

Social media Marketing

Συγγραφική Ομάδα:

Αθανάσιος Γιαννούλης

Σπύρος Αλαμάνος

Βασιλική Αλέξη

Ζωή Μπεζεβέγκη

Μάριος Λεκοσιώτης

ΙΡΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ – Κ.Δ.Β.Μ.

2025

Περιεχόμενα

1	Βασικές Αρχές Marketing	10
1.1	Εισαγωγή	11
1.2	Ορισμός marketing.....	11
1.3	Ιστορική εξέλιξη marketing.....	11
1.4	SWOT Analysis – ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος	14
1.4.1	Εσωτερικό Περιβάλλον.....	14
1.4.2	Εξωτερικό Περιβάλλον	15
1.5	Ψηφιακή επανάσταση και η νέα εποχή στο marketing	16
1.6	Παραδοσιακό marketing και κανάλια προβολής	19
1.6.1	Τι είναι το παραδοσιακό marketing	19
1.6.2	Χαρακτηριστικά παραδοσιακού marketing	20
1.6.3	Παραδοσιακά κανάλια προβολής	21
1.6.4	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα παραδοσιακού marketing	23
1.7	Ψηφιακό marketing και κανάλια προβολής.....	26
1.7.1	Τι είναι το ψηφιακό marketing.....	26
1.7.2	Χαρακτηριστικά ψηφιακού marketing.....	26
1.7.3	Ψηφιακά κανάλια προβολής.....	27
1.8	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ψηφιακού marketing	29
1.9	Βασικές διαφορές μεταξύ παραδοσιακού marketing και ψηφιακού marketing	33
1.10	Case Studies.....	36
1.10.1	Marriott International.....	36
1.10.2	Atlantis The Palm	38
1.10.3	Air France	39

1.10.4	Hopper	41
1.10.5	Airbnb	42
1.11	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	44
1.12	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	46
2	Ψηφιακό Marketing	47
2.1	Εισαγωγή	47
2.2	Κανάλια ψηφιακού marketing	48
2.3	Στρατηγική Ψηφιακού Marketing	74
2.3.1	Τι είναι η στρατηγική ψηφιακού marketing;	74
2.4	KPIs	78
2.4.1	Τι είναι οι δείκτες KPIs	78
2.4.2	Ψηφιακό Marketing & KPIs	79
2.4.3	Ψηφιακά κανάλια προβολής & KPIs	81
2.5	Case studies	83
2.6	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	92
2.7	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	93
3	Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης	94
3.1	Facebook	94
3.1.1	Facebook Page	95
3.1.2	Πώς δημιουργώ επαγγελματική σελίδα στο Facebook;	96
3.1.3	Δημιουργία δημοσιεύσεων (Facebook Posts)	104
3.2	Instagram	106
3.2.1	Εταιρικός λογαριασμός Instagram	107
3.2.2	Δημιουργία εταιρικού Instagram Λογαριασμού	112
3.2.3	Instagram Profile	121

