



Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

Βελτίωση Ενεργειών Ψηφιακού Μάρκετινγκ στις Διαφημιστικές Πλατφόρμες της Google και Facebook: Μελέτη Περίπτωσης ThesSummerSchool



Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Νικολαΐδης Ιωάννης

Βογιατζής Βασίλειος
AM: mai20009

Εισαγωγή

- Οι **χρήστες καταναλώνουν** καθημερινά ασύλληπτο **όγκο δεδομένων** ψάχνοντας ποιοτική και χρήσιμη πληροφορία.
- **Ξοδεύουμε** το μεγαλύτερο μέρος της **καθημερινότητάς** μας στο **διαδίκτυο**.
- Πλέον οι χρήστες χρησιμοποιούν κατά κόρον το **διαδίκτυο για τις αγορές** τους.
- **Άνθιση του ecommerce** με τον **covid19**.

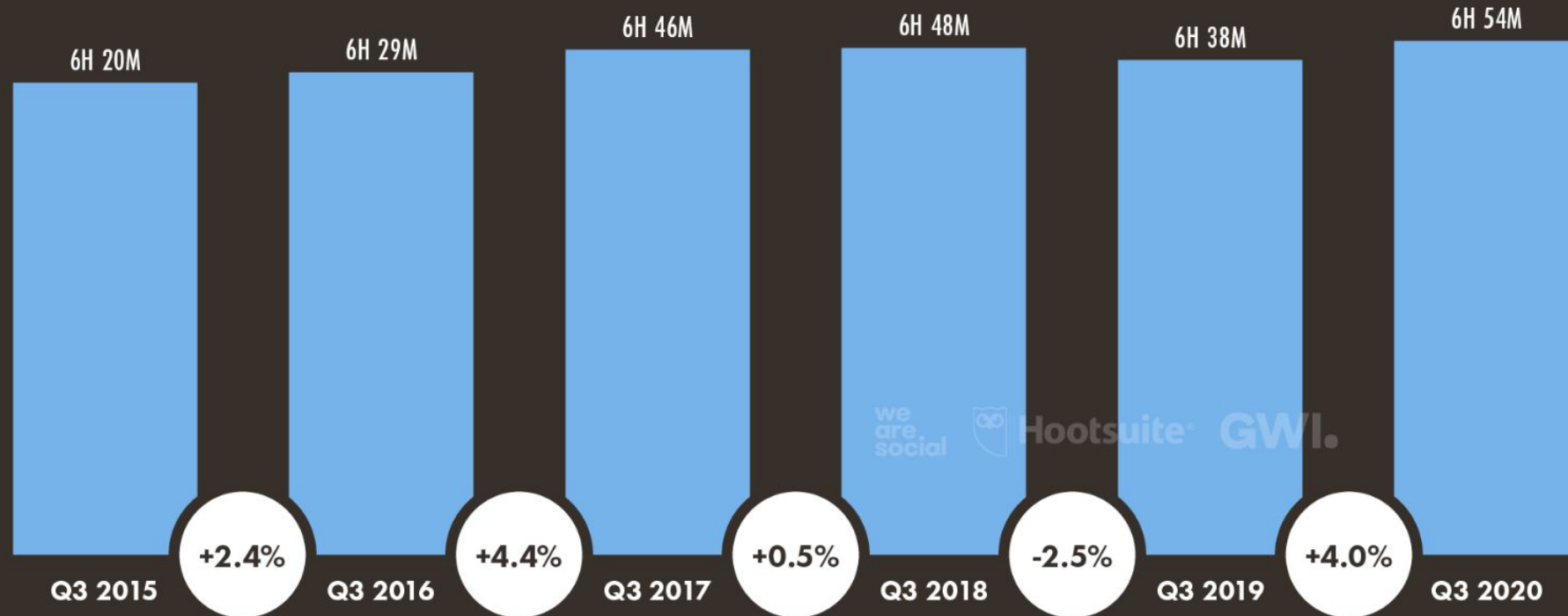
Το **ψηφιακό μάρκετινγκ** καλείται να βοηθήσει τις **επιχειρήσεις να ξεχωρίσουν** από τον **ανταγωνισμό** αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Το **Thessummerschool** προσπάθησε να εκμεταλλευτεί το **ψηφιακό μάρκετινγκ** για την αποτελεσματική **προώθηση** του.

