



Social Media Marketing in Businesses

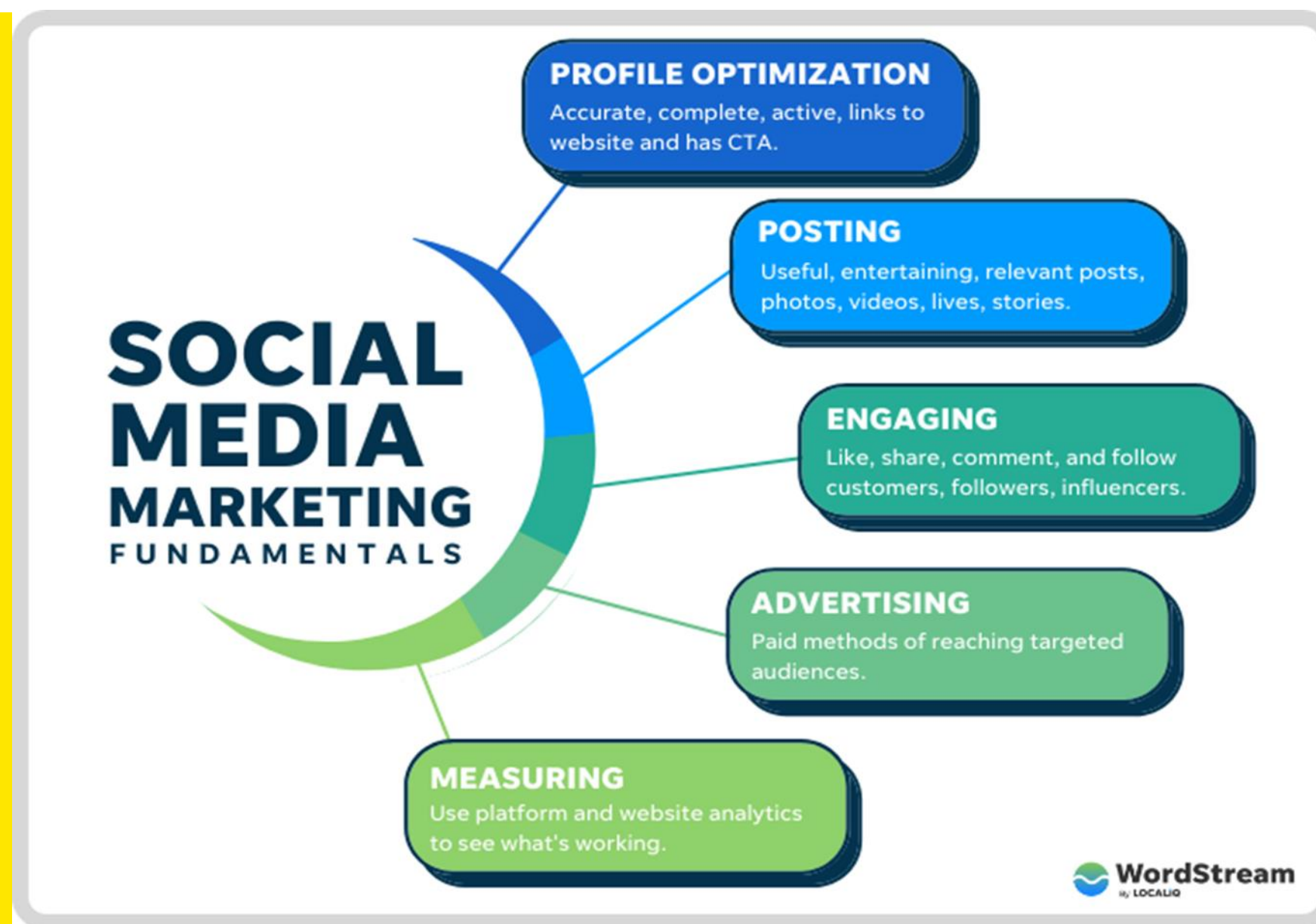


Issues to discuss

- What social media marketing is, with benefits, stats, and tips.
- How to build a social media marketing strategy and a plan to carry it out.
- The seven best social media marketing platforms and how to use them.