3.3	LinkedIn	126
3.3.1	Πώς να δημιουργήσετε μια εταιρική σελίδα στο LinkedIn.....	128
3.3.2	Πώς να διαχειριστείτε τη σελίδα της εταιρείας σας στο LinkedIn.....	133
3.4	Google My Business	138
3.5	Ποιο είναι το κατάλληλο μέσο κοινωνικής δικτύωσης για την προβολή της επιχείρησής σας;	148
3.6	Χρήσιμα στοιχεία για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	154
3.7	YouTube.....	159
3.7.1	Δημιουργία λογαριασμού στο YouTube	159
3.8	Εισαγωγή στις διαδικτυακές πλατφόρμες κοινής χρήσης πληροφοριών...	165
3.8.1	Ορισμός διαδικτυακών πλατφορμών ανταλλαγής πληροφοριών	165
3.8.2	Ιστορική εξέλιξη και ανάπτυξη των πλατφορμών ανταλλαγής πληροφοριών	166
3.8.3	Τρέχουσα κατάσταση και μελλοντικές τάσεις	168
3.9	Τύποι διαδικτυακών πλατφορμών κοινής χρήσης πληροφοριών	169
3.9.1	Εισαγωγή	169
3.9.2	Ορισμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	169
3.9.3	Ορισμός των πλατφορμών κοινής χρήσης περιεχομένου	169
3.9.4	Ορισμός Συνεργατικών Πλατφορμών	170
3.9.5	Ορισμός ιστολογίων και διαδικτυακών φόρουμ	170
3.10	Διαδικτυακές πλατφόρμες διαμοίρασης πληροφορίας	171
3.11	X (πρώην Twitter)	171
3.11.1	Τι είναι το X (Twitter);.....	171
3.11.2	Πώς να κάνετε Tweet	172
3.11.3	Hashtags #.....	177
3.11.4	Προσαρμογή των ρυθμίσεών σας	185

3.12	Instagram.....	190
3.12.1	Ρύθμιση λογαριασμού.....	192
3.12.2	Απενεργοποίηση ή διαγραφή του λογαριασμού σας.....	197
3.12.3	Συμβουλές για το Instagram.....	197
3.13	Μελέτη Περίπτωσης.....	198
3.14	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας.....	199
3.15	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	201
4	Διαφήμιση στα Social Media.....	202
4.1	Εισαγωγή.....	203
4.2	Facebook	204
4.3	Instagram Ads.....	212
4.4	LinkedIn	217
4.5	YouTube.....	220
4.6	Η Τεχνολογική Υποδομή των Διαδικτυακών Πλατφορμών Διαμοιρασμού Πληροφοριών.....	224
4.6.1	Κατανόηση τεχνολογιών Ιστού και API	224
4.6.2	Το cloud, οι διακομιστές και οι βάσεις δεδομένων	227
4.7	Στρατηγικές οικοδόμησης και δέσμευσης κοινότητας.....	231
4.7.1	Κατανόηση των αλγορίθμων και του ρόλου τους στην εμπλοκή των χρηστών	232
4.7.2	Δημιουργία, συμμετοχή και συντονισμός διαδικτυακών κοινοτήτων ..	234
4.7.3	Διαδικτυακές στρατηγικές Marketing και προώθησης.....	238
4.8	Πλατφόρμες κοινής χρήσης περιεχομένου	240
4.8.1	Εξέλιξη των πλατφορμών κοινής χρήσης περιεχομένου	241
4.8.2	Πώς λειτουργούν οι πλατφόρμες κοινής χρήσης περιεχομένου	241

4.8.3	Κύρια χαρακτηριστικά των πλατφορμών κοινής χρήσης περιεχομένου	241
4.8.4	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πλατφορμών κοινής χρήσης περιεχομένου	242
4.9	YouTube.....	242
4.9.1	Τι είναι το YouTube;.....	242
4.9.2	Γιατί να χρησιμοποιήσετε το YouTube;.....	243
4.9.3	Είναι το YouTube κατάλληλο για όλους;.....	243
4.9.4	Πλοήγηση στο YouTube.....	243
4.9.5	Επιλογές κοινής χρήσης στο Youtube	245
4.9.6	Like και σχολιασμός.....	246
4.9.7	Δημιουργία και κοινή χρήση λιστών αναπαραγωγής στο Youtube.....	248
4.9.8	Ρυθμίσεις και Απόρρητο στο Youtube	249
4.9.9	Γονικός έλεγχος και Ασφαλής λειτουργία στο Youtube.....	252
4.9.10	Ξεκινώντας με το κανάλι σας στο Youtube	253
4.9.11	Μεταφόρτωση και κοινή χρήση βίντεο.....	255
4.10	Pinterest	257
4.10.1	Τι είναι το Pinterest;	257
4.10.2	Δημιουργία λογαριασμού Pinterest.....	258
4.10.3	Πλοήγηση στο Pinterest	262
4.10.4	https://edu.gcfglobal.org/en/pinterest/Pinterest - Ρυθμίσεις και απόρρητο	265
4.11	Μελέτη Περίπτωσης 1.....	267
4.12	Μελέτη Περίπτωσης 2.....	268
4.13	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	269
4.14	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας.....	271

5	SEM, SEO & Google Ads.....	272
5.1	Εισαγωγή.....	272
5.2	Διαφορές ανάμεσα σε SEO & SEM	273
5.3	Τι είναι το SEM	274
5.4	Ομοιότητες SEO & SEM	275
5.5	Διαφορές SEO & SEM	276
5.5.1	SEO vs. SEM - Ποιο πρέπει να χρησιμοποιήσετε;	277
5.6	Google Ads	279
5.6.1	Πως λειτουργεί το Google Ads	280
5.6.2	Τύποι διαφημίσεων	284
5.6.3	Γιατί να χρησιμοποιήσετε Google Ads	288
5.6.4	Κόστος διαφήμισης Google	294
5.6.5	Πως να διαφημιστείτε στην Google	294
5.7	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας.....	299
5.8	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	301
6	General Data Protection Regulation – GDPR	302
6.1	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων.....	302
6.2	Προσωπικά δεδομένα.....	308
6.3	Ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα	309
6.4	Εξαιρέσεις από την απαγόρευση επεξεργασίας ευαίσθητων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα	310
6.5	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα εφαρμογής του GDPR	312
6.6	Στατιστικά στοιχεία που σχετίζονται με το GDPR.....	315
6.7	Case study	321
6.8	Νομικά και ηθικά ζητήματα στη διαδικτυακή κοινή χρήση πληροφοριών	325

6.8.1	Νόμοι περί πνευματικών δικαιωμάτων	326
6.8.2	Νόμοι περί απορρήτου	327
6.8.3	Διαδικτυακοί νόμοι για τη συκοφαντία	327
6.8.4	Ηθικές προκλήσεις στη διαδικτυακή ανταλλαγή πληροφοριών	327
6.9	Συνεργατικές πλατφόρμες	328
6.9.1	Ορισμός και Ρόλος στην Ψηφιακή Επικοινωνία	328
6.9.2	Παραδείγματα δημοφιλών πλατφορμών	329
6.9.3	Χρήση συνεργατικών πλατφορμών για διαφορετικούς σκοπούς	330
6.10	Βικιπαίδεια - Wikipedia	331
6.10.1	Πλεονεκτήματα της Wikipedia	332
6.10.2	Μειονεκτήματα της Wikipedia	333
6.10.3	Μάθετε περισσότερα για τη Wikipedia:	333
6.10.4	Αποτελεσματική έρευνα με τη Wikipedia	333
6.10.5	Συμβολή στη Wikipedia	336
6.10.6	Επεξεργασία στη Wikipedia με το VisualEditor	337
6.11	Blogs και διαδικτυακά φόρουμ	338
6.11.1	Εισαγωγή στα Blogs	338
6.11.2	Εισαγωγή στα διαδικτυακά φόρουμ	339
6.11.3	Blogs και διαδικτυακά φόρουμ στις επιχειρήσεις	340
6.11.4	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ιστολογίων και των διαδικτυακών φόρουμ	341
6.11.5	Μειονεκτήματα	342
6.12	WordPress	343
6.12.1	Ρυθμίσεις	346
6.12.2	Επιλογή χώρου φιλοξενίας	347

6.12.3	Δημιουργώντας ένα καλό UX	348
6.13	Μελέτη Περίπτωσης.....	350
6.14	Ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας.....	353
6.15	Απαντήσεις ερωτήσεων αυτοαξιολόγησης εκπαιδευτικής ενότητας	354
7	Βιβλιογραφία.....	355
8	Γλωσσάρι	362