

Digital Marketing

for Wordpress Users

ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟ!

Πως θα βοηθήσετε την ανάπτυξη του
Site σας μέσω του Digital Marketing

Η παρουσίαση πραγματοποιήθηκε Live στις 2 Απριλίου 2016 στο Innovathens, στο Γκάζι.

Η δομή μίας παρουσίασης που σχεδιάζεται για να δημοσιευθεί στο Internet είναι πολύ διαφορετική από μία που έχει σχεδιαστεί να γίνεται ζωντανά. Ένθετα λοιπόν θα βρείτε μερικά επεξηγηματικά σχόλια που ελπίζω να βοηθήσουν στην κατανόηση όσων ειπώθηκαν.

About me

Αλέξανδρος Ξεζώνοτος

- 20ετή εμπειρία στον Ιδιωτικό Τομέα 5 διαφορετικές εταιρίες- 7 διαφορετικές θέσεις
- Σπουδές σε Πληροφορική & Διοίκηση Επιχειρήσεων
- Από το 1983 Πληροφορική
- Από το 1996 online
- Από το 2005 blogger

Unbelt.gr

- Digital Στρατηγική
- Έμφαση σε Μικρομεσαίες εταιρίες & Επαγγελματίες
- Συμβουλές, Νέα, Tips
- Πραγματική ζωή



Blogs

Product Manager Audio, Video, και IT

Δευτέρα, Ιουνίου 16, 2008

HTPC - έπαθα πλάκα!



Με κάλεσε ένας φίλος πρόσφατα να δούμε κάποιον αγώνα του EURO.

Πριν μερικούς μήνες συζητούσαμε τι αξίζει να αγοράσει κανείς αυτή την εποχή από απόψεις Audio / Video εξοπλισμού. Ο φίλος



Blogger



WORDPRESS.COM

Greek ERP market Overview

ΑΡΧΙΚΗ BLOG ΑΡΧΕΙΟ LINKS ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΜΙΝΙ ΓΚΑΛΟΠ ABOUT

Greek ERP Market Overview

UNBELT DIGITAL MARKETING STRATEGIES

Ψάχνετε ERP;

- Τι επι ERP;
- Συχνές Ερωτήσεις – ERP
- Ανάλυση της εικόνας: Οφέλη από την υιοθέτηση ενός ERP συστήματος
- Φακέλα και κρυφό κόστος
- Οργάνωση ομάδας υλοποίησης

ΑΡΧΙΚΗ

Καλώς ήρθατε.

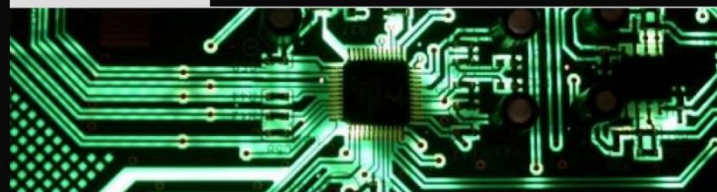
Ενώ είναι κοινή διαπίστωση ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ανάγκη νέες τεχνολογίες, είτε για την ανάπτυξή τους είτε ακόμα και για τις επιβιώσεις τους στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, διαπιστώνεται ότι είτε δεν γνωρίζουν τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από μία τέτοια προώθηση είτε αδυνατούν για την Πληροφορική γενικότερα για την Τεχνολογική τους υποδομή.

Ταυτόχρονα, υπάρχει στην Ελλάδα πολύ μεγαλύτερο ποσοστό πολύ μικρών, μικρών και μεσίων εταιριών σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό των υπολοίπων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (απλώς). Αυτό έχει κάποια συγκεκριμένα πλεονεκτήματα (πρόσβαση σε ποιοτικές υπηρεσίες) αλλά και κατά συνέπεια μειονεκτήματα (όπως έλλειψη



Managed Print Services in Greece

MANAGED PRINT SERVICES NEWS BLOG ARCHIVE ABOUT



UNBELT DIGITAL MARKETING STRATEGIES

Managed Print Services

Καλώς ήρθατε.

Επιλογές

- MPS – Τιμήζει στη δική μου περίπτωση;
- Ταύλα Υποστήριξη ενός έργου Managed Print Services
- Τα «αυστήματα» των MPS
- Η διαδικασία επιλογής συνεργάτη για ένα έργο MPS
- Και πως πληρώνω;
- Παραπομπές
- About
- Follow managed Print Services in Greece

Η κρίση είναι εδώ και τίποτε δεν θα είναι πια το ίδιο. Σε ένα ασφυκτικό οικονομικό περιβάλλον, οποιοσδήποτε τρόπος μπορεί να βοηθήσει στον περιορισμό των εξόδων μιας επιχείρησης, είναι καλοδεχούμενος. Πόσο μάλλον όταν αυτός ο τρόπος δεν επιτρέπει μόνο τον περιορισμό των εξόδων, αλλά παράλληλα προσφέρει και πολλά άλλα πλεονεκτήματα! Δεν είναι τυχαίο, ότι σύμφωνα με μία πρόσφατη έρευνα (2010) του **Phoebus Group** σχετικά με τις **MPS**, μέχρι το 2013, το 50% των εκτυπωμένων σελίδων παγκοσμίως, θα παράγεται μέσα από συστήματα **MPS** (αυτό είναι οι **MPS**!).

Η δουλειά μου, απαιτεί να επισκεπτόμαι επιχειρήσεις και να συνομιλώ με πολλά από τα στελέχη τους. Σε μία από τις πρόσφατες συζητήσεις μου με ένα στέλεχος

UNBELT DIGITAL MARKETING STRATEGIES

Εταιρίες

- CANON
- HP
- IBM
- Lexmark
- Ricoh
- XEROX

Κι αυτά δικά μου:

- Επύλγω ERP
- Unbelt DMS

Χρήσιμα

M
MANAGED
P
PRINT
S

Από το Blog

Αθήνα, 2 Απριλίου 2016

UNBELT DIGITAL MARKETING STRATEGIES

INN VATHENS
powered by SAMSUNG

Λόγια:

...Μερικά από τα Blogs που έφτιαξα.

Όταν ήμουν Brand manager Audio/Video/IT σε μία πολυεθνική, έφτιαξα το “Product Manager Audio/video/IT” στην πλατφόρμα Blogger.

Όταν ασχολήθηκα με τα ERP, έφτιαξα το “Greek ERP Market Overview” (σε Wordpress από δω και πέρα).

Όταν ήμουν presales engineer στον χώρο των Managed Print Services, έφτιαξα το “MPS in Greece”.

Asopos SOS

Asopos SOS
Όταν δεν υπάρχουν καλά νέα για τον Ασωπό, θα τα προκαλούμε εμείς! :)

ΤΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ ΡΥΠΑΙΝΟΥΝ
ΑΣΟΠΟ-ΕΥΒΟΙΟ. ΕΜΕΙΣ ΕΙΣΠΡΑΤΤΟΥΜΕ ΚΑΡΚΙΝΟ
ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΟΧΗ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ-ΚΡΑΤΟΥΣ

ΙΤΑΠ ΧΑΡΤΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΤΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΑ ALBUM ΘΕΛΩ ΝΑ ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΜΑΙ! ASOPOS SOS

Σχετικά με το Asopos SOS

Η δημιουργία του blog Ασωπός SOS ξεκίνησε στις 20 Οκτωβρίου του 2007, έχοντας αφορμή την επί 40 χρόνια συνεχιζόμενη ρύπανση του ποταμού Ασωπού.

Γράφεται από μέλη της συντονιστικής επιτροπής του αγώνα με την συνεισφορά μελών της αλλά και απλών ευαισθητοποιημένων πολιτών.

Ελπίζουμε σύντομα να αναλάβει ο καθένας τις ευθύνες του και να δωθεί λύση στο τεράστιο πρόβλημα που αντιμετωπίζουμε. Ευχόμαστε ότι η δημοσιότητα μέσω αυτού του ιστοχώρου θα βοηθήσει προς αυτή την κατεύθυνση.

ΣΤΑΤΙΚΕΣ ΣΕΛΙΔΕΣ:

Ευχαριστού
you, Mercil
Θέλω να βο
Θέλω να εν
Οι εταιρίες
επιβεβαιωμ
Συλλογή Υπ
τον Ασωπό
Το παρατηρητήριο ΣΚΑΙ
για Ασωπό
Υπόθεσμ Erin Brockovich -

WORDPRESS.COM

18 μήνες



Λόγια:

Αλλά η πιο μεγάλη επιτυχία ήταν το blog Asopos SOS. Είναι ένα blog που δημιουργήθηκε για το πρόβλημα ρύπανσης του Ασωπού ποταμού.

