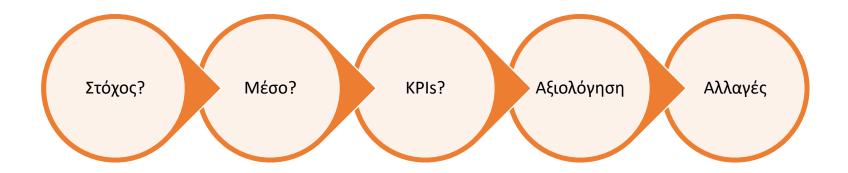
#### Εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ και η σημασία τους

#### Δρ. Κατερίνα Φραϊδάκη

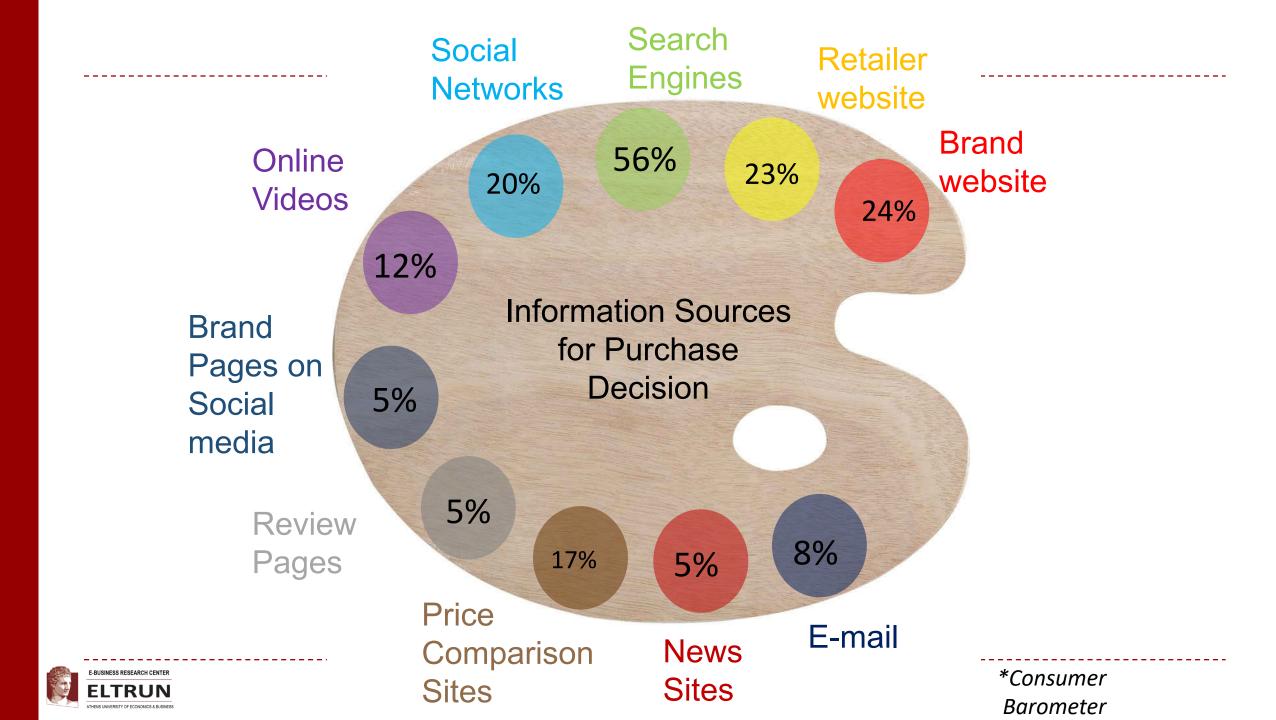
ELTRUN: Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών



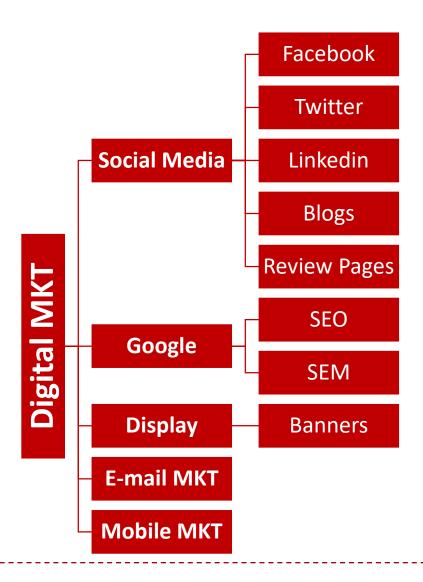
# Βήματα







# Εργαλεία Digital Marketing





## **Online Marketing**









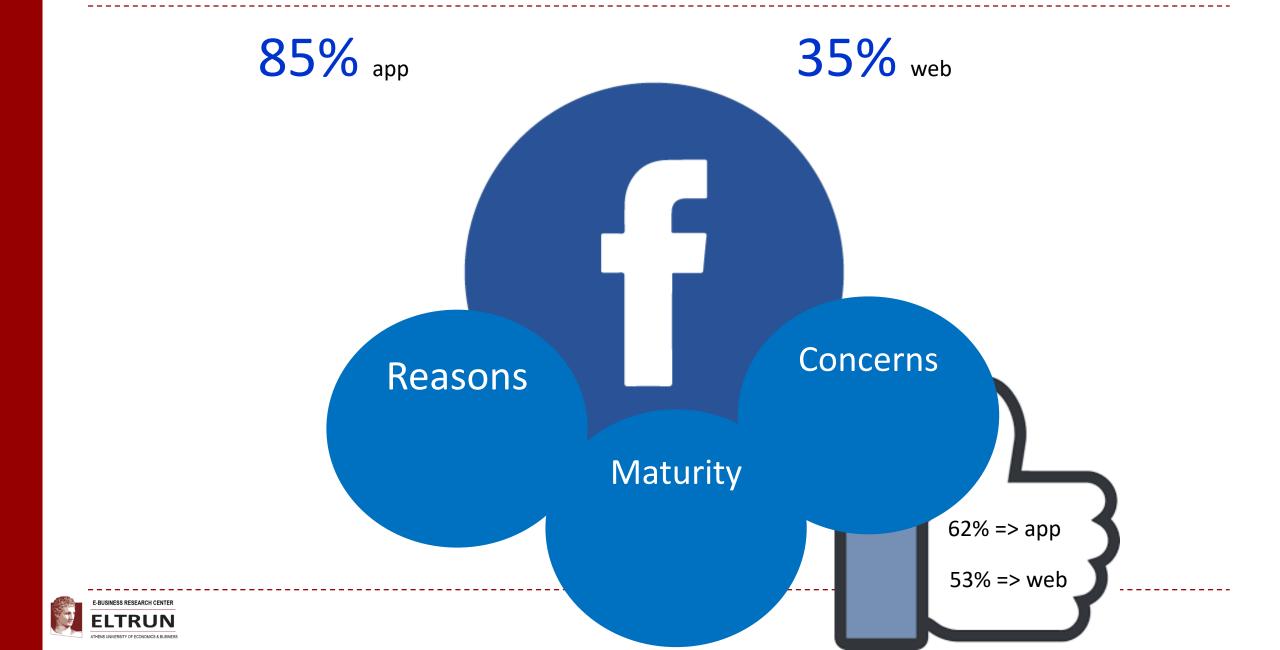




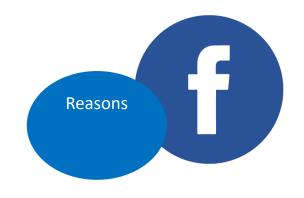




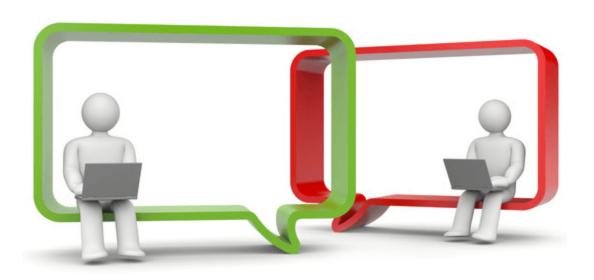


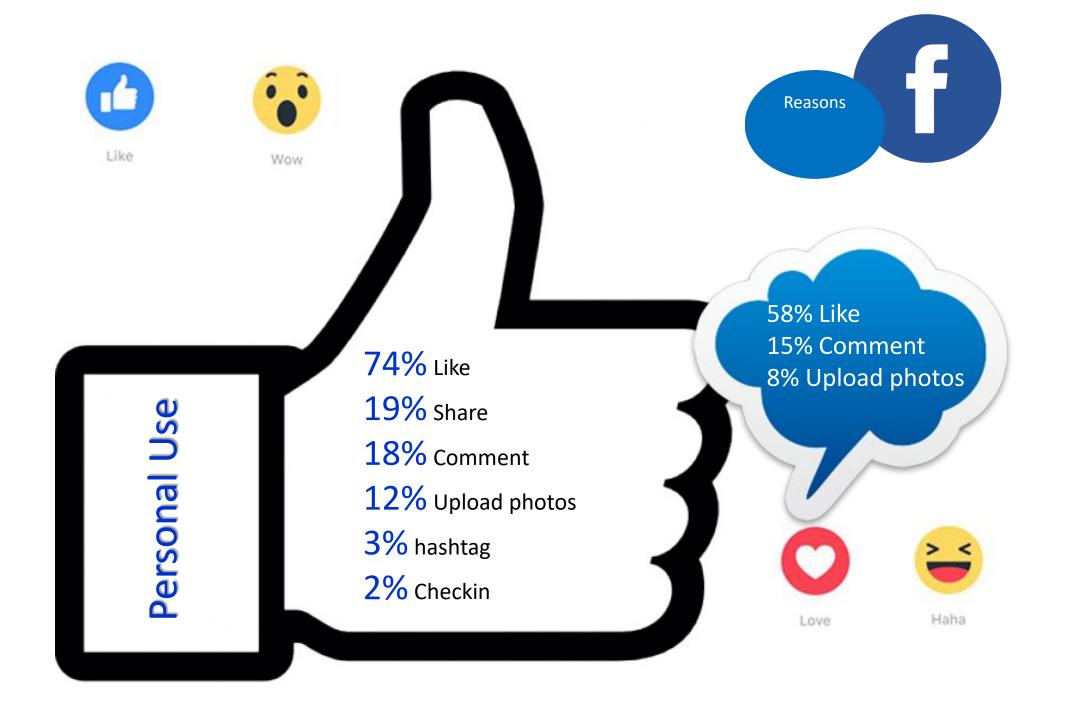




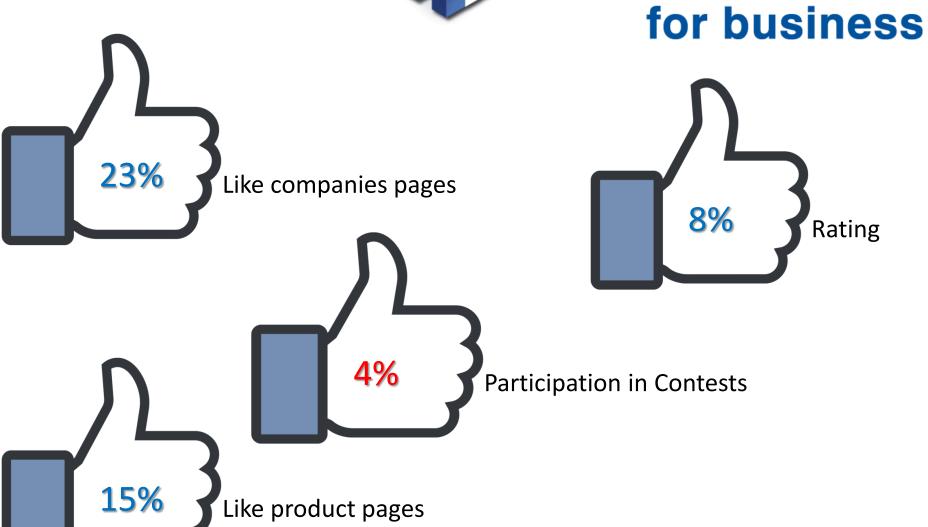


58% Chatting









#### Concerns



# You Tube













**Organic Results** 

86%



Non-Organic results

31%



Banners "googleAds"

13%



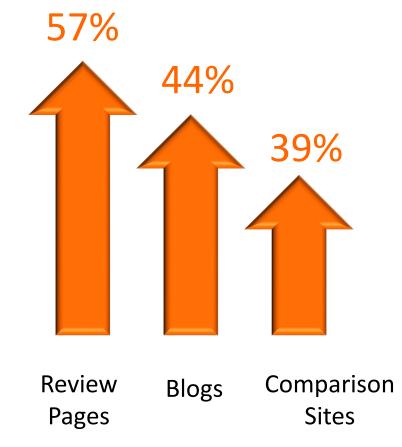
# 65% Use review pages





4% Make comments





# Ψηφιακή Στρατηγική



## Τα στάδια του Ψηφιακού Μάρκετινγκ



# Περσόνα



# Διαφήμιση στο Facebook



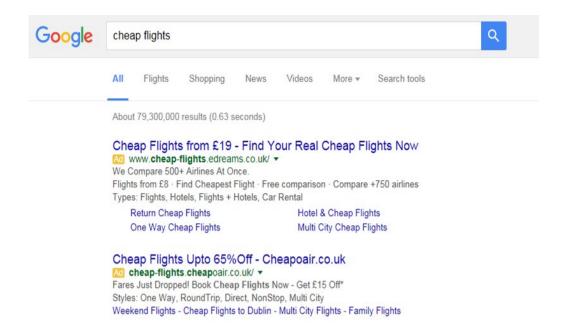


