

# ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ Από τη Θεωρία στην Πράξη

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

### I. ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### II. ΕΝΝΟΙΑ & ΔΟΜΗ ΨΜ

#### 1. ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΚΤ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ 4.0

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 1.1. ΨΜ τι είναι και τι αλλάζει;
- 1.2. Επαναπροσδιορισμός ΨΜ στην ψηφιακή οικονομία 4.0
- 1.3. Τεχνολογία και εργαλεία
- 1.4. Στρατηγική και πρόγραμμα ΨΜ

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

#### 2. ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ Customer Journey

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 2.1. Στρατηγική εμπειρίας του πελάτη- CXstrategy
- 2.2. Χαρτογράφηση κύκλου ζωής του πελάτη - Customer Journey Map
- 2.3. Καθορισμός του προφίλ πελατών (personas) βάσει δεδομένων
- 2.4. Ανάπτυξη νέων προφίλ πελατών
- 2.5. Αναζήτηση ενδιαφερόντων - προτιμήσεων - συμπεριφορών
- 2.6. Online shopping
- 2.7. Mobile shopping
- 2.8. Στάση του πελάτη προς την κοινωνική δικτύωση

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

### III. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΨΜ

#### 3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 3.1.1. Δημιουργία ιστοσελίδας/ ιστοχώρου
- 3.1.2. Στρατηγική content marketing και ανάπτυξη περιεχομένου
- 3.1.3. Σχεδιασμός και ανάπτυξη ιστοσελίδας – UX Web Design & Development
- 3.1.4. Χρήσιμα εργαλεία - Χρήση του WordPress
- 3.1.5. Κριτήρια μέτρησης αποτελεσματικότητας ιστοσελίδας

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

#### 4. ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ SEO

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 4.1. Εισαγωγή
- 4.2. Κατανοώντας τη Βελτιστοποίηση για Μηχανές Αναζήτησης
- 4.3. Σημαντικοί παράγοντες βελτιστοποίησης για τη μηχανή αναζήτησης Google
- 4.4. Ανάλυση λέξεων κλειδιών και συγγραφή περιεχομένου

4.5. Βελτιστοποίηση για μηχανές αναζήτησης ιστοσελίδων βασισμένες στο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου Wordpress

4.6. Μελέτες περίπτωσης *Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## 5. SEARCH MARKETING/ ADVERTISING/ PPC

*Μαθησιακοί στόχοι*

5.1. Πληρωμένη διαφήμιση σε μηχανές αναζήτησης – paid search results – keyword advertising

5.2. Δομή & Διαχείριση καμπάνιας μάρκετινγκ επί πληρωμή σε μηχανές αναζήτησης

5.3. Google AdWords - Βήματα επιτυχίας

5.4. PPC – μοντέλα τιμολόγησης

5.5. Retargeting - Remarketing

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## 6. ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΜΕΣΩΝ & ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

*Μαθησιακοί στόχοι*

6.1. Διαφημίσεις κειμένου (text ads)

6.2. Αναδυόμενες και διάμεσες διαφημίσεις - Pop-ups & Interstitial Ads

6.3. Διαφημίσεις προβολής- Banners / Display ads

6.4. Flash ads & Rich media διαφήμιση

6.5. 3D Visualization

6.6. Διαφημίσεις σε μορφή άρθρου – Advertorials

6.7. Native advertising

6.8. Χορηγίες online sponsorships

6.9. Συνεργατικό Μοντέλο - Affiliate MKT

6.10. Ιογενές Μοντέλο - Viral MKT

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## 7. Email MKT

*Μαθησιακοί στόχοι*

7.1. Στόχοι χρήσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

7.2. Μορφές προβολής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

7.3. Πλεονεκτήματα και Προκλήσεις

7.4. Βήματα διαδικασίας ανάπτυξης e-mail καμπάνιας

7.5. Εργαλεία email marketing

7.6. Μέτρηση αποτελεσματικότητας

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## 8. Video MKT

*Μαθησιακοί στόχοι*

8.1. Στρατηγική περιεχομένου βίντεο

8.2. Βήμα προς βήμα ανάπτυξη

7.3. Προβολή video

8.3. Εργαλεία υποστήριξης

8.4. Πλεονεκτήματα & Προκλήσεις

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## 9. ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΣΗ & ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ

*Μαθησιακοί στόχοι*

9.1. Μέθοδοι προσωποποίησης

9.2. Διαδικασία και τεχνικές

9.3. Οι συστάσεις ως μέσο προβολής

9.4. Αποτελεσματικότητα συστάσεων

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## IV. SOCIAL NETWORKING

### 10. SOCIAL MEDIA MKT

*Μαθησιακοί στόχοι*

10.1. Θεωρητική προσέγγιση των κοινωνικών μέσων

10.2. Το οικοσύστημα των κοινωνικών μέσων - social media landscape

10.3. Τυπολογία κοινωνικών μέσων

10.4. B2C & B2B πλατφόρμες

10.5. Πλατφόρμες – εφαρμογές

10.6. Στρατηγική κοινωνικών μέσων

10.5.1. Προγραμματισμός και ακολουθητέοι στόχοι κοινωνικών μέσων

10.5.2. Συνήθη λάθη

10.5.2. Έλεγχος αποτελεσματικότητας κοινωνικών μέσων

10.7. Online κοινότητες & ομάδες ασκούντων επιρροή (key influencers)

10.8. Μετρήσιμες ενέργειες στα κοινωνικά μέσα - Μετρικές - KPIs

a. Αναλυτική παρουσίαση κάθε πλατφόρμας

b. Μέτρηση Απόδοσης της Επένδυσης (ROI)

10.9. Συγκριτικοί πίνακες μετρικών & εργαλείων κοινωνικών μέσων

a. Αποκλειστικά εργαλεία (του κάθε μέσου)

b. Γενικά εργαλεία (για πολλαπλές πλατφόρμες)

10.10. Τα δεδομένα στα κοινωνικά μέσα

a. Platform data, user data: διασύνδεση δεδομένων

b. Συλλογή, κατηγοριοποίηση

10.11. Οπτικοποίηση κοινωνικών μέσων με γράφους – Gephi

10.12. Ανάλυση προσωπικοτήτων στα κοινωνικά μέσα

a. Εισαγωγή στο behavioral analysis

b. OCEAN model - Μοντέλα Big 5

c. Τρόποι μέτρησης – Εργαλεία- scales

d. Στατιστική ανάλυση μετρήσεων

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες- Ιστοσελίδες*

## V. MOBILE MKT & APPS

### 11. MOBILE MKT /ADVERTISING

*Μαθησιακοί στόχοι*



- 11.1.Εισαγωγή
- 11.2.Εξέλιξη της τεχνολογίας
  - a. Συσκευές και πλατφόρμες
  - b. Εξέλιξη των δικτύων
- 11.3.Παρελθόν, παρόν και μέλλον του Mobile Marketing
  - a.Η προ smartphone εποχή
  - b.2007 η μεγάλη αλλαγή
- 11.4. Στατιστικές μετρήσεις
- 11.5. Κλήσεις και μηνύματα
- 11.6. Αναζήτηση στον Ιστό
  - a.Mobile websitesb.
  - b. Desktop vs Mobile Results
  - c. Mobile SEO
  - d. PPC
  - e. Mobile SEO και PPC: πως μπορούν να χρησιμοποιηθούν ταυτόχρονα
- 11.7. Mobile Applications (Apps)
  - a. Πως μπορεί να παραχθεί κέρδος από μια εφαρμογή
  - b. Δημιουργία μιας εφαρμογής
  - c. Υποβολή στο App store
  - d. App marketing
- 11.8. Social Media Networks & Mobile
- 11.9. Mobile Advertising
  - a. Σκοπός Mobile Διαφήμισης
  - b. App advertising
- 11.10. Επαυξημένη πραγματικότητα - Augmented Reality
  - a. Επίπεδα αποδοχής
  - b.Location-based Services
  - c. Check-ins
- 11.11. QR codes and NFC
- 11.12. Mobile Analytics
- 11.13. Στρατηγική Mobile Marketing και εφαρμογές

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

## **VI. PERFORMANCE MKT – ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΨΜ**

### **12. ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 12.1. Διαδικασία μέτρησης Διαδικτυακής απόδοσης
- 12.2. Μετρικές & Δείκτες διαδικτυακής απόδοσης στο ΨΜ
- 12.3.Αναγνωρισιμότητα, Εμπλοκή
- 12.4. Λογισμικό & εργαλεία στήριξης ανάλυσης – Google analytics
- 12.5. Ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων – big data analytics

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα – Ιστοσελίδες*

### **13. ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 13.1.Διαδικασία και τεχνολογίες συλλογής δεδομένων – πληροφοριών

- 13.2. Πηγές άντλησης πληροφοριών
- 13.3. Πηγές πρόσβασης σε μια ιστοσελίδα
- 13.4. Εργαλεία Ιχνηλάτησης επισκεπτών ιστοσελίδας
  - a. Log File Analysis
  - b. Page Tagging
  - c. Cookies

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

#### **14. ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΠΟΔΟΧΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ & ΘΕΩΡΙΕΣ ΠΡΟΘΕΣΗΣ ΧΡΗΣΗΣ**

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 14.1. Καταγραφή & Παρουσίαση μοντέλων
- 14.2. Συγκριτική αξιολόγηση βάσει κριτηρίων
- 14.3. Εφαρμογές σε μελέτες συμπεριφοράς πελατών απέναντι σε σύγχρονες τεχνολογίες

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

### **VII. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΨΜ**

#### **15. ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΨΜ**

*Μαθησιακοί στόχοι*

- 15.1. AI driven MKT - chatbots
- 15.2. Programmatic marketing / advertising
- 15.3. Νευρομάρκετινγκ/Neuromarketing - eye tracking
- 15.4. Μοντέλο Διαμοιρασμένης Οικονομίας- Sharing Economy Model
- 15.5. Μοντέλο Πληθοπορισμού - Crowdsourcing/ Crowdfunding Model
- 15.6. Μοντέλο Παιχνιδοποίησης – Gamification Model
- 15.7. Ιστοσελίδες σύγκρισης τιμών – Price comparison sites
- 15.8. Διαδίκτυο Πραγμάτων IoT – Internet of Things

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*

#### **16. GDPR ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΣΤΟ ΨΜ**

*Μαθησιακοί στόχοι*

*Ερωτήματα προς συζήτηση*

*Βιβλιογραφικές Αναφορές - Προτεινόμενα Αναγνώσματα - Ιστοσελίδες*