Σε 18 μήνες από την έναρξη του, με κάλεσαν ως... ειδικό (!!) στην Ευρωβουλή στις Βρυξέλλες για να μιλήσω μαζί με ειδικούς επιστήμονες για το πρόβλημα.

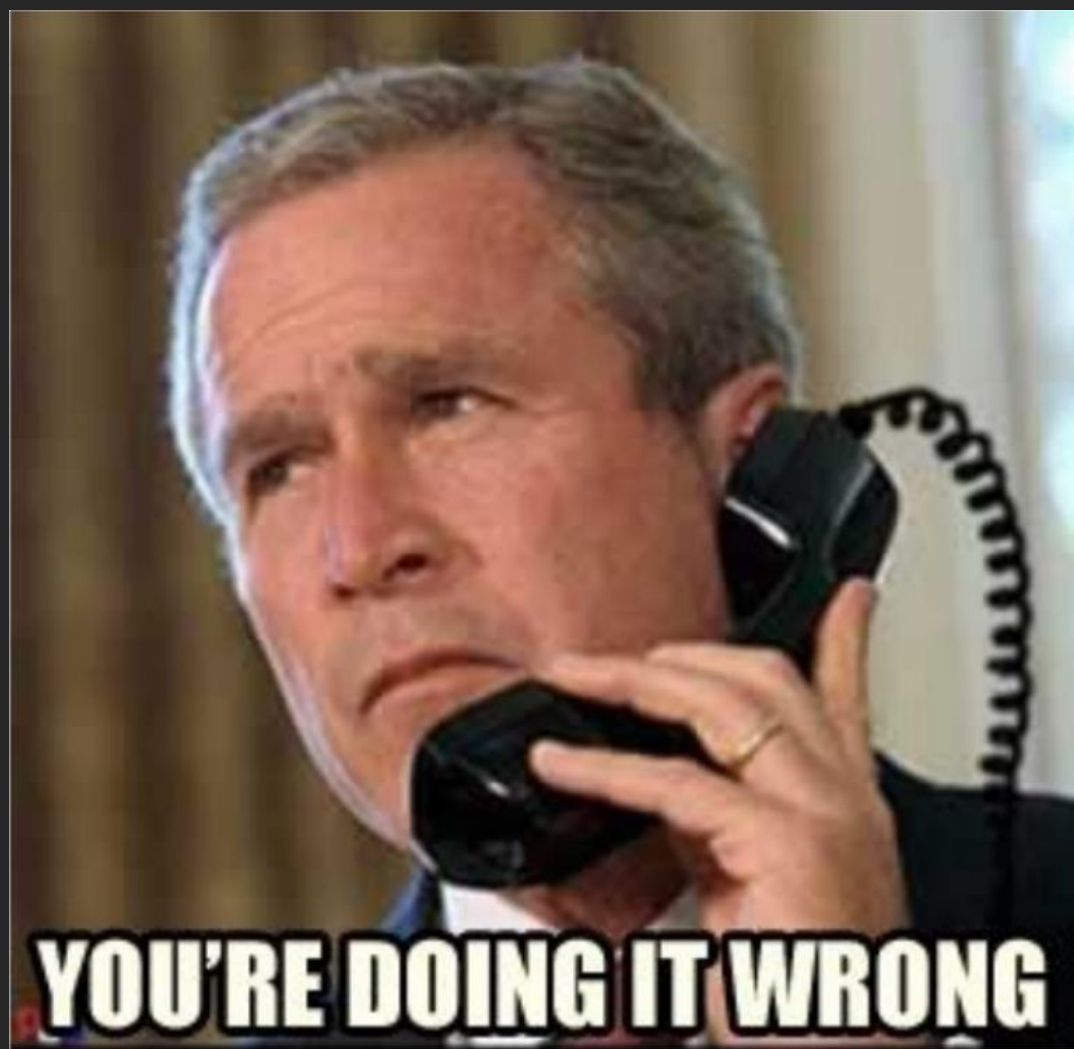
Γιατί μιλάω σήμερα;

Πέφτω συνεχώς πάνω σε sites που:

- Δεν ανανεώνονται ποτέ
- Δεν έχουν analytics
- Δεν έχουν ξεκάθαρο στόχο
- Δεν προσφέρουν κανένα όφελος στον επισκέπτη
- Δεν έχουν ξεκάθαρη θεματολογία

Ταυτόχρονα μιλάω με επαγγελματίες που:

- Είναι συνήθως ημιμαθείς ή/και κακώς πληροφορημένοι
- Είναι «ταλαιπωρημένοι» και «καμένοι»
- Είναι πεπεισμένοι ότι το Internet ΔΕΝ μπορεί να αποδώσει για αυτούς κι άρα
- Τα θέλουν όλα δωρεάν



Εσείς γιατί είστε εδώ σήμερα;

- A. Προσωπική/επαγγελματική έκφραση και επικοινωνία – Image – Personal Branding
- B. Να πουλάω Προϊόντα ή/και Υπηρεσίες
- C. Να εισπράττω από Διαφημίσεις ή Affiliate Marketing
- D. Να προωθήσω έναν Στόχο (π.χ. Asopos SOS)
- E. Για να βρω ή να βελτιώσω την Εργασία μου

A. Θεωρία

(λίγη)

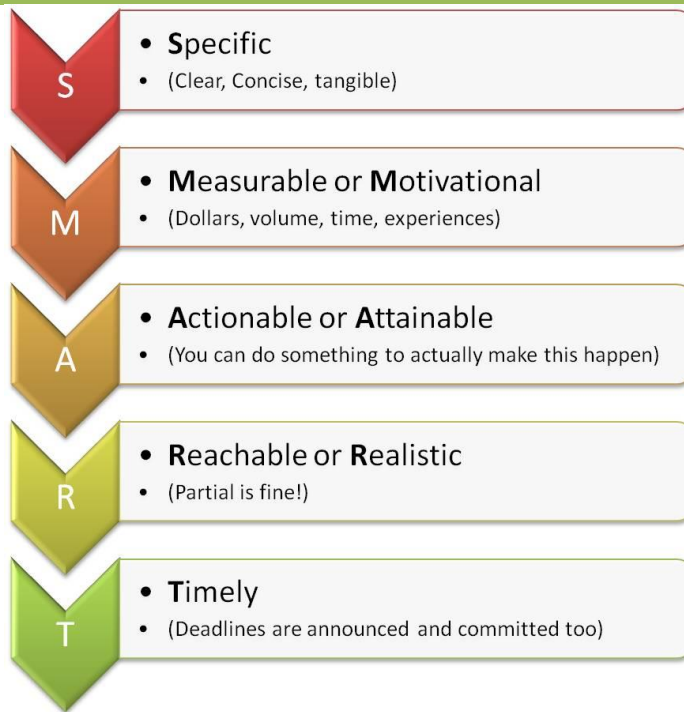
Marketing in a nutshell.



Στόχοι



Πρέπει να υπάρχουν



Λόγια:

Πρέπει να έχετε στόχους.

Κατ' αρχάς να ορίσετε τον βασικό στόχο του Wordpress site σας και κάθε ενέργεια που κάνετε πρέπει να συμβάλει στην επίτευξη αυτού του στόχου.

Πρέπει επίσης να ορίζετε δευτερεύοντες στόχους που πρέπει να είναι S.M.A.R.T.

Market Segmentation



Κριτήρια:

- Γεωγραφικά
- Δημογραφικά
- Συμπεριφοράς
- Οικονομικά
- Ψυχογραφικά

Περσόνες

EDMUNDO
RODRIGUEZ

26
YEARS OLD

Common titles

Insurance Agent
Insurance Broker
Junior Producer

Validations

Collateral materials
Training
Seminars



4
YEARS
In the industry

3 KEY MOTIVATORS



Breadwinner



Enjoys customer interaction



Needs to build his client portfolio



RESPONSIBILITIES

Reach a minimum yearly sales target for new business (30% commission on new business)

VERTICALS

Small Business
(up to \$5M in revenue)

COMPANY SIZE

Medium size privately owned broker servicing Southern California

Profile Overview

Ed started working as a trainee for a Los Angeles area broker four years ago. He later became an account executive for one of the agency's main producers and recently started his new sales focused role as an insurance agent/junior producer. His clients are mainly small and medium sized businesses but he also serves the personal needs of the business owners and their families. Although Ed participated in extensive insurance training, he is always eager to learn more.

PAIN POINTS

As a junior sales person Ed still receives a large fixed compensation component (\$50K) compared to his commission/variable earnings (\$15K) but this will change in the next years. He needs to aggressively build a client portfolio since his future income will be mainly commission based.



