|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗς ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ Τμήμα ΔιοίκΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**  **Π.Μ.Σ. Διοίκηση Επιχειρήσεων ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**  **για ΣΤΕΛΕΧΗ (Executive MBA)** |  |

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2024-2025

**ΜΑΘΗΜΑ:** ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 3η ΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ 15% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΒΑΘΜΟΥ

**ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ :** 10 ΜΑΪΟΥ 2025 (ΕΝΑΡΞΗ μαθήματος 14:05)

Εργαστείτε ομαδικά (2-4 φοιτητές σε κάθε ομάδα) και απαντήστε σύντομα σε όλα τα ερωτήματα.

Οι απαντήσεις μπορεί να είναι σε Word (10-60 λέξεις η κάθε απάντηση) ή σε pptx (μια με δύο απαντήσεις) σε κάθε slide.

1. Αποτελεί σήμερα το email ένα ισχυρό κανάλι digital marketing ;
2. Leads. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
3. Τι απαιτείται για επιτυχημένο μάρκετινγκ προσέλκυσης;
4. Αν θέλετε να κάνετε αποτελεσματικό email marketing, ποιο είναι το πρώτο βήμα;
5. Behavioral targeting email. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
6. Πως γίνεται το Μάρκετινγκ Προσέλκυσης;
7. Με το GDPR το Email ΔΕΝ πέθανε. Σχολιάστε σχετικά.
8. Αν θέλετε να τραβήξετε το ενδιαφέρον των πελατών, δεν αρκεί να μιλάτε για το προϊόν σας και πόσο καλό είναι. Όλοι αυτό κάνουν. Για τι πρέπει να μιλήσετε;
9. Αναφέρετε ορισμένα εργαλεία διαδικτυακής ανάλυσης.
10. Ποιος ανακάλυψε τον Παγκόσμιο Ιστό;
11. Conversion rate. Τι εννοούμε; Εξηγήστε
12. Πόσος είναι ο χρόνος που έχετε για να δείξετε σε κάποιον επισκέπτη της ιστοσελίδας σας:
13. Σε ποιους παράγοντες SEO πρέπει να επικεντρωνόμαστε (κάντε μια σειρά κατάταξης).
14. Τα χαρακτηριστικά που δίνουμε σε έναν φανταστικό πελάτη. Τι όνομα χρησιμοποιούμε;
15. Συνεργατικό CRM. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
16. Τι αφορούν τα 4C;
17. Τι αφορούν τα 4P;
18. Τι είναι landing page;
19. Τι είναι το CRO ;
20. Σε μια SWOT analysis τι θα μπορούσε να αφορά το: Οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών.
21. Τις πρώτες ημέρες της καραντίνας όλα τα brands τράβηξαν κυριολεκτικά χειρόφρενο. Κανείς δεν ήξερε πως να αντιδράσει σε αυτή την κατάσταση. Οπότε η ασφαλέστερη λύση ήταν να κόψουν τα πάντα ..μέχρι νεοτέρας. Τι πιστεύτε; Τι θα έπρεπε να κάνουν;
22. Όταν θέλετε να προωθήσετε μια υπηρεσία, θα πρέπει να δημιουργήσετε;
23. Click Through Rate. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
24. Conversion. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
25. Organics. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
26. Bounce rate. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
27. Google ads. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
28. Οpen rate. Τι αφορά; Εξηγήστε.
29. Advocacy. Τι εννοούμε; Εξηγήστε.
30. Web 2.0. Τι γνωρίζετε. Εξηγήστε.

Προσοχή στην Ονομασία του αρχείου (να αρχίζει με 3η Εργασία ΨΜ – και να περιλαμβάνει όλα τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα).

Ανεβάστε το αρχείο στο λογαριασμό σας στο eclass (Εργασίες).

Ονομασία Εργασίας στο eclass : **3η Εργασία Ψηφιακό Marketing 15%**