

Proposals and Strategies for Women Entrepreneurs



Διαδικτυακό Μάρκετινγκ

Ετοιμάστηκε από: Eurosuccess Consulting

Ιούνιος 2016

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Εισαγωγή: Τι είναι το Διαδικτυακό Μάρκετινγκ..... | 3 |
| Συστατικά του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ..... | 4 |
| Content marketing | 5 |
| Μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων..... | 6 |
| SEO | 10 |
| Σχεδιασμός Ιστοσελίδας | 13 |
| Περίληψη ενότητας | 17 |
| Ασκήσεις | 18 |
| Βιβλιογραφία | 19 |

Εισαγωγή: Τι είναι το Διαδικτυακό Μάρκετινγκ

Το διαδικτυακό μάρκετινγκ, ή όπως συνήθως ονομάζεται, Online Marketing ή Digital Marketing, αναφέρεται σε προσπάθειες διαφήμισης και μάρκετινγκ μέσω διαδικτύου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, έτσι ώστε να γίνονται απευθείας πωλήσεις μέσω του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, και εκτός από τις πωλήσεις, οδηγεί σε δικτυακούς τόπους ή μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Η διαφορά μεταξύ του παραδοσιακού μάρκετινγκ και του απευθείας σύνδεσης μάρκετινγκ ποικίλλουν, και παρατίθενται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα.

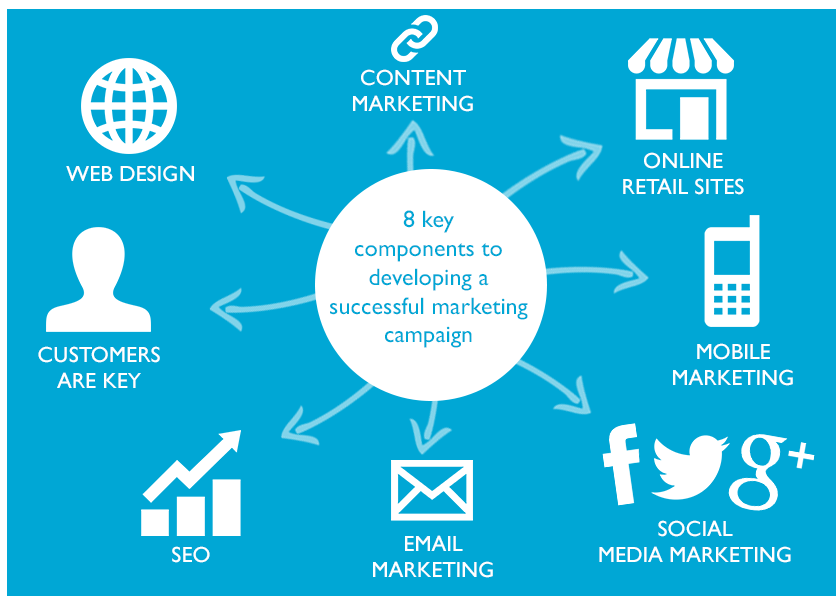
| Παραδοσιακό Μάρκετινγκ | Διαδικτυακό Μάρκετινγκ |
|--|---|
| Είναι δύσκολο να μετρηθεί. Δεν μπορείτε να ξέρετε πόσοι άνθρωποι διαβάζουν τις διαφημίσεις σας και πόσοι ήταν θετικοί κατά την προβολή της. | Είναι μετρήσιμο. Μπορείτε να ξέρετε τον αριθμό των ατόμων που είδαν την διαδικτυακή διαφήμιση, καθώς και τον αριθμό των εκείνοι που αγόρασαν το προϊόν. |
| Δεν είναι οικονομικά αποτελεσματικό. | Είναι πιο αποδοτικό. |
| Δεν είναι τόσο καλό για την οικοδόμηση εμπορικού σήματος. | Είναι γρήγορο και αποτελεσματικό για τη δημιουργία εμπορικού σήματος. |
| Κατά κάποιο τρόπο, διακόπτει τις τακτικές δραστηριότητες των χρηστών, όπως η τηλεόραση διαφημίζει και διακόπτει το πρόγραμμα που παρακολουθείτε, οι πινακίδες μπορεί να απορροφήσουν την συγκέντρωση του οδηγού, κ.λπ. | Δεν διακόπτει. Ο χρήστης μπορεί να παρακολουθήσει σε απευθείας σύνδεση διαφημίσεις σύμφωνα με το πρόγραμμά του / της και τις προτιμήσεις. |
| Μπορεί να αφήσει ερωτήματα στους χρήστες αναπάντητα σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία. | Μπορεί να παρέχει μέγιστες πληροφορίες σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία, προσφορές και συναλλαγές. |

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ένα τεράστιο ποσοστό των πελατών-στόχων στις μέρες μας ξοδεύουν πάρα πολύ χρόνο τους στο διαδίκτυο, μπορούμε να εντοπίσει την ανάγκη για διαδικτυακό μάρκετινγκ, σε αντίθεση με το παραδοσιακό.