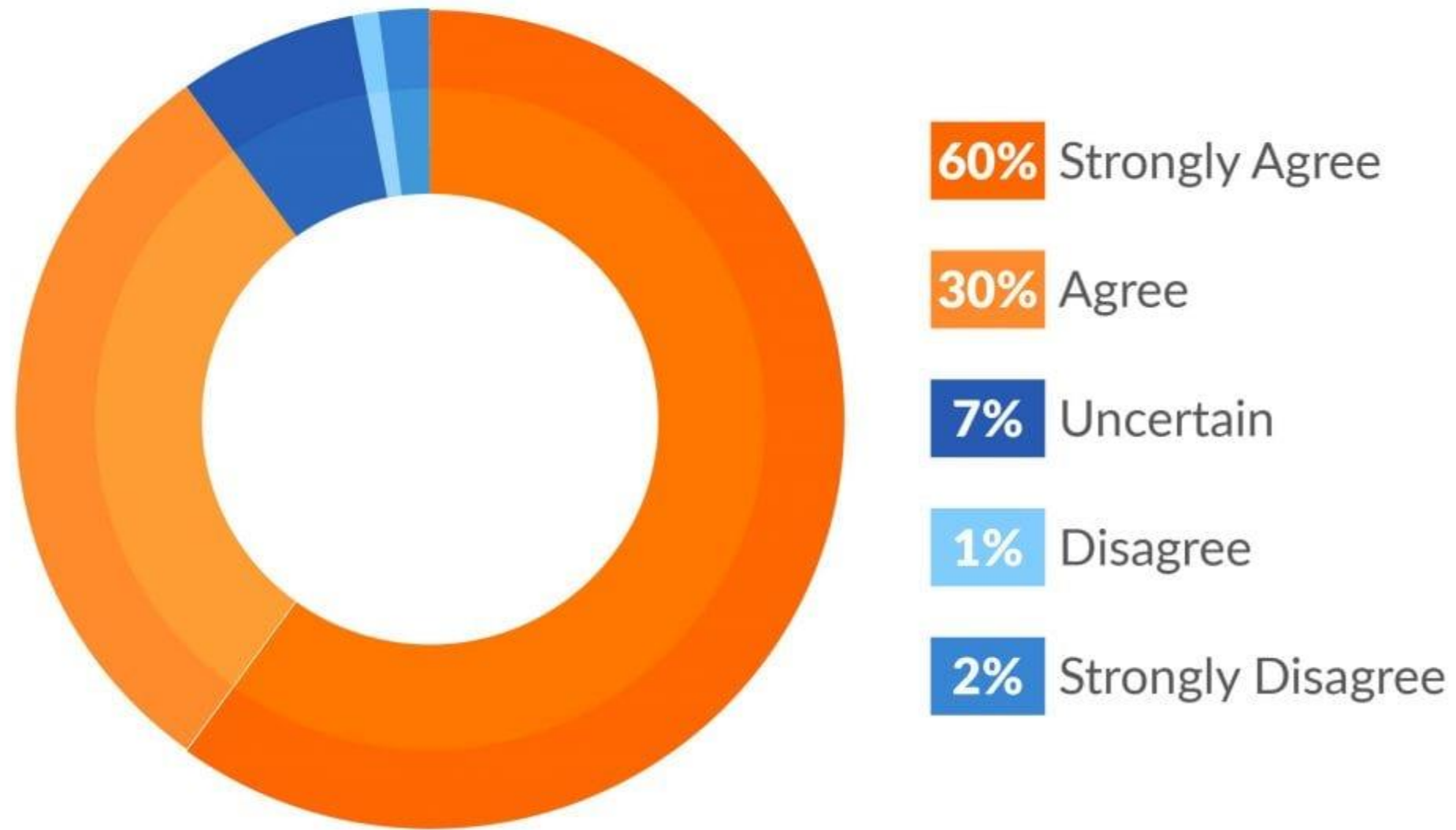


Τι είναι το social media Marketing;



- Είναι μια μορφή ψηφιακού μάρκετινγκ που αξιοποιεί τη δύναμη των δημοφιλών δικτύων κοινωνικής δικτύωσης για την επίτευξη των στόχων μάρκετινγκ και επωνυμίας σας.
- Το social media marketing περιλαμβάνει επίσης πληρωμένη διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου μπορείτε να πληρώσετε για να εμφανιστεί η επιχείρησή σας μπροστά από άλλες.

