



Μάθημα: Ηλεκτρονικό marketing



*Θέμα : Δημιουργία της σελίδας
Στηρίζουμε τα Ελληνικά προϊόντα στα
κοινωνικά δίκτυα*

[https://www.facebook.com/boicotazstaks
enaproionta](https://www.facebook.com/boicotazstaksenaproionta)

Λώλου Χαρίκλεια
Μακρίδη Καλλιόπη
Μαναρώλη Βασιλική
Τσιπιανίτη Αγγελική

Αθήνα 2013

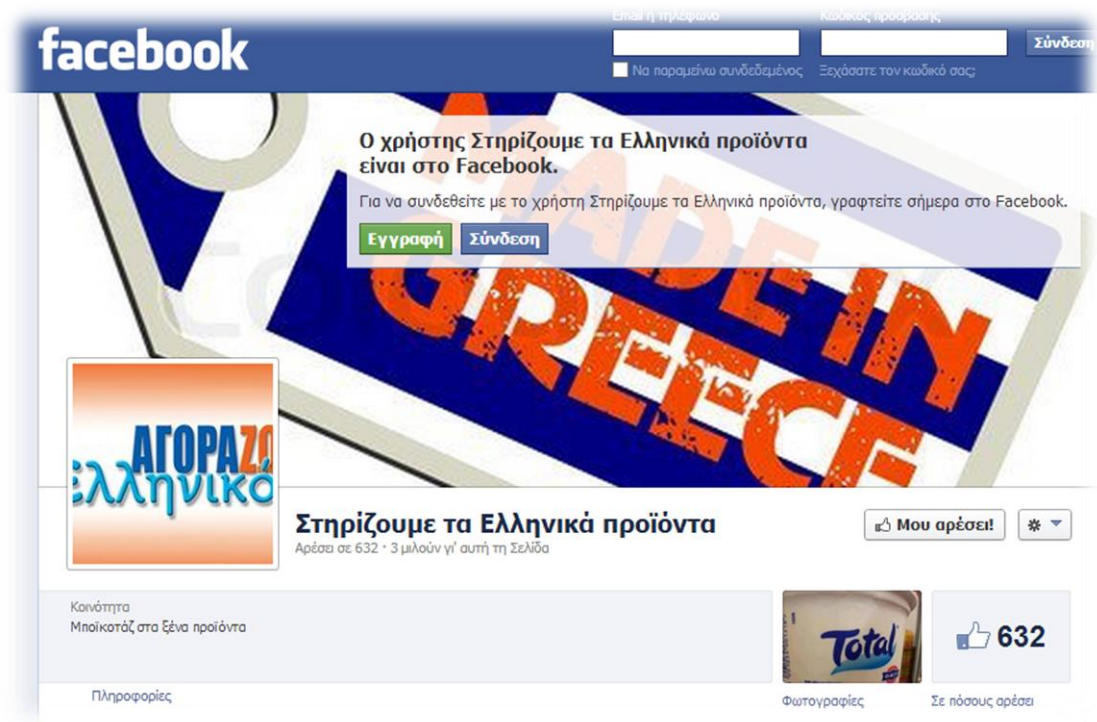
ΣΥΝΟΨΗ

Η σελίδα που δημιουργήσαμε για τη διάδοση της ιδέας του να στηρίζουμε την ελληνική οικονομία μας, ονομάζεται «Στηρίζουμε τα ελληνικά προϊόντα» και προωθήθηκε κυρίως από το κοινωνικό μέσο δικτύωσης το Facebook. Οι στόχοι μας για την ενέργεια αυτοί ήταν γενικοί, αλλά και ειδικότεροι όπως για παράδειγμα το ότι θέλαμε να προσεγγίσουμε συγκεκριμένο target group, συγκεκριμένα γυναίκες έως 40 χρονών μιας και αυτές πραγματοποιούν πιο συχνά τα εβδομαδιαία ψώνια.

Οι τρόποι που χρησιμοποιήθηκαν για τη διάδοση της ιδέας ήταν μέσω αποστολή προσκλήσεων σε άτομα που ήδη έχουν προφίλ στο Facebook. Προσκλήσεις επίσης στάλθηκαν και μέσω email σε κοινούς γνωστούς, προκειμένου να γίνουν μέλη στη σελίδα μας και να διαδώσουν και οι ίδιοι με τη σειρά τους τη σελίδα μας. Επίσης, σημαντικός παράγοντας στην αύξηση της επισκεψιμότητας ήταν το γεγονός ότι ο τίτλος που επιλέχθηκε για τη σελίδα μας, ήταν πολύ κατανοητός και συγκεκριμένος, με αποτέλεσμα όποιος βλέπει ή επισκέπτεται τη σελίδα μας να τον προδιαθέτουμε να διαβάσει και να ενημερωθεί με το περιεχόμενο.

