



10/4/2019

# Σεμινάριο

Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Επιμελητήριο Φθιώτιδας  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας



[paikonom@uth.com](mailto:paikonom@uth.com)

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

Στις μέρες μας, η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει ως αποτέλεσμα την πληθώρα αλλαγών στην καθημερινή μας ζωή. Μια από αυτές τις αλλαγές αφορά το εμπόριο και κατά συνέπεια το marketing.

Ήδη από τη δεκαετία του '90, το διαδίκτυο (internet) αρχίζει να γίνεται ευρέως γνωστό, ενώ από το 2000 και μετά κατακλύζει τα περισσότερα σπίτια. Γρήγορα η δύναμή του εκτιμήθηκε ως ένα εργαλείο βελτίωσης της δουλειάς στον εργασιακό χώρο και φτάνουμε σήμερα να μιλάμε για ηλεκτρονικό εμπόριο -εμπόριο μέσω internet- και για ψηφιακό μάρκετινγκ –μάρκετινγκ μέσω internet-.

Πλέον στην εποχή μας, οι περισσότερες επιχειρήσεις αλλά κυρίως οι νεοφυείς, στην προσπάθειά τους να εκσυγχρονίσουν τις διαδικασίες τους σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο τεχνολογικό περιβάλλον, εφαρμόζουν τις παραπάνω τεχνικές εμπορίου και μάρκετινγκ. Κανένας άλλος κλάδος δεν έχει επηρεαστεί περισσότερο από το διαδίκτυο και τις δυνατότητές του, όσο αυτός των επιχειρήσεων. Τεράστιες ήταν οι αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την συνειδητοποίηση των πολυάριθμων πλεονεκτημάτων του τόσο για τους εμπόρους όσο και για τους καταναλωτές.

Όσον αφορά το μάρκετινγκ, έχει υποστεί ριζική αλλαγή, με αποτέλεσμα να θεωρείται παρωχημένο οτιδήποτε δεν σχετίζεται με τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες. Η τελευταία ψηφιακή τεχνολογία που έφερε την επανάσταση στον τρόπο που επικοινωνούμε και ανταλλάσσουμε πληροφορίες είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ( social media). Ο λόγος για το Facebook, Twitter, Instagram, Youtube και άλλα.

Εν έτη 2019, τα κοινωνικά δίκτυα βρίσκονται παντού και αποτελούν μεγάλο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων. Η εφαρμογή τους στο χώρο της διαφήμισης και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες ωστόσο η αποτελεσματικότητά τους στην Ελλάδα, διερευνάται ακόμα.

Τι είναι όμως το μάρκετινγκ και πιο συγκεκριμένα το ψηφιακό(digital) μάρκετινγκ;

**Μάρκετινγκ** είναι η διαδικασία με την οποία οργανισμοί και επιχειρήσεις επικοινωνούν την αξία ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας, ενός brand στους πελάτες με σκοπό την προβολή ή/και την πώληση του προϊόντος, της υπηρεσίας, του brand. (Wikipedia) Διευρύνοντας τον παραπάνω ορισμό μπορούμε να περιγράψουμε το Μάρκετινγκ ως την οργάνωση και διαχείριση των ανταλλαγών (αγαθών, πληροφοριών, διαχρονικών σχέσεων, εμπειριών) μεταξύ της επιχείρησης και της αγοράς με σκοπό να εκπληρώνονται οι στόχοι της επιχείρησης και να ενισχύονται οι σχέσεις της με τους πελάτες της.

Το «Ψηφιακό Μάρκετινγκ» είναι ένας σχετικά νέος όρος που έγινε γνωστός την τελευταία δεκαετία.

