



[Digital marketing]

RESTART

Syllabus – Διδακτέα, Εξεταστέα ύλη

Πρόγραμμα μελέτης

Version: | 5.12E

Table of Contents

1. Εισαγωγή	3
2. Digital Strategy	4
3. Social Media	7
4. Google ads	10
5. Google Analytics	13
6. Προτεινόμενο πρόγραμμα μελέτης	16

1.Εισαγωγή

Το έγγραφο παραθέτει τις βασικές έννοιες και δεξιότητες που σχετίζονται με τις βασικές αρχές του ψηφιακού μάρκετινγκ (digital marketing).

Η βιβλιοθήκη (e-learning) αποτελείται από τις ενότητες:

Digital strategy

Social Media

Google ads

Google Analytics

Τα ζωντανά online μαθήματα περιλαμβάνουν περισσότερα εξειδικευμένα παραδείγματα στα αντικείμενα e-commerce και ξενοδοχειακό digital marketing.

Σε περίπτωση ενδοεταιρικής εκπαίδευσης το πρόγραμμα των σεμιναρίων προσαρμόζεται με βάση τις ανάγκες της εταιρίας

2. Digital Strategy

2.1. ΕΡΕΥΝΑ - ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ

ΠΗΓΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ GOOGLE

ΠΩΣ Η ΕΡΕΥΝΑ ΒΟΗΘΑ ΣΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ - ΠΗΓΕΣ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

CONSUMER JOURNEYS (BY GOOGLE)

ΕΡΕΥΝΑ: GOOGLE TRENDS

ΕΡΕΥΝΑ: MARKET FINDER

ΕΡΕΥΝΑ: KEYWORD PLANNER

ΕΡΕΥΝΑ: CONSUMER BAROMETER

ΕΡΕΥΝΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ - GRECA

ΕΡΕΥΝΑ: ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ

2.2. ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ ΣΕ GOOGLE ANALYTICS

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ - GOOGLE TRENDS

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ALERTS - MENTIONS

2.3. ΣΥΝΤΑΞΗ ΠΛΑΝΟΥ - ΚΟΙΝΟ

ΕΡΕΥΝΕΣ - BUYER PERSONAS

ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟΧΕΥΣΗΣ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΚΟΙΝΟΥ ΑΠΟ ΤΟ FACEBOOK

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΚΟΙΝΟΥ GOOGLE ANALYTICS

BUYER PERSONAS

ΟΔΗΓΙΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΠΡΟΦΙΛ BUYER PERSONAS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ CUSTOMER JOURNEY MAP

2.4. ΠΛΑΝΟ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

KPIs - DIGITAL CHANNELS

2.5. ΚΑΝΑΛΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

DIGITAL MARKETING PLAN - ΘΕΩΡΙΑ

DIGITAL MARKETING PLAN - ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΛΑΝΟΥ - ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

2.6. ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ - ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ KPIs - ΑΞΙΑ ΠΕΛΑΤΗ

ΣΤΟΧΟΙ - KPIs ΓΙΑ BRANDING

ΣΤΟΧΟΙ - KPIs ΓΙΑ ENGAGEMENT

ΣΤΟΧΟΙ - KPIs ΓΙΑ CONVERSIONS

CUSTOMER'S CLV - ΑΞΙΑ ΑΝΑ ΠΕΛΑΤΗ

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΟΣΟΥ ΣΤΟΧΕΥΣΗΣ ΑΝΑ ΠΩΛΗΣΗ - CPA

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ - FUNNELS

ΑΝΑΛΥΣΗ

2.7. ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΛΑΝΟΥ

ΕΡΓΑΣΙΑ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΗΣΙΟΥ BUDGET

ΕΡΓΑΣΙΑ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΗΣΙΟΥ ΠΛΑΝΟΥ

3. Social Media

3.1. ΣΕΛΙΔΕΣ FACEBOOK

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ SOCIAL MEDIA

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΕΛΙΔΑΣ FACEBOOK

ΒΑΣΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΣΕΛΙΔΑΣ

Η ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

3.2. ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΣΕΛΙΔΑΣ

PAGE SETTINGS

ΜΗΝΥΜΑΤΑ

ΠΡΟΤΥΠΟ ΣΕΛΙΔΑΣ

PAGE ROLES

3.3. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ POST

PUBLISHING TOOLS

LEAD FORMS

3.4. ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ FACEBOOK

FACEBOOK

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ FACEBOOK

ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΕΥΣΗΣ

BUDGET ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ - RULES

FACEBOOK DRAFTS CAMPAIGNS

FACEBOOK REPORTS

3.5. ΣΥΝΘΕΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

FACEBOOK PIXEL & REMARKETING

FACEBOOK CONVERSION OPTIMISATION

CUSTOM AUDIENCES

CATALOGUE SALES FACEBOOK ADS - QUICK GUIDE

ΣΥΝΔΕΣΗ ESHOP ME FACEBOOK

CATALOGUE SALES FACEBOOK ADS

BIDDING STRATEGY - BY FACEBOOK

3.6. FINAL TEST

SOCIAL MEDIA - FINAL TEST

ΕΡΓΑΣΙΑ

4. Google ads

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

4.2. ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ - ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ

ΑΡΧΙΚΗ ΟΘΟΝΗ ADWORDS

ΕΡΕΥΝΑ - KEYWORD PLANNER

SHOPPING INSIGHTS

ΧΡΗΣΤΕΣ - ΣΥΝΔΕΣΗ

AD FORMAT GALLERY

4.3. ΔΟΜΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

GOOGLE ADS CAMPAIGNS

ΤΥΠΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

4.4. SEARCH ADS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ SEARCH AD

BID - BUDGET

AD RANK

KEYWORDS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ - ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

4.5. DISPLAY ADS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ DISPLAY ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΠΡΟΒΟΛΗΣ #1

ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΠΡΟΒΟΛΗΣ #2

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

4.6. REMARKETING

ABOUT REMARKETING (BY GOOGLE)

ΡΥΘΜΙΣΗ ΚΟΙΝΟΥ REMARKETING

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ GOOGLE ADS TAG

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΟΥ ΑΠΟ ΛΙΣΤΑ

ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΣΕ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

4.7. ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

LANDING PAGES GOOGLE ADS REPORT

EXPERIMENTS: GOOGLE ADS VARIATIONS

ΛΙΣΤΑ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΛΕΞΕΩΝ

4.8. ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

SHARED BUDGETS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΟΥ CUSTOM AFFINITY

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΟΥ CUSTOM INTENT

4.9. ONLINE TEST

GOOGLE ADS ONLINE TEST

4.10. ΕΡΓΑΣΙΕΣ

ΕΡΓΑΣΙΑ GOOGLE ADS

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΛΑΝΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ GOOGLE SEARCH ADS

5. Google Analytics

5.1 ΑΡΧΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ GOOGLE ANALYTICS

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΩΔΙΚΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ - ADMIN

ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: PROPERTY

ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: VIEW

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ GOOGLE ANALYTICS DEMO ACCOUNT

5.2 ΜΕΛΕΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟΥ

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ DEMO ACCOUNT

GOOGLE ANALYTICS HOME PAGE

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ REAL TIME

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΟΙΝΟΥ

ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΚΟΙΝΟΥ

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ - SEGMENTS

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ - ΜΕΛΕΤΗ ΚΟΙΝΟΥ

5.3 ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΝΑ ΠΗΓΗ

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

TIP: CAMPAIGN URL BUILDER TOOL

ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

GOOGLE ADWORDS REPORT

SOCIAL MEDIA REPORT

ΟΡΓΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΡΟΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΝΑ ΠΗΓΗ

5.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΩΝ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ WEBSITE

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

ΡΥΘΜΙΣΗ EVENT

ΚΩΔΙΚΑΣ ΡΥΘΜΙΣΗΣ EVENT

5.5 ΡΥΘΜΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ

ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ WEBSITE ΚΑΙ Η ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΟΥΣ

ΣΤΟΧΟΣ: ΣΕΛΙΔΕΣ/ΕΠΙΣΚΕΨΗ

ΣΤΟΧΟΣ: ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ

ΣΤΟΧΟΣ: ΣΕΛΙΔΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟΧΩΝ

GOAL FUNNEL

5.6 ΜΕΛΕΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ E-COMMERCE

E-COMMERCE REPORT

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΠΕΛΑΤΩΝ - SHOPPING BEHAVIOR

ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

5.7 REMARKETING

REMARKETING - ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΟ MARKETING

ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ GOOGLE ANALYTICS (pdf)

5.8 ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΡΓΑΣΙΑ

6. Προτεινόμενο πρόγραμμα μελέτης

(Το πρόγραμμα αφορά δίμηνη διάρκεια μελέτης. Σε περίπτωση διαφορετικού διαστήματος γίνεται προσαρμογή ανάλογα)

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 1:

Digital στρατηγική

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 2:

Social media - Δημιουργία σελίδας και περιεχόμενο

Social media: Διαφημίσεις, Υλοποίηση εξάσκηση

Social media: Υπόλοιπες ενότητες, remarketing

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 3:

Google ads: Διαφημίσεις search. Υλοποίηση εξάσκηση

Google ads: Remarketing, Display ads, Υλοποίηση εξάσκηση

ΕΒΔΟΜΑΔΑ 4:

Google Analytics

Digital στρατηγική: Ολοκλήρωση πλάνου + υλοποίηση

www.digitalent.gr