

DIGITAL  
DAYS



@

Public  
with Samsung

## Engagement

Τι είναι, πώς θα το αποκτήσετε και τι σας προσφέρει. Οι φίλοι είναι και fans σας;

Πέτρος Κηπουρόπουλος

Δημοσιογράφος, Smart Press

Let's get digital!

DIGITAL  
Life



Public  
Τεχνολογία | Πολιτισμός | Οικονομία

SAMSUNG

Όστε λοιπόν θες «likes»...



FIAT! ; ! ;

DIGITAL DAYS



Public with Samsung

Let's get digital!

DIGITAL LIFE

Public

SAMSUNG

# Πελάτες και φίλοι

Ποιοι είναι οι στόχοι της δραστηριοποίησης μιας εταιρείας στα social media;

- Να γίνει γνωστό το brand name της.
- Να επικοινωνήσει προϊόντα και προσφορές.
- Να δημιουργήσει κοινότητα.
- Να εξαργυρώσει τους online φίλους & ακολούθους της, μετατρέποντάς τους σε πελάτες.

# Ποιοι είναι οι πελάτες σου;

Προσδιορισμός του πελάτη ανάλογα το είδος της επιχείρησης.

- Κρεοπωλείο vs. Κατάστημα ηλεκτρονικών
- Εταιρεία κινητών vs. Ειδησεογραφικό site
- Αλυσίδα ξενοδοχείων vs. Ομάδα ποδοσφαίρου
- ΜΚΟ vs. Καφετέρια

# Από το Facebook στο μαγαζί

Και σου έκανε μετά από 1315 requests / έναν διαγωνισμό με σούπερ δώρο ο άλλος like.

## ΤΙ ΘΑ ΤΟΝ ΚΑΝΕΙΣ ΤΩΡΑ;

Έχεις σκεφτεί ότι μπορεί απλά να «έβγαλε την υποχρέωση», να σε ξεφορτώθηκε, να είπε «δεν... αγαπιέται» και κάπου εκεί να σε ξέχασε; Εεε;!;

# Ξεκινώντας απ' την αρχή

Μην επιζητάς μόνο τα «likes», τους followers και τους συνδρομητές.

Ασχολήσου με το engagement, δηλαδή την αλληλεπίδραση και την «εμπλοκή» τους με αυτά που δημοσιεύεις.

*“Καλύτερα 100 fans με 100% engagement παρά 1.000 με 1%”.*

Θουκυδίδης

# Τα «likes» σου φέρνουν λεφτά;

Πόσο σίγουρος είσαι ότι κάποιος που σου έχει κάνει «like» είναι και πελάτης σου;

Για ένα site, ναι, μπορεί και να ισχύει. Για ένα σούπερ μάρκετ όμως; Ένα πρακτορείο ΟΠΑΠ; Ένα μπαρ; Μια μάρκα αυτοκινήτων; Έναν πάροχο κινητής; Έναν καλλιτέχνη;



# Αγάπη, στοργή και

[γνωστό σαμπουάν για παιδιά που δεν τσούζει και δεν προκαλεί δάκρυα]

Ασχολήσου με κάθε δίκτυο ξεχωριστά.

Επιζήτα τον διάλογο και την επικοινωνία με τους fans/followers σου.

Εκμεταλλεύσου hashtags και mentions.

Πέτα το μπαλάκι στους άλλους με ερωτήσεις.

Παίξε με φωτογραφίες: ζήτα να σου στέλνουν και να taggάρουν τους εαυτούς τους.

Μη φοβάσαι να μοιραστείς και να αναπαράγεις κάτι δικό τους (φτάνει να τους αναφέρεις φυσικά).

Κάθε social πλατφόρμα είναι ένα site από μόνη της...

# Βρες τρόπο να σε γουστάρει ο άλλος

Καφετέρια: Ιδέες για καφέ

Κατάστημα λιανικής: Προτάσεις για το σπίτι

Pet shop: **ΓΑΑΑΤΕΕΕΕΕΕΣ!!!1**

Φούρνος: Συνταγές με ψωμί και επιλογές σνακ

Γιατρός: Facts και συμβουλές υγείας

...βρες κάτι που θα έκανε **εσένα** να θέλεις να ακολουθείς και να ενημερώνεσαι από μία τέτοια σελίδα.

# Σωστή επιλογή πλατφορμών


Όλες οι πλατφόρμες δεν είναι για όλους.

- Έρευνα: Εσύ ξέρεις πού συχνάζει το κοινό σου;
- Ναι, ΟΚ, το Facebook κυριαρχεί. Πόσο καλά γνωρίζεις όμως τα άλλα δίκτυα;
- Βρες το δίκτυο που θα προωθήσεις το κάθε προϊόν, ιδέα, υπηρεσία. Μετά, βρες τον τρόπο.
- Επικοινωνήσε την παρουσία σου εκεί και δημιούργησε έναν «δακτύλιο» που να περιβάλλει τον πυρήνα της δουλειάς σου: το site σου.
  - Δεν έχεις site; Μχμμμ...

# Αυτάα...

Ευχαριστώ για τον χρόνο σας :)

## Ερωτήσεις;

p.kipouropoulos@smartpress.gr 

@Sir\_Pretender 