JAN
2021

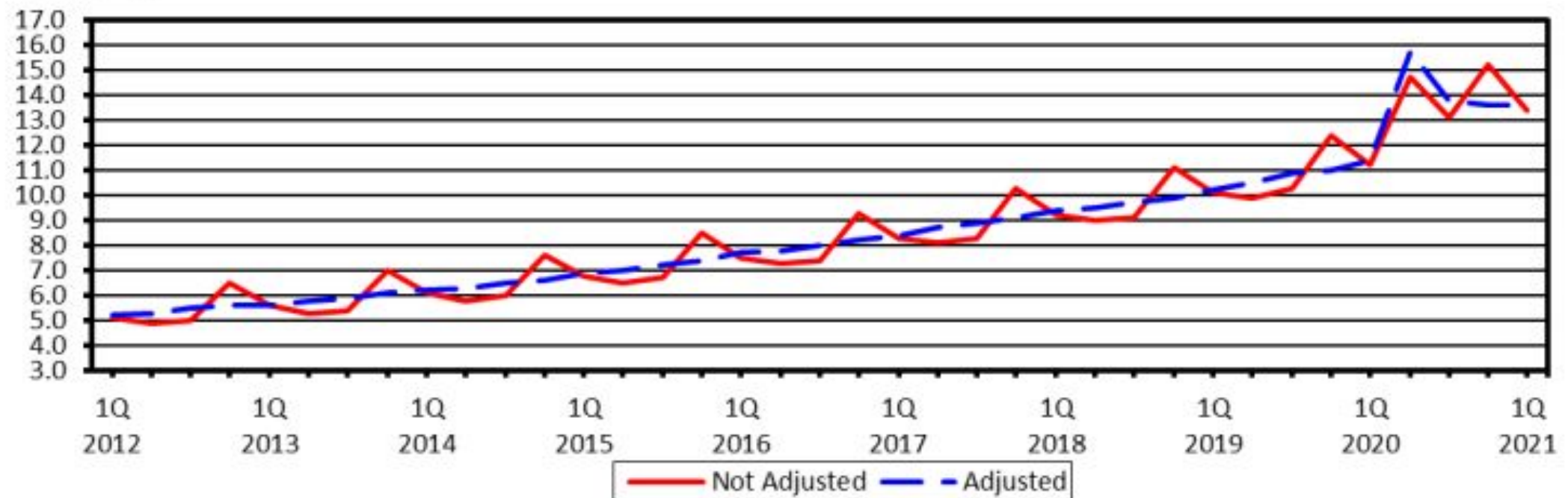
EVOLUTION OF DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

EVOLUTION IN THE AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET VIA ANY DEVICE



**Estimated Quarterly U.S. Retail E-commerce Sales as a Percent of Total Quarterly Retail Sales:
1st Quarter 2012 – 1st Quarter 2021**

Percent of Total



Σκοπός της Παρούσας Εργασίας

Το Thessummerschool είναι ένα **εκπαιδευτικό πρόγραμμα** το οποίο διεξάγεται από **καθηγητές** του **Πανεπιστημίου Μακεδονίας** με στόχο να διοχετεύσει την **επιχειρηματικότητα** και **δημιουργικότητα** των μαθητών Λυκείου προς μια κατεύθυνση.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι:

- η **ανάλυση** των **πληρωμένων ενεργειών διαφήμισης** που έγιναν για την προώθηση του thessummerschool σε **Google** και **Facebook**
- **προτάσεις** για την **βελτίωση** τους

Επιπλέον έγινε **προσπάθεια βελτίωσης** του **ιστότοπου** του thessummerschool και της γενικότερης εμπειρίας του χρήστη εκεί.

Marketing Funnel

Χρειάζεται η κατανόηση του **ταξιδιού του καταναλωτή** (marketing funnel), ώστε να σχηματιστούν διαφημιστικές ενέργειες προώθησης του thessummerschool.

- Awareness (Προσέλκυση Νέου Κοινού)
- Interest (Παρουσίαση Ενδιαφέροντος)
- Consideration (Σκέψη προς Αγορά)
- Conversion (Αγορά)

Επιθυμητό να υπάρχει **διαρκής ανατροφοδότηση** του χωνιού του καταναλωτή κατά προτίμηση **στα χαμηλότερα στάδια** του. **Κοντά στην συναλλαγή.**



SEO vs SEM - Google

Search Engine Optimization vs Search Engine Marketing

SEO

SEM

| Πλεονεκτήματα | Μειονεκτήματα |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Δεν έχει διαφημιστικό κόστος- Φέρνει μεγάλη επισκεψιμότητα | <ul style="list-style-type: none">- Χρειάζεται χρόνο για να επιφέρει αποτελέσματα- Απαιτεί διαρκή εμπλουτισμό της σελίδας με περιεχόμενο |

| Πλεονεκτήματα | Μειονεκτήματα |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Άμεσα αποτελέσματα- Προσαρμογή του budget σύμφωνα με τους στόχους | <ul style="list-style-type: none">- Όταν δεν πραγματοποιείται από ειδικούς, τα αποτελέσματα μπορεί να είναι αρνητικά- Οι διαφημίσεις προβάλλονται όσο υπάρχει διαθέσιμο budget |

Εισαγωγή στις Διαφημίσεις

Οι διαδικτυακές διαφημίσεις:

- δεν είναι όλες της ίδια **μορφής**
- δεν έχουν τους ίδιους **στόχους**,
- δεν **απευθύνονται** στους **ίδιους χρήστες**
- δεν προβάλλονται στις ίδιες **συσκευές**
- δεν δημιουργούνται στις ίδιες **πλατφόρμες** και
- δεν χρησιμοποιούν τα ίδια **κανάλια** για την μετάδοση τους

Γενικά οι διαφημίσεις **κατηγοριοποιούνται**:

- ανάλογα με το **σκοπό** τους (στάδιο στο marketing funnel)
- την **μορφή** τους και
- την **πλατφόρμα** στην οποία δημιουργούνται

π.χ. Στόχος: Awareness, Traffic, Conversion

Τύπος: Search, Display

Όπως αναφέρθηκε υπάρχουν πολλές κατηγορίες διαφημίσεων.

Οι **διαφημίσεις της Google** προβάλλονται κυρίως εντός του δικτύου της (και συνεργατών).

- Στην **μηχανή αναζήτησης της Google (Search)**.
- Στο **εσωτερικό** συνεργαζόμενων **ιστοσελίδων** και **εφαρμογών** android/iOS (**Display**).
- Στο **Youtube (Video)**.

Οι **διαφημίσεις Facebook** προβάλλονται στο **εσωτερικό του κοινωνικού δικτύου της**

- Σε **Facebook/Instagram** αντίστοιχα.
- Έχουμε **διαφημίσεις** τύπου **post** ή **story**.
- Το **δημιουργικό** μπορεί να είναι της **μορφής** single media, carousel, video.

Δομή Google Διαφημίσεων

Select the goal that would make this campaign successful to you ⓘ



Sales



Leads



Website traffic



Product and brand consideration



Brand awareness and reach



App promotion



Create a campaign without a goal's guidance

Select a campaign type ⓘ

Search



Reach customers interested in your product or service with text ads

Display



Run different kinds of ads across the web

Shopping



Promote your products with Shopping ads

Δομή Google Διαφημίσεων

Select a campaign type ?