Social Media Is Important to My Business



Credit: 2016 Social Media Marketing Industry Report— Michael A. Stelzner

Credit: 2016 Social Media Marketing Industry Report— Michael A. Stelzner

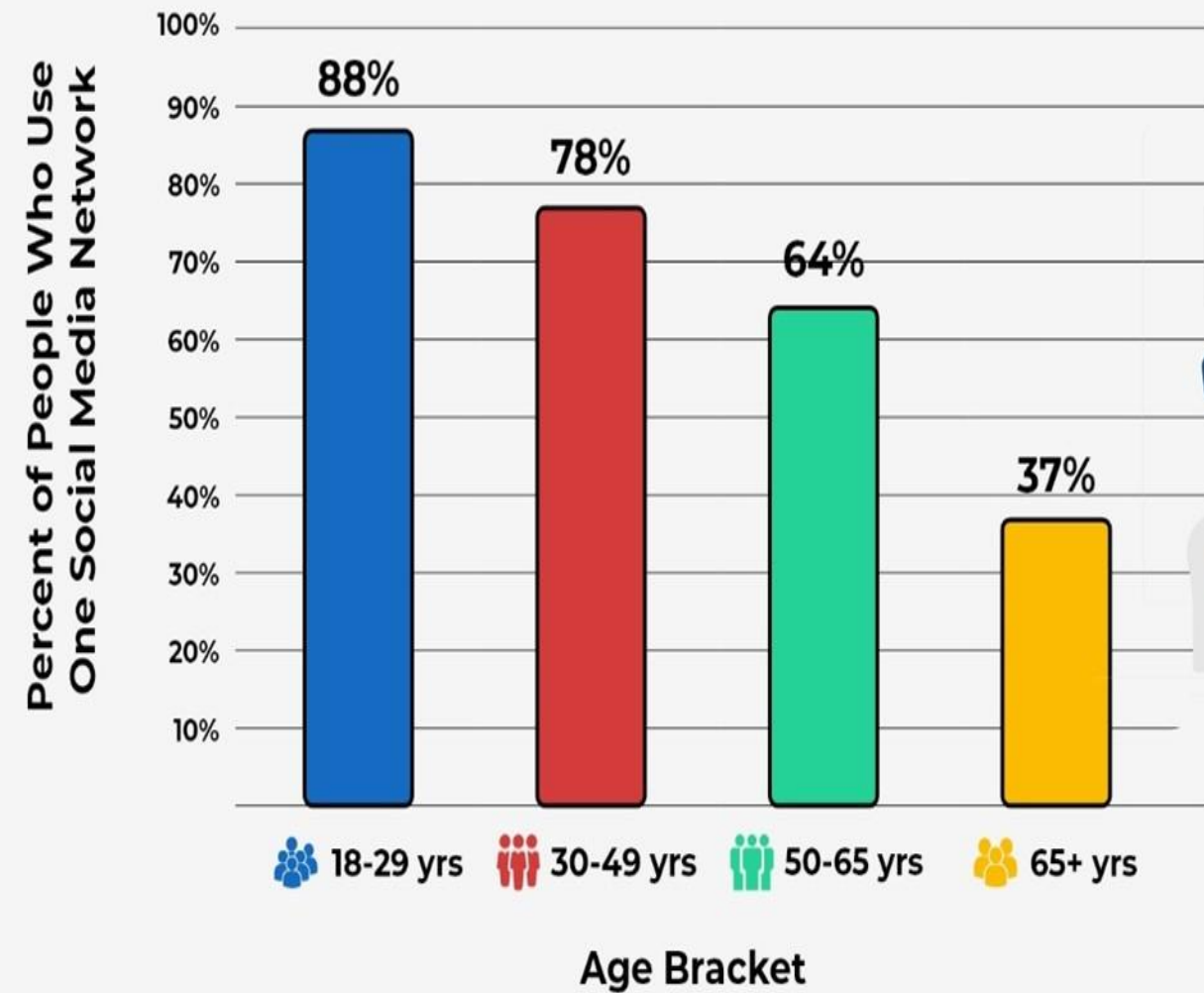
5% Strongly Disagree

Benefits of social media marketing

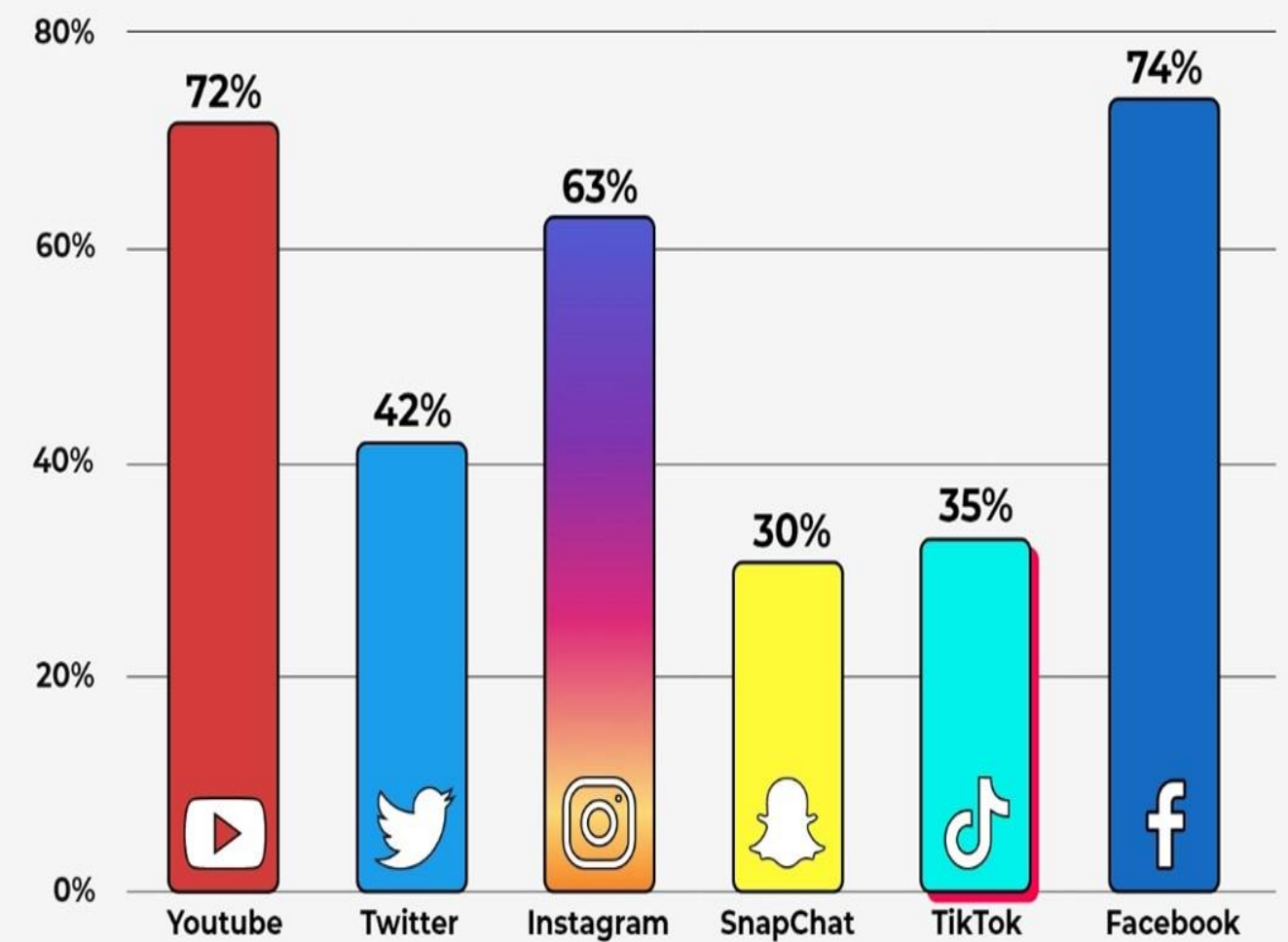
- Εξανθρωπίστε την επιχείρησή σας (Humanize your business)
- Αυξήστε την επισκεψιμότητα.
- Δημιουργήστε δυνητικούς πελάτες και πελάτες.
- Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας.
- Χτίστε σχέσεις.

Social media marketing statistics

Social Media Use By Age



Percentage of People Using Social Media on a Daily Basis



Social media statistics (1)

JAN
2024

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



GLOBAL OVERVIEW

NUMBER OF SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



5.04
BILLION



QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+1.5%
+75 MILLION

we
are
social

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+5.6%
+266 MILLION



AVERAGE DAILY TIME SPENT
USING SOCIAL MEDIA



2H 23M
YOY: **-5.5%** (-8 MINS)

GWI.

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL
PLATFORMS USED EACH MONTH



6.7
YOY: **-6.9%** (-0.5)

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES vs.
TOTAL POPULATION



62.3%



SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES AGED 18+ vs.
POPULATION AGED 18+



84.2%



SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. INDIVIDUALS
USING THE INTERNET



94.2%



FEMALE SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



46.5%

we
are
social

MALE SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



53.5%

Social media statistics (2)

JAN
2024

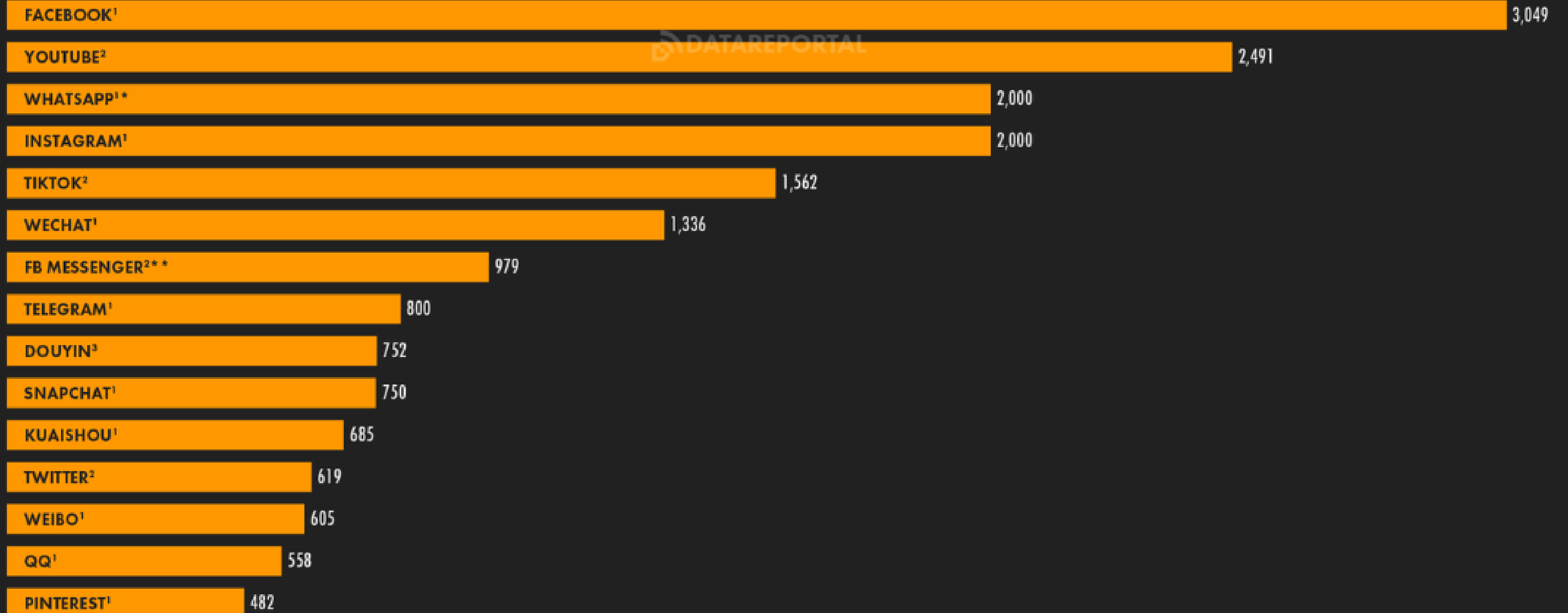
THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)

NOTE: SIGNIFICANT ANOMALIES IN THE DATA PUBLISHED IN TWITTER'S OWN AD TOOLS MEAN WE ARE CURRENTLY UNABLE TO REPORT A RELIABLE FIGURE FOR TWITTER USE, SO IT DOES NOT APPEAR IN THIS RANKING



GLOBAL OVERVIEW



Social media statistics (3)

JAN
2024

SOCIAL MEDIA PLATFORM AUDIENCE OVERLAPS

PERCENTAGE OF ACTIVE USERS OF EACH PLATFORM AGED 16 TO 64 OUTSIDE OF CHINA WHO ALSO USE OTHER SOCIAL MEDIA PLATFORMS



GLOBAL OVERVIEW

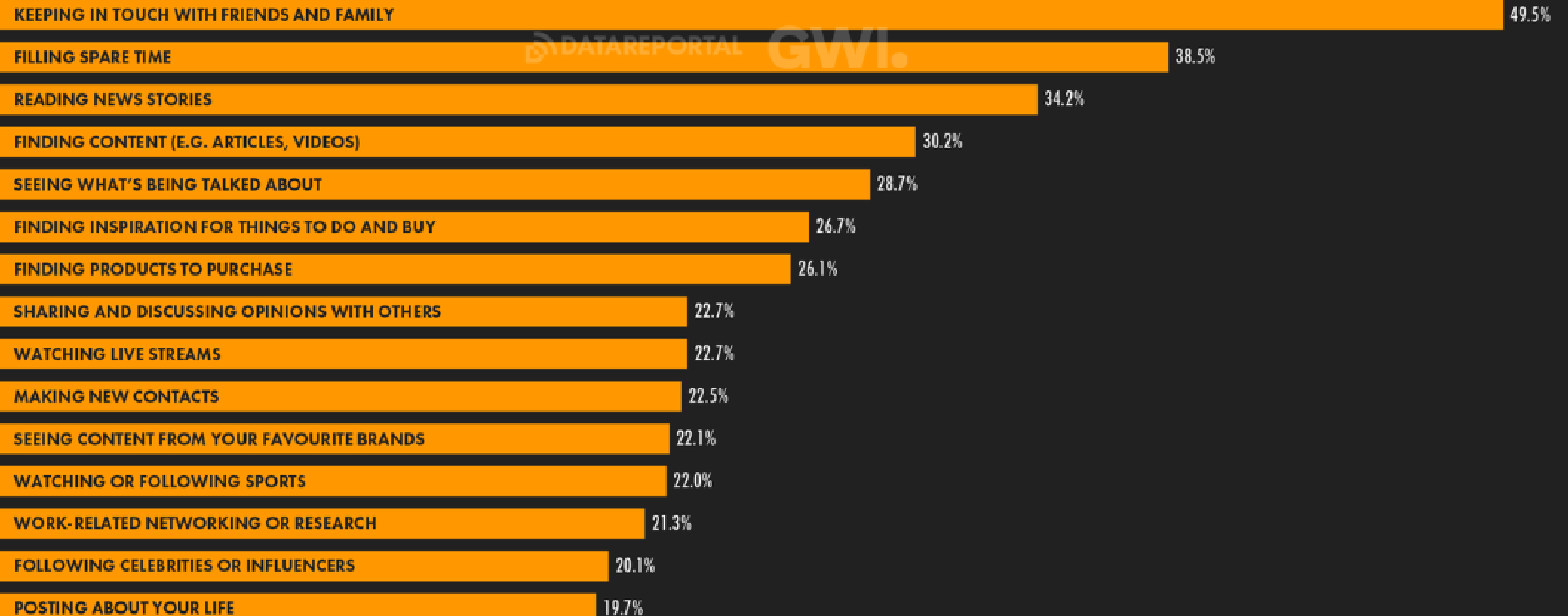
	UNIQUE TO PLATFORM	USING FACEBOOK	USING YOUTUBE	USING WHATSAPP	USING INSTAGRAM	USING TIKTOK	USING TELEGRAM	USING SNAPCHAT	USING X (TWITTER)	USING REDDIT	USING PINTEREST	USING DISCORD	USING LINKEDIN	USING LINE
FACEBOOK USERS	0.5%	100%	74.7%	73.6%	78.9%	52.3%	44.4%	31.4%	46.1%	12.5%	33.0%	12.5%	30.5%	9.9%
YOUTUBE USERS	1.0%	75.9%	100%	70.8%	77.2%	47.8%	47.7%	30.6%	48.2%	15.0%	35.7%	16.0%	31.0%	12.1%
WHATSAPP USERS	0.7%	77.2%	75.5%	100%	78.7%	48.7%	51.0%	32.9%	45.0%	11.3%	33.9%	12.8%	31.0%	6.4%
INSTAGRAM USERS	0.2%	80.8%	77.4%	76.7%	100%	52.8%	48.8%	35.6%	51.2%	13.6%	37.1%	14.6%	31.1%	10.9%
TIKTOK USERS	0.1%	81.5%	77.7%	72.2%	80.4%	100%	47.9%	35.3%	52.9%	14.7%	39.2%	15.9%	28.7%	12.8%
TELEGRAM USERS	0.1%	77.9%	82.0%	85.2%	83.7%	54.0%	100%	37.9%	55.6%	14.3%	39.0%	17.9%	36.2%	9.5%
SNAPCHAT USERS	<0.1%	80.5%	80.9%	80.4%	89.4%	58.1%	55.3%	100%	56.0%	19.9%	44.6%	18.9%	37.2%	8.8%
X (TWITTER) USERS	0.1%	81.2%	80.8%	75.6%	88.1%	59.9%	55.8%	38.5%	100%	19.9%	41.5%	20.5%	39.6%	15.4%
REDDIT USERS	0.1%	79.1%	82.8%	67.7%	83.7%	59.5%	51.4%	49.1%	71.3%	100%	58.2%	43.6%	52.1%	11.9%
PINTEREST USERS	0.1%	79.7%	79.7%	77.9%	87.4%	60.7%	53.6%	41.9%	56.9%	22.3%	100%	20.8%	42.4%	11.2%
DISCORD USERS	<0.1%	75.9%	85.7%	73.7%	86.4%	61.9%	61.7%	44.8%	70.6%	41.9%	52.2%	100%	43.4%	15.3%
LINKEDIN USERS	0.1%	85.5%	79.0%	82.9%	85.2%	51.8%	57.9%	40.7%	63.1%	23.2%	49.3%	20.1%	100%	10.6%
LINE USERS	2.9%	69.5%	80.4%	42.6%	74.8%	57.8%	38.2%	24.1%	61.4%	13.3%	32.5%	17.7%	26.5%	100%

