

The logo features the letters 'SNS' in a large, blue, 3D-style font with a white outline and a gradient. Below the letters, the words 'SOCIAL NETWORK SUPPORT' are written in a smaller, white, outlined font. A pixelated hand cursor is positioned over the final 'S'. The entire logo is centered on a light gray metal plate with four silver screws at the corners.

SNS

SOCIAL NETWORK SUPPORT

[HTTP://PANELSENSOR.COM/TSAKLAS](http://panelsensor.com/tsaklas)

WWW.SNSAGENCY.GR

1

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ SOCIAL MEDIA

ΠΡΩΤΟ ΣΤΑΔΙΟ «ΧΤΙΣΙΜΟ ΣΧΕΣΕΩΝ»

- Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης = Μέσο Κοινωνικοποίησης
Κοινωνικοποίηση μιας εταιρείας είναι η διαδικασία μετάδοσης των ηθών, εθίμων, κανόνων, ιδεολογιών, συνηθειών, αξιών και της αισθητικής της.



- Μέσο για να διατηρεί η εταιρεία τις Δημόσιες Σχέσεις της

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ SOCIAL MEDIA

ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΤΑΔΙΟ «ΧΤΙΣΙΜΟ ΤΗΣ ΜΑΡΚΑΣ»

- Μέσο δημοσιότητας
- Μέσο προώθησης
- Μέσο έρευνας αγοράς
- Μέσο διαφήμισης

ΤΡΙΤΟ ΣΤΑΔΙΟ «ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ»

- Μέσο πώλησης
- Μέσο εξυπηρέτησης πελατών (customer care)

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ SOCIAL MEDIA

Ήδη μιλήσαμε για διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις και προσωπική πώληση

= Το Μείγμα Επικοινωνίας Marketing



- Εργαλείο Υλοποίησης του Marketing Plan που έχει ήδη η εταιρεία

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

1. Θεματολογία/Περιεχόμενο: πρωτίστως ιδεολογία, κανόνες, συνήθειες, αξίες, αισθητική της εταιρείας & δευτερευόντως προϊοντικό.

2. Πρέπει στο fb να δημιουργούμε page (όχι profile ή group) γιατί:

- Μόνο το page έχει εργαλεία διαφήμισης, προώθησης, πώλησης, έρευνας αγορά, εξυπηρέτησης πελατών και μέτρησης αποτελεσματικότητας.
- Το page δεν έχει likers limit,
- τα posts τα βλέπουν οι likers αλλά και οι φίλοι αυτών όταν οι likers κάνουν comment,
- μπορεί να γίνει στα μέτρα της εταιρείας με την κατασκευή apps,
- το βρίσκουν οι μηχανές αναζήτησης,
- τα posts είναι της σελίδας δηλαδή εταιρείας και όχι του admin και
- διαθέτει στατιστικά που μετράνε αποτελεσματικότητα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

3. Χρειάζεται ομάδα ανθρώπων ή εταιρεία outsource με γνώση σε όλα τα παραπάνω, δηλαδή Δ.Σ., Διαφήμιση, Προώθηση, Πώληση, Εξυπηρέτηση Πελατών, Marketing Plan.

&

ΕΡΓΑΛΕΙΑ του page του fb, user interface, κώδικα, web developing και γραφιστική.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

4. Όχι το marketing δεν έχει αλλάξει.

Εξακολουθούμε να μιλάμε όταν σχεδιάζουμε στρατηγική marketing για identity, swot analysis, target, usp και refine (review, measure, refine).

5. Ούτε έχει αλλάξει το μείγμα επικοινωνίας marketing.

Ήδη μιλήσαμε για διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις και προσωπική πώληση.

ΤΙ ΑΛΛΑΖΕΙ;

- Τα Social Media γίνονται το κανάλι για να αποτυπωθούν όλα αυτά και να μεταδοθούν γρηγορότερα, ευκολότερα, οικονομικότερα και σε μεγαλύτερο κοινό αλλά και στοχευμένο κοινό.
- Οι ενέργειες γίνονται βάσει στατιστικών, ώστε να γίνονται ποιοτικά, ποσοτικά και χρονικά όπως πρέπει και έτσι να έχουμε το μέγιστο της απήχησης.
- Μπορούμε σε live-time να κάνουμε την ανασκόπησή μας, τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας και την αναθεώρηση/βελτιστοποίηση.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ

- 1 δισεκατομμύριο χρήστες FB
- 800 εκ. youtube,
- 343 εκ. google+,
- 200 εκ. twitter,
- 200 εκ. LinkedIn,
- 77 εκ. tumblr,
- 75 εκ. flickr και
- 56% (1000 ερωτώμενοι) τσεκάρουν το fb καθημερινά, 12% τσεκάρει το fb κάθε 2 ώρες, 32% τσεκάρει τα sm στη διάρκεια γεύματος, 40% διακόπτει τη δραστηριότητά του για να διαβάσει ένα μήνυμα
- Με τους χρήστες να δαπανούν 405 λ. το μήνα στο fb,
- 89 λ. στο tumblr,
- 89 λ. στο pinterest,
- 21 λ. στο twitter,
- 17 λ. στο LinkedIn και
- 3 λ. στο google+

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ

- 19% είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε ένα αθλητικό γεγονός,
- 45% να βγει ραντεβού,
- 18% να πάει σε ένα γυμναστήριο,
- 75% να ξοδέψει χρήματα για μουσική,
- 44% να δώσει τη γνώμη του για ένα πρόγραμμα στην τηλεόραση,
- 47% να ξοδέψει χρήματα σε ρουχισμό, υποδήματα και αξεσουάρ και
- 26% να δώσει τη γνώμη του για την τρέχουσα πολιτική και κοινωνική κατάσταση
- 78% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί twitter,
- 75% fb, 30% LinkedIn,
- 22% wordpress (blogging),
- 13% flickr και
- 11% tumblr,
- 64% των χρηστών του twitter και
- 51% των χρηστών του fb είναι πιο πιθανό να αγοράσουν τα brands που ακολουθούν
- 50% των χρηστών των sm κάτω των 35 να ακολουθούν τις προϊοντικές/υπηρεσίες συστάσεις των φίλων τους

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ

FACEBOOK ΕΛΛΑΔΑ

4,4εκατ. (1,7mobile)

- **hours / month on facebook = 6h**

TWITTER ΕΛΛΑΔΑ

- **390.000 /300.000 Ενεργοί.**
- **~520.000 tweets / ημέρα.**
- **6 tweets το δευτερόλεπτο.**

ΤΟΣΟ ΚΟΝΤΑ ΤΟΣΟ ΜΑΚΡΙΑ

Αυτό σημαίνει ότι ποτέ ξανά δεν είχαμε:

- **Το κοινό μας τόσο κοντά**
- **Μία τόσο ενεργή κοινότητα**
- **Έγκαιρη και άμεση επαφή με τον καταναλωτή**
- **Τόση διείσδυση τόσο γρήγορα**
- **Χαμηλότερο κόστος**
- **Υψηλότερα επίπεδα απόδοσης**

ΤΟΣΟ ΚΟΝΤΑ ΤΟΣΟ ΜΑΚΡΙΑ

Αν και η πλειονότητα των επιχειρήσεων έχουν υιοθετήσει τα κοινωνικά μέσα, στην ουσία έχουν αντλήσει μόνο ένα μικρό μέρος από τη δυνητική αξία που μπορούν να λάβουν αυτά.

ΤΟΣΟ ΚΟΝΤΑ ΤΟΣΟ ΜΑΚΡΙΑ

Αν το content μας δεν είναι σωστό σε περιεχόμενο και timing, αν αδρανούμε, αν οι ενέργειές μας δεν είναι στοχευμένες, αν η παρουσία μας είναι ελλιπής τότε το κοινό μας είναι τόσο κοντά αλλά τόσο μακριά.

SOCIAL MEDIA

Τι θα πει σωστή χρήση?

FACEBOOK:



- **Brand Launching**
- **Brand building & Engagement**
- **Call to action ενέργειες**

TWITTER



- **News**
- **Customer Service**

LINKEDIN

- **B2B - εύρεση συνεργατών**
- **Job Finder tool**

SOCIAL MEDIA

Δεν κάνουμε misuse

**Μιλάμε μόνο όταν έχουμε κατι να
πούμε.**

Δεν βομβαρδίζουμε!

CUSTOMIZATION

APPLICATIONS - TABS

APPLICATIONS - TABS

- Φόρμα εγγραφής
 - Φόρμα εκδήλωσης ενδιαφέροντος
 - Testimonials
 - Δελτίο παραπόνων.
-
- **SignUp Form (Newsletters)**

APPLICATIONS - TABS

Gamification apps

παιχνίδια που ο χρήστης αλληλεπιδρά με το Brand (π.χ. Lacta)

APPLICATIONS - TABS

- **Landing Page (iframe Apps)**

Tip: Likers Gate ON

(που μπορεί να παραπέμπει ένα ad)

- **Invite your friends app**

APPLICATIONS - TABS

Contest app !

APPLICATIONS - TABS

Contest app !

- Likes
- Mails
- Τηλέφωνα
- Διάδοση εμπορικού σήματος
- Viral

MONITORING

ΠΟΙΟΣ ΚΑΝΕΙ

MONITORING

?

Community Manager

Κάνει
content seeding
&
monitoring

Content Seeding:

Επιμέλεια των Posts, της στρατηγικής και του περιεχομένου, μελέτη στατιστικών.

Monitoring:

Απαντά σε ερωτήσεις σε σύντομο χρόνο, comments (30Min-2h)
μελέτη στατιστικών.

CONTENT IS KING

CONTENT

- Πρέπει να ακολουθεί το Marketing Plan της επιχείρησης. (Launching / Building)
- Δεν ανεβάζουμε ποστ άπλα για να ανεβάσουμε.
- Τι ώρα ποστάρουμε?
- Μελετάμε τα στατιστικά.

ENGAGEMENT

Ποιος είναι ο τελικός στοχος?

ENGAGEMENT

ENGAGEMENT

Είναι ότi κάνειi τους fans να
αλληλεπιδρούν και να
δένονται με τη σελίδα.

**Likes, comments, share, post
to page, check-ins.**

ENGAGEMENT



Daily Page Engagement Rate = $\frac{\text{Likes + Comments + Shares on a given day}}{\text{Total Fans on a given day}} \times 100$



Engagement

=



Reach

EdgeRank

1. Photos vs txt

4x Engagement

2. Videos x10 viral reach

Link - upload

3. Ερωτήσεις - Polls

4. Απαντήσεις σε Ερωτήσεις

5. Like στις Απαντήσεις

Αναφέραμε:

- Φωτογραφίες,
- Videos,
- Ερωτήσεις,
- Απαντήσεις,
- Likes

Φαίνονται απλά, όμως πόσοι από εσάς τα κάνουν σωστά?

ΜΕΤΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΤΙ;

- Μία σελίδα, ένας λογαριασμός και μύριες αλλαγές έπονται σε:
 1. Χρόνο,
 2. Αντίδραση,
 3. Υλικό,
 4. Διαθεσιμότητα,
 5. Δημιουργικότητα,
 6. Ενεργητικότητα,
 7. Προσαρμοστικότητα και
 8. Ευελιξία.

ΜΕΤΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΤΙ;

1. Τεχνολογικές προεκτάσεις/επιδράσεις:

- ανοιχτός κώδικας
- apps
- user interface

ΜΕΤΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΤΙ;

2. Κοινωνικές προεκτάσεις/επιδράσεις είναι:

- Ενδυνάμωση
- Συμμετοχή
- Διαφάνεια
- Δικτύωση
- Συζήτηση
- κοινότητα
- εκδημοκρατικοποίηση/έλεγχος
- προσβασιμότητα
- ανοικτή επικοινωνία και
- διάλογος

ΜΕΤΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΤΙ;

3. Οι οργανικές/εσωτερικές προεκτάσεις/επιδράσεις:

Τα κοινωνικά μέσα μπορούν να εφαρμοστούν από τα περισσότερα τμήματα της επιχείρησης, όπως τα τμήματα:

- έρευνας και ανάπτυξης,
- μάρκετινγκ,
- πωλήσεων,
- εξυπηρέτησης πελατών,
- διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού
κ.α.

ΕΝ ΚΑΤΑΚΛΕΙΔΙ...

Η χρήση των Social Media δεν είναι μία απλή δραστηριότητα και δεν αποτελούν απλώς ένα εργαλείο μάρκετινγκ, αλλά ένα νέο τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Για αυτό το λόγο απαιτούν μια νέα εταιρική κουλτούρα, η οποία με τη σειρά της απαιτεί την ευρεία υποστήριξη από την επιχείρηση, νέα συστήματα και παροχή κινήτρων.

Ωστόσο, τα πιθανά κέρδη για τις επιχειρήσεις από τη χρήση τους είναι σημαντικά.



SNS

SOCIAL NETWORK SUPPORT

[HTTP://PANELSENSOR.COM/TSAKLAS](http://panelsensor.com/tsaklas)

WWW.SNSAGENCY.GR