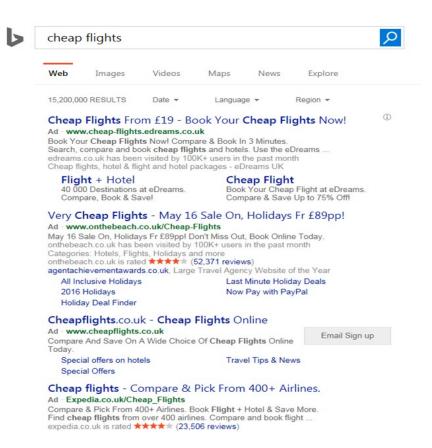
#### Διαφήμιση σε μηχανές αναζήτησης





#### Παραδείγματα







## 3 Βασικές αρχές

# Διαδικασία bidding

Segmentation

Επιλογή Keyword



### Σημαντικοί όροι

Impressions: the number of times an ad has appeared on the search results page

Clicks: the number of times the website is accessed through the ad

CTR: ratio of clicks to impressions (Clicks/Impressions)

**CPC**: cost per click for your ad

Position: where ad is placed

Conversions: number of times the campaign goal is achieved



#### Εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ και η σημασία τους

#### Δρ. Κατερίνα Φραϊδάκη

ELTRUN: Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