Social media statistics (4)

JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



Social media statistics (5)

JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS IN EACH AGE GROUP USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



GLOBAL OVERVIEW

16 TO 24 YEARS OLD

FRIENDS & FAMILY	47.5%
FILL UP SPARE TIME	43.9%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS)	34.5%
SEE TRENDING TOPICS	32.3%
READ NEWS STORIES	29.2%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY	28.9%
INFLUENCERS & CELEBRITIES	24.9%
AVOID MISSING OUT	24.5%
FIND PRODUCTS TO BUY	24.3%
MAKE NEW CONTACTS	24.2%

25 TO 34 YEARS OLD

FRIENDS & FAMILY	46.6%
FILL UP SPARE TIME	38.9%
READ NEWS STORIES	33.0%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS)	31.7%
SEE TRENDING TOPICS	30.0%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY	27.9%
FIND PRODUCTS TO BUY	26.3%
WATCH LIVE STREAMS	24.7%
SEE CONTENT FROM BRANDS	23.8%
WATCH OR FOLLOW SPORTS	23.7%

35 TO 44 YEARS OLD

FRIENDS & FAMILY	50.1%
FILL UP SPARE TIME	37.6%
READ NEWS STORIES	36.9%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS)	29.6%
SEE TRENDING TOPICS	29.2%
FIND PRODUCTS TO BUY	28.1%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY	26.9%
ACTIVITIES FOR WORK	23.9%
WATCH LIVE STREAMS	23.8%
SHARE & DISCUSS OPINIONS	23.7%

45 TO 54 YEARS OLD

FRIENDS & FAMILY	52.7%
READ NEWS STORIES	37.3%
FILL UP SPARE TIME	35.7%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS)	27.0%
FIND PRODUCTS TO BUY	26.7%
SEE TRENDING TOPICS	25.9%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY	24.5%
SHARE & DISCUSS OPINIONS	22.1%
ACTIVITIES FOR WORK	21.1%
WATCH LIVE STREAMS	21.0%