Συστατικά του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ

Το διαδικτυακό μάρκετινγκ μπορεί να ακούγεται απλό, αλλά στην πραγματικότητα απαιτεί αφοσίωση, συνέπεια και πολύ χρόνο για να οδηγήσει μια εταιρεία στην επιτυχία. Για την επιτυχή απευθείας σύνδεση στρατηγική μάρκετινγκ, η εταιρεία θα πρέπει να καθορίσει με σαφήνεια τους πελάτες-στόχους της, τους σκοπούς και τους στόχους της και να έχουν μια ισχυρή κατανόηση της αγοράς. Η εμπορία μέσω Διαδικτύου αποτελείται από τα ακόλουθα στοιχεία:

- Content Marketing
- Διαδικτυακές ιστοσελίδες λιανικού εμπορίου
- Μάρκετινγκ από κινητό τηλέφωνο
- Μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων
- Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- SEO – Βελτιστοποίηση για της μηχανές αναζήτησης
- Πελάτες
- Σχεδιασμός ιστοσελίδων



Θα αναλύσουμε παρακάτω τις τέσσερις σημαντικότερες.

Content marketing

Δεν έχει σημασία τι βιομηχανία έχετε, μια τάση που έχει επιταχυνθεί τα τελευταία δύο χρόνια, και έχει γίνει ο τρόπος για αποτελεσματική αγορά σε απευθείας σύνδεση, είναι το content marketing. Είναι μέρος μιας στρατηγικής μάρκετινγκ, το οποίο είναι το προσάναμμα ουσιαστικά ένα στην φλόγα της στρατηγικής. Με άλλα λόγια, σας παρέχει το ενδιαφέρον και την ποιότητα του περιεχομένου, και οι καταναλωτές θα κλίνουν προς την επιχείρησή σας. Το πρώτο βήμα είναι να δημιουργήσετε το περιεχόμενο που οι καταναλωτές θα θέλουν να αναζητήσουν.

Αυτό είναι το μέρος της στρατηγικής που θα διαφέρει μεταξύ των βιομηχανιών, ωστόσο, υπάρχουν μερικοί τύποι content marketing που μπορείτε να κάνετε την εργασία για κάθε κλάδο να είναι αποτελεσματική για την προσέλκυση των καταναλωτών. Όταν προσπαθείτε να σκεφτείτε τι είδους περιεχόμενο θέλετε να δημιουργήσετε για την επιχείρησή σας, βάλτε τον εαυτό σας στη θέση του καταναλωτή και σκεφτείτε τι θέματα στον κλάδο σας θα τους ενδιέφεραν; Αφού καταλάβετε τι θέμα θέλετε να καλύψετε, το μέσο που θα επιλέξετε να εκπροσωπεί το μήνυμά σας θα πρέπει να έρθει αρκετά εύκολα.

Το content marketing μπορεί να βρεθεί στα πιο κάτω:

Μπλογκς (Blogs)

Τα blogs είναι ιστοσελίδες που δημιουργούνται από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων. Ενημερώνονται σε τακτική βάση. Μπορείτε να γράψετε στα blogs για την προώθηση των επιχειρήσεων.

Banners

Είναι μακριές λωρίδες με ένα σύνθημα ή σχεδιασμό. Ασκοούνται για επίδειξη, πομπή, σε έναν δημόσιο χώρο. Υπάρχουν banners στο διαδίκτυο παράλληλα με εικόνες για διαφήμιση.

Internet Forum

Δεν είναι τίποτα, απλά πίνακες ανακοινώσεων σε διαδικτυακές ιστοσελίδες συζήτησης, όπου οι άνθρωποι ανταλλάζουν μηνύματα και συμμετέχουν σε μια συζήτηση.

Μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων

"Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι απλώς μια δραστηριότητα, είναι μια επένδυση από πολύτιμο χρόνο και πόρους. Περικυκλώστε τον εαυτό σας με τους ανθρώπους που δεν θα σας υποστηρίξουν και θα παραμείνουν μαζί σας μόνο, αλλά θα ενημερώνουν και τη σκέψη σας σχετικά με τους τρόπους για την πολύ καλή παρουσία σας. " **SEAN GARDNER**

Μια στρατηγική για την μέση κοινωνικής δικτύωσης είναι κάτι περισσότερο από μια σελίδα ανατροφοδότησης Facebook ή Twitter. Όταν εκτελούνται σωστά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ισχυροί κινητήρες εμπλοκής των πελατών. Το τοπίο των κοινωνικών δικτύων έχει εξελιχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, καθώς το διαδίκτυο είναι το νέο ισχυρό εργαλείο για όλους.

Όπως και με κάθε στρατηγική μάρκετινγκ, η προσέγγιση είναι απλή:

- Προσδιορισμός των κοινωνικών καναλιών, όπου είναι ο στόχος σας το κοινό
- Σταθεροποιήστε τα εμπορικά σας μηνύματα - ποιες πληροφορίες θα δώσετε στο ακροατήριό σας μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Κατανόηση μέσω των κοινωνικών καναλιών ποια είναι η καλύτερη διαδικασία βελτιστοποίησης μετατροπής του δικτυακού σας τόπου. Τελικά, ο στόχος σας είναι να δημιουργήσετε μια σταθερή ροή των αγοραστών.

Πράγματα που πρέπει να εξετάσετε κατά την εκτέλεση κοινωνικής στρατηγικής των μέσων ενημέρωσης:

Διαλέξτε τα σωστά δίκτυα για εσάς

Δεν έχετε Facebook; Κανένα πρόβλημα. Αναπτύξτε μια κοινωνική παρουσία των μέσων δικτύωσης με τα δίκτυα που ευθυγραμμίζουν πιο έντονα με την πελατειακή βάση σας και το εμπορικό σας σήμα. Μην νιώθετε σαν να πρέπει να ρίξετε έξι αριθμούς σε μια παρουσία στο Facebook, όπου οι πελάτες σας είναι ήδη πιθανό να ασχολούνται.

Να θυμάστε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι ένα κανάλι διανομής. Για να διαδοθεί το γεγονός για το εμπορικό σήμα σας, χρειάζεστε ένα ακροατήριο.

Ξεκινήστε με τους πελάτες σας

Προκειμένου να κάνετε ανθρώπους να σας ακολουθήσουν, θα πρέπει να ακολουθήσετε τους πελάτες σας. Διαλέξτε τα κοινωνικά δίκτυα που ευθυγραμμίζονται περισσότερο με αυτά των πελατών σας. Αν τρέχετε ένα οργανισμό E2E, για παράδειγμα, η συμμετοχή στις ομάδες συζήτησης του LinkedIn είναι άσκοπες.

Αν τρέχετε ένα δικτυακό τόπο εκδόσεων, είναι κρίσιμης σημασίας ότι πρέπει να έχετε λογαριασμό Twitter, αφού το κοινό με κάθε tweet και retweet διαδίδει τα νέα.

Ένα e-commerce, από την άλλη πλευρά, μπορεί να δει ισχυρότερα αποτελέσματα στο Facebook (εκτός αν η πελατειακή σας βάση είναι ενεργή στο Twitter). Εξαρτάται πραγματικά από τις προτιμήσεις των πελατών σας, την περιήγηση στο διαδίκτυο, τα πρότυπα, και τα δημογραφικά. Στο Woot.com, για παράδειγμα, είναι λογικό να τρέξετε και ένα λογαριασμό Twitter ζωοτροφών, δεδομένου ότι η ιστοσελίδα που ειδικεύεται σε καθημερινές προσφορές.

Επενδύστε στην οικοδόμηση μιας κοινότητας

Οι online κοινότητες προσθέτουν αξία με τη μορφή της έκθεσης και διανομής. Είναι πιθανόν να μετατρέψετε ένα μέρος των οπαδών σας. Όταν επενδύσετε στην οικοδόμηση μέσω κοινωνικής δικτύωσης, σημαίνει ότι θα επενδύσετε και στον τομέα της διανομής.

Επικεντρωθείτε στην οικοδόμηση βάσει οπαδών σας, ζητώντας από το κοινό σας να γίνει ένα fan ή follower για να διαβάσει το υπόλοιπο του περιεχομένου.

Ακριβώς όπως το μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, είναι σημαντικό να οικοδομήσουμε οργανικά. Όταν το κοινό επιλέξει να είναι fan, είναι πιο πιθανό να εμπλακεί με το εμπορικό σας σήμα σε συνεχή βάση.

Να σέβεστε το κοινό που σας ακολουθεί. Μερικοί μπορεί να μην θέλουν να σας ακολουθήσουν. Βεβαιωθείτε ότι υπάρχει μια ευκαιρία για να σταματήσουν να ακολουθούν εάν το επιθυμούν. Συμπεριλάβετε ένα σύνδεσμο "Όχι, ευχαριστώ".

Αυτή η στρατηγική μπορεί να σας βοηθήσει να διπλασιάσετε τους ακόλουθους σας στα κοινωνικά μέσα - τα οποία μπορούν εύκολα να εξελιχθούν από 30% έως 40% της συνολικής κυκλοφορίας της ιστοσελίδα σας.

Συντονίστε τα μηνύματά σας τέλεια

Προφανώς, ένα post στο Facebook η ώρα 2 τα μεσάνυχτα, είναι απίθανο να προσελκύσει. Πέρα από το προφανές, ωστόσο, είναι σημαντικό να δοθεί προσοχή στις αποχρώσεις του χρονισμού των μηνυμάτων σας. Χρησιμοποιήστε τα δωρεάν εργαλεία των κοινωνικών μέσων δικτύωσης για να κάνετε τις μετρήσεις σας. Πιο κάτω δείχνουμε πως φαίνονται μερικές αναφορές:



Συγχρονίστε με μεγάλη περιεκτικότητα

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το περιεχόμενο μάρκετινγκ πάνε χέρι-χέρι. Όταν οι άνθρωποι περιηγηθούν στα νέα του Facebook και Twitter, δεν έχουν κατ'ανάγκη τη διάθεση να αγοράσουν. Θέλουν να είναι κοινωνικοί, να μιλήσουν με τους φίλους, να συνδεθούν με την οικογένεια, να περιηγηθούν στις εικόνες, και να χαλαρώσουν.

Όσο και θέλετε να πουλήσετε, το περιεχόμενό σας δεν πρέπει. Πρέπει να συλλάβετε το ενδιαφέρον του κοινού. Μοιραστείτε περιεχόμενο, όχι προϊόντα. Να θυμάστε ότι οι άνθρωποι είναι συναισθηματικοί και θέλουν να ψυχαγωγηθούν.

Πρωθήστε το περιεχόμενό πέρα από το δικό σας. Οργανώστε το περιεχόμενο από την κοινότητα που περιηγείστε και μοιραστείτε όσα είναι σχετικά με τους ακόλουθούς σας. Η σαφήνεια κάνει σπουδαία δουλειά και παραδειγματική με την επιμέλεια του διαβάσματος από επιχειρηματίες.

Θα δοθεί προσοχή με τις εικόνες

Οι άνθρωποι δεν θέλουν να διαβάζουν κομμάτια του κειμένου. Θέλουν εύκολα κείμενα, εικόνες που τραβούν την προσοχή. Γίνετε δημιουργικοί και μην φοβάστε να κάνετε κάτι αστείο - ακόμα κι αν είστε λίγο πέρα από τη βάση από το εμπορικό σας σας. Απλά να μην είστε βαρετοί.

Πρόσθετες συμβουλές:

- Επιλέξτε τα κοινωνικά κανάλια που ευθυγραμμίζονται με το ακροατήριό σας.
- Μην αισθάνεστε υποχρεωμένοι να ξεκινήσετε κοινωνικό προφίλ στα μέσα ενημέρωσης που είναι ευθυγραμμισμένα με το εμπορικό σήμα σας.
- Παρακολούθηση αποτελεσμάτων έτσι ώστε να μπορείτε να κάνετε βελτιστοποιήσεις και συνεχή βελτίωση των επιδόσεων.
- Μετρήσεις Monitor που σχετίζονται με διάχυση, δέσμευση, και καθοδηγούν τις μετατροπές, και το κόστος.
- Ενθαρρύνετε τους χρήστες να μοιράζονται το περιεχόμενό με την εφαρμογή (και τον έλεγχο της τοποθέτησης τους) widgets - κοινωνική ανταλλαγή.
- Να είστε όσο παρατηρητικοί μπορείτε. Οι άνθρωποι δεν τους αρέσει να διαβάζουν μπλοκ με πολύ μεγάλα κείμενα.
- Να θυμάστε ότι οι άνθρωποι στα μέσα κοινωνική δικτύωσης δεν θα ψωνίσουν κατά ανάγκη. Ενδιαφέρονται να συνδεθούν με τους φίλους, με την οικογένεια, να περιηγηθούν στις φωτογραφίες, και ψυχαγωγηθούν.
- Ενσωματώστε κοινωνική στρατηγική των μέσων ενημέρωσης με επώνυμα προγράμματα στο περιεχόμενό της ιστοσελίδας σας. Το περιεχόμενο είναι ένα ισχυρό πρόγραμμα για λόγους επισκεψιμότητας.

- Ακούστε όσα μεταδίδονται. Χρησιμοποιήστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μάθετε για τα δεδομένα των πελατών σας.

SEO

Search Engine Optimization (SEO) – Βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης

Το μηχάνημα βελτιστοποίησης αναζήτησης (SEO) είναι μια μεθοδολογία στρατηγικής, τεχνικής και τακτικής που χρησιμοποιείται για την αύξηση του ποσοστού των επισκεπτών σε μια ιστοσελίδα αναζήτησης της μηχανής αναζήτησης (SERP) - συμπεριλαμβανομένων των Google, Bing, Yahoo και άλλες μηχανές αναζήτησης.

Το συγκεκριμένο υπήρχε από τις πρώτες μέρες του Διαδικτύου, και ο στόχος ήταν πάντα ο ίδιος - να ταξινομήσει τόσο υψηλό στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης (SERPs) όσο το δυνατόν. Όπως μπορείτε να φανταστείτε, ο ανταγωνισμός σε αυτό το χώρο έγινε πολύ έντονος, καθώς όλο και περισσότερες εταιρείες συνειδητοποίησαν πόσο σημαντικό ήταν για την κατάταξη τους, ορισμένες λέξεις-κλειδιά.

Η εμπειρία του χρήστη είναι το παν.

Το SEO είναι η πρακτική για τη βελτίωση και την προώθηση ενός δικτυακού τόπου, προκειμένου να αυξηθεί ο αριθμός των επισκεπτών της σελίδας. Υπάρχουν πολλές πτυχές σε SEO, από τις λέξεις στη σελίδα σας με τον τρόπο που άλλοι ιστότοποι συνδέονται με εσάς στο διαδίκτυο. Μερικές φορές το SEO είναι απλά θέμα του να διασφαλίσουμε ότι η ιστοσελίδα είναι δομημένη με τέτοιο τρόπο ώστε οι μηχανές αναζήτησης να μπορέσουν να καταλάβουν όταν ψάχνετε.

Μπορεί να ακούγεται αντιφατικό, αλλά εστιάζοντας σε SEO σημαίνει κάτι περισσότερο από την ανάλυση της τεχνολογίας των μηχανών αναζήτησης.

Οι μηχανές αναζήτησης έχουν σχεδιαστεί για να συνδέουν τους ανθρώπους με πολύτιμες πληροφορίες - αμέσως, όταν το θέλουν. Η ποιότητα και η σχετικότητα είναι ζωτικής σημασίας εδώ, και ο στόχος της Google είναι να διασφαλιστεί ότι οι καλύτερες δυνατές ιστοσελίδες είναι αυτές που βγαίνουν στην κορυφή.

Το SEO είναι η λέξη κλειδί

Έχουμε υπολογίσει ότι γνωρίζετε ήδη αυτό, αλλά τώρα είναι μια καλή στιγμή για να ενισχυθούν οι ακόλουθες κρίσιμες λεπτομέρειες:

Το SEO βασίζεται εξ ολοκλήρου σε λέξεις-κλειδιά.

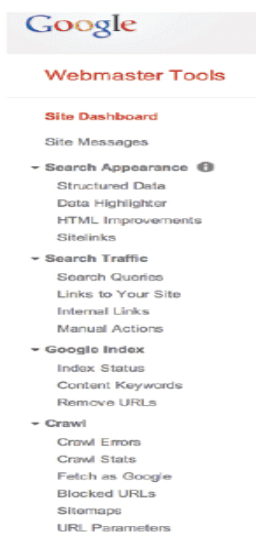
Σκεφτείτε το από την άποψη της εμπειρίας του χρήστη. Η αξία των μηχανών αναζήτησης είναι ότι μας επιτρέπουν να βρούμε πληροφορίες που βασίζονται σε λέξεις, σύντομες φράσεις ή προτάσεις.

Εργαλεία για Webmasters

Τόσο το Google όσο και το Bing έχουν Εργαλεία για Webmaster πλατφόρμες. Όπως αναφέραμε νωρίτερα, αυτό είναι ένας πόρος που μπορεί να σας βοηθήσει να δείτε πώς οι μηχανές αναζήτησης διαβάζουν την ιστοσελίδα σας. Κάντε τους λογαριασμούς με το Google και Bing. Λάβετε υπόψη ότι Εργαλεία Webmaster είναι αναγκαία για τη διασφάλιση ότι η ιστοσελίδα σας αναπροσαρμόζεται στην πρώτη θέση.

Εργαλεία για Webmasters που θα σας βοηθήσουν:

- Πέστε στις μηχανές αναζήτησης να εντοπίζουν την ιστοσελίδα σας
- Αξιολόγηση των εσωτερικών σας συνδέσμων
- Δείτε τα backlinks στο δικτυακό τόπο
- Διάγνωση και επιδιόρθωση προβλημάτων
- Επικοινωνία με την Ομάδα ποιότητας αναζήτησης Google
- Δείτε ποιες λέξεις-κλειδιά οδηγούν τα άτομα να επισκεφτούν την ιστοσελίδα σας
- Εντοπισμός σφαλμάτων ανίχνευσης που επηρεάζουν την ικανότητά να εμφανίζεται η σελίδα σας στην αναζήτηση



Σημαντικές συμβουλές

- Το SEO και η εμπειρία του χρήστη πρέπει πάντα να ευθυγραμμιστούν. Αντισταθείτε στον πειρασμό να συμμετάσχετε σε κάτι που θα μπορούσε να φαίνεται από μακριά σκιερό. Εάν φαίνεται πάρα πολύ καλό για να είναι αληθινό, κατά πάσα πιθανότητα δεν είναι.
- Προτιμήστε το web browser Bing παρά την Google. Η SEO κοινότητα μιλά για το Google πολύ, αλλά το Bing εξακολουθεί να κατέχει σημαντικό μερίδιο της αγοράς.
- Δώστε έμφαση στα τεχνικά στοιχεία του SEO εκτός από τις στρατηγικές συνιστώσες. Σκεφτείτε το SEO ως μια στρατηγική για την κοινοποίηση πληροφοριών για τις μηχανές αναζήτησης.
- Το περιεχόμενο μάρκετινγκ μπορεί να κάνει θαύματα για το SEO της εταιρείας σας. Δημιουργήστε infographics, blog, και που guides θα εντυπωσιάσουν τους πελάτες και τις προοπτικές σας.
- Η οδήγηση της κυκλοφορίας είναι μόνο ένα μέρος της εξίσωσης SEO. Βεβαιωθείτε ότι επίσης έχετε επικεντρωθεί στην βελτιστοποίηση μετατροπής.
- Κάντε τον προϋπολογισμό σας για να ρυθμίσετε τις δαπάνες σας. Μην χρησιμοποιείτε τους προϋπολογισμούς ως μέτρηση της αποδοτικότητας. Αν οι προσπάθειες για τη διαφήμιση σας είναι πραγματικά αποτελεσματικές, δεν θα χρειαστείτε προϋπολογισμό.