WHAT IS ED...

DOING



Building a network
Answering client questions, promoting his knowledge
Social media as an agent
Balancing work and family

SEEING



Other successful peers and business owners and he wants to follow them

SAYING



Explaining to clients why he is not a commodity
Explaining his value
Buy my products

HEARING



Wife: Where is the money? Here are the bills
Customers: Insurance is pricey. Needs to build insurance knowledge.

THINKING



I need to build my client portfolio
How to sell more and sell faster

Reach a break even point or go back to service job

- Ηλικία
- Συνήθειες
- Εισόδημα
- Προβλήματα (που θα λύσεις)
- Συμπεριφορές
- Άλλα χαρακτηριστικά

Πηγή: <http://www.lizhidalgo.com/>

Λόγια:

Μία χρήσιμη έννοια είναι η δημιουργία «περσόνας» για να σας βοηθήσει να καλύψετε την ανάγκη του κοινού σας.

Αν στο προηγούμενο slide μιλήσαμε για «κοινό», το κοινό αυτό μπορεί να αποτελείται από εταιρίες.

Αλλά ακόμη και σε εταιρία, υπάρχει τελικά ένας άνθρωπος που θα αποφασίσει και θα «υπογράψει» την συμφωνία.

Πρέπει να καλύψετε τις ανάγκες και της επιχείρησης αλλά και του φυσικού προσώπου.

Αλλά θέλει προσοχή!

AUDIENCE PERSONAS VS BUYER PERSONAS



BUYER PERSONA



AUDIENCE PERSONA

There are variety of persona types, but the most important distinction to make in the marketing context is the distinction between those that are actively looking to buy your product (buyer personas) and those that are just interested in consuming your content. There is often overlap between the two, but they should be treated differently.



iPULLRANK

@iPullRank

Λόγια:

Μερικές φορές το κοινό σας είναι εντελώς διαφορετικό από την αγορά στόχο σας.

Για παράδειγμα, ένα photo blog απευθύνεται στο ευρύ κοινό της φωτογραφίας, αλλά περιμένει να πληρωθεί από εταιρίες φωτογραφικών μηχανών (π.χ. αντιπροσωπείες).

Σε αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να ικανοποιήσετε και τις δύο περσόνες.

4Ps (+3Ps for Services Marketing)



Ανταγωνισμός



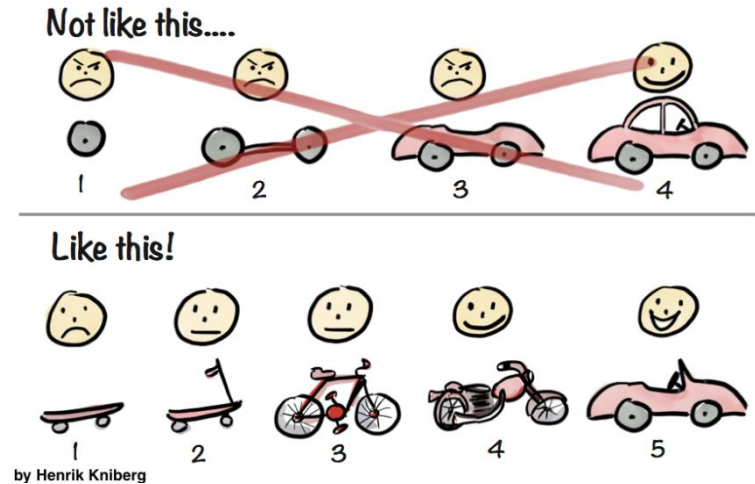
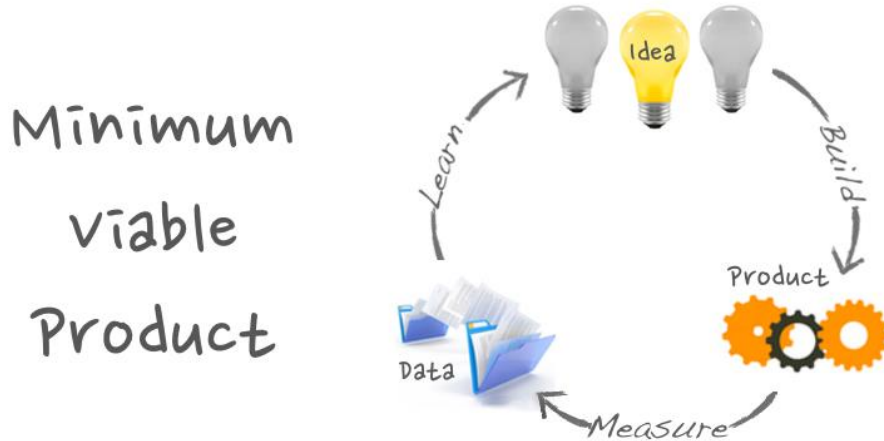
Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα



B. Πρακτικές

Minimum Viable Product

Μία Ιδέα ΔΕΝ είναι αρκετή. Χρειάζεται Προϊόν.



Πηγή: www.leanstartupcircle.com

Πηγή: blog.deming.org

Λόγια:

Ένα concept που θα πρέπει να ξέρετε είναι το MVP.

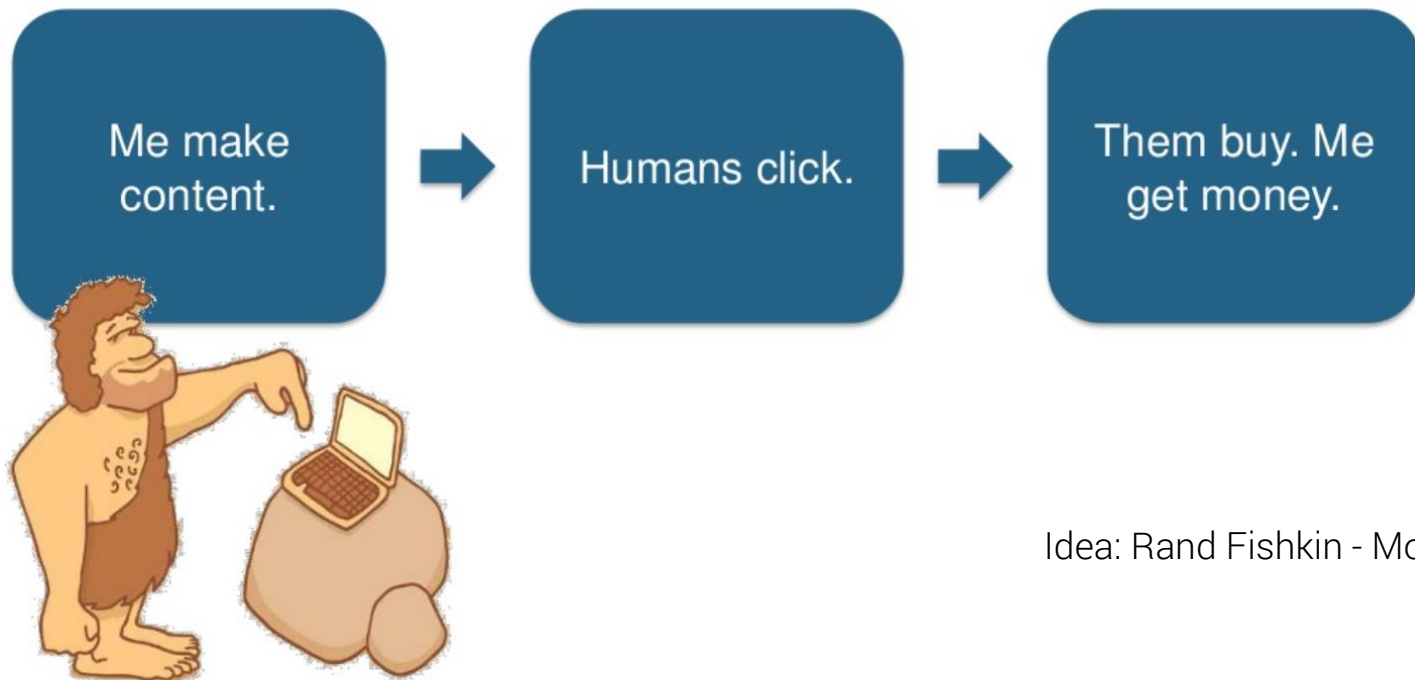
Δεν χρειάζεται να περιμένετε να βγάλετε το τέλειο προϊόν.