55 TO 64 YEARS OLD

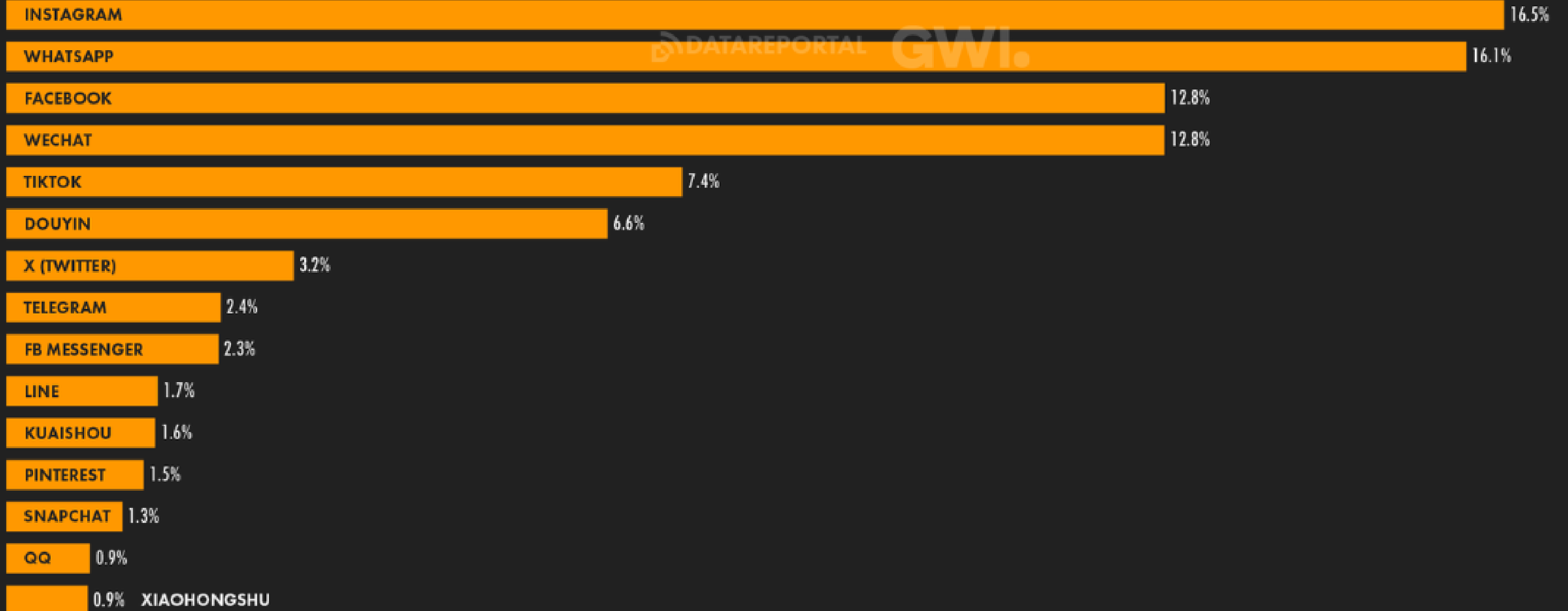
FRIENDS & FAMILY	54.5%
READ NEWS STORIES	37.9%
FILL UP SPARE TIME	31.9%
FIND PRODUCTS TO BUY	24.3%
FIND CONTENT (E.G. VIDEOS)	23.3%
IDEAS: THINGS TO DO & BUY	21.7%
SEE TRENDING TOPICS	21.6%
SHARE & DISCUSS OPINIONS	21.1%
FIND LIKE-MINDED PEOPLE	18.6%
MAKE NEW CONTACTS	17.8%

Social media statistics (6)

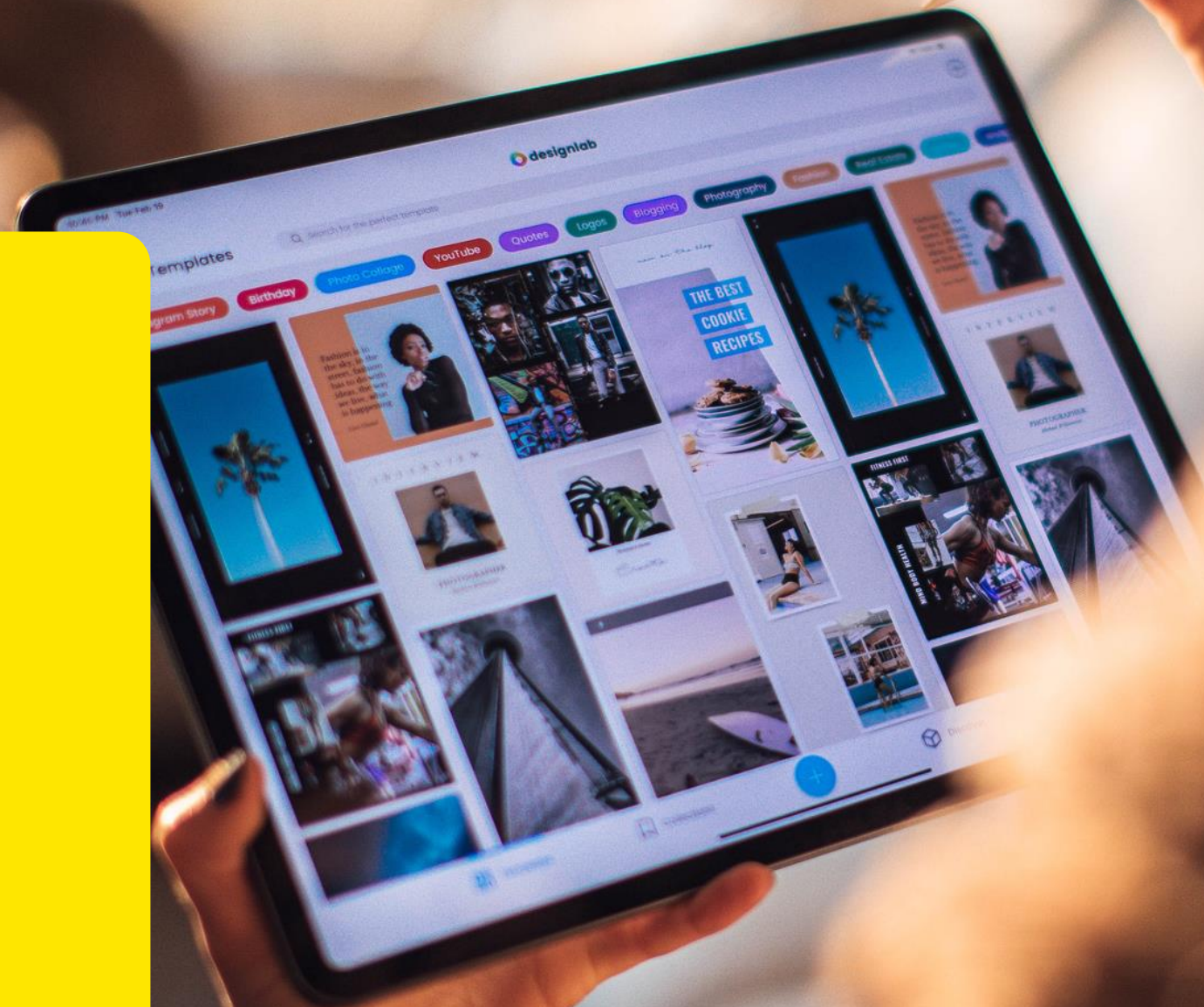
JAN
2024

FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM



Social media marketing tips



Social media marketing tips

Δημιουργήστε ποικίλο περιεχόμενο

- Τρόποι, γρήγορες συμβουλές
- Τοπικά και βιομηχανικά νέα
- Δημοσκοπήσεις, ερωτήσεις, διαγωνισμοί
- Ενημερώσεις και ανακοινώσεις

Μείνετε συνεπείς

Κάθε πλατφόρμα έχει το δικό της μοναδικό περιβάλλον, η ταυτότητα της επιχείρησής θα πρέπει να παραμένει συνεπής.