Σχεδιασμός Ιστοσελίδας

Μία από τις πιο σημαντικές πτυχές του διαδικτυακού μάρκετινγκ που μπορεί να είναι ένας καθοριστικός παράγοντας στην επιχείρησή σας είναι ο σχεδιασμός ιστοσελίδας. Ο σχεδιασμός ιστοσελίδας είναι μια παρόμοια διαδικασία της δημιουργίας, με την πρόθεση της παρουσίασης του περιεχομένου σε ηλεκτρονική μορφή, στην οποία οι τελικοί χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση μέσω του διαδικτύου με τη βοήθεια ενός web browser. Βασικά, είναι η ιστοσελίδα της δικής σας εταιρείας. Ένας δικτυακός τόπος των επιχειρήσεων θα πρέπει να έχει τα ακόλουθα:

- Θα πρέπει να είναι φιλική προς το χρήστη, έτσι ώστε να καταστεί γρήγορο και εύκολο για τον επισκέπτη να βρει τις πληροφορίες που χρειάζεται.
- Θα πρέπει να σχεδιαστεί από έναν web designer που έχει κατά νου τον σκοπό της επιχείρησής σας (για παράδειγμα, αν η επιχείρησή σας κάνει τούρτες γενεθλίων για τα παιδιά, τότε η ιστοσελίδα θα πρέπει να είναι πολύχρωμη και παιχνιδιάρικη, αλλά αν σκοπεύετε να αναπτύξετε μια επιχείρηση για μεταφράσεις, τότε θα πρέπει να είναι πιο σοβαρή με λιγότερο έντονα χρώματα), πόσο εύκολα ο χρήστης μπορεί να πλοηγηθεί, κάποιες βασικές πληροφορίες που πρέπει οπωσδήποτε να συμπεριληφθούν κ.λπ.
- Στην ιστοσελίδα σας, θα πρέπει να ορίσετε τον σκοπό της επιχείρησής σας, καθώς και το κοινό στο οποίο απευθύνεστε.
- Θα πρέπει να είναι δημιουργική, όχι βαρετή, να προσελκύσει επισκέπτες.

Μερικές πρόσθετες συμβουλές:

Branding (επωνυμία προϊόντος)

Το branding είναι σημαντικό για όλες τις επιχειρήσεις, μικρές και μεγάλες. Ο σχεδιασμός και η τοποθέτηση του λογοτύπου της μάρκας σας συμβάλλει στη συνολική γνώμη του θεατή. Επαγγελματικά σχεδιασμένα λογότυπα λαμβάνουν τον ενδιαφέρον του πελάτη και παρέχουν μια σαφή εικόνα για τη μοναδικότητα της μάρκας. Επιλέξτε μια θέση στην ιστοσελίδα σας που εύκολα ορατή στους επισκέπτες, όπως η πάνω αριστερή γωνία, δεδομένου ότι αυτό είναι όπου το μάτι αρχίζει φυσικά να σαρώνει μια ιστοσελίδα. Για να σταθεροποιηθεί περαιτέρω η μάρκα σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το ίδιο λογότυπο στη συσκευασία, στην έντυπη διαφήμιση, και σε άλλα. Όταν μια επιχείρηση είναι συνεπής με το branding, παρέχει στους πελάτες μια ολοκληρωμένη και αξέχαστη εμπειρία επωνυμίας.

Λειτουργικότητα

Όταν σκεφτόμαστε τη λειτουργικότητα, υπάρχουν μερικά θέματα που πρέπει να εξεταστούν. Δηλαδή, είναι η ιστοσελίδα λειτουργική με την κυριολεκτική έννοια; Είναι τα θέματα φόρτωσης ή οι κατεστραμμένες συνδέσεις εκεί; Είναι τα χαρακτηριστικά ασφαλείας του χώρου επαρκή για τις ανάγκες της επιχείρησής; Εκτός από αυτά τα λειτουργικά θέματα, είναι ζωτικής σημασίας να δείτε τα χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας σας από την πλευρά του χρήστη. Είναι οι φόρμες επικοινωνίας, έρευνας, και το τμήμα για σχόλια των πελατών της ιστοσελίδας σωστά λειτουργήσιμα; Ένα ή όλα αυτά τα λειτουργικά ζητήματα μπορούν να κάνουν έναν πελάτη να φύγει από την ιστοσελίδα σας.

Περιήγηση

Αν μια ιστοσελίδα είναι συγχυστική και δύσκολο να πλοηγηθεί, οι πελάτες σας μπορεί να φύγουν και να μην επιστρέψουν ποτέ. Για να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα και η έφεση της πλοήγησης του δικτυακού σας τόπου, πρέπει να διεξάγετε μια ανασκόπηση σε βάθος χώρου σαν να είστε νέος επισκέπτης. Ένας τρόπος για να βελτιωθεί η ικανότητα του επισκέπτη να περιηγηθεί εύκολα στην ιστοσελίδα σας (και οι μηχανές αναζήτησης να ανιχνεύουν την ιστοσελίδα σας) είναι να προσθέσετε ένα χάρτη της τοποθεσίας. Επιπλέον, ο εξορθολογισμός πλοήγησης με την εξάλειψη των περιττών ή χαμηλές επιδόσεων των σελίδων, μπορεί να μειώσει το χρόνο φόρτωσης, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα της διαδικτυακής παρουσίας της μάρκας σας.



Ενεργό Blog

Ένα blog, σας βοηθά να κρατήσετε τους πελάτες ενημερωμένους για τα τελευταία προϊόντα, εταιρικές εκδηλώσεις, και τις πληροφορίες συνδέονται με τη βιομηχανία. Με ένα blog στην ιστοσελίδα σας είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να συνδεθείτε μαζί με τους πελάτες σας, ειδικά εάν τα μηνύματα σας ενθαρρύνουν τους αναγνώστες να αλληλεπιδράσουν με την επωνυμία σας. Κρατώντας το blog σας ενημερωμένο, ενημερώνονται και οι πελάτες για τις τιμές και όσα αφορούν την προώθηση της μάρκας σας. Με το να παρέχετε τακτικά στους αναγνώστες σας φρέσκο, εξυπηρετικό περιεχόμενο που ασκεί το εμπορικό σήμα σας, γίνεστε μια αξιόπιστη πηγή και η αρχή της βιομηχανίας.

Ενοποίηση με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η ενσωμάτωση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι πλέον μια καινοτομία - είναι μια απαίτηση. Καθώς η τεχνολογία καθιστά την ανταλλαγή πληροφοριών πιο βολική, οι επιχειρήσεις που στερούνται την ένταξη κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης και αδυνατούν να επωφεληθούν από αυτό, έχει παρομοιαστεί με σύγχρονη διαφήμιση από στόμα σε στόμα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν ένα χώρο στον οποίο οι πελάτες μπορούν να προωθήσουν το εμπορικό τους σήμα, να παρέχουν κριτικές και να μπορούν να μαθαίνουν για τα τελευταία νέα της εταιρείας σας. Γραπτό και οπτικό περιεχόμενο, συμπεριλαμβανομένων εικόνων των προϊόντων και επώνυμων βίντεο, είναι εύκολο να διανεμηθεί σε πλατφόρμες όπως το Facebook, Twitter, Pinterest, και το LinkedIn με την προσθήκη κουμπιών Social sharing στην ιστοσελίδα σας.

Αρχικό Περιεχόμενο

Κατά το σχεδιασμό μιας ιστοσελίδας, είναι σημαντικό να γράψετε ένα υψηλής ποιότητας, πρωτότυπο περιεχόμενο που είναι σχετικό με την εταιρεία και τα προϊόντα/υπηρεσίες σας. Τα πάντα, από την ποιότητα του περιεχομένου σας με τις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούνται επηρεάζουν την κατάταξη του ιστοτόπου σας, στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Η λέξη-κλειδί έρευνα μπορεί να προσφέρει ιδέες και, αν χρησιμοποιείται με φειδώ, θα βοηθήσει τους πελάτες να εντοπίσουν γρήγορα το περιεχόμενο που αναζητούν. Για να αυξήσετε την αποφυγή της επισκεψιμότητας, κάθε ιστοσελίδα θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 150 λέξεις και θα πρέπει να περιλαμβάνει συνδέσεις με αξιόπιστες πηγές και άλλες σελίδες – παραπομπές στην

ιστοσελίδα σας. Με την παροχή πληροφοριών, το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στην ιστοσελίδα σας θα πρέπει να είναι γραπτό, και να φαίνεται. Πριν από τη δημοσίευση, χρησιμοποιήστε ένα εργαλείο όπως το Copyscape για να εξασφαλιστεί ότι περνά επικάλυψη στα πρότυπα. Αν γίνει απόσπαση περιεχομένου από δύο αντίτυπα, η ιστοσελίδα σας, θα σας οδηγήσει σε κυρώσεις από την Google, συμπεριλαμβανομένης της ενδεχόμενης κατάργησης από τα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης.

Εικόνες

Τα πάντα που βρίσκονται στην ιστοσελίδα σας θεωρούνται πνευματική ιδιοκτησία και υπάγονται κάτω από τους νόμους περί πνευματικών δικαιωμάτων. Ως ένας από τους κορυφαίους προμηθευτές στον κόσμο των φωτογραφιών, η Getty Images ρυθμίζει την κατάλληλη χρήση των εικόνων σε απευθείας σύνδεση. Εάν δεν δημοσιεύτηκε με την άδεια σας, οι εικόνες που προστατεύονται από πνευματικά δικαιώματα μπορούν να οδηγήσουν σε πρόστιμα. Όταν ενσωματώσετε τις εικόνες σε περιεχόμενο του ιστοτόπου σας, φροντίστε να λάβετε γραπτή άδεια για τη χρήση και να καταβάλετε τις σχετικές αμοιβές, κατά περίπτωση. Υπάρχουν επίσης ιστοσελίδες που προσφέρουν πρόσβαση σε εικόνες με πνευματικά δικαιώματα δωρεάν. Ωστόσο, να είστε βέβαιοι να εξετάσει προσεκτικά τους όρους χρήσης πριν από τη δημοσίευση τους. Για πολλές επιχειρήσεις, οι δαπάνες που συνδέονται με τη νόμιμη χρήση των εικόνων υπερκαλύπτουν το άμεσο όφελος του "να πάρει κάτι για τίποτα."

Περίληψη ενότητας

Το έγγραφο αυτό προσφέρει μια λεπτομερή εισαγωγή στο μάρκετινγκ Διαδικτύου. Αναλύει, μεταξύ άλλων, τι είναι ακριβώς και ποιος ο λόγος που είναι χρήσιμο, τις κύριες διαφορές του με το παραδοσιακό μάρκετινγκ, και γιατί έχει αναδειχθεί τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, αυτή η ενότητα εξηγεί τα τέσσερα πιο σημαντικά συστατικά του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ:

1. Content Marketing
2. Κοινωνικά Δίκτυα
3. SEO – Βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης
4. Σχεδιασμός Ιστοσελίδας

Αυτά τα τέσσερα στοιχεία είναι οι πιο σημαντικές πτυχές του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ και θα πρέπει να εξεταστούν σε μεγάλο βαθμό, όταν αρχίζει η προώθηση μιας επιχείρησης μέσω του Διαδικτύου. Το περιεχόμενο μάρκετινγκ είναι το διαφορετικό περιεχόμενο, όπως άρθρα ή η διατήρηση ενός ενεργού blog στην ιστοσελίδα σας, το οποίο θα σας βοηθήσει να οικοδομήσετε μια κοινότητα που εμπιστεύεται εσάς και το προϊόν σας, και αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι επικεντρώνεται άμεσα στις πωλήσεις. Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την απόκτηση πελατών και fans όταν χρησιμοποιείται με σύνεση και με επιμονή. Ορισμένες βασικές έννοιες των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης εξηγούνται σε αυτή την ενότητα, και πώς να τα χρησιμοποιούμε αποτελεσματικά για να αποκτήσουμε οπαδούς και να δημιουργήσουμε μια κοινότητα. Το SEO είναι το μέρος του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ που σας βοηθά να μετρήσετε το κοινό στην ιστοσελίδα τους επισκέπτες σας, αλλά σας βοηθά επίσης να αποκτήσετε κοινό με βάση τη σωστή επιλογή των λέξεων. Τέλος, ο σχεδιασμός ιστοσελίδας είναι επίσης ένας καθοριστικός παράγοντας στην αναζήτησή σας για την επιτυχία! Σκεφτείτε το σαν την "εικόνα" σας με τον έξω κόσμο, όπου οι άνθρωποι μπορούν επισκέπτονται τη σελίδα. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να θυμάστε να δημιουργήσετε μια ιστοσελίδα που προσελκύει τους χρήστες και καθιστά εύκολο για αυτούς που ενδιαφέρονται να εντοπίσουν τη σωστή πληροφόρηση.

Ασκήσεις

Διαλέξτε τη σωστή απάντηση

Ποιος είναι ο κύριος λόγος που έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό το Διαδικτυακό Μάρκετινγκ;

- α. Είναι πιο εύκολο να γίνονται διαφημίσεις μέσω του διαδικτύου
- β. Είναι πιο αποτελεσματικό
- γ. οι περισσότεροι λειτουργούν με το Διαδίκτυο έτσι ώστε να έχουν μια μεγαλύτερη αγορά-στόχο

Γιατί θα πρέπει να χρησιμοποιείτε το content marketing;

- α) για να είναι πιο δραστήρια σε απευθείας σύνδεση ως εταιρεία
- β) για να οικοδομήσουμε μια κοινότητα μέσα από τα άρθρα / το περιεχόμενο
- γ) για να πωληθεί το προϊόν πιο εύκολα

Ποιο είναι το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να θυμάστε για τα κοινωνικά δίκτυα;

- α) να είστε συνεπής και ενεργοί
- β) να επιλέξετε τη σωστή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης ανάλογα με τον τύπο της επιχείρησής σας
- γ) όλα τα παραπάνω

Η ιστοσελίδα της επιχείρησής σας θα πρέπει σίγουρα να είναι ...

- α) φιλική προς το χρήστη
- β) πολύχρωμη/χαρούμενη
- γ) απλή

Βιβλιογραφία

<http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website>

http://cubicleninjas.com/7_things_consider_before_designing_website/

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/>

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/>

<https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/>

http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm