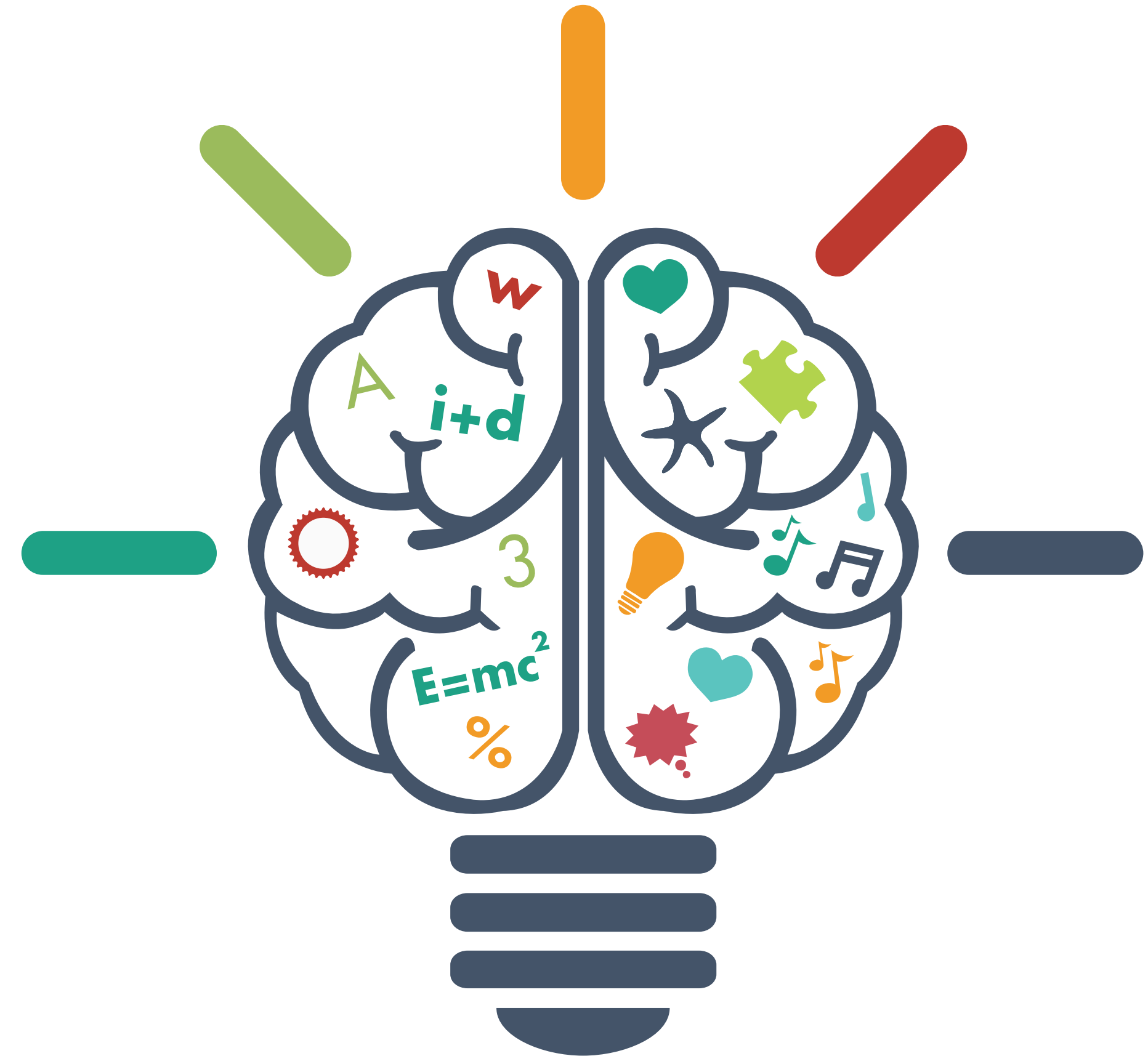


# It's a FACT

Η συντριπτική πλειοψηφία των  
**E-Shops** δεν έχει κάνει **Απόσβεση!**

# Ο ΓΡΙΦΟΣ

Πώς δημιουργείται η  
επιτυχία στο Διαδίκτυο;



# Συνήθειες Ύποπτοι

12+ λόγοι για την αποτυχία



## ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗ

Η αγορά πρέπει να έχει ικανοποιητικό μέγεθος, αγοραστική δύναμη, και θέληση να καλύψει την ανάγκη



## ΜΙΚΡΟ PERCEIVED VALUE

Ο καταναλωτής πρέπει να πείθεται πως το προϊόν αξίζει παραπάνω από την επένδυση που ζητείται



## ΕΛΛΕΙΨΗ ΕΡΕΥΝΑΣ & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Πριν από οποιοδήποτε επιχειρηματικό εγχείρημα απαιτείται έρευνα και κατάστρωση στρατηγικής με τη βοήθεια ειδικών



## ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Οι decision makers πρέπει να έχουν γνώση, εμπειρία, κρίση και τα απαραίτητα στατιστικά στοιχεία για να πάρουν αποφάσεις







## NOT SO "SMART GOALS"

Θα πρέπει να υπάρχουν ξεκάθαροι ρεαλιστικοί μετρήσιμοι στόχοι με συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα



## ΠΡΟΧΕΙΡΑ ESHOPS

Ένα ποιοτικό, καλαίσθητο, γρήγορο και εύχρηστο e-shop απαιτείται για ικανοποιητικό conversion rate



## ΚΑΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Ένα επιτυχημένο e-shop είναι το αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας Business, Technical and Marketing



## ΧΑΜΗΛΟ TRAFFIC

Ακόμα και το καλύτερο e-shop δε μπορεί να φέρει ικανοποιητικές πωλήσεις χωρίς επισκεψιμότητα





## ΛΙΓΕΣ & ΑΝΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ ΠΗΓΕΣ TRAFFIC

Το να βασίζεται ένα e-shop σε μία πηγή traffic όπως π.χ. Google SEO ή Skrutz είναι τουλάχιστον ριψοκίνδυνο



## ΚΑΚΟ CONVERSION RATE

Το καλό conversion rate είναι αποτέλεσμα συνέργεια branding, loyalty, ποιοτικού traffic με έξυπνη χρήση marketing, και conversion optimized eshop



## “SOFT” MARKETING

Λίγο marketing ή marketing που στοχεύει soft έννοιες όπως reach & engagement χωρίς να λαμβάνει υπόψη τα conversions



## ANALYSIS PARALYSIS

Αδυναμία για τη σωστή και συστηματική ανάλυση δεδομένων, γνωρίζοντας Averages & Competitive metrics, με στόχο τη διαρκή βελτίωση



# ΤΕΛΙΚΑ ΒΡΗΚΑΜΕ ΤΗ ΛΥΣΗ ΣΤΟ ΓΡΙΦΟ;

*η αλήθεια είναι πως όχι, αλλά βρήκαμε κάτι πολύ πιο σπουδαίο...*

ΤΗΝ  
—

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ  
—

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ  
—

BCR<sup>2</sup>  
—

# BCR<sup>2</sup>

η επιστημονική μεθοδολογία



## R = Research

Έρευνα αγοράς, στρατηγική και smart goals



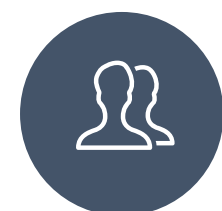
## B = Bring

Ποιοτική επισκεψιμότητα υπό το κατάλληλο frame, αξιοποιώντας τη συνέργεια διαφορετικών μεθόδων



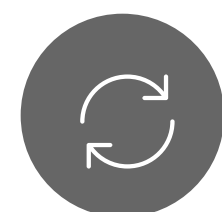
## C = Convert

Το υψηλό conversion rate είναι συνδυασμός καλού traffic, copy, ux/ui, perceived value κ.α.



## R = RETAIN (+Viral)

Είναι σημαντικό οι Πελάτες να είναι πολύ ευχαριστημένοι για να ξανάρθουν και να φέρουν και φίλους



## RRRRR... for REPEAT!

Αναλύουμε, βελτιώνουμε και επαναλαμβάνουμε τη διαδικασία



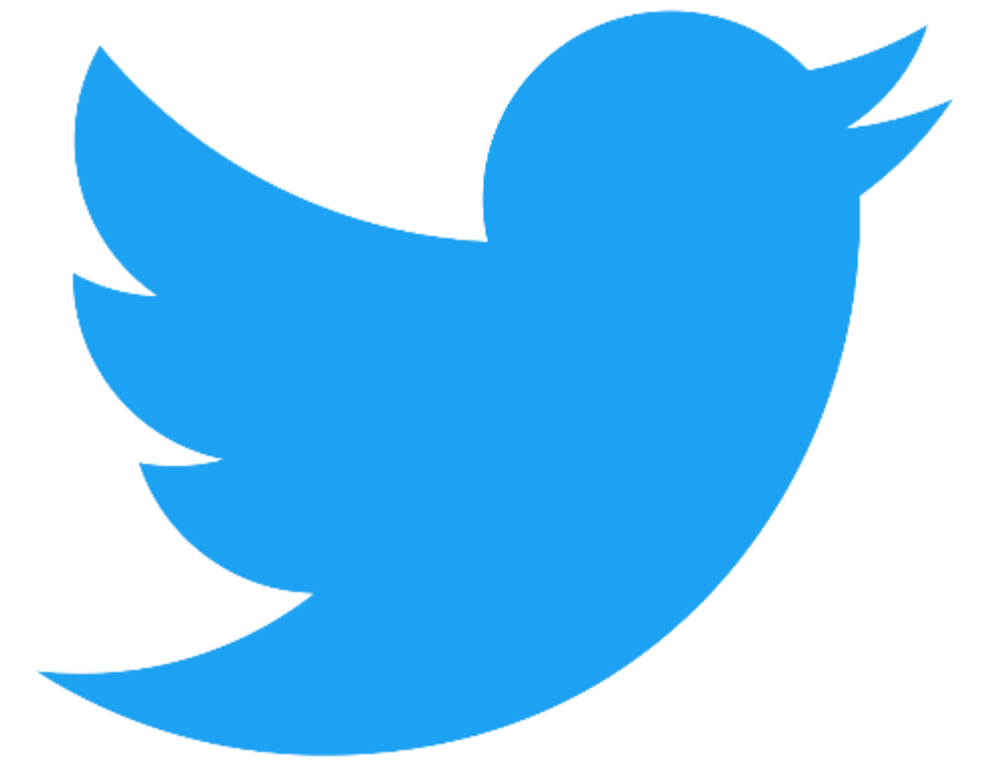


# BRING

Ενδεικτικοί τρόποι αύξησης επισκεψιμότητας

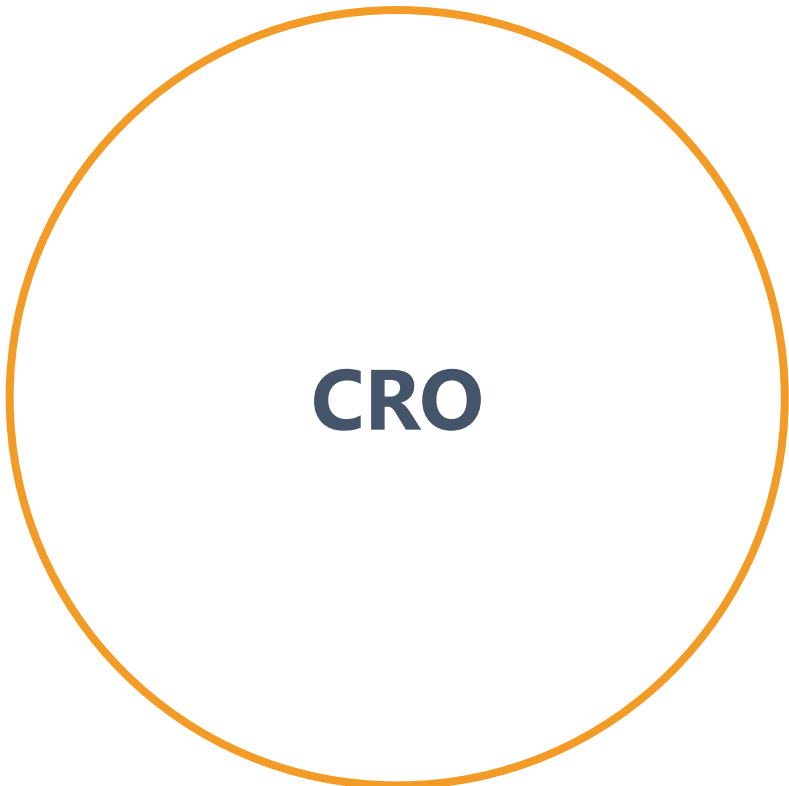


Google AdWords



# CONVERT

Ένα ισχυρό brand, και ποιοτικό pre-qualified traffic βοηθούν



# RETAIN

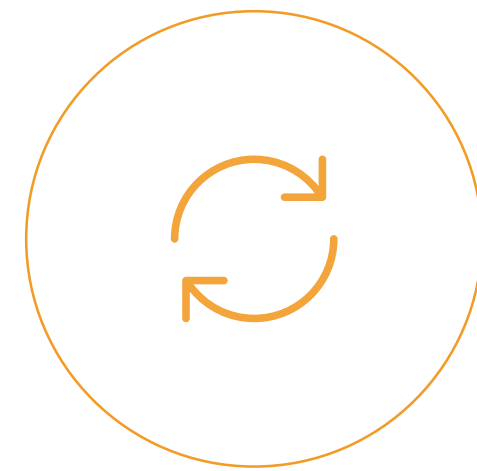
Διατήρηση πελατών και αύξηση WOM



**EMAIL & SMS**



**SOCIAL MEDIA**



**REMARKETING**



**LOYALTY SYSTEMS**



# **GIM**

## **GREEK INTERNET MARKETING**

**DIGITAL MARKETING - E-COMMERCE - CONSULTING**