Search



Reach customers interested in your product or service with text ads

Display



Run different kinds of ads across the web

Shopping



Promote your products with Shopping ads

Video



Reach and engage viewers on YouTube and across the web

Smart



















Reach your business goals with automated ads on Google and across the web

Discovery













Run ads on YouTube, Gmail, Discover, and more

Στόχοι Διαφημίσεων Facebook

| Auction  Reach and Frequency  | | |
|---|--|---|
| Awareness | Consideration | Conversion |
|  Brand awareness |  Traffic  |  Conversions  |
|  Local awareness |  Engagement  |  Product catalog sales |
|  Reach |  App installs |  Store visits |
| |  Video views | |
| |  Lead generation | |

Μορφή Διαφημιστικού Υλικού Facebook

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
|   Carousel Create an advert with 2 or more scrollable images or videos |   Single image Create up to 6 adverts with one image each at no extra charge |   Single video Create an advert with one video |   Slideshow Create a looping video advert with up to 10 images |   Canvas Tell a more immersive story by combining images and videos |
|--|--|--|--|---|

Σχεδιασμός Στρατηγικής Διαφημίσεων

Ο **μαρκετίστας** πρέπει να δει με τα “**μάτια**” του **χρήστη**, ώστε να κατανοήσει πως σκέφτεται, συμπεριφέρεται και τι περιμένει να δει.

Στόχος είναι η βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη (UX) μέσω του **feedback** και των **συνεντεύξεις** από εφήβους/γονείς.

Βέβαια οι **διαφημίσεις** δεν είναι **άριστες** εξ αρχής. Για αυτό τον λόγο, ο ρόλος του **μαρκετίστα** είναι να **εναλλάσσει** τα **κείμενα**, **γραφιστικά** και **στόχευση** των **διαφημίσεων** (το λεγόμενο **A/B Testing**), για την **επιλογή** των **καλύτερων**.

Πρωώθηση του Thessummerschool

Το κύριο μέρος της διαδικτυακής **προώθησης** έγινε στις πλατφόρμες της **Google** και της **Facebook**.

1. **Προσέλκυση** χρηστών στο **στάδιο Awareness**.
2. **Σκοπός** είναι η συμπλήρωση της **φόρμας στοιχείων (lead generation)**.
3. Ακολουθεί επικοινωνία μέσω **email** από τον **υπεύθυνο** του προγράμματος.
4. **Remarketing διαφημίσεις** στους χρήστες που αποχώρησαν από τον ιστότοπο.

Στόχος του thessummerschool είναι οι εγγραφές (**leads**) να **μετατρέπονται** σε **πωλήσεις**.

Περιορισμοί

Οι μεγαλύτεροι **περιορισμοί** των ενεργειών προώθησης του thessummerschool έως τώρα:

- Ο **χρόνος** που έτρεξαν οι διαφημίσεις (3 εβδομάδες)
- Ο διαφημιστικός **προϋπολογισμός** και
- Δεν υπήρξε κάποια **βάση σύγκρισης** με προηγούμενα στατιστικά δεδομένα (**benchmark**)

Κοινό έως τώρα: ➡ Γονείς

Ευκαιρίες στόχευσης σε ➡ Μαθητές

Οι διαφημιστικές **καμπάνιες** ανάλογα με το **κοινό έχουν**:

- Διαφορετική **γλώσσα/κείμενα**
- Διαφορετικά **γραφιστικά**
- Τονίζονται διαφορετικές **πτυχές** του thessummerschool (διαφορετικά κοινά/ διαφορετικές προσδοκίες)
- Διαφορετικό μήνυμα (**call to action**)

Ενέργειες στην Πλατφόρμα της Google

- **Google analytics** εγκατάσταση κώδικα.
- Καμπάνιες **Google Display Ads** τύπου Responsive για **Awareness** (προσέγγιση νέου κοινού).
(Banner του προγράμματος σε διάφορες ιστοσελίδες και εφαρμογές - πήγαν καλά σε viber και σε ιστοσελίδες με αγγελίες εργασίας)

Example of your image ad at 300x250

Θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας και επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές-τριες 14-18 ετών.

OPTANOSI iSeB

e-ThesSummerSchool | Σχολείο

Εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές 14-18 ετών από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Example of your image ad at 160x600

Θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας και επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές-τριες 14-18 ετών.