Για να δώσουμε έναν απλό ορισμό, **το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι ένας όρος «ομπρέλα» που συμπεριλαμβάνει όλες τις online προωθητικές ενέργειες για προϊόντα ή υπηρεσίες μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας.**

Το online μάρκετινγκ είναι μακράν το πιο σημαντικό κομμάτι του ψηφιακού μάρκετινγκ. Δεδομένου ότι τα παραδοσιακά κανάλια διαφήμισης όπως είναι για παράδειγμα η τηλεόραση και το ράδιο, γίνονται ολοένα και λιγότερο δημοφιλή, το online μάρκετινγκ παίρνει όλο και μεγαλύτερα κομμάτια από την πίτα του προϋπολογισμού για τις προωθητικές ενέργειες των εταιρειών. Εκατομμύρια επιχειρήσεις προωθούν άλλωστε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου.

Ουσιαστικά περιλαμβάνει όλα τα σύγχρονα εργαλεία που μας προσφέρει το διαδίκτυο. Σε αυτά τα εργαλεία συγκαταλέγονται το google search e-books, τα social media, το blogging, το email, βίντεο και γραφικά και φυσικά το website που ουσιαστικά είναι η ψηφιακή προέκταση της επιχείρησής μας. Εφόσον φυσικά διαθέτει και φυσική παρουσία.

### **Ψηφιακό Vs Παραδοσιακό Μάρκετινγκ**

Το ψηφιακό μάρκετινγκ δεν έρχεται σε καμία περίπτωση να αντικαταστήσει το παραδοσιακό μάρκετινγκ όπως το γνωρίζαμε ως τώρα. Ίσα ίσα έρχεται ως συμπλήρωμά του. Ουσιαστικά αποτελεί ένα εργαλείο εξέλιξης και ενίσχυσης του συνολικού τρόπου που μια εταιρεία εφαρμόζει το συνολικό πλάνο μάρκετινγκ της.

Στην πραγματικότητα το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι ένα σύνολο από εργαλεία, ενέργειες και στρατηγικές που ως σκοπό έχουν, αν γίνουν σωστά και στοχευμένα, να εμφανίζουν την επιχείρησή σας σε αγνώστους και σε ανθρώπους που δεν είναι απαραίτητα πελάτες σας ως τώρα αλλά και σε εκείνους που ήδη ξέρουν ποιοι είστε και αναγνωρίζουν την επιχείρησή σας ή το προϊόν σας.

Η βασική διαφορά με τους παραδοσιακούς τρόπους διαφήμισης και προώθησης είναι ότι το ψηφιακό μάρκετινγκ δεν βασίζεται στη διακοπή (π.χ. της τηλεοπτικής εκπομπής ή της ανάγνωσης του περιοδικού) ή στην απόσπαση της προσοχής (π.χ. του οδηγού από τις πινακίδες ή του θεατή ενός αθλητικού αγώνα από τους χορηγούς στις φανέλες των παικτών) αλλά βασίζεται στην συμπεριφορά, τα ενδιαφέροντα και την αποδοχή του χρήστη/πελάτη.

Επιπλέον, το ψηφιακό μάρκετινγκ, σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα μάρκετινγκ που στόχο έχουν κυρίως τις πωλήσεις, ενισχύει την επικοινωνία με τους πελάτες και ενδυναμώνει την απήχηση του brand. Η παρουσία μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο αποτελεί, κατά κάποιο τρόπο ιδιόκτητο κανάλι επικοινωνίας που επιτρέπει στο brand να βρίσκεται αδιάκοπα και σε πραγματικό χρόνο σε επικοινωνία με τους καταναλωτές

## **Σκοπός του Ψηφιακού Μάρκετινγκ**

Όπως κάθε μορφή μάρκετινγκ, ο σκοπός του ψηφιακού μάρκετινγκ είναι να προωθήσει και να πουλήσει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία. Πιο συγκεκριμένα, ο σκοπός του είναι να φέρει σε επαφή την εκάστοτε επιχείρηση με το στοχευμένο κοινό της μέσω των ψηφιακών καναλιών.

Υπάρχουν επί του παρόντος πάνω από 3,3 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, με το νούμερο να αυξάνεται συνεχώς. Η ιδιοκτησία των διαφόρων τεχνολογικών συσκευών επίσης αυξάνεται συνέχεια, με το 92% για παράδειγμα των Αμερικανών ενηλίκων να κατέχει τουλάχιστον ένα κινητό.

## **Ποια είναι τα πλεονεκτήματα που μας δίνει το Ψηφιακό Μάρκετινγκ?**

- **Κόστος προώθησης.** Ποτέ δεν ήταν φθηνότερο για μία επιχείρηση να δημιουργήσει μια διαφήμιση και να απηχήσει τα μηνύματα της σε 1000 ή και πολύ περισσότερο άτομα. Μέσω Facebook μπορείς να δημιουργήσεις μία αποτελεσματική διαφήμιση ακόμα και με 2 ευρώ την ημέρα.
- **Ακριβέστερη στόχευση κοινών.** Θέλουμε η όχι οι πληροφορίες των χρηστών στο διαδίκτυο συνεχώς περιλαμβάνουν περισσότερες λεπτομέρειες. Έτσι μπορούμε να στοχεύσουμε ανθρώπους βάση δημογραφικών στοιχείων, ενδιαφερόντων και διαδικτυακής συμπεριφοράς. Ποιές σελίδες επισκέπτονται, τι θα τους άρεσε, τι όχι. Αυτό ποτέ δεν ήταν εφικτό με τα παραδοσιακά μέσα.
- **Μέτρηση αποτελεσμάτων** κάθε στιγμή για κάθε διαφημιστική ενέργεια. μπορούμε να δούμε πόσος κόσμος αντιδρά, μπορούμε να αλλάξουμε παραμέτρους, γραφικά, επικοινωνία. Αντίθετα σε μηνιαίο περιοδικό που μετά την δημοσίευση μιας καταχώρησης τίποτα δεν μπορεί να αλλάξει
- **Απήχηση σε άλλες χώρες, ή ανθρώπους** που διαφορετικά δεν θα μάθαιναν ποτέ για την επιχείρηση μας. Ένα e-shop που είναι στην Ελλάδα μπορεί να έχει πωλήσεις από όλο τον κόσμο στοχεύοντας μέσω google ή Facebook άλλες χώρες και κοινά.

## **Είδη Ψηφιακού Μάρκετινγκ**

Τα είδη του ψηφιακού μάρκετινγκ είναι:

- ❖ Μάρκετινγκ μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (Email Marketing)
- ❖ Μάρκετινγκ μέσω Δικτύου Συνεργατών (Affiliate Marketing)
- ❖ Μάρκετινγκ μέσω Μηχανών Αναζήτησης (Search Engine Marketing)

- ❖ Μάρκετινγκ μέσω Κοινωνικών Μέσων (Social Media Marketing)
- ❖ Μάρκετινγκ μέσω Κινητών Συσκευών (Mobile Marketing)

### **Τι να κάνετε για να το αξιοποιήσετε:**

1. Αποκτήστε διαδικτυακή παρουσία. Με ένα ενημερωτικό website αν είστε επιχείρηση που δεν μπορεί να πουλήσει online ή ένα e-shop αν μπορείτε. Ακόμα και αν έχετε ήδη φυσικό κατάστημα ένα e-shop θα σε βοηθήσει να βρεις καινούριους πελάτες
2. Αξιοποιήστε τα social media και χτίστε σταδιακά και με συνέπεια μια επαγγελματική και χρήσιμη για το κοινό σας παρουσία εκεί. Ο χρόνος που ξοδεύει ο μέσος Έλληνας στα social media συνεχώς αυξάνεται και μέσω αυτών ο κόσμος μαθαίνει και ενημερώνεται για νέες επιχειρήσεις, προϊόντα ή υπηρεσίες. όσο πιο δημοφιλής γίνεται μια επιχείρηση στα social media τόσο πιο πιθανό να αυξήσει τις πωλήσεις της.
3. Δημιουργήστε μοναδικό περιεχόμενο με σταθερή συχνότητα. Βίντεο, άρθρα μέσω blog, όμορφες εικόνες και γραφικά, που χτίζουν σταδιακά την επιχείρηση σας και μεγαλώνουν το ψηφιακό της αποτύπωμα στο διαδίκτυο.
4. Δοκιμάστε διαφορετικά είδη διαφήμισης (στο Facebook, μέσω google, μέσω άλλων websites) για να δείτε τι δουλεύει καλύτερα για εσάς. Κανένας δεν διαθέτει την συνταγή της απόλυτης ψηφιακής επιτυχίας και τα πάντα κρίνονται στην δοκιμή και στην βελτίωση.

## Βασικές υπηρεσίες

### 1. Google AdSense

Link: <https://www.google.com/adsense>

Το AdSense είναι ένας δωρεάν και απλός τρόπος να κερδίζετε χρήματα, προβάλλοντας στοχευμένες διαφημίσεις δίπλα στο διαδικτυακό σας περιεχόμενο. Με το AdSense, μπορείτε να προβάλετε σχετικές και ελκυστικές διαφημίσεις στους επισκέπτες του ιστότοπού σας, καθώς και να προσαρμόζετε την εμφάνιση και την αίσθηση των διαφημίσεων ώστε να ταιριάζουν με τον ιστότοπό σας.

### 2. Google My Business

Link: [https://www.google.com/intl/el\\_gr/business/](https://www.google.com/intl/el_gr/business/)

Το Google My Business λειτουργεί συμπληρωματικά με την υπάρχουσα ιστοσελίδα σας, δίνοντας στην επιχείρησή σας δημόσια ταυτότητα και παρουσία στα προϊόντα Google. Οι πληροφορίες που καταχωρείτε σχετικά με την επιχείρησή σας μπορούν να εμφανίζονται στην Αναζήτηση Google, στους Χάρτες και στο Google+. Με το Google My Business δείχνετε στην Αναζήτηση Google και στους Χάρτες το ωράριο λειτουργίας, τον αριθμό τηλεφώνου και τις οδηγίες μετάβασης στην επιχείρησή σας. Είτε η επιχείρησή σας έχει ως έδρα κάποιο σπίτι είτε διαθέτει κατάστημα που εξυπηρετεί μια περιοχή, μπορείτε να καταχωρίσετε τα στοιχεία σας έτσι ώστε να εμφανίζονται στο Google με ή χωρίς διεύθυνση.

### 3. Google Ads

Link: <https://ads.google.com/>

Το Google Ads είναι μια online υπηρεσία διαφήμισης που λειτουργεί εν είδει δημοπρασίας για την προβολή ενός σύντομου διαφημιστικού μηνύματος. Το διαφημιστικό μήνυμα πρέπει να οδηγεί σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες που ορίζει ο διαφημιζόμενος και εμφανίζεται στα αποτελέσματα αναζήτησης του Google Search για συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά. Οι ιστοσελίδες του Google και οι συνεργαζόμενες με το Google ιστοσελίδες είναι σχεδιασμένες να επιλέγουν και να προβάλλουν κατάλληλα τα διαφημιστικά μηνύματα. Το Google προσφέρει επίσης στοχευμένη προς ιστοσελίδες διαφήμιση κειμένου, banner, εμπλουτισμένες διαφημίσεις και άλλα. Το πρόγραμμα AdWords καλύπτεται από τοπικά, εθνικά και διεθνή δίκτυα προβολής

#### 4. Google keyword tool

Link: [https://ads.google.com/intl/el\\_gr/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/el_gr/home/tools/keyword-planner/)

Το πρώτο βήμα για τη βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης (SEO) ή για τη δημιουργία μιας Google Adwords καμπάνιας είναι η έρευνα για τις κατάλληλες λέξεις-κλειδιά. Αν δε γίνει σωστά αυτό το πρώτο βήμα οποιαδήποτε ενέργεια μετά, είναι καταδικασμένη να αποτύχει! Πρέπει να δώσετε προσοχή στις ιδέες των λέξεων-κλειδιών και στις ιδέες των ομάδων διαφημίσεων, καθώς και οι δύο μπορούν να βοηθήσουν σε μια πετυχημένη καμπάνια SEO ή Google Adwords PPC. Το Google Keyword Tool είναι το πιο δημοφιλές εργαλείο για να ξεκινήσετε την έρευνα λέξεων-κλειδιών. Είναι σχεδιασμένο για διαφήμιση, αλλά μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε και για να διερευνήσετε οργανικές λέξεις-κλειδιά προσαρμόζοντας τα αποτελέσματά σας για έναν από τους ανταγωνιστές σας. Εισαγάγετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας, τη σελίδα προορισμού του ανταγωνιστή σας και την κατηγορία προϊόντων. Προσαρμόστε την αναζήτησή σας για ορισμένα είδη λέξεων-κλειδιών. Με το Εργαλείο σχεδιασμού λέξεων-κλειδιών, μπορείτε: Να αναζητήστε νέες ιδέες για λέξεις-κλειδιά και ομάδες διαφημίσεων. Να αποκτήσετε τον όγκο αναζήτησης για μια λίστα λέξεων-κλειδιών ή να τις ομαδοποιήσετε σε ομάδες διαφημίσεων Να λάβετε προβλέψεις επισκεψιμότητας για μια λίστα λέξεων-κλειδιών

#### 5. Facebook & Instagram Ads

Link: <https://www.facebook.com/business/ads>

Η οικογένεια εφαρμογών και υπηρεσιών του Facebook υποστηρίζει πολλούς τύπους διαφημίσεων στο Facebook, το Instagram, το Audience Network και το Messenger. Κάθε διαφήμιση αποτελείται από δύο επιμέρους στοιχεία: Τη μορφή (πώς φαίνεται) και την τοποθέτηση (πού προβάλλεται). Είτε θέλετε να χρησιμοποιήσετε βίντεο, φωτογραφίες ή κείμενο είτε ένα συνδυασμό όλων αυτών, για κάθε ιστορία υπάρχει η κατάλληλη μορφή διαφήμισης Facebook

#### 6. Facebook Pixel

Link: <https://el-gr.facebook.com/business/learn/facebook-ads-pixel>

Πρόκειται για ένα τμήμα κώδικα για τον ιστότοπό σας, με το οποίο μπορείτε να κάνετε μετρήσεις, να βελτιστοποιείτε τις διαφημίσεις σας και να δημιουργείτε κοινά για τις διαφημιστικές εκστρατείες σας. Όταν κάποιος επισκέπτεται τον ιστότοπό σας και προβαίνει σε μια ενέργεια (π.χ. αγοράζει κάτι), το pixel του Facebook ενεργοποιείται και αναφέρει αυτή την ενέργεια. Με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε να γνωρίζετε πότε κάποιος πελάτης σας προχώρησε σε μια ενέργεια ως αποτέλεσμα μιας διαφήμισής σας που είδε στο Facebook. Επίσης, μπορείτε να προσεγγίσετε ξανά τον ίδιο πελάτη χρησιμοποιώντας ένα προσαρμοσμένο κοινό. Όσο αυξάνεται ο αριθμός των μετατροπών που γίνονται στον ιστότοπό σας, τόσο βελτιώνεται η απόδοση του Facebook σε ό,τι αφορά την προβολή των διαφημίσεών σας στα

άτομα που είναι πιθανότερο να προβούν σε συγκεκριμένες ενέργειες. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται βελτιστοποίηση μετατροπών

## 7. Google Analytics

Link: <https://analytics.google.com/analytics/web/>

Το Google Analytics είναι ένα βασικό εργαλείο για την προώθηση μιας ιστοσελίδας γιατί με τα στατιστικά στοιχεία που μας δίνει απαντά σε βασικά ερωτήματα: Δείτε το ποιά είναι το πιο δημοφιλές από το περιεχόμενο της ιστοσελίδας σας και αξιοποιήστε το στο έπακρο. Γνωρίστε πόσο συχνά επισκέπτονται οι χρήστες το website σας και πόση ώρα μένουν στην κάθε υποσελίδα της ιστοσελίδας σας και σε ποιο υποσέλιδο την εγκατέλειψε. Δείτε πως βρήκε ο επισκέπτης την ιστοσελίδα σας (μηχανή αναζήτησης, με ποιες λέξεις κλειδιά, σε ποιο υποσέλιδο της ιστοσελίδας μπήκε;). Έχουν πραγματική απήχηση οι διαφημίσεις σας σε άλλη ιστοσελίδα, πόσοι συνολικά ήταν οι ενδιαφερόμενοι από την εκάστοτε διαφήμιση και αν πρέπει να ανανεώσετε την διαφήμιση αυτή. Από πιο μέρος του κόσμου μπήκε ο επισκέπτης, καθώς και ποιές περιοχές έχουν την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα.

## 8. Google search console

Link: <https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=el>

Το Google Search Console είναι μια δωρεάν υπηρεσία/συλλογή εργαλείων που έχουν ως στόχο να προσφέρουν πολύτιμα insights σχετικά με την απόδοση μιας ιστοσελίδας στο ευρετήριο της Google

## 9. ManyChat

Link: <https://manychat.com/>

Ένα από τα καλύτερα εργαλεία για να στήσεις το δικό σου Chatbot στο Messenger είναι το ManyChat. Πέρα από το ότι είναι δωρεάν και εξαιρετικά εύκολο στη χρήση, σου επιτρέπει να διαχειρίζεσαι τους subscribers σου σε επίπεδο Email marketing, δημιουργώντας μηνύματα ή ακολουθίες μηνυμάτων και στέλνοντας τους τα μηνύματα αυτά. Παράλληλα, έχεις τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσεις τα διάφορα widgets της εφαρμογής για να προσθέσεις νέους subscribers στη λίστα σου.



## Βασική ορολογία

1. **CTR (Click-Through Rate):** Το ποσοστό των κλικ που λαμβάνει μια διαφήμιση επί των εμφανίσεων. Αν δηλαδή η διαφήμιση εμφανίστηκε 100 φορές και δέχθηκε 10 κλικ, τότε έχει 10% CTR. Ο όρος χρησιμοποιείται ως δείκτης ποιότητας και ενδιαφέροντος μιας διαφήμισης στο διαδίκτυο. Ο όρος χρησιμοποιείται στην παγκόσμια διαφημιστική αγορά.
2. **CPC (Cost per Click):** Το κόστος ανά κλικ. Το μοντέλο CPC χρησιμοποιείται στη διαφήμιση και ο διαφημιζόμενος πληρώνει μόνο όταν δεχθεί κλικ η διαφήμισή του. Θα πληρώνει δηλαδή, πχ. 0,15€ κάθε φορά που κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμιση και όχι κάθε φορά που εμφανίζεται. Το μοντέλο διαφήμισης ονομάζεται PPC (pay per click). Το CPC είναι το βασικό μοντέλο πληρωμής στο Google Adwords αλλά και στο Facebook.
3. **CPM (Cost per Thousand):** Το κόστος ανά χίλιες εμφανίσεις. Το μοντέλο CPM χρησιμοποιείται από τη διαφημιστική αγορά και τα μεγάλα site. Ο διαφημιζόμενος πληρώνει ένα ποσό κάθε φορά η διαφήμισή του έχει 1000 impressions, δηλαδή 1000 εμφανίσεις, ανεξάρτητα αν την έχουν δει οι ίδιοι ή διαφορετικοί χρήστες.
4. **CPV (Cost per View):** Το κόστος ανά προβολή βίντεο. Ο όρος χρησιμοποιείται στο Video Marketing και σχετίζεται με το κόστος που πληρώνει ένας διαφημιζόμενος κάθε φορά που κάποιος επισκέπτης ενός site βλέπει ένα διαφημιστικό βίντεο.
5. **CPA (Cost per Acquisition):** Το κόστος ανά ενέργεια. Ο όρος χρησιμοποιείται ιδιαίτερα στο affiliate marketing και καθορίζει το κόστος που θα πληρώσει ένας διαφημιζόμενος για μια προκαθορισμένη διαφημιστική ενέργεια (αγορά, download εφαρμογής, εγγραφή σε newsletter κλπ).
6. **Conversion:** Η μετατροπή. Ο στόχος που έχει θέσει ο διαφημιζόμενος και είναι συνήθως αγορά ενός προϊόντος ή μια άλλη ενέργεια για την οποία πραγματοποιεί τις διαφημίσεις.
7. **Impressions:** Οι εμφανίσεις μιας διαφήμισης. Πόσες φορές εμφανίστηκε μια διαφήμιση σε ένα μέσο.
8. **Bids:** Το ποσό που ορίζει ο διαφημιζόμενος για κάθε κλικ πάνω στη διαφήμισή του. Συνηθίζεται κυρίως στο Google Adwords όπου το bid εξαρτάται ανά λέξη στόχευσης.
9. **Organic Traffic:** Η φυσική, οργανική, επισκεψιμότητα που δεν οφείλεται σε άμεση διαφήμιση. Organic στη μηχανή αναζήτησης είναι τα αποτελέσματα που βρίσκονται φυσικά (ύστερα από SEO) στη μηχανή αναζήτησης
10. **Paid Traffic:** Η διαφημιστική επισκεψιμότητα που κερδίζουμε από τη μηχανή αναζήτησης πληρώνοντας για διαφημίσεις σε συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά μέσω του Google Adwords.
11. **SEO (Search Engine Optimization):** Το SEO είναι μια σειρά από διαδικασίες που εκτελούμε εντός και εκτός της ιστοσελίδας μας προκειμένου να γίνει πιο φιλική στη

μηχανή αναζήτησης και να έχουμε καλύτερο ranking (κατάταξη) στις λέξεις που μας ενδιαφέρουν.

12. **SEM** (Search Engine Marketing): Υποενότητα του Internet Marketing που σχετίζεται με την προώθηση της εταιρείας στις μηχανές αναζήτησης. Περιλαμβάνει το SEO και το Google Adwords ή άλλες διαφημιστικές πλατφόρμες για μηχανές αναζήτησης.
13. **Landing Page**: Η σελίδα προσγείωσης σε μια διαφήμιση ή μια online προωθητική ενέργεια. Όταν ο διαφημιζόμενος κάνει κλικ πάνω σε μια διαφήμιση, οδηγείται σε μια σελίδα στην ιστοσελίδα μας. Αυτή η σελίδα ονομάζεται Landing Page της διαφήμισης.

## Πηγές

<https://www.manbiz.gr/ti-ine-to-google-my-business/>

<https://el.wikipedia.org/wiki/AdWords>

[https://ads.google.com/intl/el\\_gr/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/el_gr/home/tools/keyword-planner/)

[https://support.google.com/google-ads/topic/3121777?hl=el&ref\\_topic=3119071,3181080,3126923,](https://support.google.com/google-ads/topic/3121777?hl=el&ref_topic=3119071,3181080,3126923)

<https://www.solidcube.gr/google-adwords/ergaleia-ereynas-leksewn-kleidiwn/>

<https://www.blb.gr/website-faqs/140-157-what-is-google-analytics>