Το περιεχόμενο της σελίδας αποτελούταν από άρθρα, φωτογραφίες και κοινοποιήσεις ελληνικών επιχειρήσεων και γενικότερα ενέργειες που αφορούν την ενδυνάμωση της πεσμένης ελληνικής οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα, στόχος μας μέσα από αυτό το περιεχόμενο ήταν να περάσουμε την αντίληψη στα μέλη μας πως τα ελληνικά προϊόντα δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από αντίστοιχα εισαγόμενα, και μάλιστα αγοράζοντας τα ενισχύουμε και την οικονομία μας.

Τα αποτελέσματα που βγήκαν από τη διεξαγωγή των στατιστικών στοιχείων μετά το πέρας της ενέργειας, ήταν πως πετύχαμε έως ένα μεγάλο βαθμό το στόχο μας, καθώς πολλά ήταν τα μέλη όπως είδαμε που επισκέπτονταν τη σελίδα μας για να ενημερωθούν για τα ελληνικά προϊόντα. Ωστόσο, είδαμε επίσης πως υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης της απήχησης καινούργιων μελών. Αυτό μπορεί να επιτευχτεί είτε με αλλαγή του περιεχομένου που έως τώρα αναρτούσαμε στη σελίδα μας, είτε με την εφαρμογή επιπρόσθετων προωθητικών ενεργειών σε διάφορα μέρη της πόλης μας.



Πλαίσιο και αντικείμενο εργασίας

Στην εποχή που ζούμε, στη μέση της ελληνικής κρίσης, είναι επιτακτική ανάγκη περισσότερο τώρα από ποτέ να στηρίζουμε την ελληνική αγορά και τα ελληνικά προϊόντα μας. Έτσι, στα πλαίσια του μαθήματος «Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ», αποφασίσαμε να προωθήσουμε την ενέργεια αυτή και να στρέψουμε όσο το δυνατόν περισσότερους συμπολίτες μας να σκέφτονται και να αγοράζουν «ελληνικά».

Η σελίδα που δημιουργήσαμε στο γνωστό σε όλους μας κοινωνικό μέσο δικτύωσης, Facebook, ονομάζεται «Στηρίζουμε τα ελληνικά προϊόντα». Στόχος μας μέσα από αυτή τη σελίδα ήταν να ενημερώνουμε καθημερινά τα μέλη της ομάδας μας για τις ελληνικές εταιρίες που υπάρχουν και για τα αντίστοιχα προϊόντα τους. Επίσης, υπήρξε ενημέρωση και για το πόσο καλό κάνει στην ελληνική μας οικονομία το να ψωνίζουμε ελληνικά προϊόντα, και όχι εισαγόμενα από μεγάλες πολυεθνικές.

Η αγορά στόχος που θέλαμε να στοχεύσουμε μέσα από τη συγκεκριμένη σελίδα, ήταν κυρίως γυναίκες που έχουν οικογένειες, καθώς αυτές είναι που πιο συχνά κάνουν τα εβδομαδιαία ψώνια από το super market. Πράγματι, από την εξαγωγή των στατιστικών στοιχείων, τα περισσότερα μέλη ήταν γυναίκες ηλικίας μεταξύ 25-40 χρονών. Ωστόσο, υπήρχε μεγάλη απήχηση και από άνδρες αλλά και από διαφορετικές ομάδες ηλικιών. Η θεματολογία και τα προϊόντα που καθημερινά αναρτούσαμε στη σελίδα μας ήταν κυρίως προϊόντα ελληνικά που παράγονται και συσκευάζονται στην Ελλάδα. Θεματολογία όμως υπήρχε και για ξένα προϊόντα, όχι όμως σαμποτάροντας τα, άλλα ενημερώνοντας τα μέλη μας πως ίδιας κατηγορίας προϊόντα υπάρχουν και αντίστοιχα ελληνικά, και μάλιστα πολλές φορές καλύτερης

ποιότητας.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι υπάρχουν και αρκετές άλλες σελίδες που στόχος τους είναι ακριβώς η ίδια ενημέρωση προς τους Έλληνες πολίτες. Έτσι, όσον αφορά την μέχρι τώρα κατάσταση της ενέργειας αυτής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πιστεύουμε πως είναι σε υψηλά επίπεδα καθώς η συμμετοχή των μελών όπως διαπιστώσαμε από διάφορα σχόλια είναι πολύ συχνή και με μεγάλο ενδιαφέρον. Είναι σημαντικό εδώ να αναφέρουμε, ότι η σελίδα μας «Στηρίζουμε τα Ελληνικά προϊόντα» είχε δημιουργηθεί ακριβώς πριν από ένα χρόνο για το σκοπό μιας άλλης εργασίας και όπου και τότε είχε μεγάλη απήχηση, χαρακτηριστικά «310 likes». Συνεχίζοντας τη προσπάθεια μας μέσα από τη σελίδα, καταφέραμε σήμερα να διπλασιάσουμε την απήχηση του κόσμου, φθάνοντας τα «620 likes».

Στόχοι της δημιουργίας της σελίδας μας «Στηρίζουμε τα Ελληνικά προϊόντα»

Γενικότεροι και Ειδικότεροι Στόχοι



Οι στόχοι για τους οποίους δημιουργήσαμε την σελίδα «Στηρίζουμε τα Ελληνικά προϊόντα» ήταν πολλοί και μπορούν να διακριθούν σε γενικότερους και ειδικότερους, και οι οποίοι είναι εξίσου σημαντικής σημασίας.

Ο βασικότερος στόχος μας ήταν η προσέλκυση και στην συνέχεια η ενημέρωση του Ελληνικού καταναλωτικού κοινού για την ποιότητα των Ελληνικών προϊόντων και πως μπορούν να τα ξεχωρίζουν έναντι των εισαγόμενων προϊόντων. Με το συνεχώς ανανεώσιμο υλικό (όπως άρθρα, φωτογραφίες) απώτερος σκοπός ήταν να ενημερωθούν τα μέλη μας για όλα τα νέα που αφορούν τα Ελληνικά προϊόντα και γενικότερα την Ελληνική παραγωγή. Ακόμη ήταν σημαντικό να ενημερώσουμε τα μέλη της σελίδας μας για το ποιες από τις γνωστές εταιρείες που όλοι βλέπουμε καθημερινά στα ράφια των Super Markets μας είναι ελληνικές και να παροτρύνουμε το κοινό να προτιμήσει τα προϊόντα τους που δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα από τα παρόμοια προϊόντα των πολυεθνικών εταιρειών. Σημαντικός επίσης στόχος ήταν, μέσω της σελίδας μας και της συνεχής προβολής ελληνικών προϊόντων και εταιρειών, το Ελληνικό καταναλωτικό κοινό να συνειδητοποιήσει πως με την αγορά αυτών ενισχύει της Ελληνικές εταιρείες και κατά συνέπεια την πληγμένη οικονομία της χώρας μας.

Εν συνεχεία, ένας από τους βασικότερους ειδικούς στόχους μας ήταν η αύξηση των μελών της σελίδας μας, και λόγω του περιεχομένου της προσελκύσαμε κυρίως γυναίκες 25-40 ετών οι οποίες είναι αυτές που σε πλειοψηφία ασχολούνται με την περιποίηση του ελληνικού νοικοκυριού. Μέσω των κοινοποιήσεων και την καθημερινή προβολή του περιεχομένου θέλαμε να επιτύχουμε όσο τον δυνατόν

καλύτερη και έγκυρη ενημέρωση στα μέλη της σελίδας και με τον τρόπο αυτό να τα κάνουμε να συμμετάσχουν και οι ίδιοι στην λειτουργία της σελίδας λέγοντας την γνώμη τους ή ανεβάζοντας σχετικό υλικό το οποίο θα βοηθούσε και θα ενημέρωνε και εμάς αλλά και τα υπόλοιπα μέλη για τυχόν εκδηλώσεις με θέμα τα Ελληνικά προϊόντα ή ακόμα και επιχειρήσεις οι οποίες είναι καθαρά Ελληνικές και τυχαίνει να μην είναι ευρέως γνωστές. Ο στόχος μας αυτός πραγματοποιήθηκε εφόσον πολλά από τα μέλη μας είχαν ενεργή συμμετοχή και δραστηριότητα σε άρθρα που είχαμε εμείς αναρτήσει, καθώς επίσης και οι ίδιοι κατά καιρούς ενημέρωναν με σχετικό υλικό στην σελίδα μας. Στόχος μας επίσης ήταν εκτός από την ενημέρωση των μελών για τα Ελληνικά προϊόντα, να καταφέρουμε να κάνουμε τα μέλη μας να αλλάξουν τις συνήθειες τους και να αντικαταστήσουν κάποια από τα αγαθά (εισαγόμενα) που καταναλώνουν με αντίστοιχα Ελληνικά. Πιστεύουμε ότι δώσαμε αρκετές προτάσεις για τέτοιες αλλαγές στα μέλη μας και αν κρίνουμε από την απήχηση των σχετικών αναρτήσεων αρκετοί ήταν αυτοί που προσπάθησαν να ακολουθήσουν την τακτική αυτήν και ανταποκρίθηκαν με παρόμοια άρθρα, βίντεο και φωτογραφίες προκειμένου να παρακινήσουν και τα υπόλοιπα μέλη της σελίδας μας. Ακόμη, έγιναν αναρτήσεις άρθρων οι οποίες είχαν εμψυχωτικό χαρακτήρα γιατί στόχος μας δεν είναι μόνο η ενημέρωση των μελών μας για τα ελληνικά προϊόντα αλλά και η ενθάρρυνση και παρότρυνση για καινοτομικές ιδέες.

Επίσης πιστεύαμε ότι τα μέλη μας είχαν ανάγκη να ακούσουν και από ευχάριστες ειδήσεις που αφορούσαν συμπολίτες τους ,οι οποίοι εν μέσω οικονομικής κρίσης κατάφεραν να πρωτοτυπήσουν, να καινοτομήσουν και βέβαια αυτό επιβραβεύτηκε, χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν το άρθρο-βίντεο που αναρτήσαμε στην σελίδα μας στις 29 Μαΐου με θέμα «Διακρίσεις για Ελληνικά προϊόντα» το οποίο είχε μεγάλη επισκεψιμότητα και «likes».Το συγκεκριμένο βίντεο κάνει λόγο για δύο κυρίες οι οποίες πωλούν γλυκά του κουταλιού και επιπλέον κέρδισαν σε έναν διαγωνισμό (ευρωπαϊκό) το πρώτο βραβείο εκπροσωπώντας την χώρα μας. Τέλος ακόμα ένας στόχος μας ήταν η στροφή του ελληνικού νοικοκυριού στα αγροτικά προϊόντα ,τις ευεργετικές τους ικανότητες και την στήριξη των Ελλήνων αγροτών που μας έχουν πιο πολύ ανάγκη από ποτέ (σχετικά άρθρα είχαν αναρτηθεί πολύ συχνά).

Προτάσεις: για δημιουργία περιεχομένου, προσέλκυση επισκεπτών, αύξηση του engagement των επισκεπτών

Περιεχόμενο

Για μία σωστή και ολοκληρωμένη ιστοσελίδα το περιεχόμενο αποτελεί πρωτεύον παράγοντα. Γνωρίζοντας ότι το περιεχόμενο αποκαλύπτει τα πάντα για την δράση της ιστοσελίδας μας, περιγράψαμε σε αυτό τους στόχους που εξυπηρετούμε: Στηρίζουμε την χώρα μας, γιατί ακόμα και με απλές κινήσεις η

πορεία της Ελλάδας μπορεί να ανατραπεί. Πραγματοποιήσαμε αλλαγή του αρχικού στόχου της υπάρχουσας σελίδας που ήταν το μποϊκοτάζ και στραφήκαμε στα πλεονεκτήματα της Ελληνικής παραγωγής. Ασχοληθήκαμε έτσι με την αποκλειστική προώθηση της Ελληνικής παραγωγής και των Ελληνικών προϊόντων παρουσιάζοντας τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα αυτών έναντι των εισαγόμενων προϊόντων, την ζήτηση συγκεκριμένων Ελληνικών προϊόντων από το εξωτερικό καθώς και τις διακρίσεις που έχουν πάρει Ελληνικά προϊόντα τόσο για την ποιότητα όσο και για την φαρμακευτική τους χρήση. Για την επίτευξη του σκοπού μας αυτού προσθέταμε νέο περιεχόμενο στο site και φροντίζαμε να το προωθούμε μέσα από το Facebook.

Έτσι ανανεώναμε συνεχώς τα κείμενα της σελίδας και ανεβάζαμε νέες φωτογραφίες καθώς όλοι επιθυμούν μια ανανέωση και κάτι διαφορετικό από την προηγούμενη επίσκεψη. Πέρα από τις εικόνες γνωστών Ελληνικών προϊόντων και μη, αναρτήσαμε αρκετά άρθρα και βίντεο για να ενημερώσουμε ποια προϊόντα είναι Ελληνικά και ποια όχι καθώς και ποια παράγονται εξολοκλήρου στην Ελλάδα. Παραδείγματα του περιεχομένου αποτελεί ένας αναλυτικός κατάλογος των Ελληνικών προϊόντων που αναρτήθηκε αρκετές φορές, άρθρα σχετικά με το πώς να ξεχωρίζεις τα Ελληνικά προϊόντα από τα ξένα, πως ξεκινά το barcode των Ελληνικών προϊόντων καθώς και ποια super market προωθούν τα Ελληνικά προϊόντα. Τον μεγαλύτερο απόηχο είχαν οι εικόνες των Ελληνικών προϊόντων.

Όσον αφορά τα σχετικά άρθρα που αναρτήθηκαν τα πιο χαρακτηριστικά είναι αυτά που ακολουθούν. Το σημαντικότερο απ' όλα είναι αυτό για την ενημέρωση του κοινού μας και γιατί θα πρέπει να στραφούν στην Ελληνική παραγωγή καθώς εάν δεν συνειδητοποιήσουν τους λόγους δεν θα πειστούν να ακολουθήσουν την πρόταση μας για στροφή στην Ελληνική παραγωγή. Χαρακτηριστικά παραδείγματα μάλιστα αποτελούν δύο άρθρα με τον αρκετά μεγάλο απόηχο που είχαν, η εξαγωγή των Ελληνικών κρασιών καθώς και το ότι μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες προϊόντων προσωπικής υγιεινής στην Ευρώπη, με παρουσία σε περισσότερες από 25 χώρες, είναι μια άκρως επιτυχημένη ελληνική επιχείρηση γνωστή από τα προϊόντα Babyline, η ΜΕΓΑ Α.Ε. Και αφού έγιναν κατανοητοί οι λόγοι αυτοί, στην συνέχεια στραφήκαμε στους τρόπους με τους οποίους μπορεί να διακριθεί ένα Ελληνικό προϊόν, το barcode τους καθώς και ποια super market τα προωθούν και τα στηρίζουν. Τα ανωτέρω πραγματοποιήθηκαν μέσα από σχετικά άρθρα, εικόνες αλλά και ένα βίντεο με τίτλο «Βόλτα σε ένα super market». Ακολούθησαν άρθρα σχετικά με την υπεροχή των Ελληνικών προϊόντων και την προτίμηση των «ξένων» χωρών σε αυτά προσπαθώντας να δείξουμε ότι «μήπως η δική μας επιλογή στα εισαγόμενα είναι λάθος?». Και τέλος ακολούθησαν κάποια άρθρα σχετικά με προϊόντα τα οποία «γύρισαν» ξανά στα Ελληνικά χέρια όπως ο Μαλβαζίας οίνος της Μονεμβασιάς.

Επίτευξη προσέλκυσης επισκεπτών

Για την επίτευξη της προσέλκυσης επισκεπτών πρωτεύον για εμάς ήταν η προώθηση μίας εύχρηστης σελίδας έτσι ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να βρίσκει και να ενημερώνεται για όλα τα νέα που αφορούν τα Ελληνικά προϊόντα και γενικότερα την Ελληνική παραγωγή εύκολα και γρήγορα. Όσο πιο ελκυστική είναι η σελίδα και όσο πιο «προσεγμένη» τόσο καλύτερες εντυπώσεις θα συγκεντρώσει. Για τον λόγο αυτό προσέξαμε αρκετά το περιεχόμενο της, ανανεώνοντας το με την συγκεκριμένη σειρά περιεχομένου όπως αναφέρθηκε πιο πάνω. Η ανανέωση του τελευταίου γινόταν σε καθημερινή βάση, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η ποιότητα του και να δημιουργηθεί πραγματική αξία στις παρεχόμενες πληροφορίες.

Επίσης, προωθήσαμε την σελίδα σε άλλες παρεμφερείς ιστοσελίδες, όπως η σελίδα Save Greece και Ψωνίζω μόνο Ελληνικά προϊόντα. Με αυτό τον τρόπο θέλαμε να διαδώσουμε την ύπαρξη της σελίδας και κατ' επέκταση να αυξήσουμε το ποσοστό των επισκεπτών της. Σημαντικής σημασίας είναι ο εύκολος εντοπισμός της σελίδας μας στις μηχανές αναζήτησης καθώς όλες οι λέξεις είναι εύκολες, μικρές, κατανοήσιμες και δίνουν τον πλήρη λόγο ύπαρξης της σελίδας μας. Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό αποτελεί η γρήγορη και δωρεάν είσοδος στην ιστοσελίδα μας αποφεύγοντας την ταλαιπωρία της συμπλήρωσης μακροσκελών φορμών. Έτσι η εύκολη είσοδο μας πρόσδωσε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ειδικά όταν άλλα δημοφιλή sites αφήνουν τους επισκέπτες να εγγραφούν και να συνδεθούν.



Αύξηση του engagement των επισκεπτών

Στην προσπάθεια μας δεν επαναπαυθήκαμε με το να έχουμε απλώς πολλούς επισκέπτες, αλλά θέλαμε να τους προσεγγίσουμε ώστε να συμμετάσχουν στον εμπλουτισμό περιεχομένου της (engagement επισκεπτών) και να τους κάνουμε να χαίρονται που βρίσκονται στην σελίδα μας. Για τον λόγο αυτό προσπαθήσαμε να προσφέρουμε όσο το δυνατόν πιο χρήσιμες πληροφορίες στους επισκέπτες έχοντας κατά νου ότι η στιγμή αυτή είναι η ευκαιρία μας για να ξεχωρίσουμε από άλλες παρεμφερείς σελίδες. Στην αύξηση του engagement των επισκεπτών, σημαντικό ήταν επίσης και η άμεση επαφή που είχαμε με τα μέλη. Δηλαδή, σημαντικό ήταν επίσης να απαντάμε σε οποιοσδήποτε ερωτήσεις και σχόλια των επισκεπτών της σελίδας που τυχόν δημιουργηθούν. Το δυναμικό και συνεχώς ανανεώσιμο περιεχόμενο βοήθησε στην πιο γρήγορη χρονικά αύξηση του engagement επισκεπτών αφού προσέδωσε στο site μας μια εικόνα συνεχούς παρουσίας με την

“ζωντανή” παρουσία των μελών μας μέσα από τακτικά ενημερωμένες φωτογραφίες, βίντεο και άρθρα.

Υλοποίηση των προτάσεων

Ενέργειες και Αναλυτική περιγραφή

Αναφέραμε και πιο πάνω την σημαντικότητα της συνεχούς ενημέρωσης του περιεχομένου της σελίδας μας αλλά και την προώθηση της σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να προσελκύσουμε νέα μέλη αλλά και να κάνουμε και τα ήδη υπάρχοντα να μας εμπιστευτούν και να μας θεωρούν ένα έγκυρο μέσο ενημέρωσης πάνω στα θέματα που ασχολούμαστε. Έτσι σαν διαχειριστές της σελίδας που ήμασταν φροντίζαμε καθημερινά να ενημερωνόμαστε, να διαβάζουμε σχετικά άρθρα και να βλέπουμε εκπομπές με αντίστοιχο περιεχόμενο προκειμένου ότι αναρτούμε στην σελίδα μας να είναι νέες ειδήσεις με έγκυρο περιεχόμενο και έντονο ενδιαφέρον. Θέλοντας να κάνουμε την σελίδα μας πιο ελκυστική στα μέλη μας και να τα ενθαρρύνουμε να πάρουν θέση και να σχολιάσουν πάνω σε άρθρα και σχετικές φωτογραφίες κοιτούσαμε τι στυλ άρθρων ήταν αυτά που είχαν την μεγαλύτερη απήχηση και το πιο έντονο ενδιαφέρον και προσπαθούσαμε να βρίσκουμε και να αναρτούμε παρόμοιου περιεχομένου έτσι ώστε να κινήσουμε το ενδιαφέρον τους. Τέτοια άρθρα ήταν για παράδειγμα άρθρα με θεματολογία της διακρίσεις της Ελλάδας σε μεγάλους διαγωνισμούς για τα παραδοσιακά της προϊόντα, νέες ιδέες συμπολιτών σε θέματα διατροφής και μαγειρέματος, λίστες κάποιων Ελληνικών τροφίμων και εταιρειών, άρθρα για έρευνες πάνω σε παραδοσιακά/αγροτικά προϊόντα που έδειξαν φαρμακευτικές ιδιότητες σε πολύ γνωστά και προσιτά προϊόντα για εμάς τους Έλληνες και άλλα πολλά.

Προκειμένου να προσελκύσουμε και νέα μέλη στην σελίδα μας είχαμε την ιδέα της διανομής φυλλαδίων σε κεντρικά σημεία της πόλης ,τα οποία θα ενημέρωναν τον σκοπό της δημιουργίας της σελίδας, στους στόχους της ,κάποια παραδείγματα των περιεχομένων των άρθρων της και το πώς κάποιος θα μας έβρισκε στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης «Facebook». Η ιδέα αυτή δυστυχώς δεν υλοποιήθηκε λόγω του ότι ζούμε σε ένα μεγάλο αστικό κέντρο και η διανομή φυλλαδίων χρειαζόταν πολύ χρόνο αλλά και στο ότι ο κόσμος δέχεται από παντού φυλλάδια με αποτέλεσμα πλέον να τα πετάνε στα σκουπίδια χωρίς καν να τα έχουν κοιτάξει. Έτσι λοιπόν σκεφτήκαμε αντί την διανομή φυλλαδίων να στέλνουμε σε φίλους και γνωστούς e-mail με το link της σελίδας μας και τα στοιχεία που αναφέραμε πιο πάνω με σκοπό την προσέλκυση αρχικά αυτών και στην συνέχεια οι ίδιοι διαπιστώνοντας το καλό και έγκυρο περιεχόμενο της σελίδας θα διάδιδαν και σε άλλους την ύπαρξη της σελίδας παροτρύνοντας τους να κάνουν και αυτοί με την σειρά τους like.

Οι ενέργειες για την αύξηση της δημοτικότητας της σελίδας μας δεν σταμάτησαν μόνο στην αποστολή των e-mails ,και οι τέσσερις διαχειρίστριες (της σελίδας) κάναμε σε τακτά χρονικά διαστήματα κοινοποιήσεις της με σκοπό την προβολή της στους «φίλους» μας στο Facebook και τους ενθαρρύνσαμε να

συμμετέχουν στην προσπάθεια μας . Επίσης κοινοποιήσεις της σελίδας έγιναν και στο twitter ,στο site της σχολής αλλά και στην σελίδα του τμήματος μας στο Facebook.

Αποτελέσματα

Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων στηριχθήκαμε στα διαγράμματα του Facebook από 10/3 έως και 5/6. Τα συμπεράσματα τα οποία καταλήξαμε δείχνουν ότι οι στόχοι που τέθηκαν στην αρχή και αναλύθηκαν και στο αντίστοιχο κομμάτι τη εργασίας επιτεύχθηκαν ως ένα μεγάλο βαθμό.

Αρχικά η σελίδα συγκέντρωσε 588 «μου αρέσει» από χρήστες σε διάφορα μέρη της Ελλάδας και κυρίως από την Αθήνα ενώ είναι εντυπωσιακό ότι υπάρχουν άλλα 22 likes από άλλες χώρες του κόσμου. Τα μεγαλύτερα ηλικιακά κοινά της σελίδας ανήκουν στις ηλικίες 18-24 και 25-40 με μικρή διαφορά ανάμεσά τους και είναι το μεγαλύτερο ποσοστό τους γυναίκες, επιτυγχάνοντας έτσι το στόχο μας.

Τα αποτελέσματα ωστόσο που μας ενδιέφεραν περισσότερο ήταν αυτά της απήχησης της σελίδας. Για αυτό και κρίνουμε χρήσιμο να σας παρουσιάσουμε αναλυτικά τα διαγράμματα για κάθε μια ανάλυση. Αρχικά το πρώτο διάγραμμα



δείχνει πόσα άτομα είδαν το περιεχόμενο της σελίδας και πώς τους προσελκύσαμε.

Όπως φαίνεται τα περισσότερα μέλη είδαν το περιεχόμενο μέσω διάδοσης δηλαδή από κάποιον άλλο φίλο τους, ένα στοιχείο που είναι πολύ σημαντικό καθώς δείχνει και το ενδιαφέρον που είχαν οι χρήστες αλλά και ότι υπήρχαν αρκετά άτομα που επηρεάστηκαν και κοίταξαν την δημοσίευση. Φυσικά η απήχηση με

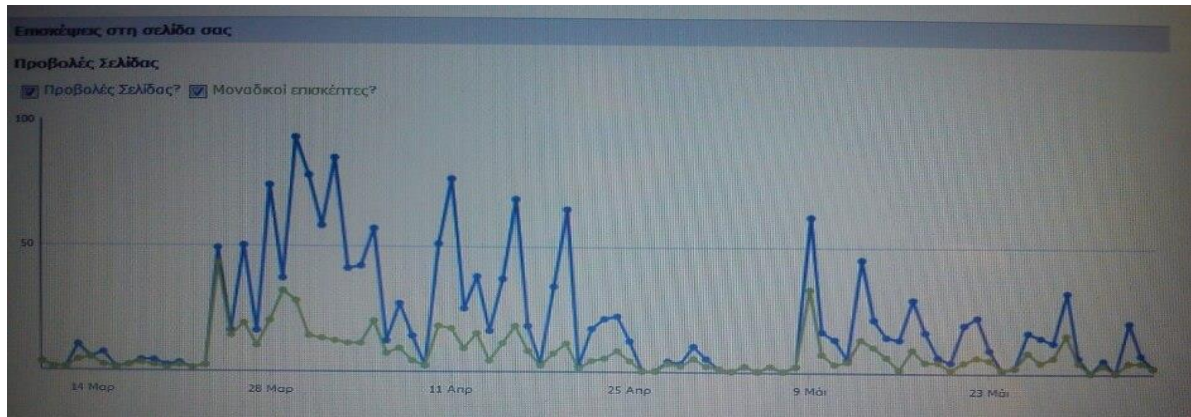
συνδρομή είναι λογικό να είναι μηδενική καθώς δεν χρησιμοποιήθηκε πληρωμένη διαφήμιση για αύξηση των επισκεπτών.

Συνεχίζοντας στην ανάλυση των συνολικών προβολών που κάθε άτομο είδε κάποιο από το περιεχόμενο της σελίδας, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα τα



περισσότερα άτομα (212) βρίσκονται στο μία μόλις φορά και πάνω από 21 φορές βρίσκονται μόλις 12 άτομα. Αυτό είναι και το σημείο το οποίο θα θέλαμε να το βελτιώσουμε για να αυξηθεί το ποσοστό των ατόμων όσο γίνεται περισσότερο στις συχνότητες πάνω από το ένα .

Το πιο σημαντικό διάγραμμα είναι αυτό της προβολής της σελίδας και συγκεκριμένα ποία καρτέλα της σελίδας μας προβλήθηκε περισσότερο.



Αναλυτικότερα:

1.578 φορές timeline

- 68 photos_stream
- 42 photos_albums
- 15 Ενότητα "Πληροφορίες"
- 13 Φωτογραφίες
- 6 likes
- 4 profile
- 2 Χρονολόγιο
- 1 messages_inbox

Τέλος τα διαγράμματα παρακάτω δείχνουν πόσα άτομα δημιούργησαν μία ανακοίνωση και μιλούν για την σελίδα, με το μέγιστο αριθμό να φτάνει τα 54 άτομα ενώ στο διπλανό διάγραμμα που αφορά την προσέκυση βάση διάδοσης, δηλαδή πόσα άτομα είδαν την ανακοίνωση κάποιου φίλου, ο μέγιστος αριθμός είναι 1037 άτομα.



Γενικά μπορούμε να πούμε ότι όλα τα στοιχεία είναι σύμφωνα με τους στόχους μας τους οποίους έχουμε πετύχει στο μεγαλύτερο μέρος τους. Δεν μπορούμε να πούμε ότι συναντήθηκαν ιδιαίτερες δυσκολίες καθώς η σελίδα μας ήταν οικεία οπότε γνωρίζοντας τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία της καθώς και τα λάθη του παρελθόντος μπορέσαμε να φτάσουμε σε πολύ καλύτερα αποτελέσματα.

Προτάσεις για συνέχιση

Η ενέργεια αυτή, του να στηρίζουμε την ελληνική οικονομία μας, είναι τόσο σημαντική, που δεν πρέπει να σταματήσει, αλλά να συνεχίσει να γίνεται και μετά την «έξοδο» των μελών από τη σελίδα.

Μερικές προτάσεις μας για τη συνέχιση της ενέργεια αυτής, είναι πρώτα απ' όλα η εφαρμογή της ενέργειας των φυλλαδίων που αναφέρθηκε πιο πάνω αλλά τελικώς δεν πραγματοποιήθηκε. Πιο συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού θεωρούμε ότι είναι μία καλή περίοδος να τρέξουμε την ενέργεια αυτή, κυρίως στα πιο πολυσύχναστα μέρη της Αττικής. Στόχος μας θα είναι αφενός η ενημέρωση του κόσμου στο να στηρίζει την ελληνική οικονομία, αλλά και αφετέρου η αύξηση της επισκεψιμότητας της σελίδας καθώς από εκεί οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να μαθαίνουν όλα τα τελευταία νέα.

Επίσης, το γεγονός ότι 212 άτομα είδαν μόνο μία φορά κάποια δημοσίευση μας (από τη διεξαγωγή αποτελεσμάτων) μας αφυπνίζει στο να σκεφτούμε μία αλλαγή του περιεχομένου της σελίδας. Έτσι, θα μπορούσαμε να αναρτούμε κυρίως άρθρα που βλέπουμε ότι έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση στα μέλη μας, μιας και αυτά είναι που προτιμούν να διαβάζουν περισσότερο. Για παράδειγμα τέτοιες κοινοποιήσεις θα μπορούσαν να αφορούν άρθρα με τις διακρίσεις των ελληνικών προϊόντων παγκοσμίως.

Dos and don'ts

Και στην δική μας περίπτωση η σελίδα μας ακολουθεί κατά κύριο λόγο τα πρέπει και τα μη που διέπουν όλες τις σελίδες που βρίσκονται στον διαδικτυακό τόπο του Facebook.

Ξεκινώντας από τα don'ts δεν χρησιμοποιήσαμε καθόλου την αποστολή μαζικών προσκλήσεων και μαζικών μηνυμάτων προς τους φίλους μας στο Facebook αποσκοπώντας στο να συγκεντρώσουμε απλά likes. Η προσέλκυση τους έγινε μέσω προσωπικών μηνυμάτων στα οποία εξηγήσαμε και τον λόγο δημιουργίας της σελίδας αλλά και το πλαίσιο κάτω από το οποίο κατασκευάστηκε. Σε καμία περίπτωση δεν θέλαμε να ζητιανέψουμε τα likes και τα άτομα στα οποία απευθυνόμασταν πιστεύαμε ότι θα τους ενδιέφερε το περιεχόμενο που

δημοσιεύαμε. Επίσης δεν δημοσιεύσαμε ποτέ την σελίδα στον χρονολόγιο κανενός φίλου μας ούτε τους αφήσαμε ποτέ διαφημιστικές δημοσιεύσεις τα οποία θα μπορούσαν να θεωρηθούν και ενοχλητικά αλλά και spam από τους χρήστες δημιουργώντας ταυτόχρονα και αντίθετο αποτέλεσμα.

Αντίθετα μετά από κάποιο διάστημα και ενώ τα likes μας άρχισαν να αυξάνονται υπήρχαν φίλοι της σελίδας που από μόνοι τους την κοινοποιούσαν ή έδειχναν το ενδιαφέρον τους με δημοσιεύσεις στο χρονολόγιο μας και σχόλια ακόμα και likes στα άρθρα τα οποία δημοσιεύαμε και φυσικά ήταν αρκετοί εκείνοι που θεώρησαν τη σελίδα ενδιαφέρουσα για αυτό και την προώθησαν και σε φίλους τους αυξάνοντας ακόμα περισσότερο τους επισκέπτες μας.

Τα πρέπει τα οποία διέπανε τις ενέργειές μας ήταν πρώτα από όλα να προσπαθήσουμε να δημιουργήσουμε αληθινές σχέσεις με το κοινό μας αυξάνοντας παθητικά την περιέργειά τους με σκοπό να τους κάνουμε πιο ενεργητικούς με την σελίδα και το περιεχόμενό της. Το όνομα το οποίο επιλέξαμε εξάλλου δεν είναι τυχαίο αφού από τον τίτλο και μόνο οι επισκέπτες μπορούσαν να καταλάβουν με τι πραγματευόταν και τι είδους πληροφορίες θα μπορούσαν να βρουν σε αυτή.

Χρησιμοποιώντας το Facebook με το όνομα της σελίδας προσπαθήσαμε να γίνουμε μέλη σε παρεμφερείς ομάδες στις οποίες γράφαμε σχόλια ή δημοσιεύαμε κάποια άρθρα, ενώ αντίθετα κάποιες άλλες επιχειρήσεις με ελληνικά προϊόντα θέλησαν να χρησιμοποιήσουν την σελίδα μας με σκοπό να διαφημιστούν.

Τέλος όπως φαίνεται και από την ανάλυση των στατιστικών στοιχείων η ενασχόληση μας ήταν εντατική ιδιαίτερα τις ώρες αιχμής ,οι οποίες έχουν και τις περισσότερες δημοσιεύσεις, και σε καθημερινή κυρίως βάση. Οι ενημερώσεις, τα άρθρα και οι εικόνες που δημοσιεύονταν ήταν όλα άρρηκτα συνδεδεμένα με το θέμα και με τον σκοπό δημιουργίας της σελίδας και όλα είχαν στόχο να προσδώσουν αξία στους χρήστες και να ασχοληθούν σοβαρά με το θέμα της και να επηρεαστούν ως ένα βαθμό από αυτή.