'Maps', and 'More'. The search results are divided into two main sections: organic results and paid ads.

Organic Results (Yellow Highlight):

- https://www.skroutz.gr › ekpαιdeytik... Translate this page
εξυπνούλης - Εκπαιδευτικά Παιχνίδια - Skroutz.gr
Βρες εξυπνούλης στην κατηγορία Εκπαιδευτικά Παιχνίδια στην καλύτερη τιμή.
- Images for εξυπνούλης
alfavita προγραμματισμό μοβαίνου προγραμματισμο
- https://www.asccompany.gr › info Translate this page
Εξυπνούλης - AS Company
Ο Εξυπνούλης, ο αγαπημένος φίλος των παιδιών, συντροφεύει εδώ και χρόνια όλα τα παιδιά σε ένα στελεξιμένο και συνοραπαστικό ταξίδι γνώσης. Παρέα με τον ...
- https://www.public.gr › cat › gnoseon Translate this page
Εκπαιδευτικά παιχνίδια γνώσεων | Public
Μοβαίνου Και Δημιουργώ Θεμακόηημο Bio - διαβέσημο. 1490€ - Εξυπνούλης Επαγγέληματα & Οχήματα. 9,3. άμηση παράδοσή! best seller!
- https://www.maxstores.gr › Μάρκες
ΕΞΥΠΝΟΥΛΗΣ < Μάρκες | Max Stores
ΕΞΥΠΝΟΥΛΗΣ Α-Ω ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ 1024-63879. ΚΩΔ: 1979357. Τιμή Web: 4,99€. ΣΤΟ ΚΑΛΑΘΙ. ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ. ΤΟΡ ΓΡΗΓΟΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ σε ...
- https://www.moustakastoy.gr › brands Translate this page
Εξυπνούλης | Moustakastoy.gr - μουστακας
Εξυπνούλης. ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ · Επιτραπέζιο Εκπαιδευτικό. 43 προϊόντα. Παζλ Παιδικά. 3 προϊόντα. Κάντε εγγραφή στο Newsletter για να ...
- https://www.bestprice.gr › ... · Εκπαιδευτικά Παιχνίδια
εξυπνούλης - Εκπαιδευτικά Παιχνίδια AS Company | BestPrice.gr
Βρες την καλύτερη τιμή για εξυπνούλης - Εκπαιδευτικά Παιχνίδια AS Company από χιλιάδες

Paid Ads (Red Highlight):

- Ad · http://www.moustakastoy.gr/ < >
Παιχνίδια Εξυπνούλης - στα Παιχνιδάδικα Μουστακας
Ανακαλύψτε πληθώρα παιχνιδιών για τους μικρούς σας φίλους στο moustakastoy.gr! Ένας κόσμος γεμάτος παιχνίδια σε μία οθόνη. Για τις πιο εύκολες και γρήγορες αγορές! Ασφαλείς Συναλλαγές. Τηλεφωνικές Παραγγελίες. Μεγάλη Γκάμα Παιχνιδιών.
Peppa pig Η Πλουσιότερη Συλλογή Peppa Pig! Αποκτήστε τα στις Καλύτερες Τιμές!
Fisher Price Ανακαλύψτε όλα τα παιχνίδια της Fisher Price & αποκτήστε τα online!
- Ads · Shop now
AS Εξυπνούλης Ηλεκτρονικό... €14.90 Plaisio Compute By Google
AS Εξυπνούλης Ηλεκτρονικό... €14.99 Toys-Shop By Google
Εκπαιδευτικό Παιχνίδι... €8.99 E-fresh By Google
Clementoni Εξυπνούλης... €17.00 Toys Center By Google
Clementoni Εξυπνούλης... €17.00 Prénatal By Google
Εξυπνούλης ηλεκτρονική... €17.95 Toyblox By Google
Εξυπνούλης ηλεκτρονική... €9.99 etoy.gr By Google
Εξυπνούλης Montessori Τα... €9.99 Bluearaccoon By Google
AS Company - Εξυπνούλης... €10.90 Web Supplies By Google

Πληρωμένα Αποτελέσματα Αναζήτησης

Οι διαφημιζόμενοι εμφανίζονται βάσει των λέξεων-κλειδιών επιλογής τους και πληρώνουν για κάθε κλικ ενός χρήστη στη διαφήμιση τους

Ποια άλλα στοιχεία μπορεί να εμφανίζονται σε μια σελίδα μηχανής αναζήτησης;

Local Pack

κατάστημα παιχνιδιών

About 12,300,000 results (0.69 seconds)

Find results on

- Facebook Καταστήματα Παιχνιδιών Καϊκί...
- Vrisko Παιχνίδια Περαιός | vrisko.gr
- vrisko

Map showing locations in Kalkita, Attica.

- kalkito - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ**
4.8 ★★★★★ (21) · Κατάστημα παιχνιδιών
Alkiviadou 153 · 21 0413 2132
Open · Closes 8PM
✓ In-store shopping · ✓ Curbside pickup
- Rose Ρουρεέ Παιδικά Παιχνίδια**
4.8 ★★★★★ (78) · Κατάστημα παιχνιδιών
Griegoiou Lampiraki 124 · 21 0417 0085
Open · Closes 8PM
✓ In-store shopping · ✓ In-store pick-up · ✓ Delivery
- GENIUS TOYS**
4.5 ★★★★★ (42) · Κατάστημα παιχνιδιών
Ipsilantou 121-123 · 21 0417 7417
Open · Closes 2PM
✓ In-store pick-up

View all

Featured Snippet

activities for 3 year olds

About 112,000,000 results (0.73 seconds)

75 everyday activities for 3 year olds

- Playdough with dry spaghetti.
- Fill a table with books and read, read, read.
- Doodle with smelly markers on cardboard from your recycle bin.
- Play doctor with dolls.
- Take a walk and hunt for colors.
- Play with puzzles.
- Look at family photos together.
- Create with peel and stick jewels.

More items... · Aug 6, 2013

<https://www.notimeforflashcards.com> · Blog

75 Everyday Activities For 3 Year Olds - No Time For Flash ...

About featured snippets · Feedback

Image Pack

Images for εξυπνοούλες

alfavita προγραμματισμό μαθαίνω προγραμματισμό

Report images

View all

Knowledge Panel

Peppa Pig

2004 · Cartoon · 6 seasons

Watch now Watched it? Watchlist

6.3/10 IMDb 4.7/10 TV.com

67% liked this TV show

Google users

Peppa, an outgoing preschool pig, participates in many energetic activities. She learns something new every day and has a lot of fun with her family and friends.

First episode date: May 31, 2004

Theme song: Peppa Pig Theme Song

Narrated by: John Sparkes

Cast: Harley Bird, Richard Ridings, Lily Snowden-Fine, MORE

Characters

- George Pig Oliver May
- Daddy Pig Richard Ridings
- Mummy Pig Morwenna Banks
- Grandpa Pig David Graham

View 25+ more

Τα πιο κοινά χαρακτηριστικά μια σελίδας μηχανής αναζήτησης (SERP Attributes)

Αριθμός αποτελεσμάτων
βάση των κριτηρίων αναζήτησης

Άλλοι άνθρωποι επίσης ρώτησαν

- Συχνά συνοδεύουν τα Επιλεγμένα αποσπάσματα
- Συλλογή σχετικών αναζητήσεων
- Καθένα ανοίγει σε ένα επιλεγμένο απόσπασμα

The screenshot shows a Google search for "how old is peppa pig". The search bar at the top contains the query. Below the search bar, it says "About 43,600,000 results (0.72 seconds)". The first search result is a featured snippet with the text "four years" and a description: "Peppa Pig is a lovable but slightly bossy little pig. She is four years old and lives with Mummy Pig, Daddy Pig and her little brother George." Below this is a link to "Peppa Pig - Peppa Pig World". Underneath the featured snippet is a "People also ask" section with four questions: "How did Peppa Pig die?", "Is Peppa Pig really 7 feet tall?", "What is Peppa Pigs real name?", and "How old is a mummy pig?". Below that is a Wikipedia result for "Peppa Pig" and a Fandom result for "Peppa Pig (character)".

Επιλεγμένο Απόσπασμα
(2-3 προτάσεις, λίστα, πίνακας, λινκ)

Οργανικά αποτελέσματα

- Δημιουργούνται με αλγόριθμο κατάταξης
- Με βάση αυτό που οι μηχανές αναζήτησης θεωρούν ότι είναι πολύτιμο περιεχόμενο

“ Η ανατομία μιας
μηχανής
αναζήτησης

Τα 4 κύρια στοιχεία των μηχανών αναζήτησης

Όλες οι μηχανές αναζήτησης αποτελούνται από τα παρακάτω 3 στοιχεία...



Crawler



Index



Interface

Τα 4 κύρια στοιχεία των μηχανών αναζήτησης

Αλλά ένα είναι το στοιχείο που κάνει μια μηχανή αναζήτησης μοναδική... ο Αλγόριθμός της!



Algorithm

Google

Bing

Baidu 百度

YAHOO!

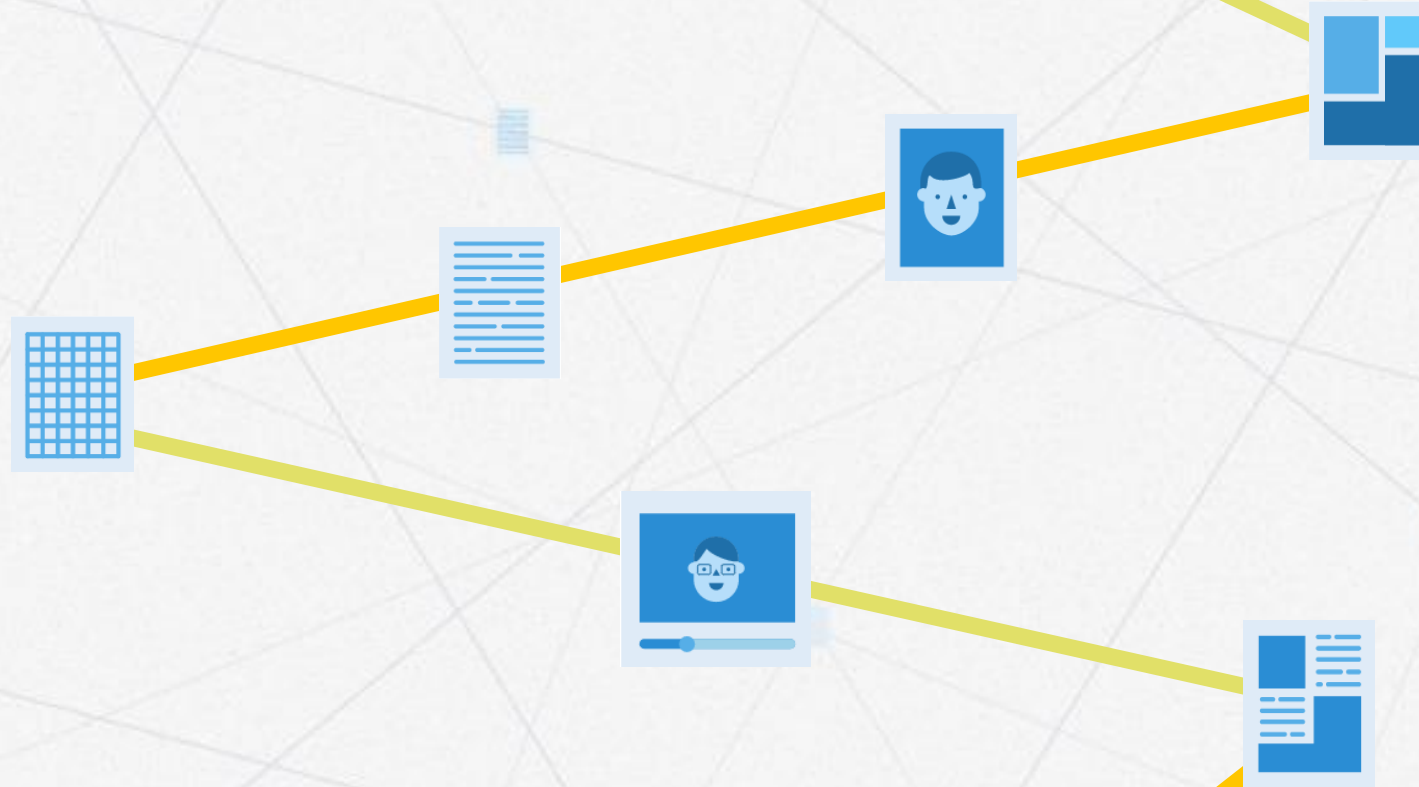
Yandex

Ask



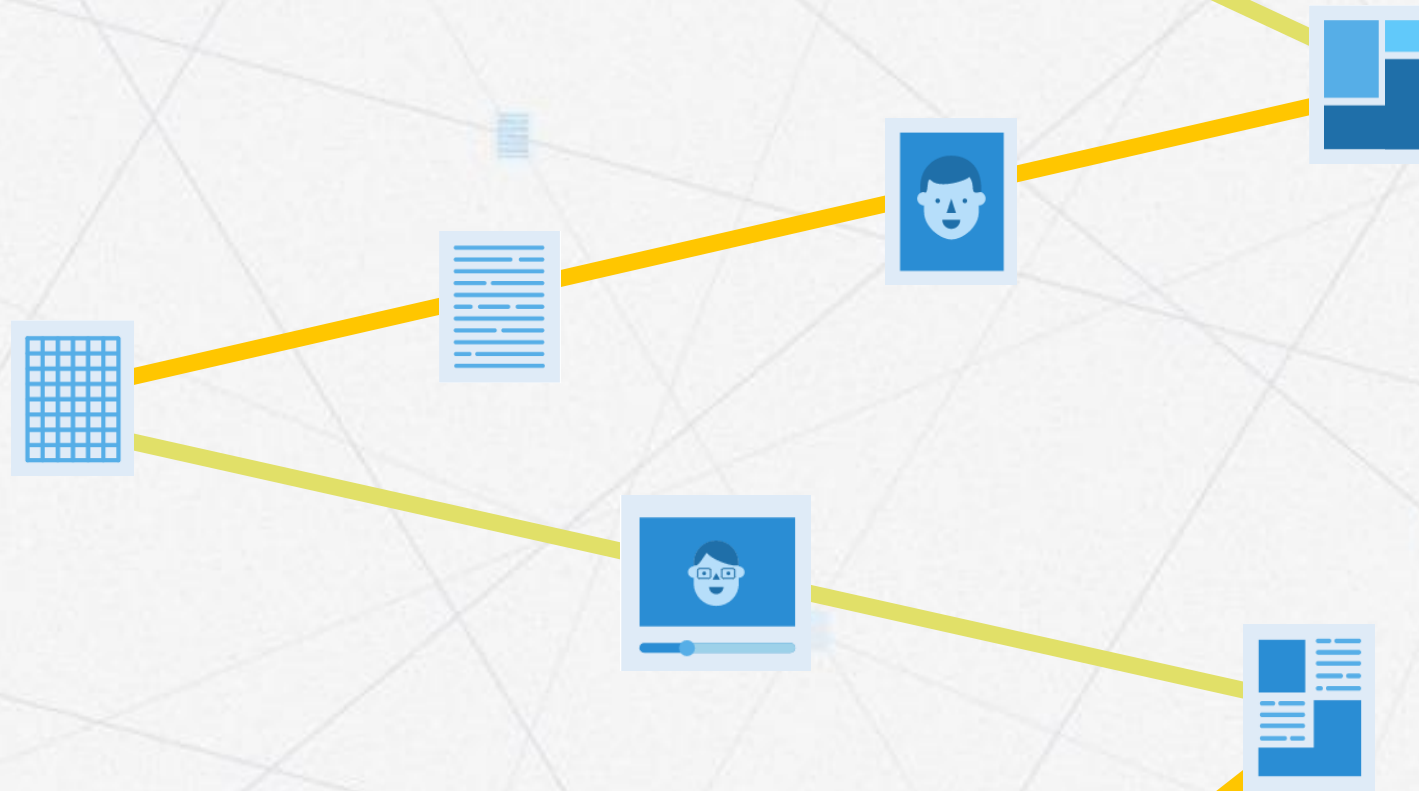
DuckDuckGo

Πως λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης;



1 CRAWLING & INDEXING

Πως λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης;



Ακολουθώντας απλά HTML links

1 CRAWLING & INDEXING

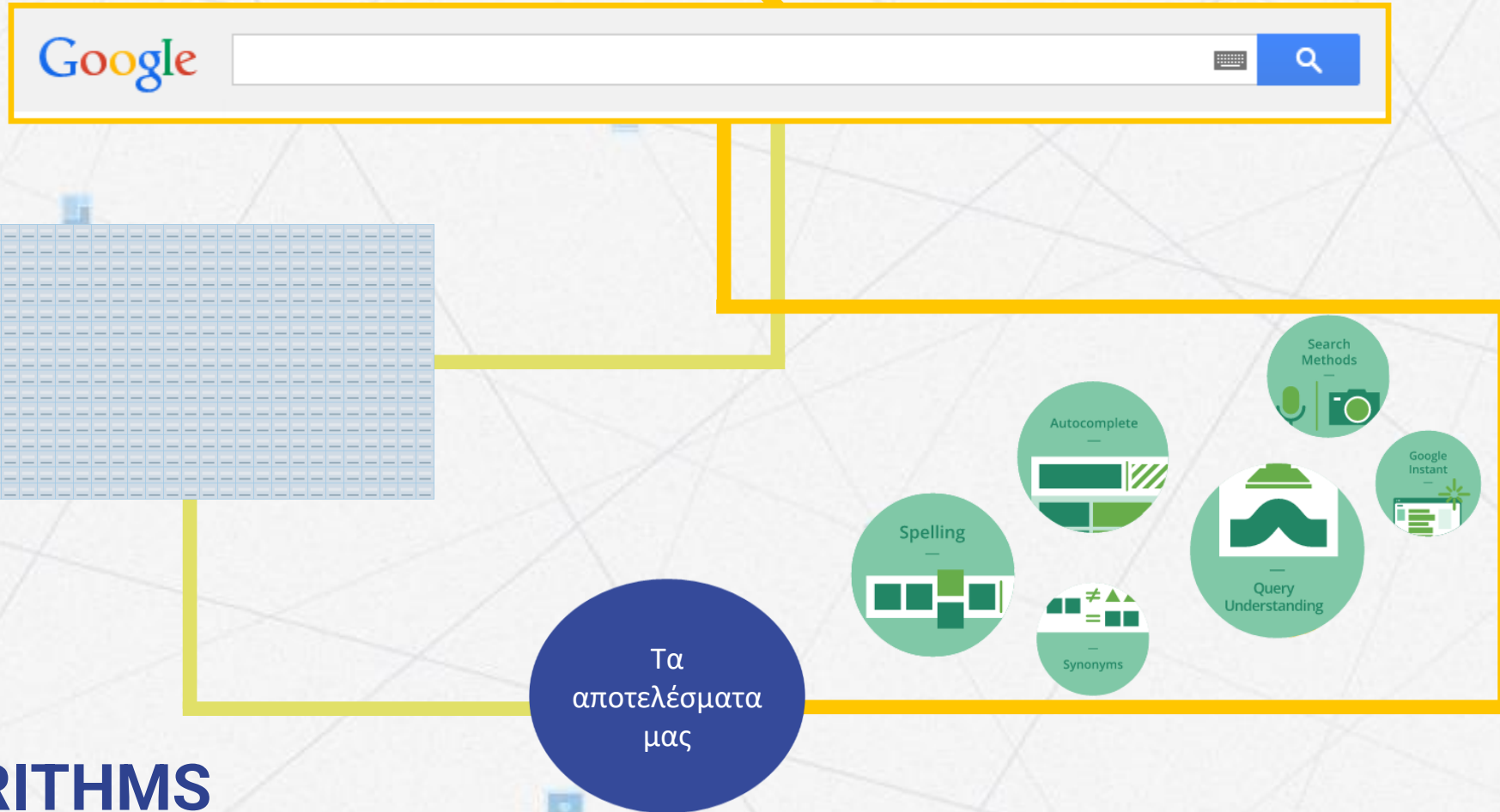
Πως λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης;

THE INDEX

60 TRILLION INDIVIDUAL PAGES*

*OVER 100M GB

Πως λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης;



Πως λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης;



3 POLICIES IMPLEMENTATION



SEO Παράγοντες Επιτυχίας



EY

Building a better
working world™

ONSITE



OFFSITE

ON SITE

(πράγματα που πρέπει να προσέχετε στο eShop σας)

Περιεχόμενο

Κώδικας του eShop

Αρχιτεκτονική του eShop

OFF SITE

(πράγματα που συμβαίνουν στον Ιστό που σχετίζονται με το eShop σας)

Εμπιστοσύνη Χρηστών

Φήμη

Links στο eShop σας

Αλλά ο πιο σημαντικός παράγοντας...

Υπομονή :)



Email Marketing

Ένα βασικό μέσο για πωλήσεις!

The EY logo consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. The 'E' and 'Y' are connected at the top. A yellow triangle points upwards from the bottom right corner of the 'Y'.

Building a better
working world

3 αλήθειες για το Email Marketing



1. Προωθεί προϊόντα ή υπηρεσίες, στέλνοντας εμπορικά μηνύματα μαζικά.
2. Αναπτύσσει σχέσεις με πιθανούς πελάτες.
3. Θα είναι εδώ και θα λειτουργεί προς όφελος των επιχειρήσεων για πολλά χρόνια.

Δεν είναι απλά ένα κανάλι για προώθηση!

Στον κόσμο αρέσει να λαμβάνουν newsletters...



Οι άνθρωποι είναι 2 φορές πιο πιθανό να εγγραφούν στο ενημερωτικό δελτίο μιας εταιρείας, παρά να αλληλεπιδράσουν μαζί τους στο Facebook!

“

Τείνουμε να θεωρούμε δεδομένο μέσο το newsletter.
Αλλά είναι πιθανότατα το πιο **πολύτιμο κανάλι μας.**

Πόσο πολύτιμο λέτε;

Πόσο πολύτιμη είναι το email marketing



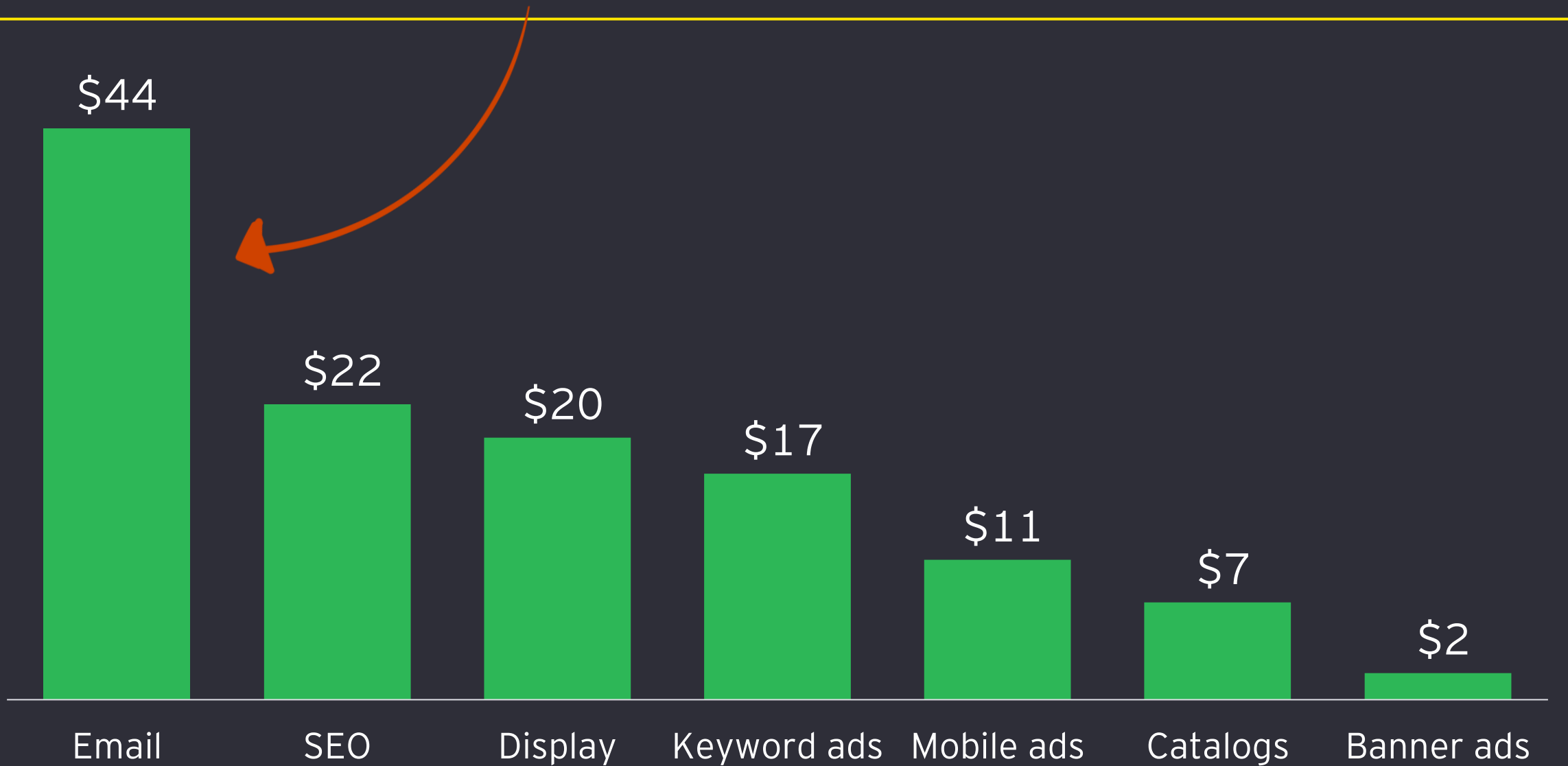
Απόδοση επένδυσης (ROI)

~4.400%






Για κάθε 1 \$ που ξοδεύουμε, μας επιστρέφεται

~\$44

Μέση απόδοση επένδυσης ανά ψηφιακό κανάλι για κάθε 1 \$ που δαπανάται



Βασικοί δείκτες απόδοσης για τη μέτρηση της επιτυχίας

	Delivery rate	% παραδόθηκαν / στάλθηκαν email
	Bounce rate	% που δεν έφτασε ποτέ στα εισερχόμενα / τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των χρηστών
	Open rate	% άνοιξε / παραδόθηκαν email
	Clickthrough rate (CTR)	% αριθμός κλικ σε κουμπιά και συνδέσμους στο email / email που ανοίχτηκαν
	Unsubscribe rate	% των χρηστών που κατήργησαν την εγγραφή τους / email που ανοίχτηκαν

EMAIL SUBJECT LINES

YOU KNOW YOU WANT TO OPEN ME...

“

Κάντε το σωστά: Ο τίτλος του Newsletter

Το πιο σημαντικό μέρος ολόκληρου του email!


Κρατήστε το σύντομο, συγκεκριμένο και ενδιαφέρον

Καταστήστε σαφές από ποιον είναι το email


Χρησιμοποιήστε ερωτήσεις και call to action για δράση

Συμπεριλάβετε το όνομα του παραλήπτη ή κάτι γνωστό σε αυτούς!

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα τίτλου σε newsletter

 Θέλεις ένα emoji για τον Τζακ και 6 μήνες ΔΩΡΕΑΝ βόλτες; Κλείσε μία βόλτα σήμερα και μπες στην κλήρωση!

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα τίτλου σε newsletter

 Θέλεις ένα emoji για τον Τζακ και 6 μήνες ΔΩΡΕΑΝ βόλτες; Κλείσε μία βόλτα σήμερα και μπες στην κλήρωση!

Ερώτηση

CTA

Αίσθηση Επείγοντος

Ξεκάθαρο Όφελος

Ενδιαφέρουσα προσθήκη!

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα τίτλου σε newsletter

🐶 Θέλεις ένα εμοji για τον Τζακ και 6 μήνες ΔΩΡΕΑΝ βόλτες; Κλείσε μία βόλτα σήμερα και μπες στην κλήρωση!



Ερώτηση

CTA

Αίσθηση Επείγοντος

Ξεκάθαρο Όφελος

Το όνομα του σκύλου!

Ενδιαφέρουσα προσθήκη!

Εξατομίκευση: λειτουργεί!



- ✓ Είναι πιθανότερο να ανοίξουν ενημερωτικά δελτία με εξατομικευμένες γραμμές θέματος **26%**
- ✓ Τα εξατομικευμένα email παρέχουν **6x** υψηλότερα ποσοστά συναλλαγών.
- ✓ Βελτιώνουν click-through rates κατά **14%** και τις πωλήσεις κατά **10%**

“
Αυτοματοποίηση &
Προσωποποίηση πρέπει να
συμβαδίζουν για τη μέγιστη
αποτελεσματικότητα!

Οι αυτόματες καμπάνιες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δημιουργούνται **μία φορά** και ενεργοποιούνται από τη συμπεριφορά του παραλήπτη και αποστέλλονται αυτόματα.



Abandoned Cart Emails



MEN

WOMEN

KIDS

CUSTOMISE

STORE FINDER 



IS YOUR WI-FI OKAY?

Maybe your browser crashed when looking at the iconic Gazelle silhouette. You don't want to miss out on this staple item in your collection. Think we're biased? Check out some reviews below. Didn't like any of the colours or designs? Feel free to customise your own model with miadidas and step out in style.

SHOP NOW 

CUSTOMISE 

🍰 Μαίρη κάνει μια ευχή!

🌐 web version

👤 Το προφίλ σου! 📞 τηλεφωνική παραγγελία: 210-8181333

Public 📧

📦 προϊόντα | 📝 blog | 📄 εκδηλώσεις | 🏠 παραστάσεις | 🏪 καταστήματα



Μαίρη
ΣΗΜΕΡΑ είναι
η μέρα σου!

Χρόνια πολλά και με πολλά χαμόγελα!
από την ομάδα Public!

είπαν για εμάς

99%

θα αγοράζε ξανά
αξιολογήσεις προϊόντων από
επιβεβαιωμένους αγοραστές!

📞 τηλεφωνική παραγγελία

📞 210-8181333

follow us:



jetBlue

Here's to many more!

HEY, YOU! KNOW WHAT TODAY IS?
WAIT...DON'T TELL US YOU FORGOT.

✈️
IT'S OUR
ONE YEAR
ANNIVERSARY!



We've been emailing for 365 days now. Huge, right?
We've made such great memories together – remember that time you opened our sale email and giggled at our travel puns? Or that time you scored a super-low fare to your favorite destination – all because we lovingly emailed you first? (We won't talk about that one time you deleted us. We know you didn't mean it.)

Marketing Περιεχομένου (Content Marketing)



“

Η δημιουργία και ο διαμοιρασμός διαδικτυακού υλικού το οποίο δεν προωθεί ρητά ένα brand αλλά στοχεύει στο να κινηήσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του brand.



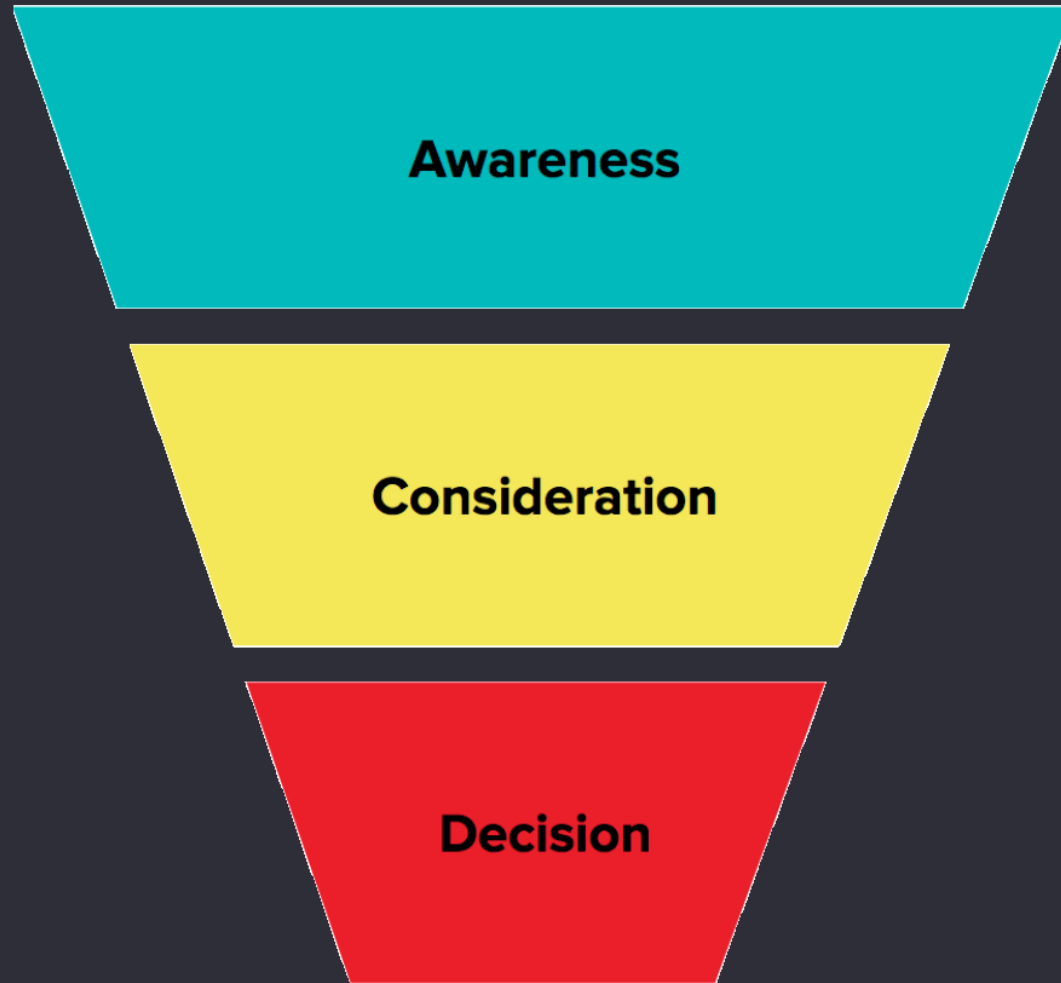
Ένα παράδειγμα!



Οι Καλύτερες Πρακτικές στο Marketing Περιεχομένου

- ▶ Χρησιμοποιείτε το κατάλληλο υλικό για κάθε στάδιο στο ταξίδι του πελάτη

Τα Στάδια στο Ταξίδι του Πελάτη



- ▶ Videos
- ▶ Blog Posts
- ▶ Social media posts
- ▶ Quizzes

- ▶ Newsletters
- ▶ Events
- ▶ Whitepapers
- ▶ Webinars

- ▶ Case Studies
- ▶ Pricing
- ▶ Demos

Οι Καλύτερες Πρακτικές στο Marketing Περιεχομένου

- ▶ Χρησιμοποιείτε το κατάλληλο υλικό για κάθε στάδιο στο ταξίδι του πελάτη
- ▶ Βεβαιωθείτε ότι προσφέρετε αξία στους καταναλωτές με το περιεχόμενό σας

Οι Καλύτερες Πρακτικές στο Marketing Περιεχομένου

- ▶ Χρησιμοποιείτε το κατάλληλο υλικό για κάθε στάδιο στο ταξίδι του πελάτη
- ▶ Βεβαιωθείτε ότι προσφέρετε αξία στους καταναλωτές με το περιεχόμενό σας
- ▶ Επιδιώκετε την προσωποποιημένη επικοινωνία και δημιουργήστε δεσμό με το κοινό σας

Αναδημοσιεύστε το Περιεχόμενο των Πελατών



Μιλώντας για πράγματα που τους αρέσουν...

 **Oreo**
3 juin · 🌐

Who can resist a yummy game of Tic Tac Oreo? #PlayWithOreo



👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager


3325 autres personnes aiment ça. Plus pertinent ▾

291 partages

Οι Καλύτερες Πρακτικές στο Marketing Περιεχομένου

- ▶ Χρησιμοποιείτε το κατάλληλο υλικό για κάθε στάδιο στο ταξίδι του πελάτη
- ▶ Βεβαιωθείτε ότι προσφέρετε αξία στους καταναλωτές με το περιεχόμενό σας
- ▶ Επιδιώκετε την προσωποποιημένη επικοινωνία και δημιουργήστε δεσμό με το κοινό σας
- ▶ Μη φοβάστε να ζητήσετε feedback

Ζητήστε από τους πελάτες σας να μιλήσουν

 Knowledge Base

In this article:

- [View Your Support Options](#)
- [Why We Don't Have Phone Support](#)
- [Common Help Topics](#)
- [Contact Tech Support](#)


Was this article helpful?

Yes

No

Anything else we can do to improve our site?

I'm not a robot

 reCAPTCHA
Privacy - Terms

[Submit Feedback](#)

Οι Καλύτερες Πρακτικές στο Marketing Περιεχομένου

- ▶ Χρησιμοποιείτε το κατάλληλο υλικό για κάθε στάδιο στο ταξίδι του πελάτη
- ▶ Βεβαιωθείτε ότι προσφέρετε αξία στους καταναλωτές με το περιεχόμενό σας
- ▶ Επιδιώκετε την προσωποποιημένη επικοινωνία και δημιουργήστε δεσμό με το κοινό σας
- ▶ Μη φοβάστε να ζητήσετε feedback
- ▶ Χρησιμοποιείτε humor - πιάνει πάντα *όταν γίνεται σωστά!*

Η GEICO το τερμάτισε



Λειτουργίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας

Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Για να λειτουργήσει εύρυθμα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πρέπει να εστιάσουμε στους
εξής Πυλώνες Λειτουργίας



Πρώτα απ' όλα, πρέπει να φροντίσουμε τον πελάτη μας



Πρώτα απ' όλα, πρέπει να φροντίσουμε τον πελάτη μας



Την τελευταία φορά που επικοινωνήσατε με την ομάδα εξυπηρέτησης πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος:

Πρώτα απ' όλα, πρέπει να φροντίσουμε τον πελάτη μας



Την τελευταία φορά που επικοινωνήσατε με την ομάδα εξυπηρέτησης πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος:

- Πώς επιλέξατε να επικοινωνήσετε; (τηλέφωνο, email, chat, άλλο;)

Πρώτα απ' όλα, πρέπει να φροντίσουμε τον πελάτη μας



Την τελευταία φορά που επικοινωνήσατε με την ομάδα εξυπηρέτησης πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος:

- Πώς επιλέξατε να επικοινωνήσετε; (τηλέφωνο, email, chat, άλλο;)
- Ήταν καλή η εμπειρία σας; (1-πολύ κακή, 5-πολύ καλή)

Ένα σενάριο...



Ένα σενάριο...



Ας υποθέσουμε ότι ένας πελάτης έχει αρνητική εμπειρία από την εξυπηρέτηση πελατών μιας εταιρείας...

Ένα σενάριο...



Ας υποθέσουμε ότι ένας πελάτης έχει αρνητική εμπειρία από την εξυπηρέτηση πελατών μιας εταιρείας...

Ποια νομίζετε ότι είναι η πιθανότητα (%) ο πελάτης να μην επιλέξει ξανά την ίδια εταιρεία;

Ένα σενάριο...



Ας υποθέσουμε ότι ένας πελάτης έχει αρνητική εμπειρία από την εξυπηρέτηση πελατών μιας εταιρείας...

Ποια νομίζετε ότι είναι η πιθανότητα (%) ο πελάτης να μην επιλέξει ξανά την ίδια εταιρεία;

91%

Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει γι' αυτό, κατά μέσο όρο, σε 9 με 15 άλλα άτομα...

Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Προλάβετε τους σωστούς ανθρώπους

- Προορατικοί
- Επικοινωνούν με σαφήνεια
- Διαχειρίζονται τις προσδοκίες



Ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει γι' αυτό, κατά μέσο όρο, σε 9 με 15 άλλα άτομα...

Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Προσλάβετε τους σωστούς ανθρώπους

- Προορατικοί
- Επικοινωνούν με σαφήνεια
- Διαχειρίζονται τις προσδοκίες



Προσέγγιση με έμφαση στον άνθρωπο

- Προσωποποιημένη επικοινωνία
- Κάνουν το «κάτι παραπάνω»
- Παραμένουν εστιασμένοι



Ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει γι' αυτό, κατά μέσο όρο, σε 9 με 15 άλλα άτομα...

Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Προσλάβετε τους σωστούς ανθρώπους	Προσέγγιση με έμφαση στον άνθρωπο	360 Επικοινωνία
<ul style="list-style-type: none">• Προορατικοί• Επικοινωνούν με σαφήνεια• Διαχειρίζονται τις προσδοκίες	<ul style="list-style-type: none">• Προσωποποιημένη επικοινωνία• Κάνουν το «κάτι παραπάνω»• Παραμένουν εστιασμένοι	<ul style="list-style-type: none">• Προσφέρουν απρόσκοπτη εμπειρία online και offline• Πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας γιατί ο καταναλωτής σας είναι παντού




Ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει γι' αυτό, κατά μέσο όρο, σε 9 με 15 άλλα άτομα...

Γιατί ο ανταγωνισμός είναι πάντα μόνο ένα κλικ μακριά



Προσλάβετε τους σωστούς ανθρώπους	Προσέγγιση με έμφαση στον άνθρωπο	360 Επικοινωνία	Μετρούν και Αναλύουν
<ul style="list-style-type: none">• Προορατικοί• Επικοινωνούν με σαφήνεια• Διαχειρίζονται τις προσδοκίες	<ul style="list-style-type: none">• Προσωποποιημένη επικοινωνία• Κάνουν το «κάτι παραπάνω»• Παραμένουν εστιασμένοι	<ul style="list-style-type: none">• Προσφέρουν απρόσκοπτη εμπειρία online και offline• Πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας γιατί ο καταναλωτής σας είναι παντού	<ul style="list-style-type: none">• Αριθμό επαφών• Average Completion Rate• Feedback πελατών



Ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει γι' αυτό, κατά μέσο όρο, σε 9 με 15 άλλα άτομα...

Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ



Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ



Ποιοι είναι οι συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής παγκοσμίως;

Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



Ποιοι είναι οι συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής παγκοσμίως;



Πιστωτικές/
Χρεωστικές
κάρτες

Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



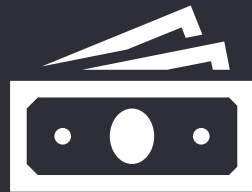
ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ



Ποιοι είναι οι συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής παγκοσμίως;



Πιστωτικές/
Χρεωστικές
κάρτες



Μετρητά

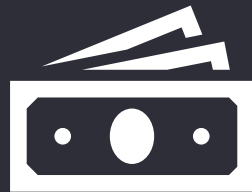
Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



Ποιοι είναι οι συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής παγκοσμίως;



Πιστωτικές/
Χρεωστικές
κάρτες



Μετρητά



Τραπεζικές
Μεταφορές

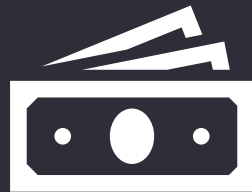
Τότε πρέπει να τους παρέχουν επιλογές πληρωμής



Ποιοι είναι οι συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής παγκοσμίως;



Πιστωτικές/
Χρεωστικές
κάρτες



Μετρητά



Τραπεζικές
Μεταφορές



Ψηφιακά
Πορτοφόλια

Αλλά να έχετε υπόψη σας τη στροφή στις Ψηφιακές Πληρωμές



ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Αλλά να έχετε υπόψη σας τη στροφή στις Ψηφιακές Πληρωμές



ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ



- Ταχύτητα και Ευκολία
- Αύξηση πωλήσεων
- Μείωση Κόστους Συναλλαγής

Αλλά να έχετε υπόψη σας τη στροφή στις Ψηφιακές Πληρωμές



ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΠΛΗΡΩΜΕΣ



- Ταχύτητα και Ευκολία
- Αύξηση πωλήσεων
- Μείωση Κόστους Συναλλαγής



- Προβληματισμοί σχετικά με την Ασφάλεια
- Αμφισβητούμενες συναλλαγές
- Αυξημένα Επιχειρησιακά Κόστη

Μετά έχουμε το χρόνο επεξεργασίας



ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ
ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Μετά έχουμε το χρόνο επεξεργασίας



ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ
ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

39% των πελατών (US & EU) δεν θα επέστρεφαν σε eRetailer μετά από μία αρνητική εμπειρία κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας

Μετά έχουμε το χρόνο επεξεργασίας



39% των πελατών (US & EU) δεν θα επέστρεφαν σε eRetailer μετά από μία αρνητική εμπειρία κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας

Ακρίβεια

- Απόθεμα
- Αυτοματοποιήσεις
- Ενημερώστε έγκαιρα τους πελάτες σας



Μετά έχουμε το χρόνο επεξεργασίας



39% των πελατών (US & EU) δεν θα επέστρεφαν σε eRetailer μετά από μία αρνητική εμπειρία κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας

Ακρίβεια

- Απόθεμα
- Αυτοματοποιήσεις
- Ενημερώστε έγκαιρα τους πελάτες σας

Ταχύτητα, Διαθεσιμότητα, Ευελιξία

- Επιλέξτε το σωστό συνεργάτη courier
- Αποστολή σε πολλαπλά πακέτα
- Προσφέρετε εξαιρετική εμπειρία στον πελάτη



Μετά έχουμε το χρόνο επεξεργασίας



39% των πελατών (US & EU) δεν θα επέστρεφαν σε eRetailer μετά από μία αρνητική εμπειρία κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας

Ακρίβεια	Ταχύτητα, Διαθεσιμότητα, Ευελιξία	Διαφάνεια
<ul style="list-style-type: none">• Απόθεμα• Αυτοματοποιήσεις• Ενημερώστε έγκαιρα τους πελάτες σας	<ul style="list-style-type: none">• Επιλέξτε το σωστό συνεργάτη courier• Αποστολή σε πολλαπλά πακέτα• Προσφέρετε εξαιρετική εμπειρία στον πελάτη	<ul style="list-style-type: none">• Έξοδα Αποστολής• Υπηρεσία Παρακολούθησης Παραγγελίας• Πολιτική Επιστροφών



Και η παραγγελία είναι στο δρόμο της προς τον πελάτη



ΠΑΡΑΔΟΣΗ
ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Και η παραγγελία είναι στο δρόμο της προς τον πελάτη



Εξυπηρέτηση

- Παράδοση κατ' οίκον
- Παραλαβή από το κατάστημα
- Άλλο



Και η παραγγελία είναι στο δρόμο της προς τον πελάτη



Εξυπηρέτηση

- Παράδοση κατ' οίκον
- Παραλαβή από το κατάστημα
- Άλλο



Χρεώσεις

- Ταχυδρομικές Υπηρεσίες
- Courier
- Premium



Και η παραγγελία είναι στο δρόμο της προς τον πελάτη



Εξυπηρέτηση

- Παράδοση κατ' οίκον
- Παραλαβή από το κατάστημα
- Άλλο



Χρεώσεις

- Ταχυδρομικές Υπηρεσίες
- Courier
- Premium



Παράδοση

- Την ίδια ημέρα
- Την επόμενη ημέρα
- Σταθερή



Αλλά θυμηθείτε...Η διευκόλυνση του πελάτη είναι σημαντική



Πολύ σημαντικό...



Και χτυπάει το κουδούνι...



Και χτυπάει το κουδούνι...



Πότε είναι η στιγμή της αλήθειας για μια διαδικτυακή αγοραστική εμπειρία;

Και χτυπάει το κουδούνι...



Πότε είναι η στιγμή της αλήθειας για μια διαδικτυακή αγοραστική εμπειρία;

Η στιγμή που ο πελάτης παραλαμβάνει το δέμα...

Ας ανοίξουμε τη συσκευασία!



ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Ας ανοίξουμε τη συσκευασία!



Η πρώτη εντύπωση μετράει...
Οπότε ας συνεχίσουμε τη διαδικτυακή εμπειρία και στον πραγματικό κόσμο!



Ας ανοίξουμε τη συσκευασία!



Η πρώτη εντύπωση μετράει...
Οπότε ας συνεχίσουμε τη διαδικτυακή εμπειρία και στον πραγματικό κόσμο!



Επέκταση του
branding σας

Προσαρμογή στις αξίες,
τις προτάσεις και την
τοποθέτηση του brand



Ας ανοίξουμε τη συσκευασία!



Η πρώτη εντύπωση μετράει...
Οπότε ας συνεχίσουμε τη διαδικτυακή εμπειρία και στον πραγματικό κόσμο!



Επέκταση του
branding σας

Προσαρμογή στις αξίες,
τις προτάσεις και την
τοποθέτηση του brand



Ενισχύστε την πιστότητα

Προσωποποίηση στην
επικοινωνία & Εξατομικευμένη
συσκευασία

Ας ανοίξουμε τη συσκευασία!



Η πρώτη εντύπωση μετράει...
Οπότε ας συνεχίσουμε τη διαδικτυακή εμπειρία και στον πραγματικό κόσμο!



Επέκταση του
branding σας

Προσαρμογή στις αξίες,
τις προτάσεις και την
τοποθέτηση του brand



Ενισχύστε την πιστότητα

Προσωποποίηση στην
επικοινωνία & Εξατομικευμένη
συσκευασία

Ξεχωρίστε από τον
ανταγωνισμό

- Διαφοροποιηθείτε
- Αυξήστε την αναγνωρισιμότητα σας
- Προσφέρετε ευκαιρίες ώστε οι χρήστες να δημιουργήσουν περιεχόμενο



Μαντέψατε σωστά... Ώρα να αναρωτηθούμε!



Επισκεφθείτε τα παρακάτω ηλεκτρονικά καταστήματα παιχνιδιών



Μαντέψατε σωστά... Ώρα να αναρωτηθούμε!



• Επισκεφθείτε τα παρακάτω ηλεκτρονικά καταστήματα παιχνιδιών



- Προσπαθήστε να εντοπίσετε πως επικοινωνείτε με την εξυπηρέτηση πελατών. Πόσο εύκολο είναι; (1-καθόλου εύκολο, 5-πολύ εύκολο)

Μαντέψατε σωστά... Ώρα να αναρωτηθούμε!



• Επισκεφθείτε τα παρακάτω ηλεκτρονικά καταστήματα παιχνιδιών



- Προσπαθήστε να εντοπίσετε πως επικοινωνείτε με την εξυπηρέτηση πελατών. Πόσο εύκολο είναι; (1-καθόλου εύκολο, 5-πολύ εύκολο)
- Πόσες μεθόδους επικοινωνίας εντοπίσατε;

Και αν πάει κάτι λάθος με την παραγγελία σας;



ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ
ΜΕΤΑ ΤΗΝ
ΠΩΛΗΣΗ

Και αν πάει κάτι λάθος με την παραγγελία σας;



Να είστε προορατικοί

Εντοπίστε
διαφορετικούς
τύπους
επιστροφών και
διαφορετικά
σύνολα
διαδικασιών



Και αν πάει κάτι λάθος με την παραγγελία σας;



Να είστε προορατικοί

Εντοπίστε
διαφορετικούς
τύπους
επιστροφών και
διαφορετικά
σύνολα
διαδικασιών



Συχνές
Ερωτήσεις
Παρέχετε
συγκεκριμένες
και σαφείς
οδηγίες στο
site



Και αν πάει κάτι λάθος με την παραγγελία σας;



Να είστε προορατικοί

Εντοπίστε
διαφορετικούς
τύπους
επιστροφών και
διαφορετικά
σύνολα
διαδικασιών



Συχνές
Ερωτήσεις
Παρέχετε
συγκεκριμένες
και σαφείς
οδηγίες στο
site



Επιστροφές
χωρίς
δυσκολίες
Εμπνεύστε
ασφάλεια στον
καταναλωτή



Και αν πάει κάτι λάθος με την παραγγελία σας;



Να είστε προορατικοί

Εντοπίστε
διαφορετικούς
τύπους
επιστροφών και
διαφορετικά
σύνολα
διαδικασιών



Συχνές
Ερωτήσεις
Παρέχετε
συγκεκριμένες
και σαφείς
οδηγίες στο
site



Επιστροφές
χωρίς
δυσκολίες
Εμπνεύστε
ασφάλεια στον
καταναλωτή



Καθιερώστε
γρήγορες
διαδικασίες
επιστροφής
χρημάτων



Συνοψίζοντας

Συνοψίζοντας



Οι προσδοκίες δεν ανταποκρίνονται πάντα στην πραγματικότητα



Οι προσδοκίες δεν ανταποκρίνονται πάντα στην πραγματικότητα



Υπάρχουν 6 συστατικά σε μια στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου:

- Τεχνολογία
- Ομάδα
- Ηλεκτρονική Γκάμα
- Ψηφιακό Ράφι
- Ψηφιακό Marketing
- Λειτουργίες (Operations)

Συνοψίζοντας



Οι προσδοκίες δεν ανταποκρίνονται πάντα στην πραγματικότητα



Για μία επιτυχημένη στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου δώστε έμφαση σε:

- Εξυπηρέτηση πελατών
- Ψηφιακές Πληρωμές
- Ολοκλήρωση Παραγγελίας
- Παράδοση Παραγγελίας
- Συσκευασία
- Εξυπηρέτηση μετά τη πώληση



Υπάρχουν 6 συστατικά σε μια στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου:

- Τεχνολογία
- Ομάδα
- Ηλεκτρονική Γκάμα
- Ψηφιακό Ράφι
- Ψηφιακό Marketing
- Λειτουργίες (Operations)

Συνοψίζοντας



Οι προσδοκίες δεν ανταποκρίνονται πάντα στην πραγματικότητα



Για μία επιτυχημένη στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου δώστε έμφαση σε:

- Εξυπηρέτηση πελατών
- Ψηφιακές Πληρωμές
- Ολοκλήρωση Παραγγελίας
- Παράδοση Παραγγελίας
- Συσκευασία
- Εξυπηρέτηση μετά τη πώληση



Υπάρχουν 6 συστατικά σε μια στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου:

- Τεχνολογία
- Ομάδα
- Ηλεκτρονική Γκάμα
- Ψηφιακό Ράφι
- Ψηφιακό Marketing
- Λειτουργίες (Operations)



Επιλογές, Ευκολία & Εμπειρία είναι «κλειδιά» για τους πελάτες σας

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

About EY

EY is a global leader in assurance, tax, transaction and advisory services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. For more information about our organization, please visit ey.com.

About EY's Advisory Services

In a world of unprecedented change, EY Advisory believes a better working world means helping clients solve big, complex industry issues and capitalize on opportunities to grow, optimize and protect their businesses.

From C-suite and functional leaders of Fortune 100 multinationals to disruptive innovators and emerging market small and medium-sized enterprises, EY Advisory works with clients – from strategy through execution – to help them design better outcomes and realize long-lasting results. A global mindset, diversity and collaborative culture inspires EY consultants to ask better questions. They work with their clients, as well as an ecosystem of internal and external experts, to create innovative answers. Together, EY helps clients' businesses work better.

The better the question. The better the answer. The better the world works.

© 2019 EY
All Rights Reserved.

ey.com