Αρχίστε από κάτι γρήγορο, που επιτυγχάνει όμως έναν στόχο (π.χ. να σε πηγαίνει από ένα σημείο A σε ένα σημείο B), βγάλε το στον αέρα, και ρώτα τους πελάτες σου.

Συνέχισε να ρωτάς, συνέχισε να βελτιώνεις.

Μην καθυστερείς!

Είναι έτσι; Πολλοί αυτό πιστεύουν!



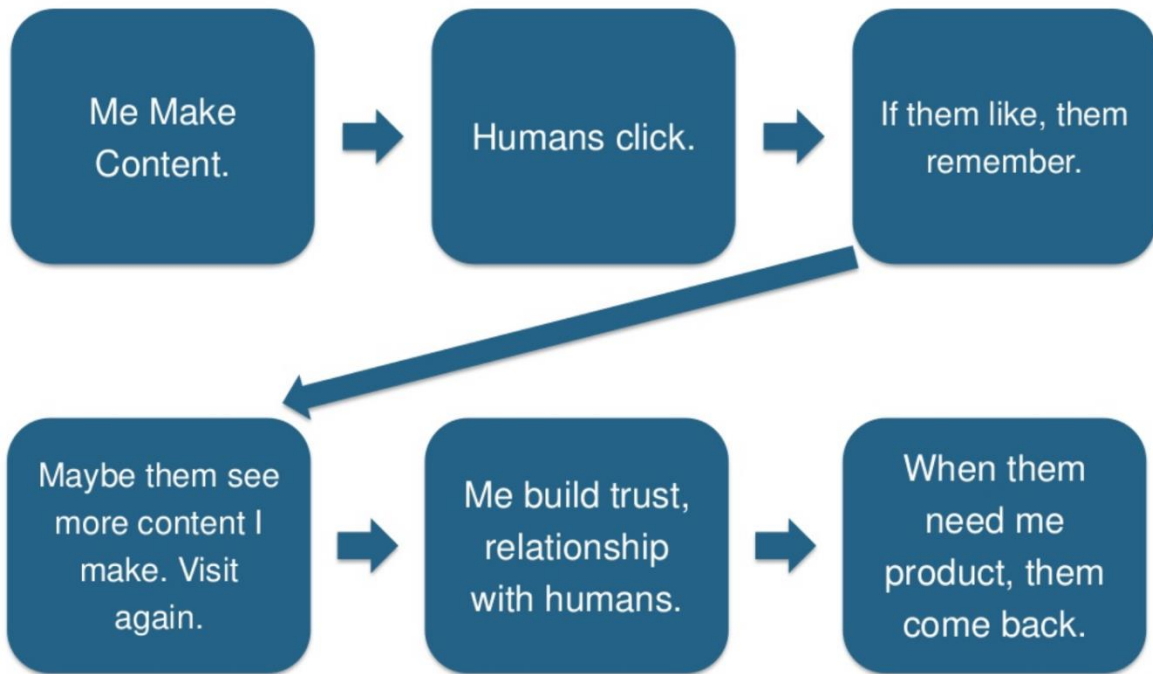
Idea: Rand Fishkin - Moz Team

**SO FOR OUR FIRST DATE, I WAS
THINKING WE COULD**

**FIGURE OUT NAMES FOR OUR
CHILDREN**



Ή μήπως είναι έτσι:



Idea: Rand Fishkin - Moz Team

SUCCESS



WHAT PEOPLE THINK
IT LOOKS LIKE

SUCCESS



WHAT IT REALLY
LOOKS LIKE

Πηγές και βασικό Site



- Στο δικό σου site μπορείς να κάνεις **ό,τι θέλεις**
- Είναι το ΜΟΝΟ μέσο που σου ανήκει
- Ανεξάρτητα από την παρουσία σου σε άλλα μέσα, πρέπει να **επιδιώκεις να τους φέρνεις στο ιδιόκτητο site σου**

Μέτρα τα πάντα

Google Analytics Solutions



- Όγκος
- Χρόνος
- Συμπεριφορά
- Δημογραφικά
- Πηγές
- Τάσεις
- Και πολλά άλλα

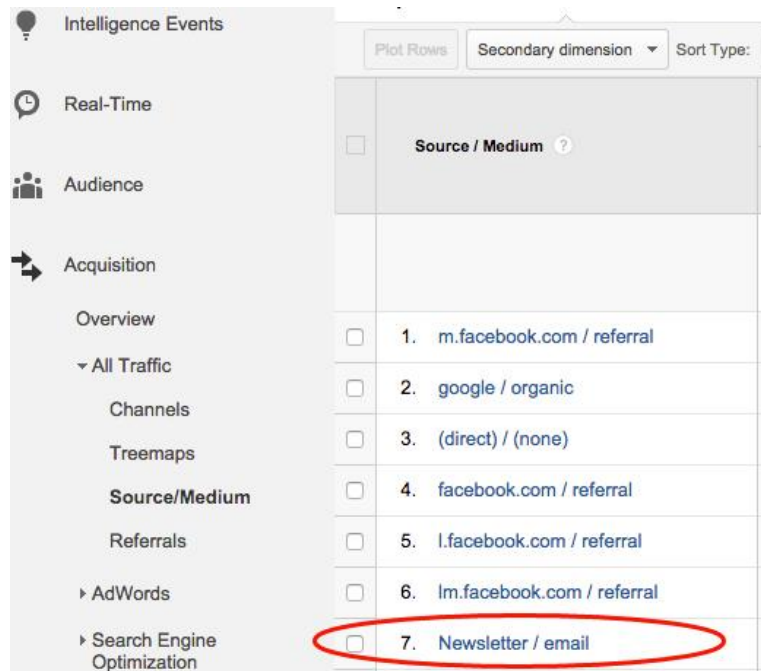
Λόγια:

Δεν πρέπει να υπάρχει site χωρίς Analytics!

ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΤΡΑΣ ΚΑΙ ΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΕΙΣ ΚΑΘΕ ΣΟΥ ΕΝΕΡΓΕΙΑ.

ΕΤΣΙ ΘΑ ΞΕΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΩΣΕΙΣ ΕΜΦΑΣΗ ΤΙ ΝΑ ΣΥΝΕΧΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙ ΝΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΕΙΣ.

Tag-άρισε τα πάντα



Intelligence Events

Real-Time

Audience

Acquisition

Overview

▼ All Traffic

Channels

Treemaps

Source/Medium

Referrals

► AdWords

► Search Engine Optimization

Plot Rows Secondary dimension Sort Type:

☐	Source / Medium ?
☐	1. m.facebook.com / referral
☐	2. google / organic
☐	3. (direct) / (none)
☐	4. facebook.com / referral
☐	5. l.facebook.com / referral
☐	6. lm.facebook.com / referral
☐	7. Newsletter / email

Σημείωσέ το:

goo.gl/ayoe9i

Tag Builder

Copy of Google Analytics Campaign Tagging Tool							
File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help GA TagBuilder Last edit was 1 day ago							
*required							
A	B	C	D	E	F	G	H
required	required	required	required	required	required	required	required
DESTINATION URL	CAMPAIGN NAME	TRAFFIC SOURCE	MEDIUM	KEYWORD	CONTENT	TAGGED URL	MINIFIED URL
www.unbelt.gr	Article-promotion	Blog	Blog-Comment			http://www.unbelt.gr/?utm_campaign=Article-promotion&utm_source=Blog&utm_medium=Blog-Comment	http://goo.gl/vWvhw
-	Generic	CV	CV-links			http://?utm_campaign=Generic&utm_source=CV&utm_medium=CV-links	#ERROR
-	NL-Subscriptions	Document	Document-Link			http://?utm_campaign=NL-Subscriptions&utm_source=Document&utm_medium=Document-Link	#ERROR
-	Unbelt-Awareness	Email	Email-link			http://?utm_campaign=Unbelt-Awareness&utm_source=Email&utm_medium=Email-link	#ERROR
-	DMTools	Facebook	Email-Newsletter			http://?utm_campaign=DMTools&utm_source=Facebook&utm_medium=Email-Newsletter	#ERROR
-	Offer	Facebook-Ad	Email-normal-comm			http://?utm_campaign=Offer&utm_source=Facebook-Ad&utm_medium=Email-normal-comm	#ERROR
-	NasDoors	Forum	Email-signature			http://?utm_campaign=NasDoors&utm_source=Forum&utm_medium=Email-signature	#ERROR
-	Sales	Google-plus	Email-special-offer			http://?utm_campaign=Sales&utm_source=Google-plus&utm_medium=Email-special-offer	#ERROR
-	-	LinkedIn	FB-image-post			http://?utm_campaign=&utm_source=LinkedIn&utm_medium=FB-image-post	#ERROR
-	-	Mobile	FB-link-post			http://?utm_campaign=&utm_source=Mobile&utm_medium=FB-link-post	#ERROR
-	-	Offer	FB-text-post			...Thinking	#ERROR
-	-	Pinterest	Forum-post			http://?utm_campaign=&utm_source=Pinterest&utm_medium=Forum-post	#ERROR
-	-	Presentation	Forum-signature			http://?utm_campaign=&utm_source=Presentation&utm_medium=Forum-signature	#ERROR
-	-	Slideshare	Google-plus-post			http://?utm_campaign=&utm_source=Slideshare&utm_medium=Google-plus-post	#ERROR
-	-	Twitter	Li-post			http://?utm_campaign=&utm_source=Twitter&utm_medium=Li-post	#ERROR
-	-	-	Li-update			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Li-update	#ERROR
-	-	-	Offer-links			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Offer-links	#ERROR
-	-	-	Presentation-link			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Presentation-link	#ERROR
-	-	-	SMS			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=SMS	#ERROR
-	-	-	Tweet			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Tweet	#ERROR
-	-	-	Tweet-hot			http://?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Tweet-hot	#ERROR
www.nasco.gr	xo	xo	head-link			http://www.nasco.gr/?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=head-link	http://goo.gl/R4w7g
http://www.nasco.gr/%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%	xo	xo	text-link-diki			http://www.nasco.gr/%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%AE%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%B1%CE%AF%CE%BD%CE%BF%CE%BA%	http://goo.gl/AEJMsz
http://www.nasco.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BA%	xo	xo	text-link-kouzina			http://www.nasco.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%B1%CE%AF%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%B7%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BA%	http://goo.gl/arr4bp
http://www.nasco.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BA%	xo	xo	text-link-mpiano			http://www.nasco.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%B1%CE%AF%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%B7%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BA%	http://goo.gl/H4Zn
http://www.nasco.gr/blog-2	xo	xo	text-link-blog			http://www.nasco.gr/blog-2/?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Text-link-blog	http://goo.gl/TBICd
http://www.nasco.gr/about-us	xo	xo	text-link-shop			http://www.nasco.gr/about-us/?utm_campaign=&utm_source=&utm_medium=Text-link-shop	http://goo.gl/2W4Ls
http://www.unbelt.gr/safety-doors-liv	NasDoors	Facebook	FB-image-post			http://www.unbelt.gr/safety-doors-liv/?utm_campaign=NasDoors&utm_source=Facebook&utm_medium=FB-image-post	http://goo.gl/DF28FL
http://www.unbelt.gr/case-study-nasco	Article-promotion	LinkedIn	Li-post			http://www.unbelt.gr/case-study-nasco/?utm_campaign=Article-promotion&utm_source=LinkedIn&utm_medium=Li-post	http://goo.gl/4Kd2i
http://www.unbelt.gr/case-study-nasco	Sales	Email	hcs			http://www.unbelt.gr/case-study-nasco/?utm_campaign=Sales&utm_source=Email&utm_medium=hcs	http://goo.gl/8Ie9f
http://www.nasco.gr	Sales	Unbelt	hcs			http://www.nasco.gr/?utm_campaign=Sales&utm_source=Unbelt&utm_medium=hcs	http://goo.gl/PPD22
http://www.unbelt.gr/case-study-nasco	Sales	Facebook	face			http://www.unbelt.gr/case-study-nasco/?utm_campaign=Sales&utm_source=Facebook&utm_medium=face	http://goo.gl/7VRB6
http://www.unbelt.gr/case-study-nasco	Sales	Email	ifeme			http://www.unbelt.gr/case-study-nasco/?utm_campaign=Sales&utm_source=Email&utm_medium=ifeme	http://goo.gl/RQCVZ
http://www.unbelt.gr/procol-episkepsimottai-oli-topi-stochefis	Article-promotion	LinkedIn	Li-post			http://www.unbelt.gr/procol-episkepsimottai-oli-topi-stochefis&utm_source=LinkedIn&utm_medium=Li-post	http://goo.gl/4DwU2
http://www.unbelt.gr/unbelt	Article-promotion	LinkedIn	Li-post			http://www.unbelt.gr/unbelt/?utm_campaign=Article-promotion&utm_source=LinkedIn&utm_medium=Li-post	http://goo.gl/FIBG2
http://www.unbelt.gr/enolithi-ai-theia-digital-marketing	Article-promotion	LinkedIn	Li-post			http://www.unbelt.gr/enolithi-ai-theia-digital-marketing/?utm_campaign=Article-promotion&utm_source=LinkedIn&utm_medium=Li-post	http://goo.gl/3G32
http://www.unbelt.gr/procol-episkepsimottai-oli-topi-stochefis	Article-promotion	Email	Email-signature			http://www.unbelt.gr/procol-episkepsimottai-oli-topi-stochefis&utm_source=Email&utm_medium=Email-signature	http://goo.gl/24v3C6
http://www.unbelt.gr/digital-marketing-roadmap	Article-promotion	Email	Email-signature			http://www.unbelt.gr/digital-marketing-roadmap/?utm_campaign=Article-promotion&utm_source=Email&utm_medium=Email-signature	http://goo.gl/NP1i8

Skyscraper Technique (ή Σεντόνια)

The SkyScraper Technique by Brian Dean



- Αν γράψεις το καλύτερο άρθρο που υπάρχει για κάτι, θα ανέβεις ψηλά στα αποτελέσματα της Google
- Το δοκίμασα
- Άρθρο 4.600 λέξεων, 8^η θέση σε 3 μέρες.

(Αφορά στην στόχευση κοινού στην online διαφήμιση και το έγγραφα διότι έχω βαρεθεί να μου λένε διάφοροι επιχειρηματίες ότι έκαναν «boost post» στο facebook και περιμένουν να δουν αποτελέσματα)

Σκέψου ανάπτυδα

Αρχή

- Γεια σας. Είμαι από την Unbelt DMS.
- Κάνουμε Digital Marketing. Είμαστε καλοί. ☺

Μέση

- Το Digital Marketing κερδίζει μερίδιο στην διαφημιστική πίτα χρόνο με τον χρόνο. Είναι το Μέλλον στην προώθηση και την διαφήμιση!
- Με το Digital Marketing η εταιρία **MIESENS** πέτυχε άνοδο πωλήσεων 40%

Τέλος

- Το Digital Marketing είναι αποδοτικό σε εταιρίες σαν την δική σας.
- Άκουσα την διαφήμισή σας στο ραδιόφωνο. Είναι αποδοτική; Γιατί να μην δοκιμάσετε κάτι διαφορετικό;

Πηγή ιδέας: Σεμινάριο Google Adwords από την εταιρία Κραταιόν Συμβουλευτική

Λόγια:

Διάβασέ το από πάνω προς τα κάτω και μετά από κάτω προς τα πάνω.

Παρότι είπες τα ίδια, στην μία περίπτωση λύσεις το δικό σου πρόβλημα, ενώ στην άλλη περίπτωση το πρόβλημα του πελάτη σου.

ΠΡΕΠΕΙ να λύνεις το πρόβλημα του πελάτη σου!

Αλλά και:

Αρχή

- Θα στοχεύσω Δικηγόρους. Καλή αγορά φαίνεται και νομίζω ότι το 'χω.

Μέση

- Τι χαρακτηριστικά έχουν;

Τέλος

- Ποιο εργαλείο Digital Marketing θα ταιριάζει;

Αρχή

- Ω! Έβγαλε νέο εργαλείο στόχευσης η Google!

Μέση

- Τι χαρακτηριστικά έχει; Τι καινούριο προσφέρει;

Τέλος

- Όπα! Αυτό ταιριάζει γάντι στους Δικηγόρους!

Πηγή ιδέας: Δικό μου ☺

Underpromise - Overdeliver



Διευκόλυνέ τους

Προφίλ online Έκδοσης

Το διαδίκτυο αποτελεί πλέον έναν προνομιακό χώρο για τη Ναυτεμπορική, καθώς το naftemporiki.gr - το δημοφιλέστερο στο είδος του - είναι συνώνυμο της ηλεκτρονικής ενημέρωσης. Η ιστοσελίδα συμπληρώνει την αποστολή και αποτελεσματικότητα της εφημερίδας στις αγορές, προσθέτοντας ταυτόχρονα νέους πιστούς αναγνώστες, ιδιαίτερα στις δυναμικές και δημιουργικές ηλικίες.



Η πρώτη εμφάνιση της Ναυτεμπορικής στο διαδίκτυο έγινε το 1996 και ήταν μία καινοτόμος προσπάθεια στον τομέα της ηλεκτρονικής ενημέρωσης. Οι χρηστικές και καλαίσθητες ιστοσελίδες, ειδικά σχεδιασμένες για άμεση και αποτελεσματική ενημέρωση, ανέδειξαν το naftemporiki.gr στην πρώτη θέση -βάσει επισκεψιμότητας- των sites οικονομικού περιεχομένου και στις πρώτες θέσεις των ελληνικών δικτυακών τόπων. Η επιτυχία επισφραγίστηκε με τέσσερα Web Awards 2000, δύο Βραβεία ERMIS Awards το 2002 και άλλο ένα το 2007.

Το naftemporiki.gr, με στόχο πάντα την έγκυρη, άμεση και αντικειμενική ενημέρωση, διευρύνει συνεχώς τις δυνατότητες σας για πληροφόρηση. Ήδη από το 2003 το naftemporiki.gr παρθεί κατ' αποκλειστικότητα στους συνδρομητές της εφημερίδας "Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ" τα Premium Services (http://www.naftemporiki.gr/mediakit/pr_arxelo.asp) σειρά ηλεκτρονικών υπηρεσιών που σκοπό έχουν να σας δώσουν πρόσβαση σε ένα πλήθος σημαντικών και εξειδικευμένων πληροφοριών.

Στο naftemporiki.gr οι ειδήσεις δεν διαβάζονται μόνο, αλλά, επιπλέον, ακούγονται και βλέπονται. Ο εκουχρονισμός του site με την εισαγωγή των πολυμέσων στην καθημερινή ενημέρωση, σας δίνει τη δυνατότητα να έχετε μια πιο πλήρη και πραγματική εικόνα των εξελίξεων. Με τις 5 νέες Υπηρεσίες Πολυμέσων (Podcasts, Εικονοσκόπιο, Audionews, Βιντεοσκόπιο, Infographics) η ενημέρωση γίνεται ακόμα πιο εύκολα.

Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες μετρήσεις, το naftemporiki.gr δέχεται ημερησίως περισσότερες από 100.000 επισκέψεις, 20.000.000 page views καθώς και 850.000 μοναδικές επισκέπτες μηνιαίως.

Στατιστικά Επισκεψιμότητας

Ιανουάριος - Μάρτιος Απρίλιος - Ιούνιος Ιούλιος - Σεπτέμβριος Οκτώβριος - Δεκέμβριος

Περίοδος 2015				
		Ιούλιος 2015	Αύγουστος 2015	Σεπτέμβριος 2015
Page Views	Page Views	35.161.738	22.556.036	24.889.185
	Average per day	1.134.250	727.614	829.640
Visits	Visits	7.786.316	5.028.862	5.301.397
	Average per day	251.171	162.221	176.713
	Average visit length	-	-	-
Visitors	Unique visitors	2.235.223	1.441.589	1.674.759

Ενδεικτικό Πελατολόγιο

Κινητή Τηλεφωνία

- Cosmote
- Q-Telecom
- Wind
- Vodafone

Σταθερή Τηλεφωνία

- Forthnet
- Telas
- Vivodi

Εταιρικές Κινητών Τηλεφώνων

- Nokia
- Siemens
- Sony Ericsson

Φωτογραφικές Μηχανές

- Canon
- Kodak

Αεροπορικές Εταιρείες

Τράπεζες

- Εθνική
- Εμπορική
- Τράπεζα Πειραιώς
- Alpha Bank
- Barclays Bank
- Citibank
- Eurobank
- Τράπεζα Κύπρου
- Attica Bank
- Millennium Bank
- Saxo Bank

Εταιρείες Πληροφορικής

- Cisco
- Compaq
- Hewlett Packard
- IBM
- Infoquest
- Microsoft
- Oracle
- SAP

Προφίλ Χρηστών

ΦΥΛΟ	
ΑΝΤΡΕΣ	75,7%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	24,3%
ΗΛΙΚΙΑ	
έως 18	2,1%
19-24	6,7%
25-34	26,7%
35-44	30,7%
45-54	20,7%
άνω των 55	13,2%
ΜΟΡΦΩΣΗ	
Κάτοχος Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού τίτλου	24,6%
Ανώτατη Μόρφωση / Ανώτερη Μόρφωση	53,8%
Μέση	17,5%
Κατώτερη / Κατώτατη	4,1%
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	
Στέλεχος επιχείρησης	10%
Ελεύθερος επαγγελματίας / Εποικειρματίας	29,4%
Ιδιωτικός υπάλληλος	24,7%
Δημόσιος υπάλληλος	11,4%
Διάφορα	7,4%

EU



As of 1 January 2015, the
population of the EU is
about

508,2 million people.

"Eurostat - Population on 1 January 2015"

Λόγια:

Γιατί να περιοριστείς στην κάτω δεξιά γωνία, όταν μπορείς να επεκταθείς και να απευθυνθείς σε μία αγορά 50 φορές μεγαλύτερη;

Μα δεν...



Outsource – Cooperate



- Κανείς δεν τα ξέρει όλα
- Ο χρόνος είναι χρήμα
- United we stand, divided we fall

Γ. Εργαλεία

Google Analytics

author:"Dan Stone, GA Team"

All Solutions SEARCH TERM: author:"Dan Stone, GA Team" X

Type: Remarketing list X

Sort by

- ☒ Most popular
- ☐ Latest
- ☐ Highest rating

Filter by ranking

1 2 3 4 5

☒ Show unrated

Filter by category

- ☒ Show all categories
- ☐ Acquisition
- ☐ Analytics Academy
- ☐ Branding
- ☐ Campaign
- ☐ Conversion
- ☐ Display Advertising
- ☐ Ecommerce
- ☐ Engagement
- ☐ Enhanced Ecommerce
- ☐ Lead Generation
- ☐ Mobile
- ☐ Organic Search

[Engagement Pack] Core Remarketing Lists

By Dan Stone, GA Team Jul 17, 2014

★★★★★ (26) 9,676

Start supercharging your remarketing with the power and precision of Remarketing with Google Analytics. This core set of 20 lists is based around user engagement and allows you to re-engage differently with your users based on important behaviors like rece...

[Import](#)

[Ecommerce Pack] Intermediate Remarketing Lists

By Dan Stone, GA Team Jul 17, 2014

★★★★★ (7) 2,382

Expansion set of 7 remarketing lists to help you identify your loyal customers and re-engage with them differently. Based on total purchase amount and number of purchases across multiple sessions, using 540 day membership duration. Custom combo with the [E...

[Import](#)

[Channels Pack] Intermediate Remarketing Lists

By Dan Stone, GA Team Jul 17, 2014

★★★★★ (3) 1,146

[Go to Gallery](#) [Close](#)

- Το βασικό εργαλείο για να μετράς την αποτελεσματικότητα
- Σύνδεσέ το με τα Webmaster Tools (Search Console)
- Και με το Google Adwords
- Ενεργοποίησε τις Advanced λειτουργίες
- Πρόσθεσε τις δωρεάν έτοιμες Remarketing Audiences από το Gallery

Google Alerts

Google Προειδοποιήσεις

digital marketing

Καθημερινή ενημέρωση · 26 Μαρτίου 2016

ΙΣΤΟΣ

Τί είναι το **Digital Marketing** και γιατί είναι χρήσιμο για κάθε εταιρία

Ειδησεις για την παιδεία - Xenosglosses.eu

By Ifakas To Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο, γνωστό ως **Digital Marketing**, είναι η διαδικασία προώθησης των προϊόντων ή ενός Brand μέσω ενός ή ...

 Επισήμανση ως μη σχετικό

Έρευνα αποκωδικοποιεί το πρόσωπο επιβεβαιώνει την απόδοση του **digital content marketing** στα ...

Ειδησεις για την παιδεία - Xenosglosses.eu

By Ifakas To BBC StoryWorks, το τμήμα **Content Marketing** του BBC Advertising, πρωτοπορεί υιοθετώντας νέους τρόπους κατανόησης της επίδρασης ...

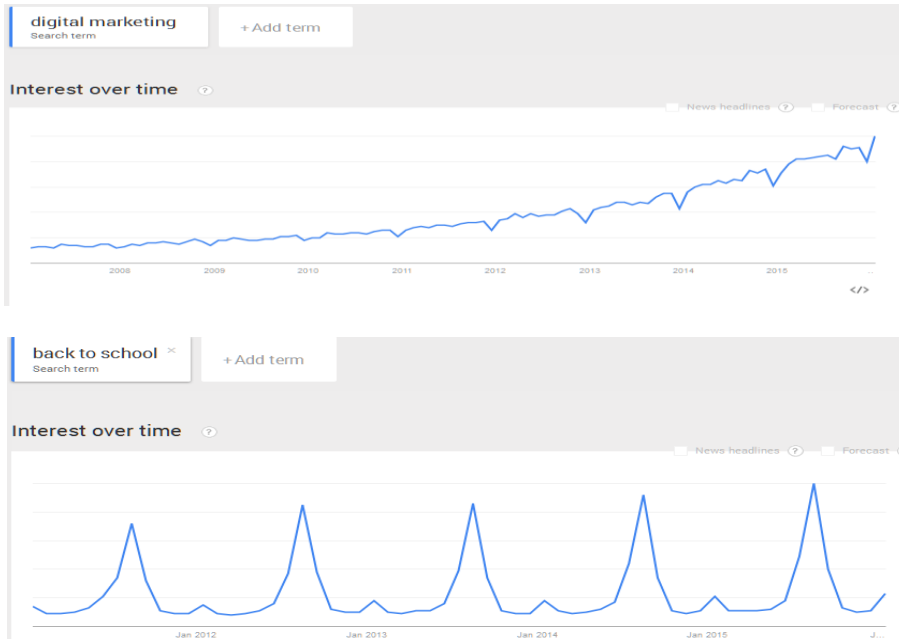
 Επισήμανση ως μη σχετικό

[Δείτε περισσότερα αποτελέσματα](#) | [Επεξεργασία αυτής της ειδοποίησης](#)

Λάβατε αυτό το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επειδή έχετε εγγραφεί στις **Ειδοποιήσεις Google**.

- Ορίζεις λέξεις-Κλειδιά
- Η Google σε ενημερώνει για ό,τι καινούριο εμφανίζεται στο διαδίκτυο σε αυτές τις λέξεις
- Μαθαίνεις τα πάντα για τον τομέα σου

Google Trends



- Για να ανακαλύπτεις τις τάσεις
- Ανεβαίνει;
- Κατεβαίνει;
- Έχει εποχικότητα;
- Πότε πρέπει να δώσεις έμφαση;

Content Gems

ContentGems Daily Summary

What's New

Content Marketing [See all results](#) →

How to Build Your Brand Name Through Social Media: A Primer

ENTREPRENEUR.COM — Your brand's reputation online is more important than ever. The 2014 Edelman Trust Barometer revealed that 65 percent of online users rely on web search to find information on people and companies. One of the tools that helps businesses with this purpose is social media. Scratch that, it's currently THE tool for businesses.

[Share via ContentGems](#) · [Buffer](#) · [Instapaper](#) · [Pocket](#)

SearchCap: France and Google, AdWords DSA bids & more

SEARCHENGINELAND.COM — Below is what happened in search today, as reported on Search Engine Land and from other places across the web. Firm argues number of searchers and searches per user have grown significantly on the PC since last year. The feature is designed to help managers set up a lot of dynamic search ad categories quickly.

[Share via ContentGems](#) · [Buffer](#) · [Instapaper](#) · [Pocket](#)

Marketing Day: From the Editor's Desk, paid search trends & Olapic acquires Piqora

MARKETINGLAND.COM — Attend Our Conferences Are you a social marketing pro? The Premier Social Media Marketing Conference Is Coming To Seattle, June 20-21. Learn more about SocialPro! Check out the agenda SMX Advanced, the only conference designed for experienced search marketers,...

[Share via ContentGems](#) · [Buffer](#) · [Instapaper](#) · [Pocket](#)

4 Ways to Boost Ranking For Your Own Branded Terms

ENTREPRENEUR.COM — You're likely already familiar with optimizing your site for specific keywords.

- Ορίζεις τις λέξεις κλειδιά
- Λαμβάνεις κάθε μέρα τα σημαντικότερα άρθρα για τον τομέα σου
- Μαθαίνεις τα νέα, τις τάσεις και τι ενδιαφέρει το κοινό σου άμεσα.
- Shares σε διαφορετικές πλατφόρμες Social Media

Feedly

41 more sources

- @ProBlogger 1
- A PPC marketin... 1
- Business Bloggi... 1
- Content Marketi... 2
- Copyblogger 2
- Digital Buzz Blog 1
- English – Neil P... 2
- HubSpot 5
- HubSpot Agenc... 3
- HubSpot Sales ... 6
- Inbound Hub 1
- Internet Marketi... 1
- Modern Marketi... 1
- Online Marketi... 1
- PPC Hero 2
- Quick Sprout 1
- Search Engine J... 6
- Search Engine L... 6
- Search Engine ... 3
- Simply Measured 2
- Social Media 2
- Social Media Ex... 1
- State of Digital 1
- The Econsultanc... 4
- The Kissmetrics... 1

Job

58 unread articles

MOST POPULAR



How to Prepare for a Job Interview: The 25-Minute Routine That Can Make a Big Difference [Infographic]

This post originally appeared on HubSpot's Sales Blog. To read more content like this, subscribe to Sales. So you landed the interview. 66▲ HubSpot / 42min



This hashtag is highlighting the black women written out of history

The U.S. has officially celebrated women's history since 1911 — first as a day, then as a week and finally a month beginning in 1987. 81▲ Social Media / 27min hide // save



How Successful People Spend Their Monday Mornings [Infographic]

This post originally appeared on HubSpot's Marketing Blog. For more content like this, subscribe to Marketing. Ugh, Mondays. That's 7▲ HubSpot Sales Blog / 18min

TODAY



The Top 10 Most Effective Ad Campaigns in 2016 by @megcabrera

Warc recently released the rankings of the world's most effective ad campaigns in 2016. The post The Top 10 Most Effective Ad Campaigns in 2016 by @megcabrera appeared first on Search Engine Journal. 32▲ Search Engine Journal / by Meg Cabrera / 1h

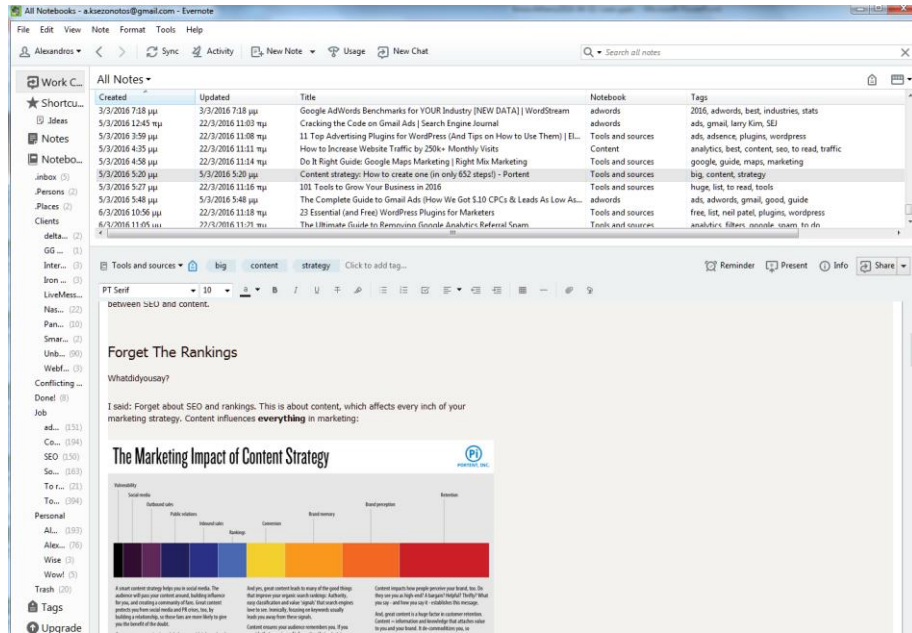


How to Make the Leap from Product Marketing to Content Marketing

I recently had the pleasure of being a guest on Bruce McDuffee's podcast, Manufacturing Marketing Matters. At the end, he posed this

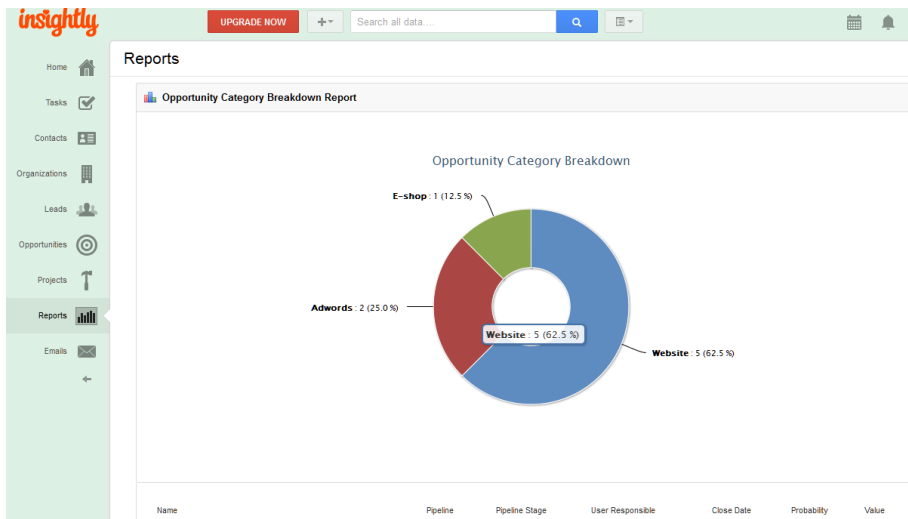
- RSS Reader
- Γράφεις σε πηγές που θέλεις να παρακολουθείς
- Βλέπεις όλα τα άρθρα
- Βλέπεις την δημοφιλία για κάθε άρθρο
- Διαβάζεις/Μελετάς ότι σου αρέσει

Evernote



- Κρατάς σημειώσεις
- Ότι σε ενδιαφέρει από το διαδίκτυο
- Ότι θέλεις εσύ
- Δημιουργείς πολλαπλά θεματικά σημειωματάρια
- Βάζεις Tags
- Ότι θέλεις να βρεις για ένα θέμα, ξεκινάς από εδώ.

Insightly



- CRM system
- Δωρεάν για 2 χρήστες
- Περνάς όλες τις επαφές, τους οργανισμούς, τα Leads, τις ευκαιρίες και τα έργα
- Αναθέτεις αξίες και βλέπεις την ροή σου ανά πάσα στιγμή.



Hey! It's me
again.

You visited my website
once. Did you forget about me?!?!?

Remarketing

Remarketing:

1. Επισκέπτης
2. Του βάζω «cookie»
3. Δεν τον χάνω
4. Τον Επαναπροσεγγίζω
 - a. Θυμίζοντας την παρουσία μου
 - b. Με καλύτερη Πρόταση ή Ειδική προσφορά
 - c. Στο κατάλληλο χρονικό σημείο
 - d. Με αυτό ακριβώς που τον ενδιαφέρει

Παράγοντες:

- Συμπεριφορά του
- Χρόνος που τον «ακολουθώ»
- eMail Lists (εναλλακτικά)
- Similar Audiences (επεκτατικά)
- RLSA

I DON'T KNOW WHO YOU ARE

A middle-aged man with dark hair, wearing a dark sweater, is shown from the chest up. He is holding a mobile phone to his ear with his right hand. His facial expression is one of concern or confusion, with a furrowed brow and a slightly open mouth. The background is a plain, light-colored wall.

**BUT YOU VISITED MY SITE AND I
WILL REMARKET YOU**

Δ. Δώρο

Digital Tools e-Book



UNBELT Digital Marketing Tools E-book

Ανακαλύψτε τα δυνατά σας σημεία, ερευνήστε την αγορά σας, δείτε τις τάσεις, κατασκοπεύστε τους ανταγωνιστές σας και πολλά άλλα...

Αποκτήστε το ηλεκτρονικό βιβλίο Digital Marketing Tools από την Unbelt DMS

49 Σελίδες – 79 εργαλεία – Χρήσιμες Συμβουλές!

Ναι, θέλω πρόσβαση στο eBook και ενημέρωση για τις επόμενες προσφορές!

Email

Αποστολή

* Θα λάβετε οδηγίες για την παραλαβή του βιβλίου στο email που υποβάλετε

Λόγια:

Σας έδειξα καμιά δεκαριά εργαλεία. Έχω γράψει ένα e-book με 79 εργαλεία που μπορείτε να κατεβάσετε ΔΩΡΕΑΝ.

Δεν χρειάζεται καν email. Σας στέλνω στην σελίδα κατεβάσματος.

goo.gl/cuNpXP



a single idea from the human mind can build cities

Λόγια:

Θυμάστε την ταινία Inception?

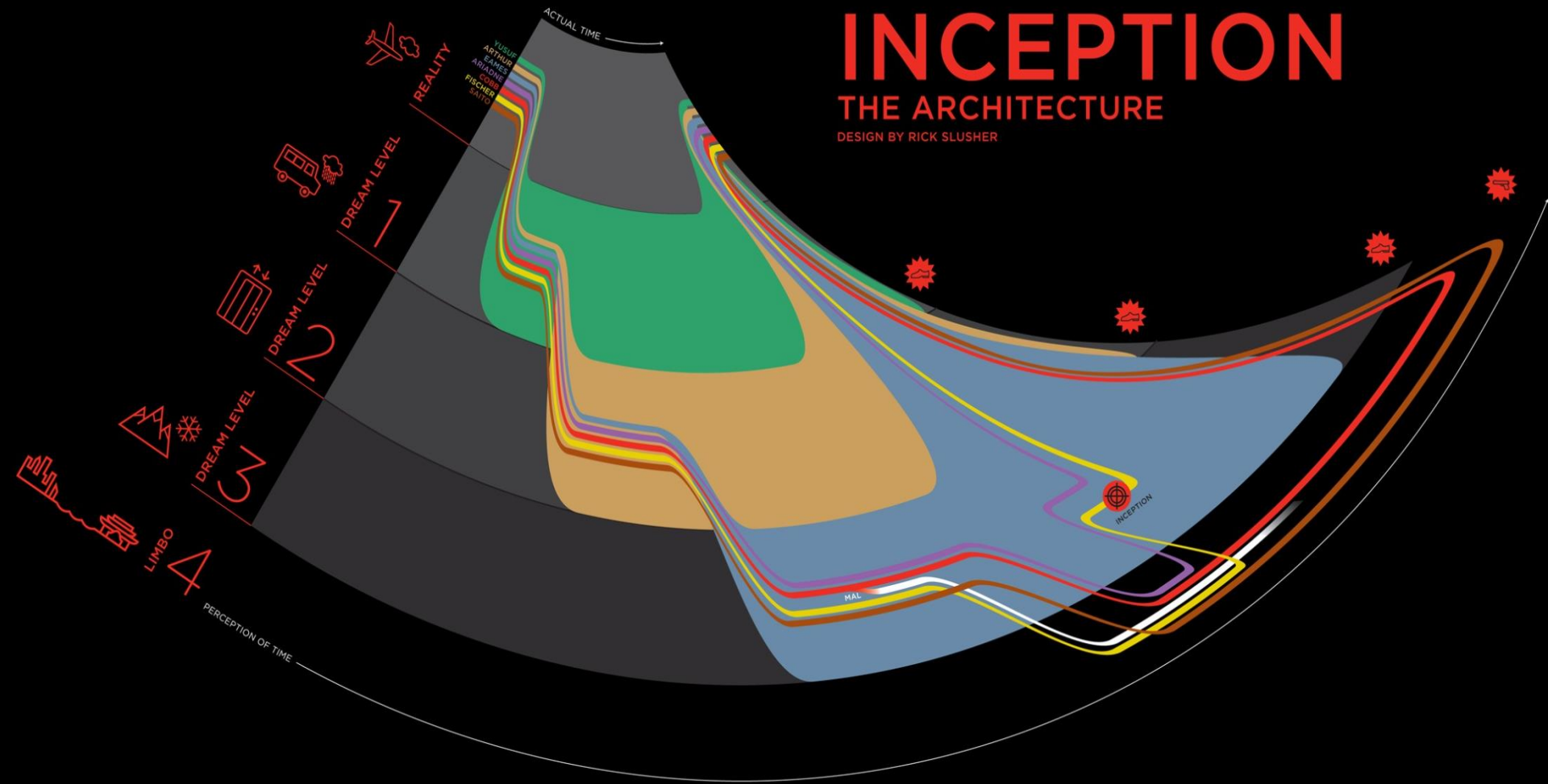
Η κεντρική ιδέα της ταινίας ήταν ότι αρκεί να «φυτέψεις» μία ιδέα στο μυαλό κάποιου για να αλλάξεις την πραγματικότητα σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Η ταινία ήταν αρκετά πολύπλοκη και μερικοί fans έφτιαξαν μέχρι και χάρτη για να την εξηγήσουν.

INCEPTION

THE ARCHITECTURE

DESIGN BY RICK SLUSHER



Λόγια:

Ελπίζω η παρουσίασή μου να μην σας φάνηκε τόσο πολύπλοκη και να κατάφερα να «φυτέψω» την ιδέα του Digital Marketing στο μυαλό σας!

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!