OPTANOSI iSeB

e-ThesSummerSchool | Σχολείο

Εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές 14-18 ετών από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Example of your native ad at 480x120

Θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας και επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές-τριες 14-18 ετών.

OPTANOSI iSeB

Ανακάλυψε το θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας για νέους 14-18 ετών

Διαφ. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Λειτουργία

Example of your image ad at 300x250

Θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας και επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές-τριες 14-18 ετών.

OPTANOSI iSeB

e-ThesSummerSchool | Σχολείο

Εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές 14-18 ετών από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Example of your text ad at 300x250

e-ThesSummerSchool | Σχολείο

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές 14-18 ετών από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

ΑΝΟΙΓΜΑ

Example of your image ad at 728x90

Θερινό σχολείο επιχειρηματικότητας και επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές-τριες 14-18 ετών.

OPTANOSI iSeB

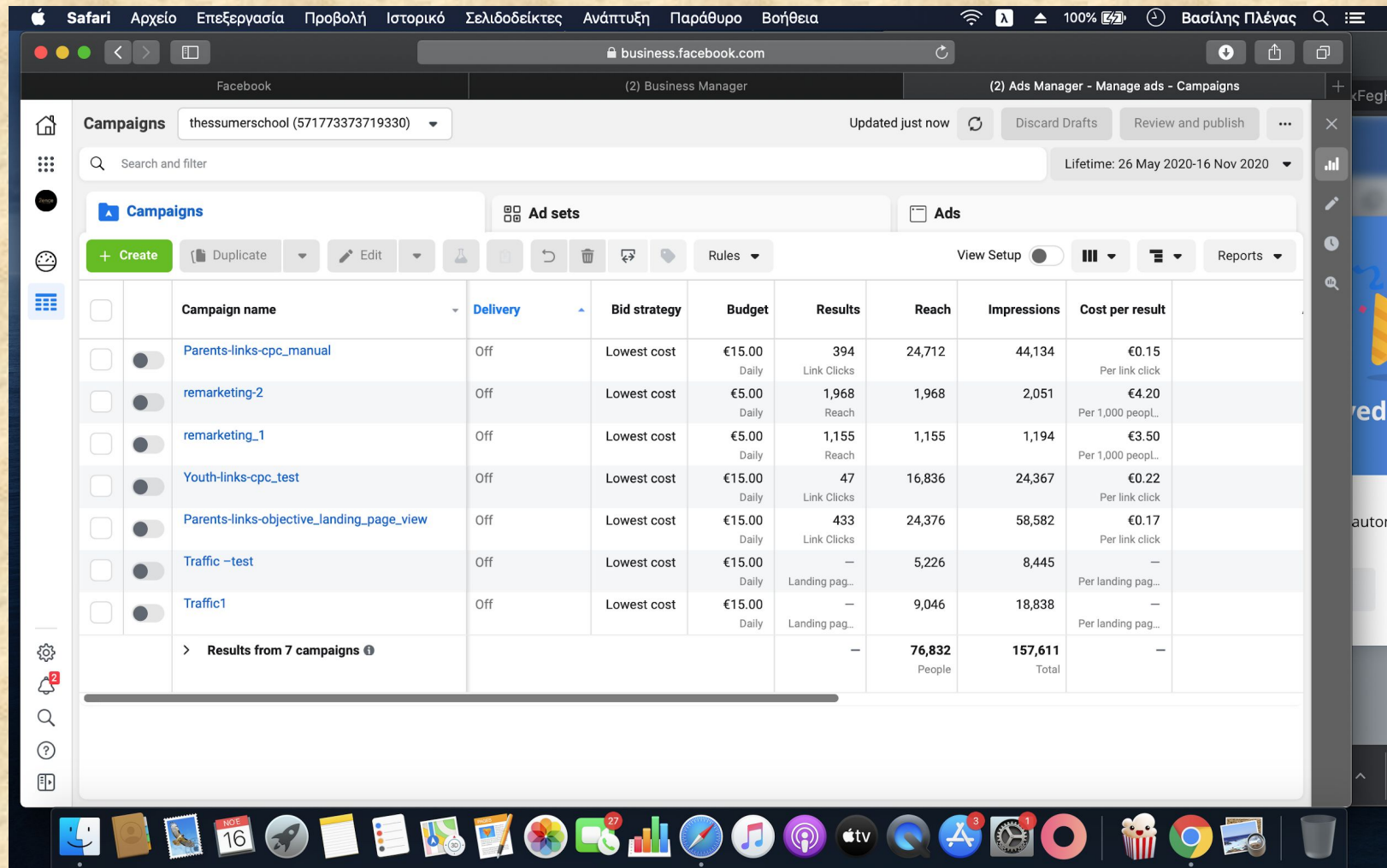
e-ThesSummerSchool | Σχολείο

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές 14-18 ετών από το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Ενέργειες στην Πλατφόρμα της Facebook

- **Traffic καμπάνιες** στο Facebook για την προσέγγιση κοινών με βάση δημογραφικά στοιχεία (γονείς).
- Έγινε εγκατάσταση **facebook pixel tracking (no conversions)**.
- Καμπάνιες **remarketing** στους **site visitors** (μέσω Facebook Pixel).



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for the account 'thessumerschool (571773373719330)'. The interface is in the 'Campaigns' view, showing a list of campaigns with columns for Campaign name, Delivery, Bid strategy, Budget, Results, Reach, Impressions, and Cost per result. The campaigns listed are:

| Campaign name | Delivery | Bid strategy | Budget | Results | Reach | Impressions | Cost per result |
|---|----------|--------------|--------------|------------------|---------------|---------------|------------------------|
| Parents-links-cpc_manual | Off | Lowest cost | €15.00 Daily | 394 Link Clicks | 24,712 | 44,134 | €0.15 Per link click |
| remarketing-2 | Off | Lowest cost | €5.00 Daily | 1,968 Reach | 1,968 | 2,051 | €4.20 Per 1,000 people |
| remarketing_1 | Off | Lowest cost | €5.00 Daily | 1,155 Reach | 1,155 | 1,194 | €3.50 Per 1,000 people |
| Youth-links-cpc_test | Off | Lowest cost | €15.00 Daily | 47 Link Clicks | 16,836 | 24,367 | €0.22 Per link click |
| Parents-links-objective_landing_page_view | Off | Lowest cost | €15.00 Daily | 433 Link Clicks | 24,376 | 58,582 | €0.17 Per link click |
| Traffic -test | Off | Lowest cost | €15.00 Daily | — Landing pag... | 5,226 | 8,445 | — Per landing pag... |
| Traffic1 | Off | Lowest cost | €15.00 Daily | — Landing pag... | 9,046 | 18,838 | — Per landing pag... |
| Results from 7 campaigns | | | | — | 76,832 People | 157,611 Total | — |

Προτεινόμενες Ενέργειες στην Πλατφόρμα της Google

1. Κώδικας **conversion tracking** - διαδικτυακές **συναλλαγές** στον ιστότοπο του thessummerschool
2. **Στόχευση των μαθητών** (όχι μόνο γονείς)
3. **A/B Testing** σε **landing pages** (για την βελτίωση του conv. rate)
4. **A/B testing** με διαφορετικά **εικαστικά** και **κείμενα** διαφημίσεων
5. **Τακτική ρύθμιση του CPC** στις καμπάνιες Search.
6. Δημιουργία **καμπανιών branded** τύπου **search** (thessummerschool)
7. Δημιουργία **καμπανιών search** σε λέξεις/φράσεις σχετικές με το πρόγραμμα (οι όροι αυτοί προέρχονται από keyword research)
8. Τακτική διαλογή (**καθάρισμα**) των **keywords** στις καμπάνιες **search**
9. Τακτική **διαλογή** των **σελίδων** στις οποίες εμφανίζονται διαφημίσεις τύπου **display**
10. Δοκιμή **περιορισμού** του **ηλικιακού φάσματος**
11. **Remarketing campaigns** στους **converters** και cart abandoners
12. Προσθήκη **ad extensions** στις διαφημίσεις Google Search (κλήση **callout**, πλοήγηση)

Προτεινόμενες Ενέργειες στην Πλατφόρμα της Facebook

1. Κώδικας **conversion tracking** - διαδικτυακές συναλλαγές στον ιστότοπο του thessummerschool
2. **Στόχευση** των **μαθητών** (μελλοντικοί συμμετέχοντες - όχι μόνο γονείς)
3. Δημιουργία **σελίδας instagram** (κοινό περιεχόμενο με το Facebook)
4. **Optimized υλικό** για φορητές συσκευές για **διαφήμιση** σε **stories**
5. **A/B testing** με διαφορετικά εικαστικά και κείμενα διαφημίσεων
6. Δοκιμή **περιορισμού** του **ηλικιακού φάσματος**
7. Facebook/Instagram **διαφημίσεις** στους **ακόλουθους** της **Facebook σελίδας** του thessummerschool
8. **Remarketing campaigns** στους **converters** και cart abandoners
9. **Similar/lookalike audiences** με βάση τους converters (ίσως και τους cart abandoners)

Προτεινόμενες Ενέργειες στον ιστότοπο του Thessummerschool

- **Συναλλαγές** στον ιστότοπο (vivawallet, paypal, τράπεζες)
- **SEO Audit** στο πρόγραμμα Screaming Frog & **βελτίωση του SEO** (SEO Titles, Meta Description, Duplicate Pages, Alt text, dead links)
- **Google pagespeed insights** - μείωση **χρόνου φόρτωσης** ιστοσελίδων
- **Heat maps** για την καταγραφή της **δραστηριότητας** των **χρηστών**
- **Blog section** - περιεχόμενο από μαθητές και φοιτητές του ΠΑΜΑΚ
- **Link Building**, (inbound) σύνδεσμοι από ιστότοπους υψηλού κύρους (high authority) για βελτίωση της θέσης SERP

Snippet
Οργανικών
αποτελεσμάτων με
sitelinks

<https://thessummerschool.uom.gr> ▼

ThesSummerSchool – Θερινό Σχολείο Νεανικής ...

Διοργανώσεις 2021. Οι επόμενοι κύκλοι διαλέξεων του **ThesSummerSchool** θα πραγματοποιηθούν: 4-8 Μαΐου 2021 (4ο e-**ThesSummerSchool**, διαδικτυακά) και ...

| | |
|--|--|
| Δήλωση συμμετοχής στο To ThesSummerSchool θα διοργανωθεί από τη Τρίτη 22 ... | Επικοινωνία Ως Καθηγητές του τμήματος Εφαρμοσμένης Πληροφορικής ... |
| Δήλωση συμμετοχής στο “e ... To τέταρτο e-ThesSummerSchool θα διεξαχθεί 4 με 8 Μαΐου 2021 ... | Εξ Αποστάσεως Σχολείο ... Δεκέμβριος 2020. Από τη Δευτέρα 28 μέχρι και την Τετάρτη 30 ... |

[Περισσότερα αποτελέσματα από το uom.gr »](#)

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

- Τι γίνεται μετά το “**τέλος ζωής**” των **cookies (2023)**
- Πως μπορεί να βελτιωθεί το **UX** στον **ιστότοπο** του thessummerschool
- Μπορούν τα **μαθήματα** να **βιντεοσκοπηθούν** και να είναι **διαθέσιμα 24/7** μέσω κάποιας πλατφόρμας εκμάθησης
- Εφαρμογές **gamification** στον ιστότοπο του thessummerschool
- Αξιολόγηση δημοφιλών διαφημιστικών καναλιών για προσέγγιση νεότερων ηλικιών (tiktok, instagram, snapchat, pinterest)

Τέλος Παρουσίασης