

Κοινωνικά δίκτυα

Εισαγωγή στα κοινωνικά δίκτυα

[▶ Δείτε το webinar](#)

- Σας καλωσορίζουμε στη νέα πρωτοβουλία της Eurobank για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.
- Σε αυτό το βίντεο για τη νέα ψηφιακή εποχή παρουσιάζουμε τα **κοινωνικά δίκτυα** (social channels).
- Το ψηφιακό τοπίο στην Ελλάδα διαμορφώνεται ως εξής: το 88% των Ελλήνων σερφάρει στο διαδίκτυο με οποιαδήποτε συχνότητα, ποσοστό που φτάνει στο 100% για τις ηλικίες 13 με 34 ετών.
Αυτό το στοιχείο ενισχύεται πολύ και από την άνοδο του smart-phone, καθώς το 81% διαθέτει τουλάχιστον μία τέτοια συσκευή, ενώ οι έως 34 ετών είναι σχεδόν όλοι κάτοχοι.
Τέλος, κατά συνέπεια των δύο προηγούμενων στοιχείων, το 57% επισκέπτεται τα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** (social media) σε καθημερινή βάση.
- Τι είναι αυτό, όμως, που οδηγεί στην τόσο μαζική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από όλο το φάσμα των ηλικιών;
Σύμφωνα με έρευνα, τα top κίνητρα για τη δημιουργία λογαριασμού αφορούν μια πιο παθητική μορφή δικτύωσης, όπως να ενημερώνονται για τους φίλους τους και για νέα της επικαιρότητας, και λιγότερο για να μοιράζονται προσωπικές τους στιγμές και πληροφορίες.
- Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν πολλές λειτουργίες. Όπως βλέπουμε και από το σχήμα, πρόκειται για ένα αρκετά μπλεγμένο οικοσύστημα, το οποίο προσπαθεί να κατηγοριοποιήσει το κάθε κανάλι ξεχωριστά για κάθε λειτουργία του και με βάση το content που περιέχει.
Για παράδειγμα, το Instagram εμφανίζεται σε 3 κατηγορίες λόγω

3 διαφορετικών δυνατοτήτων που προσφέρει στους χρήστες, δηλαδή την ανταλλαγή μηνυμάτων, το ανέβασμα (upload) φωτογραφιών και δυνατότητα για livestreaming.

Ωστόσο, σε αυτό το webinar θα εστιάσουμε σε δύο βασικές κατηγορίες, στα κοινωνικά δίκτυα και σε εφαρμογές συνομιλιών (chat apps).

Στη συνέχεια, θα δούμε τα πιο δημοφιλή στον δυτικό κόσμο, αλλά και άλλα λιγότερο δημοφιλή σε εμάς αλλά με μεγάλη βάση αριθμό χρηστών παγκοσμίως.

Ξεκινώντας από τα κοινωνικά δίκτυα, θα μιλήσουμε για τα απόλυτα δημοφιλή στην Ελλάδα, όπως Facebook, YouTube και Instagram· για δίκτυα με λιγότερους χρήστες, όπως το Twitter και το LinkedIn· ενώ, θα κάνουμε και μια σύντομη αναφορά λιγότερο δημοφιλή δίκτυα, όπως το Qzone της Κίνας και το VKontakte της Ρωσίας.

Ξεκινώντας από τον βασιλιά των κοινωνικών δικτύων, τον Ιούνιο του 2017 ο Chief Product Officer του **Facebook** ανακοίνωσε ότι, 13 χρόνια μετά την ίδρυσή του, άγγιξε τους 2 δισ. χρήστες τον μήνα.

Για την Ελλάδα, ο αντίστοιχος αριθμός είναι 5 με 6 εκατομμύρια, δηλαδή πάνω από το 50% του πληθυσμού με τους άντρες χρήστες να προηγούνται σε ποσοστό.

Τέλος, οι χρήστες της εφαρμογής μέσω κινητού είναι πάνω από 4 εκατομμύρια.

Οι χρήστες επισκέπτονται την εφαρμογή αρκετές φορές την ημέρα για λόγους δικτύωσης με φίλους και οικογένεια, για πληροφορίες σχετικές με σελίδες που τους ενδιαφέρουν και αφορούν επιχειρήσεις, προϊόντα και brands, και για να μαθαίνουν νέα της επικαιρότητας.

Το δεύτερο κορυφαίο κοινωνικό κανάλι σε μηνιαίους χρήστες είναι το **YouTube** σε παγκόσμιο, αλλά και εθνικό επίπεδο.

Με 2,5 δισ. προβολές τον μήνα, το YouTube τοποθετεί την Ελλάδα στη δεύτερη θέση παγκοσμίως σε views, αλλά και σε χρόνο που περνούν οι χρήστες στο site.

Τέλος, το 56% επισκέπτεται το YouTube μέσω κινητού.

Οι χρήστες της πλατφόρμας από το προσωπικό τους προφίλ μπορούν:



**Εισαγωγή στα
κοινωνικά δίκτυα**

[▶ Δείτε το webinar](#)

- να δουν τα βίντεο που επιθυμούν,
- να κάνουν σχόλια σε αυτά,
- να αποθηκεύσουν σε λίστες, και
- να κάνουν εγγραφή σε κανάλια που θέλουν για να λαμβάνουν ειδοποιήσεις για νέες δημοσιεύσεις.

Επιπλέον, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να ανεβάζουν στο κανάλι τους προσωπικά τους βίντεο.



**Εισαγωγή στα
κοινωνικά δίκτυα**

[▶ Δείτε το webinar](#)

 Το τρίτο κορυφαίο μέσο κοινωνικής δικτύωσης είναι το **Instagram**.


Το Instagram είναι μια πλατφόρμα που βασίζεται στις φωτογραφίες. Σε παγκόσμιο επίπεδο μετρά 1 δισ. χρήστες τον μήνα, ενώ για την Ελλάδα αυτός ο αριθμός φτάνει τους 3 εκατ. χρήστες τον μήνα.

Οι ελληνικοί γυναικείοι λογαριασμοί υπερисχύουν σε ποσοστό, γεγονός που συμβαδίζει και με τα παγκόσμια στατιστικά στοιχεία.

Τέλος, να πούμε ότι το Instagram είναι μια ταχέως αναπτυσσόμενη πλατφόρμα, καθώς ημερησίως ανεβαίνουν περισσότερες από 95 εκατ. φωτογραφίες.

 Το Instagram δίνει 4 βασικές δυνατότητες:

- Αρχικά, ο χρήστης μπορεί να επεξεργάζεται φωτογραφίες και βίντεο με διάφορα εργαλεία και φίλτρα που του προσφέρει η πλατφόρμα.
- Στη συνέχεια, μπορεί να τα ανεβάζει στο προσωπικό του προφίλ.
- Ωστόσο, φωτογραφίες και βίντεο μπορεί να ανεβάζει και σαν stories, τα οποία είναι ενεργά για 24 ώρες.
- Τέλος, μπορεί να ακολουθεί φίλους, influencers, διασημότητες ή brands που αγαπά, ώστε να ενημερώνεται για το περιεχόμενό τους και να αλληλεπιδρά, εάν το θέλει.

 Στη σειρά των κοινωνικών δικτύων ακολουθούν σε μέγεθος και φήμη εδώ στην Ελλάδα το Twitter, το Pinterest, το LinkedIn και το Tinder.

Το **Twitter** απαριθμεί 328 εκατ. μηνιαίους χρήστες, από τους οποίους τα 100 εκατ. επισκέπτονται καθημερινά την πλατφόρμα. Καθημερινά αναρτώνται 500 εκατ. tweets, ενώ το 80% των χρηστών το επισκέπτεται μέσω κινητού.

Το **Pinterest** μετρά 175 εκατ. μηνιαίους χρήστες, εκ των οποίων το 81% είναι γυναίκες. Στην πλατφόρμα έχουν ανέβει περισσότερες από 50 δισ. αναρτήσεις (pins), ενώ μόλις το 7% έχει πραγματοποιηθεί από αντρικά accounts.

Το **LinkedIn**, που αφορά τη δικτύωση επαγγελματιών, μετρά 530 εκατ. χρήστες με ταχέως αυξητικούς ρυθμούς, ενώ οι ενεργές αγγελίες φτάνουν περίπου τις 10 εκατ.

Τέλος, η βάση της εφαρμογής γνωριμιών **Tinder** εκτιμάται στα 50 εκατ., ενώ μετρά 20 δισ. ταιριάσματα (matches). Ο μέσος χρήστης ξοδεύει 35 λεπτά ανά ημέρα, ενώ η εφαρμογή διατίθεται σε 30 γλώσσες.



Ας δούμε, όμως, τι είναι το καθένα από αυτά.

Το **Twitter** αφορά χιουμοριστικές ή μη αναρτήσεις έως 140 χαρακτήρων για θέματα της επικαιρότητας και όχι μόνο. Οι χρήστες μπορούν να ακολουθούν λογαριασμούς ώστε να μη χάνουν τις αναρτήσεις τους, μπορούν να συμμετέχουν σε συζητήσεις ή να αναρτούν δικό τους περιεχόμενο.

Το **Pinterest** αφορά αναρτήσεις φωτογραφιών ποικίλης θεματολογίας, από φωτογραφίες μόδας και συνταγές μέχρι τοπία και αμάξια. Στόχος είναι ο χρήστης μέσα από τα pins να εμπνέεται, να παίρνει ιδέες και να δημιουργεί δικά του άλμπουμ (boards) στο προσωπικό του προφίλ.

Το **LinkedIn** είναι μια επαγγελματική πλατφόρμα που πλέον αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για το βιογραφικό ενός επαγγελματία. Ο χρήστης καλείται μέσα από τη δημιουργία ενός προφίλ να συμπεριλάβει όλες εκείνες τις πληροφορίες που θα περιείχε το βιογραφικό του. Μέσα από αγγελίες, αλλά και το δίκτυο που δημιουργείται από τις επαφές που προσθέτει κανείς, έρχονται σε επαφή υποψήφιοι και εταιρείες για συνεργασίες.

Τέλος, η μεγαλύτερη εφαρμογή γνωριμιών, το **Tinder**. Μπορεί να είναι το μικρότερο σε μέγεθος συγκριτικά με τα προηγούμενα κοινωνικά δίκτυα, αλλά κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος.

Μέσα από την εφαρμογή, οι χρήστες βλέπουν φωτογραφίες άλλων χρηστών και είτε τους απορρίπτουν κάνοντας swiipe αριστερά είτε κάνουν like κάνοντας swiipe δεξιά. Εάν ο άλλος χρήστης κάνει κι αυτός swiipe δεξιά, τότε και μόνο τότε ανοίγει το εικονίδιο των συνομιλιών και μπορούν να επικοινωνήσουν.

Το **Tinder** μπορεί να τραβήξει φωτογραφίες και πληροφορίες από



**Εισαγωγή στα
κοινωνικά δίκτυα**

[▶ Δείτε το webinar](#)

τον προσωπικό λογαριασμό του χρήστη σε Facebook και Instagram, εάν αυτός το επιθυμεί.



Και η λίστα των κοινωνικών δικτύων ολοκληρώνεται με 6 ακόμη δίκτυα, είτε λιγότερο διαδεδομένα είτε άγνωστα στον δυτικό κόσμο.

Πρώτα το **Qzone**. Το Qzone είναι το αντίστοιχο κινέζικο Facebook στην Κίνα. Δημιουργήθηκε το 2005 και μετρά 638 εκατ. χρήστες.

Στη συνέχεια είναι το **Tumblr**. Το Tumblr είναι μια πλατφόρμα microblogging μέσα στην οποία ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει blogs και να ανεβάσει δημοσιεύσεις, εικόνες, βίντεο, αποφθέγματα, τραγούδια, άρθρα ή ηχητικά μηνύματα.

Το αντίστοιχο κοινωνικό δίκτυο με blogs στην Κίνα είναι το τρίτο σε δημοτικότητα και μετρά 361 εκατ. χρήστες τον μήνα.

Το **Baidu** είναι το αντίστοιχο Google για την Κίνα. Το Baidu Tieba είναι κομμάτι της μηχανής αναζήτησης στην οποία οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με βάση τα ενδιαφέροντά τους.

Τα κινέζικα κοινωνικά δίκτυα ολοκληρώνονται με το **YY** το οποίο μετρά 122 εκατ. χρήστες και μοιάζει πολύ με το YouTube, καθώς αφορά αναρτήσεις χρηστών που περιέχουν βίντεο. Στην αρχή απευθυνόταν σε video gamers, αλλά πλέον έχει επεκταθεί σε θέματα μόδας, μουσικής και αθλημάτων.

Τέλος, τα μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα ολοκληρώνονται με το **Vkontakte**, το οποίο είναι ρώσικο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, στο οποίο οι χρήστες αναρτούν περιεχόμενο, επικοινωνούν μεταξύ τους, δημιουργούν σελίδες και παίζουν παιχνίδια (δηλαδή ό,τι ακριβώς προσφέρει και το Facebook).



Και συνεχίζουμε με τις εφαρμογές συνομιλιών.

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει από δημοφιλείς εφαρμογές, όπως το **WhatsApp** και το **Messenger** του Facebook, έως και εφαρμογές λιγότερο γνωστές στον δυτικό κόσμο, όπως το **LINE** της Ιαπωνίας και το **KakaoTalk** της Κορέας.



Είτε πρόκειται για γνωστές σε εμάς εφαρμογές συνομιλιών, είτε για λιγότερο δημοφιλείς, είτε άγνωστες εντελώς στον δυτικό κόσμο, όλες κινούνται σε ένα κοινό πλαίσιο χαρακτηριστικών.



Οι εφαρμογές κατά κύριο λόγο επιτρέπουν την ανταλλαγή μηνυμάτων (instant messaging).



**Εισαγωγή στα
κοινωνικά δίκτυα**

[▶ Δείτε το webinar](#)

- 🗨️ Κλήσεις ήχου και βίντεο (voice και video calls).
- 🗨️ Συνομιλίες ομάδας (group chat).
- 🗨️ Αποστολή φωτογραφιών, βίντεο, ηχητικών μηνυμάτων κ.λπ. (multimedia messaging).
- 🗨️ Ανταλλαγή αρχείων (file-sharing).
- 🗨️ Κοινοποίηση τοποθεσίας (location-sharing).
- 🗨️ Ωστόσο, πλέον όλο και περισσότερες εφαρμογές ενσωματώνουν στα χαρακτηριστικά τους υπηρεσίες πληρωμών ή μεταφοράς χρημάτων (payment services).
- 🗨️ Και κοιτάζοντας τη συνολική εικόνα των κοινωνικών καναλιών με νούμερα, παρατηρούμε ότι, ενώ το Facebook είναι και παραμένει πρώτο, όπως και μάλλον θα φανταζόσασταν, οι εφαρμογές συνομιλιών βρίσκονται αρκετά κοντά στα κοινωνικά δίκτυα από άποψη βάσης χρηστών.
- 🗨️ Εμπλουτίστε τις ψηφιακές γνώσεις σας με όλο το υλικό μας και αποκτήστε τη δυνατότητα να εξελίξετε την επιχείρησή σας.



Εισαγωγή στα κοινωνικά δίκτυα

[▶ Δείτε το webinar](#)

Παρακολουθήστε ξανά το webinar [Εισαγωγή στα κοινωνικά δίκτυα](#) ή δείτε και άλλα [webinar που μπορεί να σας ενδιαφέρουν](#) του Digital Academy.

Powered by Isobar

Το παρόν υλικό στοχεύει στη γνωριμία και εξοικείωσή σας με τα σύγχρονα δεδομένα της επικοινωνίας με χρήση ψηφιακών μέσων. Έχει καθαρά πληροφοριακό χαρακτήρα και σε καμία περίπτωση δεν συνιστά προτροπή ή παρακίνησή σας να εφαρμόσετε ή να ακολουθήσετε τις δυνατότητες προβολής και διαφήμισης που παρουσιάζονται. Βασίζεται στις γνώσεις και την εμπειρία της εταιρείας ISOBAR – IPROSPECT ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. Ενσωματώνει πληροφορίες που αντλούνται από πηγές με δημόσιο χαρακτήρα και ενδέχεται να μεταβληθούν.

Σας καλούμε να διαβάσετε προσεκτικά και να συμμορφώσετε με τους όρους και προϋποθέσεις που διέπουν τη χρήση του παρόντος υλικού, όπως περιγράφονται εδώ: www.eurobank.gr/digital-academy/powered-by-isobar