Μην δημοσιεύετε απλώς - λάβετε μέρος

Πρέπει να προσέχετε ποιος αλληλεπιδρά με το περιεχόμενό σας και να ανταποκρίνεστε.

Χρησιμοποιήστε εργαλεία δημιουργίας περιεχομένου

- I. FlipHTML5
- II. Canva
- III. VistaCreate
- IV. Pablo
- V. PiktoChart

Repurpose, repost, recycle

Τα τρία Rs:

- Επαναχρησιμοποίηση
- Αναδημοσίευση,
- Ανακύκλωση

:

Social media marketing tips



Επιμεληθείτε τη δική σας ροή

Ακολουθήστε τους ανταγωνιστές σας για να μπορείτε να τους προσαρμόσετε στη δική σας στρατηγική και να εντοπίσετε τα κενά που μπορείτε να καλύψετε.



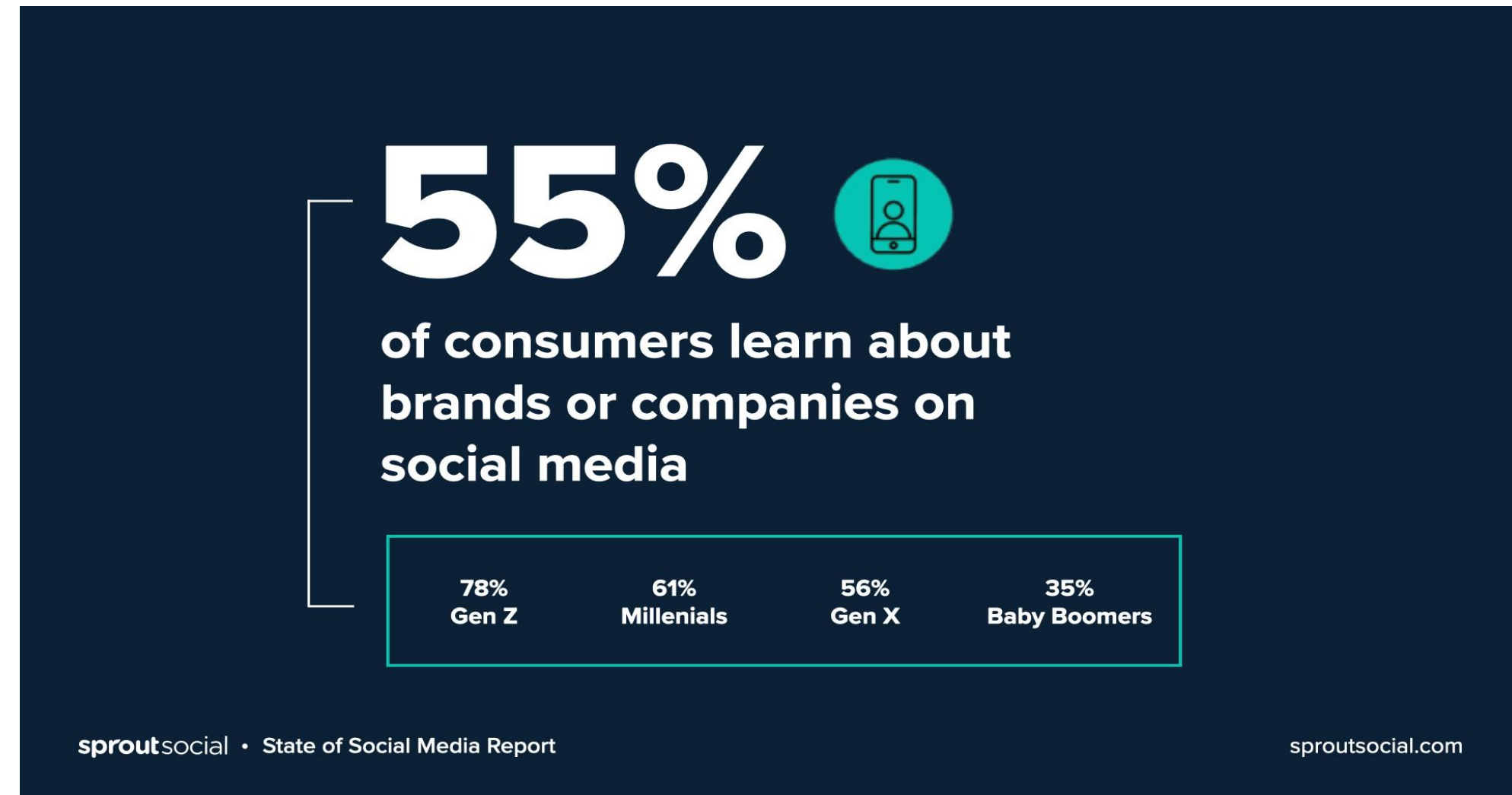
Μετρήστε την επιτυχία με αναλυτικά στοιχεία

Εργαλείο :
[Google Analytics](#)



Δοκιμάστε τα επί πληρωμή social

- ✓ Διαφημίσεις στο Facebook
- ✓ Διαφημίσεις Pinterest
- ✓ Διαφημίσεις στο Instagram



The essentials of a successful social media marketing strategy

Knowledge of your audience

- What platforms they use,
- when they go on them and why
- what content they like, who else they're following, and more.

Brand identity

- What is the message you want to convey to your audience?

Content strategy

Analytics

- Quantifiable insights will inform your strategy.

Regular activity

- Make sure you do enough research to support your points. It's also a good idea to use visual aids.

Inbound approach

- Don't use social media to pitch your business. Focus on adding value through useful and interesting content and building up those around you.

70-20-10 RULE

YOUR POSTS SHOULD BE:



Creating your social media marketing plan



Choose your platforms →

Target audience, platforms popular for your industry. Take on the number of platforms you can actively keep up with.

Set goals and objectives →

like post once a day for a month, get your profiles set up, or do a competitive analysis..

Report and adjust regularly →

to identify which posts generate the most engagement, whether you're getting more followers, and to see your audience demographics..

SOCIAL MEDIA MARKETING PLATFORMS

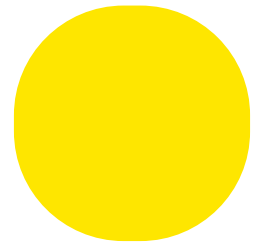
	PEOPLE	CONTENT	STRATEGIES	CONS
	<ul style="list-style-type: none"> • 25-34 • Boomers 	<ul style="list-style-type: none"> • Photos & links • Information • Live video 	<ul style="list-style-type: none"> • Local mkting • Advertising • Relationships 	<ul style="list-style-type: none"> • Weak organic reach
	<ul style="list-style-type: none"> • 18-25 • 26-35 	<ul style="list-style-type: none"> • How-tos • Webinars • Explainers 	<ul style="list-style-type: none"> • Organic • SEO • Advertising 	<ul style="list-style-type: none"> • Video is resource-heavy
	<ul style="list-style-type: none"> • 18-24, 25-34 • Millennials 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspiration & adventure • Questions/polls 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecommerce • Organic • Influencer 	<ul style="list-style-type: none"> • High ad costs
	<ul style="list-style-type: none"> • 25-34, 35-49 • Educated/ wealthy 	<ul style="list-style-type: none"> • News • Discussion • Humor 	<ul style="list-style-type: none"> • Customer service • Ads for males 	<ul style="list-style-type: none"> • Small ad audience
	<ul style="list-style-type: none"> • 46-55 • Professionals 	<ul style="list-style-type: none"> • Long-form content • Core values 	<ul style="list-style-type: none"> • B2B • Organic • International 	<ul style="list-style-type: none"> • Ad reporting & custom audience
	<ul style="list-style-type: none"> • 10-19 • Female (60%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Entertainment • Humor • Challenges 	<ul style="list-style-type: none"> • Influencer marketing • Series content 	<ul style="list-style-type: none"> • Relationship building
	<ul style="list-style-type: none"> • 13-17, 25-34 • Teens 	<ul style="list-style-type: none"> • Silly • Feel-good • Trends 	<ul style="list-style-type: none"> • Video ads • Location-based mkting • App mkting 	<ul style="list-style-type: none"> • Relationship building



The best social media marketing platforms for business

A group of five people are in a meeting room. One man stands in the center, holding a tablet displaying charts and graphs, and gesturing towards it. He is wearing a light grey blazer over a beige sweater. To his right, another man in a dark red turtleneck sweater and glasses stands looking at the tablet. In the foreground, three people are seated at a wooden table. On the left, a woman with glasses and curly hair is looking towards the presenter. Next to her, a woman with her hair in a bun is also looking towards the presenter. On the right, a man is looking at a laptop on the table. The table has several papers, a laptop, and a notebook. In the background, there is a corkboard with several sticky notes pinned to it. The overall atmosphere is professional and collaborative.

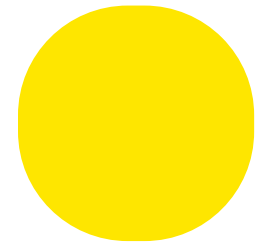
Social media marketing courses



01

LOCALiQ Social Media Marketing Lab

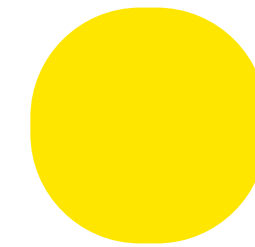
- Σύγκριση των δημογραφικών στοιχείων, των στατιστικών και της γενικής ατμόσφαιρας κάθε πλατφόρμας.
- Τι και πόσο συχνά να δημοσιεύετε σε κάθε πλατφόρμα.
- Απαιτήσεις προφίλ και συμβουλές βελτιστοποίησης.
- Πάνω από 131 αναρτήσεις ιδέες και παραδείγματα.



02

Social Ads 101 [PPC University]

- Τα οφέλη, οι μετρήσεις και οι βέλτιστες πρακτικές της διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Διακοπές μαθημάτων σε διαφημίσεις Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Snapchat και TikTok.
- Οι συμβουλές και τα κόλπα των κοινωνικών πωλήσεων στο Facebook και το Instagram.



03

Facebook Ads 101 [PPC University]

- Καθημερινός προϋπολογισμός συν στρατηγικές βελτιστοποίησης λογαριασμού.
- Τύποι διαφημίσεων Facebook, επιλογές στόχευσης κοινού και προγραμματισμός.
- Συμβουλές και πόροι για την παραγωγή αντιγράφων και δημιουργικών διαφημίσεων στο Facebook.
- Πώς να χρησιμοποιήσετε μια στρατηγική πλήρους διοχέτευσης για να καταρρίψετε τους ανταγωνιστές σας.

Social media marketing services

- ❖ Μια σταθερή στρατηγική μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί πολλαπλές πλατφόρμες και συχνά έναν συνδυασμό ελεύθερων και επί πληρωμή μεθόδων.



- Λογισμικό διαχείρισης μέσω κοινωνικής δικτύωσης:

Πλατφόρμες όπως το **HootSuite** και το **Sprout Social**.

Χρησιμοποιούν αποκλειστική τεχνολογία για να βοηθήσουν τους πιο έμπειρους να αποκτήσουν προηγμένα αναλυτικά στοιχεία.

- Γραφεία μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης:

Ορισμένα πρακτορεία ειδικεύονται μόνο στο μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης, όπως το : Akvertise

Social media marketing services



- Γραφεία ψηφιακού μάρκετινγκ:

Μπορούν να σας βοηθήσουν να ενσωματώσετε το Social media marketing στην ευρύτερη στρατηγική σας που περιλαμβάνει :

- email
- Ιστοσελίδα
- Search Engine optimization (SEO)
- και άλλα

- Υβριδικές υπηρεσίες:

Ορισμένες προσφέρουν ένα συνδυασμό των παραπάνω.
Για παράδειγμα το **LOCALiQ's social advertising offerings**.

Το **LOCALiQ** προσφέρει μοναδική, μεθοδική στόχευση κοινού για την αύξηση της αποτελεσματικότητας μιας διαφημιστικής

