



ΜΕΤΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ: ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Εισαγωγή

Σκοπός: Καταγραφή και ανάλυση μετρικών, συγκέντρωση δεικτών KPI's ανά πλατφόρμα δικτύωσης και εξέταση των εργαλείων ανάλυσης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης.

Ερωτήματα – Υποθέσεις:

- ▶ Ποια τα κριτήρια επιλογής;
- ▶ Ποιες οι βασικές και οι δευτερεύουσες μετρικές και δείκτες απόδοσης ανά κοινωνικό μέσο;
- ▶ Ποια τα κατάλληλα εργαλεία ανάλυσης;
- ▶ Μπορεί η επιχείρηση να εντάξει επιτυχημένα στο στρατηγικό της σχέδιο μάρκετινγκ τη διαχείριση των social media και πώς;

Κατηγοριοποίηση βιβλιογραφίας ανά θεματική

	ΣΧΕΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ
Μετρικές κοινωνικών δικτύων (social media metrics)	Likely et al. (2006); Berthon et al. (2007); Berkowitz (2009); Murdough (2009); Nov et al. (2010); Hoffman & Fodor (2010); Kaplan & Haenlein (2010); Lovett (2011); Kietzmann et al. (2011); Alterian (2011); Azam & Qamar (2011); Solcansky et al. (2011); BtoB (2012); Pizazo-Vela et al., (2012); Levy (2013); Baym (2013); Pantano & Corevello (2013); Peters et al. (2013); Alberghini et al. (2013); Alperin (2015); Ashley & Tuten (2015); Spiller & Tuten (2015); Haustein et al. (2015); Yates & Paquette (2011); Conversocial (2016); Talkwalker (2016); Carnein et al. (2017)
Δείκτες απόδοσης κοινωνικών δικτύων (KPIs)	Lin (2006); Seo & La Paz (2008); Koskiken et al. (2012) ; Lipsman et al. (2012); Alberghini et al. (2014)
Εργαλεία ανάλυσης δεδομένων κοινωνικών δικτύων (analytics)	Killekar et al. (2013); Thelwall & Kousha (2015); Keegan & Rowley (2017)

Διαδικασία σχεδιασμού μάρκετινγκ στα κοινωνικά δίκτυα: Ποια τα κριτήρια επιλογής;

Έλλειψη κατανόησης λειτουργίας από τις σημερινές επιχειρήσεις

Κύρια Στάδια μέτρησης δεδομένων

- Ιδέα: καθορίζει το στόχο
- Ορισμός: σχετίζεται με την περιγραφή της στρατηγικής
- Σχεδιασμός: απαρίθμηση των τακτικών και των μεθόδων ενεργοποίησης των μετρικών
- Ανάπτυξη: εφαρμογή και εκκίνηση προγράμματος
- Βελτιστοποίηση: αναγνώριση επίδοσης και ευκαιριών

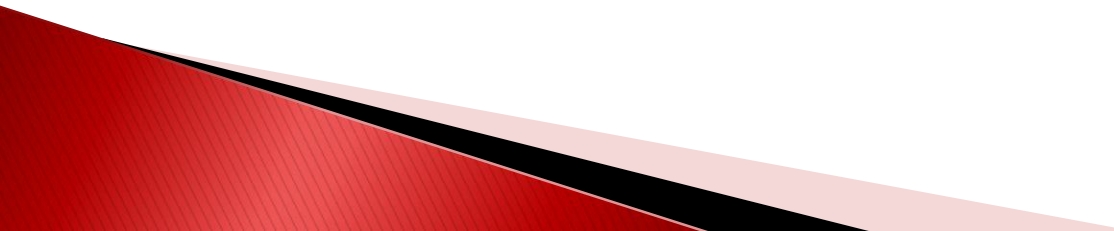
Ποιες είναι οι μετρικές των κοινωνικών δικτύων;	
Solcansky (2011)	Χρηματοοικονομικές & Μη χρηματοοικονομικές μετρήσεις
Ashley & Tuten (2015)	Tweets, αριθμός καναλιών, απήχηση, animation, απήχηση αποκλειστικότητας, λειτουργική απήχηση, συναισθηματική απήχηση, κοινωνικά αίτια
Spiller & Tuten (2015)	μετρικές δραστηριότητας, μετρικές αλληλεπίδρασης, μετρικές επιστροφής
Berkowitz (2010)	αριθμός αναρτήσεων, αριθμός εμφανίσεων, peak απήχησης, στοιχεία ανταγωνισμού, απήχηση ανά κατηγορία/ κοινωνικό μέσο/ στάδιο πώλησης, δημοτικότητα, οπαδοί-ακόλουθοι-φίλοι, ρυθμός αύξησης ακολούθων, downloads/uploads, likes, προβολές, σχόλια, αξιολογήσεις συνδρομές, επιρροή σε νέους πελάτες, δημογραφικά στοιχεία κοινού, ενδιαφέροντα χρηστών, γλώσσες χρηστών, μέθοδος εύρεσης περιεχομένου, ικανοποίηση πελατών
Jenn Deering (2012)	Όγκος , εμφανίσεις, δέσμευση, επίδραση, μερίδιο αγοράς κοινωνικών δικτύων
Lovett (2011)	Μετρήσιμα είδη, μετρήσεις επιχειρηματικής αξίας, μετρήσεις αποτελέσματος, βασικές μετρήσεις της επιχείρησης
Nowak (2014)	Επίγνωση, δέσμευση, μετατροπή, κατανάλωση
Hoffman & Fodor (2010)	Αναγνωρισιμότητα, δέσμευση στη μάρκα, εξάπλωση από στόμα σε στόμα
Gonzalo (2014)	Αριθμός like, αριθμός εμφανίσεων, πιθανό κοινό, αφοσιωμένοι πελάτες, αριθμός ατόμων που μιλούν για τη σελίδα, κατάταξη edgerank, κίνηση στην ιστοσελίδα από τα κοινωνικά δίκτυα, πωλήσεις, απαντήσεις σε σχόλια/ερωτήσεις, ανθρώπινο δυναμικό

Μετρικές ανά κοινωνικό μέσο δικτύωσης

Facebook	Twitter	Youtube	Instagram	Google+
<ul style="list-style-type: none"> • Likes • Εμφανίσεις • Πιθανό κοινό • Αφοσιωμένοι πελάτες • Αριθμός ατόμων που μιλούν για τη σελίδα • Κίνηση ιστοσελίδας από κοινωνικά δίκτυα • Πωλήσεις • Απαντήσεις σε σχόλια 	<ul style="list-style-type: none"> • Ακόλουθοι • Τμηματοποίηση ακολούθων • Εμφανίσεις • Ρυθμός αφοσίωσης • Tweets • Εξυπηρέτηση • Κίνηση στη σελίδα • Ανάλυση ανταγωνισμού • Απαντήσεις σε σχόλια/ μηνύματα 	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός συνδρομητών • Εμφανίσεις • Likes/dislikes • Σχόλια • Κοινοποιήσεις • Πηγή εμφάνισης • Μέσος χρόνος παρακολούθησης 	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός ακολούθων • Αριθμός βίντεο & φωτογραφιών • Απήχηση • Εμφανίσεις • Likes • Ρυθμός αφοσίωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Ακόλουθοι • Εμφανίσεις • Αναρτήσεις • Σχόλια • Κίνηση • Απήχηση • Αναφορές • Κοινοποιήσεις • Κατάταξη προφίλ

Δείκτες απόδοσης (KPIs)

Οι κατηγορίες KPIs αφορούν:

- τη δραστηριότητα της επιχείρησης
 - την απήχηση
 - τη δέσμευση
 - την απόκτηση
 - τη μετατροπή
 - τη διατήρηση
- 

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;

	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Blogs	<ul style="list-style-type: none"> number of posts number of pieces of content type of posts (eg image, video, text, poll, survey) 	<ul style="list-style-type: none"> number of new visitors search ranking number of times bookmarked Number of members 	<ul style="list-style-type: none"> average number of comments amount of users generate' s content average length of time on site number of responses to contests/ surveys 	<ul style="list-style-type: none"> number of clicks on a link/post cost-per-click (for paid advertising) number of reblogs number of times badge displayed on other sites number of pageview ranking per keyword average formerly time on site percentage of traffic 	<ul style="list-style-type: none"> number of conversions amount of money a brand pays to attain lead amount of revenue (paid advertising) 	<ul style="list-style-type: none"> number of costumers advocate costumer annual value percentage of costumers retained to those cancelled number of costumer reviews measure of costumers satisfaction growth rate of blog

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;

	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Microblog	<ul style="list-style-type: none"> average response time number of tweets per period number of pieces of content (eg image, video, text, poll, survey) amount of money spend 	<ul style="list-style-type: none"> number of followers number of tweets about the brand valance of tweets +/- influence score (Klout and Kred) number of keywords success 	<ul style="list-style-type: none"> number of retweets number of replies total actions per follower 	<ul style="list-style-type: none"> number of subscribers number of clicks on a link/post number of pageview ranking per keyword 	<ul style="list-style-type: none"> number of conversions number of new followers amount of money a brand pays to attain lead 	<ul style="list-style-type: none"> number of costumers advocate number of costumer reviews measure of costumers satisfaction

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;

	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Forums	<ul style="list-style-type: none"> number of posts average time for response percentage of posts broken down by topics number of pieces of content (photos, videos, discussions) number of posts average time for response percentage of posts broken down by topics number of pieces of content (photos, videos, discussions) 	<ul style="list-style-type: none"> number of visits valance of posts +/- number of people who see a specific topic cost per thousand ad impression s (paid advertisin g) 	<ul style="list-style-type: none"> number of “likes” number of relevant topics number of individual replies number of sing-ups average number of comments per posted content 	<ul style="list-style-type: none"> incoming links citizations in other sites cost-per-click (for paid advertising) number of page views number of references to the forum or its members number of direct visitors number of search visitors number of referral visitors 	<ul style="list-style-type: none"> number of registrations amount of revenue (paid advertising) 	<ul style="list-style-type: none"> number of members advocate number of member’s reviews growth rate of forum

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;						
	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Product Reviews	<ul style="list-style-type: none"> average time to respond to costumers number of posted products percentage of posts broken down by topics(eg special offers) percentage of posts broken down by content (videos, photos) amount of money spend per period 	<ul style="list-style-type: none"> audience growth rate position on search engine number of reviews posted number of wish lists adds number of times product included in user’s lists cost per thousand (paid advertising) reach of posts number of people reach a product as compared to competitors percentage of brand or product mentions as 	<ul style="list-style-type: none"> length of reviews relevance of reviews average reviewer rating score overall number of reviewer rating scores entered 	<ul style="list-style-type: none"> bounce rate number of clicks on a link within a post on a social network cost-per-click (for paid advertising) number of subscribers to email list ranking per keyword percentage of traffic 	<ul style="list-style-type: none"> average value of each purchase average revenue per costumer amount of money a brand pays to attain lead amount of revenue (paid advertising) number of conversions (registrations, e-mail subscriptions) 	<ul style="list-style-type: none"> costumer annual value number of costumer reviews valance (+/-) of reviews number and valance of other users response to reviews number of visits to review site page measure of costumers satisfaction number of customers who would recommend the brand/seller or product

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;

	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Social Networks	<ul style="list-style-type: none">• average time to respond• number of posts• number of pieces of content• type of posts (eg image, video, text, link, survey)• percentage of posts broken down by content• percentage of comments/questions from people talking about you• amount of money spend per period	<ul style="list-style-type: none">• number of member/fans• number of installs of applications• number of impressions• number of times bookmarked• cost per thousand (paid advertising)• reach of posts• number of videos' views	<ul style="list-style-type: none">• number of shares for each post• number of comments• number of likes• number of active users• number of user generated items (photos, videos, threads, replies)• rate of activity• impressions-to- interactions ratio	<ul style="list-style-type: none">• number of clicks on a link within a post• cost-per-click (for paid advertising)• number of subscribers to email list• number of pages linking to a specific page of content• number of pageview	<ul style="list-style-type: none">• usage metrics of applications/widgets• amount of money a brand pays to attain lead• amount of revenue (paid advertising)• number of conversions (registrations, e-mail subscriptions)	<ul style="list-style-type: none">• number of posts on a wall• number of responses to friend referral invites• frequency of appearance in timeline of friends• number of reposts• costumers satisfaction rate

Δείκτες απόδοσης (KPIs): Ποιοι είναι οι δείκτες ανά κοινωνικό μέσο;

	Activity	Reach	Engagement	Acquisition	Conversion	Retention
Video and Photosharing	<ul style="list-style-type: none">number of pieces of contentpercentage of comments/questions from people talking about youamount of money spend per period	<ul style="list-style-type: none">number of membersposition on search enginenumber of viewsvalance of ratingscost per thousand (paid advertising)	<ul style="list-style-type: none">number of repliesnumber of commentsnumber of likes/dislikes	<ul style="list-style-type: none">cost-per-click (for paid advertising)number of subscribersnumber of page viewsranking per keyword	<ul style="list-style-type: none">number of conversions per period (registrations, subscriptions, downloads)amount of money to attain leadamount of revenue per click (paid advertising)	<ul style="list-style-type: none">number of embeddingsnumber of incoming linksnumber of references in derived worknumber of times republished in other

Ποια τα κατάλληλα εργαλεία ανάλυσης;

Δημοφιλέστερα εργαλεία ανάλυσης

- Google analytics
- Facebook Insights
- Trending
- Sentiment Viz
- Sentiment140
- Topsy
- Klout
- Teezir
- Coosto
- SocialMediaCheck

Στάδια ανάλυσης:

- Λήψη
- Κατανόηση
- Παρουσίαση

	Μετρικές	Δείκτες Απόδοσης KPI's	Εργαλείο Ανάλυσης
Facebook	Likes, εμφανίσεις, πιθανό κοινό, αφοσιωμένοι πελάτες σε επίπεδο αναρτήσεων/σελίδας, αριθμός ανθρώπων που μιλούν για τη σελίδα, edgerank, κίνηση στην ιστοσελίδα από τα κοινωνικά δίκτυα, πωλήσεις, απαντήσεις σε σχόλια, ανθρώπινο δυναμικό	Αριθμός like,αριθμός χρηστών, μέσος χρόνος απόκρισης, αριθμός αναρτήσεων, είδος ανάρτησης , αριθμός σχολίων/ερωτήσεων, αριθμός μελών, απήχηση αναρτήσεων, αριθμός προβολών της σελίδας, ποσό εσόδων από διαφήμιση, αριθμός αναρτήσεων στη σελίδα, βαθμός ικανοποίησης πελατών	Google Analytics Facebook Insights Facebook Graph API Social Mention Klout Hootsuite
Twitter	Ακόλουθοι, τμηματοποίηση ακολούθων, εμφανίσεις, ρυθμός αφοσίωσης, Tweets, εξυπηρέτηση, κίνηση στη σελίδα, ανάλυση ανταγωνισμού, απαντήσεις σε σχόλια/ μηνύματα	Αριθμός των ακόλουθων, αριθμός των «tweet» με αναφορά στη σελίδα, Αριθμός των «retweets», μέσος χρόνος απόκρισης, αριθμός των tweet ανά χρονική περίοδο, αριθμός θετικών/αρνητικών tweet, αριθμός επιτυχημένων λέξεων κλειδιών, αριθμός των εγγεγραμμένων, αριθμός των κλικ ανά ανάρτηση, αριθμός προβολών, κατάταξη ανά λέξη κλειδί, αριθμός νέων ακόλουθων, αριθμός κριτικών από πελάτες, μέτρηση ικανοποίησης πελάτη	Trending Sentiment Viz Sentiment140 Topsy Klout Hootsuite Google Analytics
Youtube	Αριθμός συνδρομητών, εμφανίσεις, Likes/dislikes , σχόλια, κοινοποιήσεις, πηγή εμφάνισης, μέσος χρόνος παρακολούθησης	Αριθμός των μελών, θέση στη μηχανή αναζήτησης, ποσοστό σχολίων, αριθμός των προβολών, ισορροπία μεταξύ αρνητικών/θετικών σχολίων, αριθμός των απαντήσεων, αριθμός σχολίων,	Google Analytics Youtube Analytic Hootsuite
Instagram	Αριθμός ακολούθων, αριθμός βίντεο & φωτογραφιών, απήχηση, εμφανίσεις, likes, ρυθμός αφοσίωσης	Like/dislike, αριθμός προβολών, αριθμός μετατροπών ανά περίοδο (εγγραφή, εγγραφή στο κανάλι, κατέβασμα βίντεο/φωτογραφία), αριθμός ενσωμάτωσης του βίντεο/εικόνα σε σχόλιο άλλου περιεχομένου, αριθμός φορών που κοινοποιείται/διαμοιράζεται σε άλλο κοινωνικό μέσο	Instagram Business Tool Hootsuite

Τεχνικές ανάλυσης κοινωνικών μέσων

- ▶ Εξόρυξη γνώμης: αξιοποιεί την φυσική γλώσσα και αναλύει τα κείμενα για την εξαγωγή συναισθημάτων και απόψεων των χρηστών.
- ▶ Μοντελοποίηση του θέματος: χρησιμοποιείται για την εύρεση βασικών θεμάτων.
- ▶ Ανάλυση κοινωνικών δικτύων: χρησιμοποιείται για την κατανόηση της δομής, των συνδέσεων και των χρηστών
- ▶ Ανάλυση τάσης: χρησιμοποιείται για την πρόβλεψη μελλοντικών αποτελεσμάτων
- ▶ Η οπτική ανάλυσης: υποστηρίζει τη σύνθεση, εύρεση, ανακάλυψη και επιβεβαίωση πληροφοριών

Σύνοψη Αποτελεσμάτων Βιβλιογραφικής Επισκόπησης

- Η πλειοψηφία των ερευνητών ασχολείται με την καταγραφή των κατάλληλων μετρικών για συγκεκριμένους κλάδους επιχειρήσεων
- Επιστημονικές αναφορές κυρίως για Twitter και Facebook
- Πολλές διαφορετικές κατηγοριοποιήσεις μετρικών
- Έλλειψη συγκέντρωσης των δεικτών απόδοσης KPI's και κύρια αναφορά αυτών σε μελέτες περίπτωσης ανά κλάδο ή επιχείρηση
- Απουσία αναφορών για τα κατάλληλα εργαλεία ανάλυσης ανά κοινωνικό μέσο

Στατιστικά για Ελλάδα

Πληθυσμός: 11 περίπου εκατομμύρια με 79% αστικοποίηση

Χρήστες διαδικτύου: 7,81 εκ. (70% διείσδυση)

Χρήστες κοινωνικών μέσων: 5,7εκ. (51% διείσδυση)

Μοναδικοί χρήστες κινητών: 9,04 εκ. (81% διείσδυση)

Ενεργοί χρήστες social media: 4,8 εκ, (43% διείσδυση)

Ψηφιακή ανάπτυξη χρήσης διαδικτύου: 7% ανά έτος

Χρήση s.m.: +8% Αύξηση ενεργών χρηστών s.m.: +9%

Μέσος όρος ηλικίας: 44,9 έτη

Χρήση «έξυπνων» κινητών: 66%/ Η/Υ: 63%/ tablet: 31%

Καθημερινή χρήση διαδικτύου: 70%

Χρήστες Facebook: 5,7 εκ. (25-45 ετών)

Χρήστες Instagram : 2,6 εκ.

Χρήση s.m. για διαφήμιση: 23% των διαφημιζομένων

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite

Πλατφόρμα ενιαίας διαχείρισης κοινωνικών μέσων δικτύωσης που επιτρέπει την παρακολούθηση της πορείας όλων των σελίδων μιας επιχείρησης μέσα από μόνο μια σελίδα του Hootsuite.

Ίδρυση: 2008 από Ryan Holmes

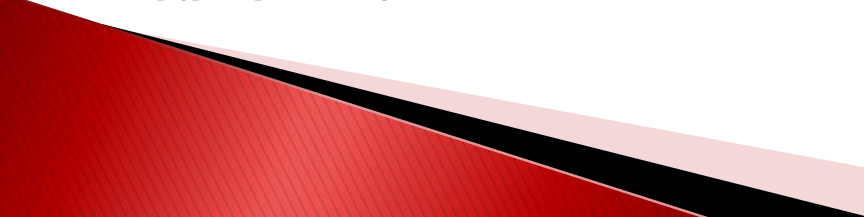
Υπηρεσίες: μετρικές, πρωτογενή δεδομένα, ανάλυση, δείκτες.

Εξυπηρετεί την κατηγοριοποίηση μετρικών, οργανώνει τρόπους μετρήσεων, δίνει τη δυνατότητα μέτρησης της πρόθεσης αγοράς και τη δυνατότητα καθορισμού του δείκτη ROI για τα κοινωνικά δίκτυα.

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Χρήσεις

- Δημοσίευση και διαμοίραση φωτογραφιών σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα ταυτόχρονα
- Διαχείριση πολλαπλών λογαριασμών
- Προγραμματισμός ανάρτησης
- Αυτόματη σύνταξη μηνυμάτων για αυτόματη δημοσίευση την πιο αποδοτική με βάση τα στατιστικά ώρα ημέρας
- Παρακολούθηση επίδοσης του brand
- Λήψη προαιρετικών ειδοποιήσεων για αναφορά στο brand
- Συντομεύσεις και παρακολούθηση αναλυτικών στοιχείων και δεικτών για την απόδοση του brand

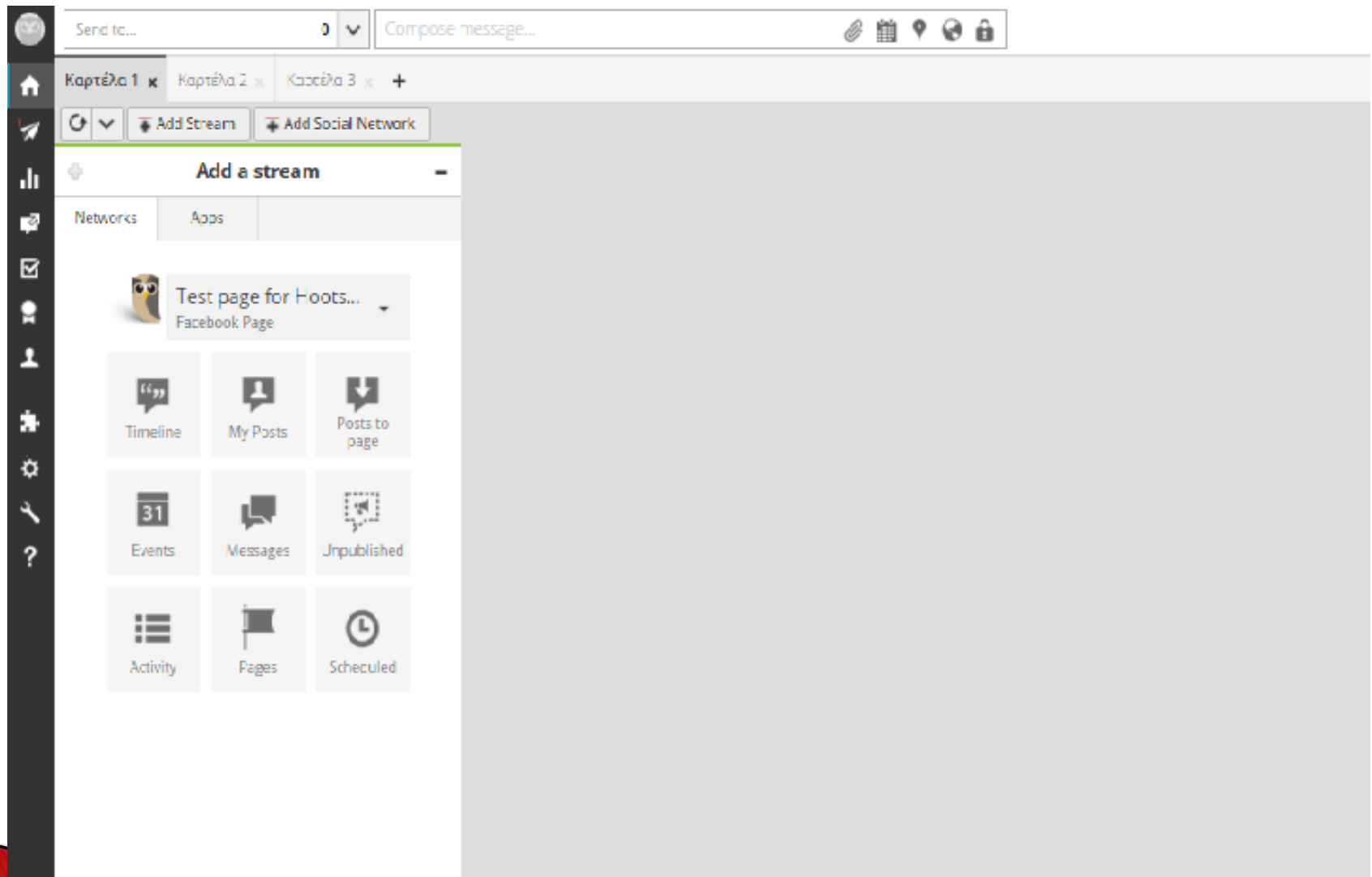
Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Πλεονεκτήματα

- Διαδικτυακή λήψη και χρήση
 - Χρήση από παντού
 - Αναγνώριση και χρήση όλων των κωδικών όλων των λογαριασμών
 - Διαχείριση πολλών λογαριασμών
 - Χτισμένο σε γλώσσα που δε «βαραίνει» τη λειτουργία του
 - Διαφορετικές εκδόσεις εφαρμογής
 - Παροχή 15 πλήρων υπηρεσιών και χρήση από 15 εκ. χρήστες
- 

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Πλεονεκτήματα

- Υψηλός μηχανισμός ασφαλείας
- Ειδοποιήσεις ασφαλείας
- Υποστήριξη 4 γλωσσών
- Εξυπηρετεί τη δημιουργία αφοσιωμένου κοινού
- Στόχευση με βάση την τοποθεσία ή το δημογραφικό προφίλ
- Υπηρεσίες βελτιστοποίησης εκστρατείας
- Άμεση ανταπόκριση σε μηνύματα και αναφορές
- Διάχυση πληροφοριών
- Μέτρηση αντίκτυπου εκστρατειών

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση



Dashboard Hootsuite


Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση

Add Social Network

- Twitter
- Facebook
- Google+
- LinkedIn
- WordPress
- Instagram

Add Twitter Profile

To allow HootSuite access to your Twitter account, you must first give authorization from Twitter.com

 **Connect with Twitter**

☒ Follow Hootsuite on Twitter for updates and announcements

App Directory

- All Apps (154)
- New Apps (11)
- Featured Apps (9)
- Premium Apps (73)
- Free Apps (81)
- Installed Apps (1)

[Request an App](#)


Storify

By Synaptive

★★★★★ (34 reviews)

Storify helps users tell stories by curating social media content. The Storify app for Hootsuite allows you to quickly and easily curate social content from Twitter and Facebook streams in Hootsuite, adding them directly to your stories in Storify.

App Overview

 **YouTube**

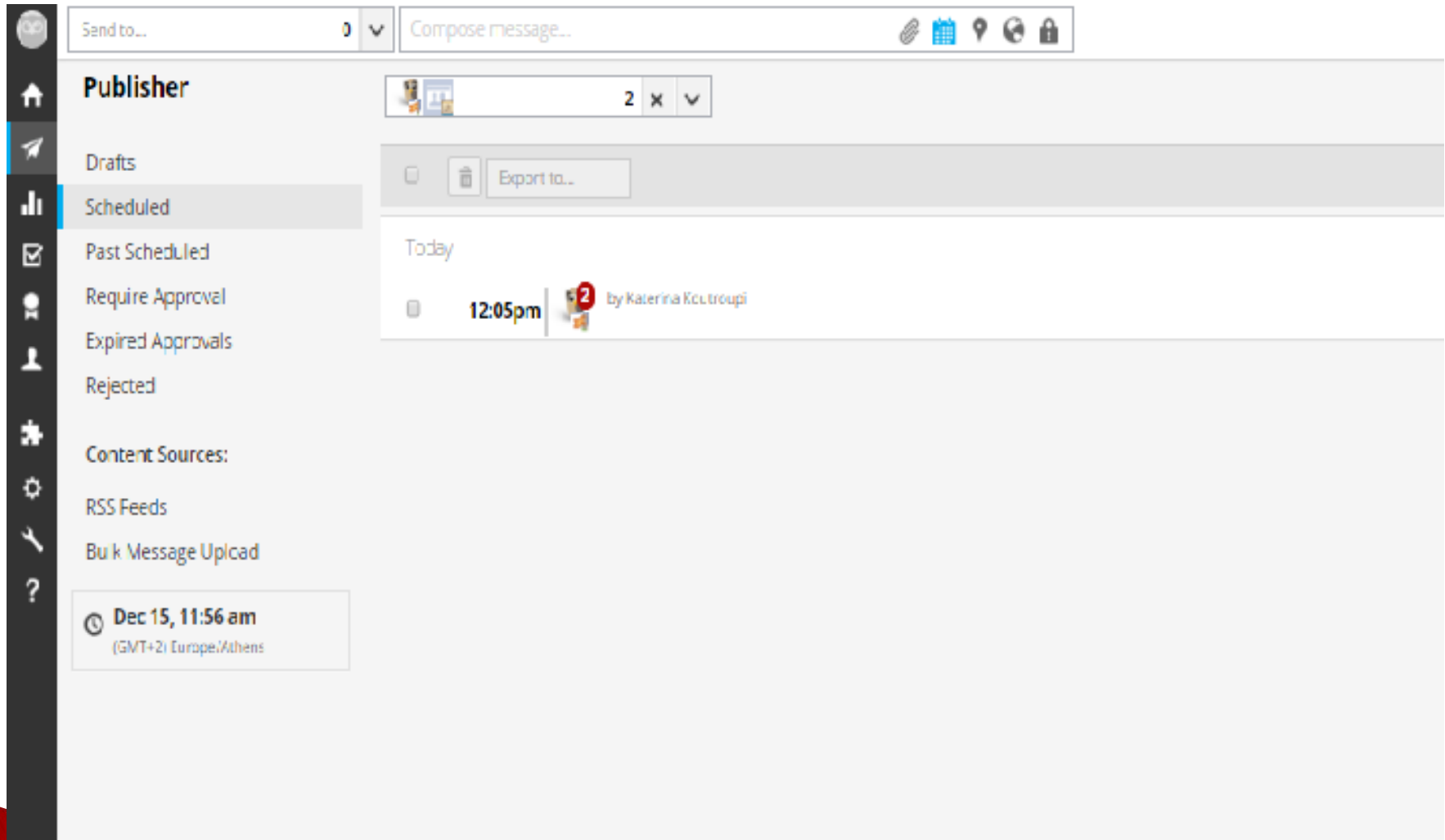
By Synaptive

★★★★★ (33 reviews)

Now you can schedule and bulk upload your YouTube videos from Hootsuite! The YouTube+ Scheduling app provides additional streams to search and monitor videos and subscriptions in granular detail, an improved in-dash viewing experience, and personalized recommendations for better content discovery to share favorites to all

Προσθήκη κοινωνικού δικτύου & εφαρμογών

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση



Προγραμματισμός post

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση

Twitter Profile Overview

Profile Summary



@YourUserName
Firstname Lastname
Location
Profile Summary

Followers	827,679
Following	400,885
Listed	18,486

The bio information for your selected twitter profile will appear here. This is just a sample. Your actual data will be displayed once you create your report. This data is only a sample.

Follower Growth



Most Popular Links

1	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
2	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
3	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
4	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
5	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
6	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
7	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
8	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks
9	ow.ly/3MhaF google.com/search?q=something This is the tweet message that was sent with the link. If it is too long it will be truncated.	3,445 clicks

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση



Στατιστικά στοιχεία Twitter

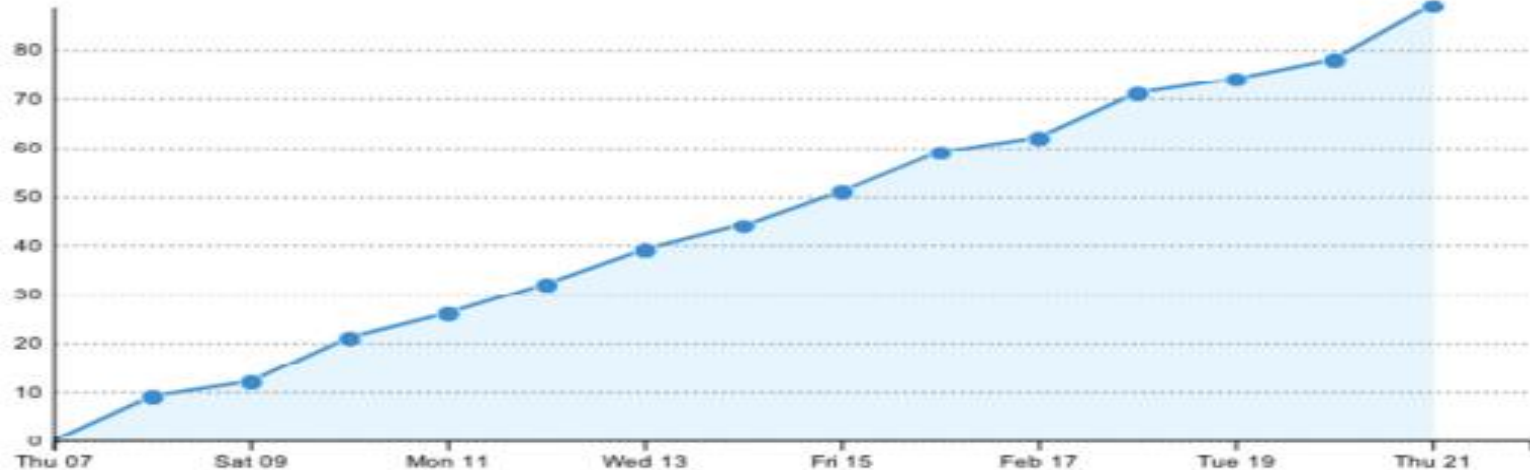
Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση

Mentions - Detailed

Total Mentions

667

Interval displayed: Daily



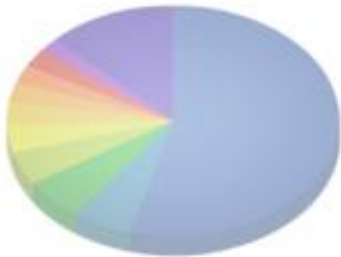
Select a point on the graph to view this day's mentions below. For each day you can detailed summary of the mentions

Date	Mentioned By	Retweet Text	Score
Feb 18, 0:01	@hootsuite	Let the people decide: http://t.co/DKsbU80M RT @lululemon: Our friends at @HootSuite called, we answered: http://t.co/PQEbjuXv #HarlemShake	83.5
Feb 11, 23:10	@dangillmor	why does @hootsuite on Android ignore my "no notifications" setting?	82.3
Feb 13, 11:50	@lpolgreen	@dcjill Yeah, back to @hootsuite I go...	81.9
Feb 14 11:57	@geoff_deweaver	I gave @hootsuite +Kred in the Global community on @Kred	79
Feb 14, 16:19	@Nicholas54	http://t.co/HbxgLR0D http://t.co/mxzujenz	78.6
Feb 12, 17:48	@invoker	@hootsuite yry	78.4
Feb 12, 17:48	@invoker	Great crowds at #gs2012. Come by to learn more about @hootsuite & @klout @path @branchedout 10:30 goldroom.	78.4
Feb 18, 19:08	@invoker	Yah! RT @jennihogan: Morning!! Interviewing CEO & creator of @hootsuite today, let me know if you have any q's http://t.co/q9qsUNmZ #ShoutOut @hootsuite @terapiasurbanas @Urban_Elementz	78.4

Λεπτομερές διάγραμμα

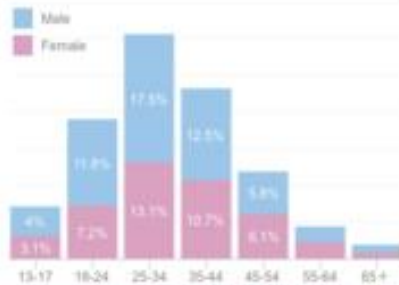
Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση

Likes by Region



Country	Likes
United States	76,615
United Kingdom	8,337
Canada	8,264
Indonesia	6,693
Japan	5,204
Brazil	4,743
Mexico	3,952
Spain	3,633
Philippines	3,602
Australia	2,831

Likes by Demographic - Graphical



Likes by Demographic - Tabular

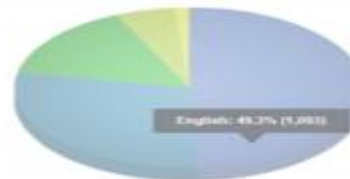
Age	Male	Female
13-17	2.80%	2.20%
18-24	9.80%	6.20%
25-34	19.10%	13.30%
35-44	14.30%	10.60%
45-54	6.50%	5.80%
55+	3.20%	2.90%

Δημογραφικά στοιχεία

Daily Likes



Likes by Language



Source	Likes
English	1,093
Indonesian	583
Spanish	209
Japanese	48
French	25

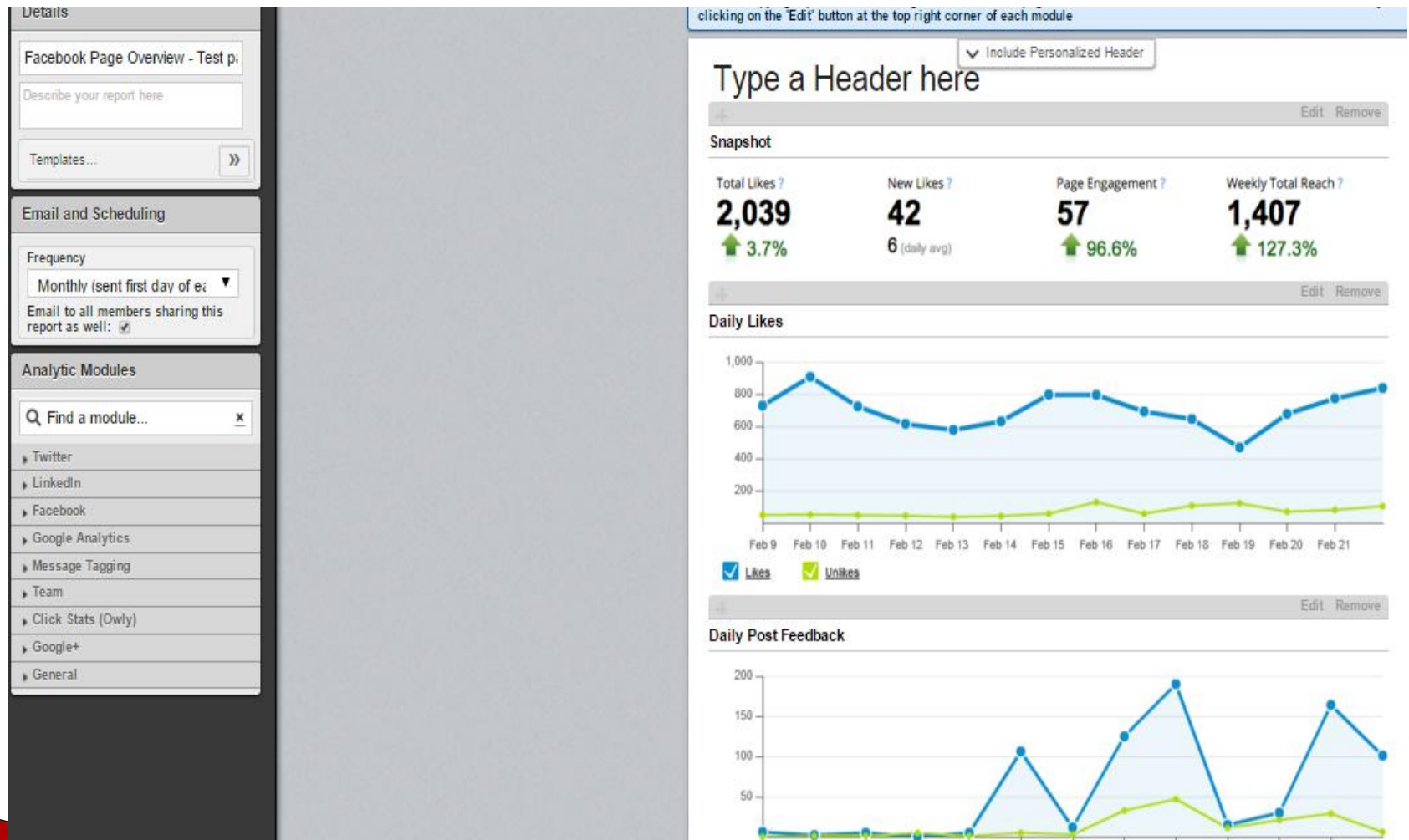
Likes by Source



Source	Likes
Page Profile	36
Mobile	21
Search	11
Timeline	4
Hovercard	1

Αριθμός like

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Παρουσίαση



Δημιουργία αναφοράς

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Λόγοι επιλογής

- Ευρέως διαδεδομένη πλατφόρμα διαχείρισης social media
- Απλή χρήση, αυξημένες δυνατότητες
- Διαρκής εξέλιξη, παρακολούθηση τάσεων, αλλαγές
- Web-based πλατφόρμα
- Διαφορετικές εκδόσεις για διαφορετικές ανάγκες
- Δημιουργία πολλών χρηστών για διαχείριση ίδιων προφίλ
- Ow.ly: Εργαλείο σμίκρυνσης των URL
- Στατιστικά διαγράμματα
- Συντόμευση Hootlet
- Υποστήριξη σε κινητά (IOS, Android)

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Case Study

Πανεπιστήμιο Georgia

2015: 32.000 φοιτητές, 8 κολλέγια

Τρεις κατηγορίες κοινωνικών μέσων: για μάρκετινγκ, επικοινωνία, εξυπηρέτηση.

Καμπάνια για την επιστροφή στο σπίτι τον Αύγουστο
#PantherWelcome

Χρήση Hootsuite για συλλογή και προβολή περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα με διαδραστικότητα

Συγκέντρωση πληροφοριών διαφορετικών τμημάτων πανεπιστημίου

Συνέχιση προσπάθειών με Homecoming #GSUnited

Αύξηση αναφορών στο προφίλ του

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Case Study

Αποτελέσματα

- Μεγαλύτερη προσέλκυση σε εκδηλώσεις (+9,4% σε αγώνες ποδοσφαίρου)
- Συσπείρωση τμημάτων και προσέλκυση φοιτητών
- 380 αναφορές τη μια χρονιά και 1.200 την άλλη (216% αύξηση)
- Βραβείο CASE District III για την καμπάνια #GSUnited Homecoming

Μελέτη περίπτωσης Hootsuite: Συμπεράσματα

- Χρήσιμο εργαλείο ακόμη και για απλό έλεγχο
- δυνατότητα ανάλυσης στοιχείων
- προηγμένες δυνατότητες παρακολούθησης ψηφιακού αποτυπώματος
- μέτρηση απόδοσης
- ελάττωση χαρακτήρων συνδέσμων
- δωρεάν έκδοση με πολλές δυνατότητες.

Χρήση του λοιπόν του Hootsuite αλλά και γενικά των μετρικών, KPIs και analytics για εξοικονόμηση κόστους και χρόνου, αύξηση των πωλήσεων και της απόδοσης

Συμπεράσματα

- Τα κριτήρια επιλογής μετρικών, KPIs και analytics διαφοροποιούνται με βάση το μέγεθος, την ωρίμανση, και το είδος της επιχείρησης
- Κατάλληλος σχεδιασμός πριν την εισαγωγή καμπάνιας στο μείγμα μάρκετινγκ
- Κάθε επιχείρηση πρέπει να καθορίσει τους σκοπούς, να ιεραρχήσει τις προτεραιότητές της, να καθορίσει τους επιμέρους στόχους βάσει των οποίων θα καθοριστούν οι μετρικές των κοινωνικών δικτύων και οι δείκτες απόδοσης που την αφορούν.

Συμπεράσματα

- Τα δημοφιλέστερα social media είναι το Facebook, το Twitter, το Instagram και το Snapchat. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα το Facebook είναι το πιο διαδεδομένο.
- Όσον αφορά τα εργαλεία ανάλυσης, το πιο δημοφιλές είναι παγκοσμίως το Google Analytics.
- Υπάρχει μεγάλη ευκαιρία για χρήση των κοινωνικών δικτύων ως μέρος του στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ γιατί γίνεται προσέγγιση κοινού υπάρχοντος και νέου ειδικά σε αγορά με ηλικιακό στόχο 16-44.
- Χρήση νέων λειτουργιών «Καλέστε τώρα», «Αγοράστε τώρα».

Συμπεράσματα

Όρια και Περιορισμοί έρευνας

Βιβλιογραφική έρευνα και μελέτη περίπτωσης με πηγές εξολοκλήρου από το διαδίκτυο (απουσία πρωτογενούς πληροφόρησης) και πλήθος βιβλιογραφικών πηγών με αρκετές αναφορές που δεν μελετήθηκαν.

Μελλοντικές επεκτάσεις

Ποιες μετρικές ταιριάζουν καλύτερα στις ελληνικές επιχειρήσεις;

Ποιες κατηγορίες επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης και ποια η επίδοσή τους;

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας