

Digital Marketing Οδηγός για Επιχειρηματίες

Social Media, Google Ads & SEO

Ο Πλήρης Οδηγός για Επιτυχημένο Ψηφιακό Marketing

Πρακτικές Στρατηγικές και Τακτικές για Μικρές & Μεσαίες
Επιχειρήσεις

Πίνακας Περιεχομένων

- Εισαγωγή στο Digital Marketing 3
- Κεφάλαιο 1: Social Media Marketing 4
- Κεφάλαιο 2: Google Ads 8
- Κεφάλαιο 3: SEO (Search Engine Optimization)
12
- Κεφάλαιο 4: Ενοποίηση Στρατηγικών και ROI
16
- Συμπεράσματα και Επόμενα Βήματα 18
- Bonus: Checklists και Templates 19

Εισαγωγή στο Digital Marketing

Το ψηφιακό marketing αποτελεί σήμερα το κλειδί για την επιτυχία κάθε επιχείρησης, ανεξάρτητα από το μέγεθός της. Σε έναν κόσμο όπου οι καταναλωτές περνούν περισσότερο από 7 ώρες ημερησίως online, η παρουσία σας στο διαδίκτυο δεν είναι πλέον επιλογή - είναι αναγκαιότητα.

Το όνομά μου είναι Θοδωρής Μαγκλάρας και είμαι ιδιοκτήτης της 19CLOUDS, μίας εταιρείας Cloud υπηρεσιών με έδρα την πόλη της Λαμίας. Μέσα από αυτόν τον οδηγό, σου δείχνω πως μπορείς να ξεκινήσεις στον κόσμο του digital marketing και πως μπορείς να προωθήσεις την δική σου επιχείρηση στο διαδίκτυο.

Γιατί το Digital Marketing;

Το παραδοσιακό marketing κοστίζει περισσότερο και έχει περιορισμένη εμβέλεια. Το ψηφιακό marketing σας προσφέρει:

- **Μετρήσιμα αποτελέσματα:** Βλέπετε ακριβώς πόσα χρήματα επενδύετε και τι αποδοτικότητα έχετε
- **Στοχευμένο κοινό:** Φτάνετε ακριβώς στους ανθρώπους που χρειάζονται τα προϊόντα σας
- **Χαμηλό κόστος εκκίνησης:** Μπορείτε να ξεκινήσετε με μικρούς προϋπολογισμούς
- **24/7 διαθεσιμότητα:** Το marketing σας δουλεύει ακόμα και όταν κοιμάστε



Tip

Το digital marketing δεν είναι μόνο για μεγάλες εταιρείες. Μικρές τοπικές επιχειρήσεις μπορούν να έχουν τεράστια επιτυχία με τις σωστές στρατηγικές!

Οι Τρεις Πυλώνες του Digital Marketing

Αυτός ο οδηγός επικεντρώνεται στους τρεις σημαντικότερους πυλώνες:

1. Social Media Marketing: Δημιουργία σχέσεων και engagement με το κοινό σας

2. Google Ads: Άμεση προβολή στους ανθρώπους που ψάχνουν για τα προϊόντα σας

3. SEO: Μακροπρόθεσμη στρατηγική για οργανική επισκεψιμότητα

⚠ Προσοχή

Μην προσπαθήσετε να κάνετε τα πάντα από την πρώτη μέρα. Ξεκινήστε με έναν τομέα, κατακτήστε τον, και μετά προχωρήστε στον επόμενο.

Κεφάλαιο 1: Social Media Marketing

Τα social media δεν είναι απλά ένα κανάλι προώθησης - είναι ο χώρος όπου χτίζετε σχέσεις με τους πελάτες σας. Με πάνω από 3.8 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, τα social media προσφέρουν απεριόριστες δυνατότητες.

Στρατηγική Social Media Marketing

Βήμα 1: Καθορίστε τους Στόχους σας

- Brand Awareness:** Αυξήστε την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας σας
- Lead Generation:** Συλλέξτε στοιχεία ενδιαφερόμενων πελατών
- Sales:** Άμεσες πωλήσεις μέσω social media
- Customer Service:** Υποστήριξη και εξυπηρέτηση πελατών
- Community Building:** Δημιουργία κοινότητας γύρω από την επωνυμία σας

Επιλογή Πλατφορμών

Facebook: Ιδανικό για B2C επιχειρήσεις, ευρύ κοινό 25-54 ετών

- Καλύτερο για: Τοπικές επιχειρήσεις, e-commerce, services
- Περιεχόμενο: Εικόνες, videos, stories, events

Instagram: Οπτικό περιεχόμενο, νεότερο κοινό 18-34 ετών

- Καλύτερο για: Fashion, food, lifestyle, beauty
- Περιεχόμενο: High-quality φωτογραφίες, Stories, Reels, IGTV

LinkedIn: B2B marketing και professional networking

- Καλύτερο για: Consulting, B2B services, recruitment
- Περιεχόμενο: Industry insights, company news, thought leadership

 **Παράδειγμα: Τοπικό Εστιατόριο**

Στόχος: Αύξηση κρατήσεων τραπεζιού

Πλατφόρμες: Facebook + Instagram

Περιεχόμενο: Φωτογραφίες φαγητού, behind-the-scenes videos από την κουζίνα, customer reviews, daily specials

Posting Schedule: 1 post/ημέρα, Stories 2-3/ημέρα

Δημιουργία Περιεχομένου

Ο κανόνας 80/20:

- 80% Valuable/Educational/Entertainment content
- 20% Promotional content

Τύποι Περιεχομένου που Λειτουργούν:

1. **Educational Posts:** Tips, tutorials, how-to guides
2. **Behind-the-Scenes:** Δείξτε την "κουλτούρα" της εταιρείας σας
3. **User-Generated Content:** Μοιραστείτε περιεχόμενο από πελάτες
4. **Industry News:** Σχολιάστε εξελίξεις στον κλάδο σας

Μέτρηση Επιδόσεων

Κλειδικά Metrics:

- **Reach:** Πόσοι άνθρωποι είδαν το περιεχόμενό σας
- **Engagement Rate:** $(\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}) / \text{Reach} \times 100$
- **Click-Through Rate (CTR):** $\text{Clicks} / \text{Impressions} \times 100$
- **Conversion Rate:** $\text{Conversions} / \text{Clicks} \times 100$
- **Cost per Lead (CPL):** $\text{Ad Spend} / \text{Number of Leads}$



Pro Tip

Χρησιμοποιήστε εργαλεία όπως το Facebook Business Manager και το Instagram Insights για να παρακολουθείτε τα metrics σας. Αναλύετε τα δεδομένα κάθε εβδομάδα και προσαρμόζετε τη στρατηγική σας.

Συχνά Λάθη που Πρέπει να Αποφύγετε



Συχνά Λάθη

- **Πολύ promotional περιεχόμενο:** Μην κάνετε μόνο διαφήμιση
- **Ανακανονικότητα:** Το consistency είναι κλειδί
- **Αγνοώντας τα comments:** Απαντήστε πάντα στους χρήστες
- **Λάθος timing:** Μάθετε πότε είναι online το κοινό σας
- **Ποσότητα χωρίς ποιότητα:** Καλύτερα λίγα καλά posts παρά πολλά μέτρια

Content Calendar Template

Εβδομαδιαίος Προγραμματισμός:

- **Δευτέρα:** Motivational Monday - Inspirational content
- **Τρίτη:** Tips Tuesday - Educational content
- **Τετάρτη:** Wisdom Wednesday - Industry insights
- **Πέμπτη:** Throwback Thursday - Company history/milestones
- **Παρασκευή:** Feature Friday - Product/service spotlight
- **Σάββατο:** Weekend content - Lifestyle related
- **Κυριακή:** Sunday Stories - Behind the scenes

Κεφάλαιο 2: Google Ads

Το Google Ads είναι το πιο ισχυρό εργαλείο για άμεσα αποτελέσματα στο digital marketing. Σας επιτρέπει να εμφανίζεστε πρώτοι όταν οι πελάτες σας ψάχνουν ακριβώς αυτό που προσφέρετε.

Βασικές Αρχές Google Ads

Το Google Ads λειτουργεί με σύστημα δημοπρασίας. Πληρώνετε όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σας (Pay-Per-Click - PPC). Το κόστος εξαρτάται από:

- **Ανταγωνισμός:** Πόσοι διαφημίζονται για τις ίδιες λέξεις-κλειδιά
- **Quality Score:** Πόσο σχετική είναι η διαφήμισή σας
- **Bid Amount:** Πόσα είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε
- **Ad Rank:** Ο συνδυασμός Quality Score και Bid

Καλύτερο Quality Score = Χαμηλότερο Κόστος

Το Google επιβραβεύει τις καλές διαφημίσεις με χαμηλότερο κόστος per κλικ. Εστιάστε στη δημιουργία σχετικών διαφημίσεων που απαντούν στην πρόθεση του χρήστη.

Τύποι Καμπανιών

1. Search Campaigns (Εκστρατείες Αναζήτησης)

- Εμφανίζονται στα αποτελέσματα αναζήτησης
- Ιδανικές για: Άμεσες πωλήσεις, lead generation
- Κόστος: Υψηλό αλλά με καλή μετατροπή

2. Display Campaigns (Εκστρατείες Εμφάνισης)

- Banner διαφημίσεις σε websites
- Ιδανικές για: Brand awareness, remarketing
- Κόστος: Χαμηλό αλλά χαμηλότερη μετατροπή

3. Shopping Campaigns

- Εμφάνιση προϊόντων με εικόνες και τιμές
- Ιδανικές για: E-commerce
- Κόστος: Μέτριο με καλή απόδοση για retail

4. Video Campaigns (YouTube Ads)

- Video διαφημίσεις στο YouTube
- Ιδανικές για: Brand awareness, engagement
- Κόστος: Χαμηλό για views, υψηλότερο για actions

Βήμα-προς-Βήμα: Δημιουργία Search Campaign

1. **Ρύθμιση Λογαριασμού:** Δημιουργήστε Google Ads λογαριασμό
2. **Επιλογή Campaign Type:** Επιλέξτε "Search"
3. **Καθορισμός Στόχου:** Website traffic, leads ή sales
4. **Targeting Settings:** Τοποθεσία, γλώσσα, κοινό
5. **Budget & Bidding:** Ορίστε ημερήσιο προϋπολογισμό
6. **Keyword Research:** Βρείτε τις λέξεις-κλειδιά σας
7. **Ad Creation:** Γράψτε τις διαφημίσεις σας
8. **Landing Page:** Συνδέστε με σχετική σελίδα

Έρευνα Λέξεων-Κλειδιών

Η έρευνα keywords είναι η βάση κάθε επιτυχημένης καμπάνιας.
Χρησιμοποιήστε:

- **Google Keyword Planner:** Δωρεάν εργαλείο από το Google
- **Search Console:** Δείτε για τι σας βρίσκουν ήδη
- **Competitor Research:** Δείτε τι keywords χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές
- **Customer Interviews:** Ρωτήστε τους πελάτες σας τι ψάχνουν

Παράδειγμα: Οδοντίατρος στην Αθήνα

Κύρια Keywords:

- "οδοντίατρος Αθήνα" - High intent, high cost
- "οδοντιατρική κλινική κέντρο" - Medium intent, medium cost
- "πονόδοντος επείγον" - High intent, medium cost
- "καθαρισμός δοντιών τιμή" - Medium intent, lower cost

Negative Keywords: "φθηνός", "δωρεάν", "σπουδές οδοντιατρικής"

Δημιουργία Αποτελεσματικών Διαφημίσεων

Δομή Google Ad:

- **Headlines (3):** 30 χαρακτήρες ο καθένας
- **Descriptions (2):** 90 χαρακτήρες η κάθε μία
- **Display URL:** Η διεύθυνση που φαίνεται
- **Final URL:** Η πραγματική σελίδα προορισμού

Ad Copy Best Practices

- **Συμπεριλάβετε το keyword:** Στον τίτλο και στην περιγραφή

- **Clear Call-to-Action:** "Κλείστε Ραντεβού", "Δείτε Τιμές"
- **Unique Value Proposition:** Τι σας κάνει διαφορετικούς;
- **Urgency:** "Περιορισμένη Προσφορά", "Μόνο Σήμερα"
- **Social Proof:** "5000+ Ικανοποιημένοι Πελάτες"

Βελτιστοποίηση Καμπανιών

Εβδομαδιαίες Ενέργειες Βελτιστοποίησης:

1. **Ανάλυση Search Terms:** Προσθήκη negative keywords
2. **Προσαρμογή Bids:** Αύξηση για keywords που μετατρέπουν
3. **A/B Test Διαφημίσεων:** Δοκιμή νέων headlines/descriptions
4. **Landing Page Optimization:** Βελτίωση σελίδας προορισμού
5. **Quality Score Review:** Εστίαση σε keywords με χαμηλό score

Μέτρηση ROI

Βασικά Metrics για Παρακολούθηση:

- **CTR (Click-Through Rate):** $\text{Clicks} \div \text{Impressions}$
- **CPC (Cost Per Click):** $\text{Total Cost} \div \text{Clicks}$
- **Conversion Rate:** $\text{Conversions} \div \text{Clicks}$
- **CPA (Cost Per Acquisition):** $\text{Total Cost} \div \text{Conversions}$
- **ROAS (Return on Ad Spend):** $\text{Revenue} \div \text{Ad Spend}$

❌ Συχνά Λάθη στο Google Ads

- **Χωρίς Conversion Tracking:** Δεν ξέρετε αν κερδίζετε χρήματα
- **Πολύ broad keywords:** Σπαταλάτε χρήματα σε άσχετα clicks

- **Αγνοώντας mobile:** 60%+ των αναζητήσεων είναι από mobile
- **Set-and-forget mentality:** Χρειάζεται συνεχής βελτιστοποίηση
- **Φτωχές landing pages:** Καλή διαφήμιση + κακή σελίδα = χαμηλές μετατροπές

Κεφάλαιο 3: SEO (Search Engine Optimization)

Το SEO είναι η τέχνη να κάνετε το website σας να εμφανίζεται ψηλότερα στα οργανικά αποτελέσματα του Google. Σε αντίθεση με το Google Ads, το SEO δεν κοστίζει per κλικ, αλλά χρειάζεται χρόνο και υπομονή για να δείτε αποτελέσματα.

Γιατί το SEO είναι Σημαντικό;

- **Δωρεάν Traffic:** Δεν πληρώνετε για κάθε επισκέπτη
- **Υψηλή Εμπιστοσύνη:** Οι χρήστες εμπιστεύονται τα οργανικά αποτελέσματα
- **Μακροπρόθεσμα Αποτελέσματα:** Η κατάταξη διατηρείται για μήνες/χρόνια
- **Brand Authority:** Υψηλή κατάταξη δημιουργεί επωνυμία
- **Καλύτερο User Experience:** Το SEO βελτιώνει τη συνολική εμπειρία



SEO vs Google Ads

Το SEO χρειάζεται 3-6 μήνες για αποτελέσματα, αλλά έχει μακροχρόνια οφέλη. Το Google Ads δίνει άμεσα αποτελέσματα αλλά σταματά όταν σταματήσετε να πληρώνετε. Η ιδανική στρατηγική συνδυάζει και τα δύο.

On-Page SEO

Το On-Page SEO αφορά τη βελτιστοποίηση στοιχείων μέσα στο website σας.

Βασικά On-Page Στοιχεία:

- Title Tags:** 50-60 χαρακτήρες, περιέχει το κύριο keyword
- Meta Descriptions:** 150-160 χαρακτήρες, περιγράφει τη σελίδα
- H1 Tags:** Ένας ανά σελίδα, περιέχει το κύριο keyword
- URL Structure:** Καθαρά URLs με keywords
- Internal Linking:** Σύνδεση μεταξύ σελίδων του site
- Image Optimization:** Alt text και συμπιεσμένες εικόνες



Παράδειγμα On-Page Optimization

Σελίδα: Υπηρεσίες Καθαρισμού Σπιτιού

- Title:** "Καθαρισμός Σπιτιού Αθήνα | Επαγγελματικές Υπηρεσίες | CleanCorp"
- Meta Description:** "Επαγγελματικές υπηρεσίες καθαρισμού σπιτιού στην Αθήνα. Έμπειροι καθαριστές, οικολογικά προϊόντα, ανταγωνιστικές τιμές."
- H1:** "Επαγγελματικές Υπηρεσίες Καθαρισμού Σπιτιού στην Αθήνα"
- URL:** [yoursite.com/katharismos-sitiou-athina](#)

Technical SEO

Το Technical SEO διασφαλίζει ότι οι μηχανές αναζήτησης μπορούν να "διαβάσουν" το website σας.

Κλειδικά Στοιχεία:

- Site Speed:** Γρήγορη φόρτωση (κάτω από 3 δευτερόλεπτα)
- Mobile-Friendly:** Responsive design για κινητά
- SSL Certificate:** HTTPS για ασφάλεια

- **XML Sitemap:** Χάρτης του website για το Google
- **Robots.txt:** Οδηγίες για τα search engine bots
- **Schema Markup:** Δομημένα δεδομένα για πλούσια αποτελέσματα

Technical SEO Checklist:

1. Ελέγξτε το site speed με το Google PageSpeed Insights
2. Βεβαιωθείτε ότι το site είναι mobile-friendly
3. Εγκαταστήστε SSL certificate (https://)
4. Δημιουργήστε και υποβάλετε XML sitemap
5. Ρυθμίστε το Google Search Console
6. Προσθέστε Schema markup για τοπικές επιχειρήσεις

Off-Page SEO

Το Off-Page SEO αφορά ενέργειες εκτός του website σας που βελτιώνουν την κατάταξή σας.

1. Link Building

Τα backlinks (σύνδεσμοι από άλλα sites στο δικό σας) είναι ο σημαντικότερος παράγοντας κατάταξης.

Ποιότητα > Ποσότητα

Ένας σύνδεσμος από ένα έγκυρο, σχετικό website αξίζει περισσότερο από 100 συνδέσμους από spam sites. Εστιάστε σε ποιοτικά backlinks.

Στρατηγικές Link Building:

1. **Guest Posting:** Γράψτε άρθρα σε σχετικά blogs
2. **Local Directories:** Εγγραφή σε τοπικούς καταλόγους
3. **Industry Associations:** Μέλος σε επαγγελματικές ενώσεις
4. **Press Releases:** Δημοσιότητα για νέα της εταιρείας
5. **Broken Link Building:** Προσφέρετε αντικατάσταση σπασμένων links
6. **Resource Pages:** Προσθήκη σε χρήσιμες λίστες πόρων

Local SEO

Αν έχετε φυσικό κατάστημα ή εξυπηρετείτε συγκεκριμένες περιοχές, το Local SEO είναι κρίσιμο.

Local SEO Βήματα:

1. **Google My Business:** Δημιουργήστε και βελτιστοποιήστε το προφίλ σας
2. **NAP Consistency:** Ίδια στοιχεία (Name, Address, Phone) παντού
3. **Local Keywords:** "υπηρεσία + πόλη" keywords
4. **Local Citations:** Εγγραφή σε τοπικούς καταλόγους
5. **Reviews Management:** Ενθάρρυνση και διαχείριση αξιολογήσεων
6. **Local Content:** Περιεχόμενο για την τοπική κοινότητα

Local SEO Παράδειγμα: Κομμωτήριο

Google My Business: Πλήρης προφίλ με φωτογραφίες, ωράριο, υπηρεσίες

Keywords: "κομμωτήριο Θεσσαλονίκη", "κούρεμα κέντρο", "χτένισμα γάμου"

Content: "Τάσεις Μαλλιών Άνοιξη 2024", "Φροντίδα Μαλλιών στη Θεσσαλονίκη"

Citations: Εγγραφή σε 11888, Vrisko, local directories

Content Marketing για SEO

Το ποιοτικό περιεχόμενο είναι η καρδιά του SEO. Το Google επιβραβεύει websites που προσφέρουν αξία στους χρήστες.

Τύποι Περιεχομένου για SEO:

- **Blog Posts:** Εκπαιδευτικά άρθρα με target keywords
- **FAQ Pages:** Απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις
- **How-to Guides:** Βήμα-προς-βήμα οδηγοί
- **Industry News:** Νέα και τάσεις του κλάδου
- **Case Studies:** Επιτυχημένα projects/πελάτες

✗ SEO Λάθη που Πρέπει να Αποφύγετε

- **Keyword Stuffing:** Υπερβολική χρήση keywords
- **Buying Links:** Αγορά backlinks (τιμωρείται από Google)
- **Duplicate Content:** Αντιγραφή περιεχομένου
- **Ignoring Mobile:** Μη-optimized για κινητά
- **Slow Loading:** Αργή φόρτωση σελίδων
- **No Analytics:** Μη-παρακολούθηση αποτελεσμάτων

Εργαλεία SEO

Δωρεάν Εργαλεία:

- **Google Search Console:** Παρακολούθηση κατάταξης και crawling
- **Google Analytics:** Ανάλυση traffic και user behavior
- **Google PageSpeed Insights:** Έλεγχος ταχύτητας
- **Ubersuggest:** Keyword research και competitor analysis

Premium Εργαλεία:

- **SEMrush/Ahrefs:** Ολοκληρωμένη SEO ανάλυση
- **Moz Pro:** Keyword tracking και site audits
- **Screaming Frog:** Technical SEO crawler

Κεφάλαιο 4: Ενοποίηση Στρατηγικών και Μέτρηση ROI

Η πραγματική δύναμη του digital marketing έρχεται όταν συνδυάζετε αποτελεσματικά Social Media, Google Ads και SEO. Κάθε κανάλι έχει τα δικά του πλεονεκτήματα, και η ολιστική προσέγγιση διπλασιάζει τα αποτελέσματά σας.

Synergy Μεταξύ των Καναλιών

Πώς Συνεργάζονται τα Κανάλια

Σενάριο: Κάποιος βλέπει τη διαφήμισή σας στο Facebook, αλλά δεν αγοράζει άμεσα.

Journey:

- **Facebook Ad:** Πρώτη επαφή - Brand awareness
- **Google Search:** Ψάχνει το brand σας - SEO/Ads
- **Website:** Μελετά προϊόντα/υπηρεσίες
- **Remarketing:** Στοχευμένες διαφημίσεις
- **Conversion:** Τελική αγορά

Ολοκληρωμένη Στρατηγική Marketing Funnel

Top of Funnel (Awareness):

- **SEO:** Blog content, educational articles

- **Social Media:** Engaging posts, brand stories
- **Display Ads:** Brand awareness campaigns

Middle of Funnel (Consideration):

- **Google Ads:** Search campaigns για σχετικά keywords
- **Social Media:** Product demonstrations, testimonials
- **SEO:** Service/product pages, comparison guides

Bottom of Funnel (Conversion):

- **Google Ads:** High-intent keywords, branded searches
- **Remarketing:** Στοχευμένες διαφημίσεις σε παλιούς visitors
- **Social Proof:** Reviews, case studies

12-Μήνα Digital Marketing Plan:

Μήνες 1-3: Foundation

1. Website optimization (Technical SEO)
2. Google My Business setup
3. Social media profiles setup
4. Initial content creation
5. Google Ads για άμεσα αποτελέσματα

Μήνες 4-6: Growth

1. Consistent content marketing
2. Link building campaigns
3. Social media advertising
4. Email list building
5. Conversion rate optimization

Μήνες 7-12: Scale

1. Advanced SEO strategies
2. Marketing automation
3. Influencer partnerships
4. Video marketing
5. Advanced analytics και optimization

Μέτρηση ROI και KPIs

Η επιτυχία στο digital marketing μετριέται με συγκεκριμένους δείκτες απόδοσης.

Financial Metrics:

- **ROI (Return on Investment):** $(\text{Revenue} - \text{Investment}) / \text{Investment} \times 100$
- **ROAS (Return on Ad Spend):** $\text{Revenue} / \text{Ad Spend}$
- **Customer Lifetime Value (CLV):** Μέσος όρος εσόδων ανά πελάτη
- **Cost Per Acquisition (CPA):** $\text{Marketing Cost} / \text{New Customers}$

Traffic Metrics:

- **Organic Traffic Growth:** Μηνιαία αύξηση οργανικών επισκέψεων
- **Conversion Rate:** Visitors που γίνονται customers
- **Bounce Rate:** Ποσοστό άμεσων εγκαταλείψεων
- **Average Session Duration:** Μέσος χρόνος παραμονής στο site



Dashboard Setup

Δημιουργήστε ένα monthly dashboard που παρακολουθεί τα κλειδικά metrics. Χρησιμοποιήστε το Google Data Studio για να συνδυάσετε δεδομένα από Analytics, Search Console, Facebook Ads και Google Ads.

Budget Allocation Strategy



Παράδειγμα Budget Allocation

Μηνιαίος Προϋπολογισμός: €1,000

- **Google Ads (40%):** €400 - Άμεσα αποτελέσματα
- **Social Media Ads (25%):** €250 - Brand awareness + remarketing
- **SEO/Content (20%):** €200 - Μακροπρόθεσμη στρατηγική
- **Tools & Software (10%):** €100 - Analytics, automation tools
- **Testing Budget (5%):** €50 - Νέες πλατφόρμες/στρατηγικές

Reporting και Optimization

Μηνιαίο Reporting Process:

1. **Data Collection:** Συλλογή δεδομένων από όλα τα κανάλια
2. **Performance Analysis:** Σύγκριση με προηγούμενο μήνα/στόχους
3. **ROI Calculation:** Υπολογισμός απόδοσης επένδυσης
4. **Insight Generation:** Εξαγωγή συμπερασμάτων
5. **Action Plan:** Συγκεκριμένες ενέργειες για τον επόμενο μήνα



Συχνά Λάθη στη Μέτρηση

- **Vanity Metrics:** Εστίαση σε likes αντί για conversions
- **Attribution Errors:** Μη-κατανόηση του customer journey
- **Short-term Thinking:** Αξιολόγηση SEO σε μικρό χρονικό διάστημα

- **Ignoring Qualitative Data:** Μόνο αριθμοί, χωρίς customer feedback

Συμπεράσματα και Επόμενα Βήματα

Φτάσατε στο τέλος αυτού του οδηγού, αλλά το ταξίδι σας στο digital marketing μόλις αρχίζει. Έχετε τώρα τη γνώση για να δημιουργήσετε μια ολοκληρωμένη στρατηγική που συνδυάζει Social Media, Google Ads και SEO.

Κλειδικά Takeaways

- Ξεκινήστε μικρά:** Μην προσπαθήσετε να κάνετε τα πάντα από την πρώτη μέρα
- Συνέπεια είναι το κλειδί:** Καλύτερα λίγο κάθε μέρα παρά πολύ μία φορά
- Μετρήστε τα πάντα:** Αυτό που δεν μετριέται, δεν μπορεί να βελτιωθεί
- Εστιάστε στον πελάτη:** Το καλό marketing λύνει προβλήματα
- Υπομονή για το SEO:** Τα καλύτερα πράγματα χρειάζονται χρόνο

Τα Επόμενα 30 Ημέρες - Action Plan:

Εβδομάδα 1:

- Audit του υπάρχοντος website
- Ρύθμιση Google Analytics και Search Console
- Δημιουργία Google My Business
- Keyword research για τον κλάδο σας

Εβδομάδα 2:

- Βελτιστοποίηση βασικών σελίδων (titles, descriptions)
- Ρύθμιση social media προφίλ

3. Δημιουργία content calendar

4. Ρύθμιση πρώτης Google Ads καμπάνιας

Εβδομάδα 3:

1. Δημιουργία πρώτου blog post

2. Έναρξη social media posting

3. Εκκίνηση Google Ads καμπάνιας

4. Εγγραφή σε local directories

Εβδομάδα 4:

1. Ανάλυση πρώτων αποτελεσμάτων

2. Βελτιστοποίηση campaigns

3. Planning για επόμενο μήνα

4. Συλλογή πρώτων reviews

Τελικές Συμβουλές

- **Μάθετε συνεχώς:** Το digital marketing αλλάζει συνεχώς
- **Δοκιμάστε νέα πράγματα:** Μη φοβάστε να πειραματιστείτε
- **Networking:** Συνδεθείτε με άλλους marketers
- **Υπομονή:** Τα αποτελέσματα χρειάζονται χρόνο
- **Customer-first:** Πάντα σκεφτείτε τον πελάτη πρώτα

Πόροι για Περαιτέρω Μάθηση

Δωρεάν Courses:

- Google Digital Marketing Course
- Facebook Blueprint
- HubSpot Academy

- YouTube Creator Academy

Χρήσιμα Blogs:

- Moz Blog (για SEO)
- Social Media Examiner
- Search Engine Land
- Content Marketing Institute

Θυμηθείτε

Το digital marketing δεν είναι destination, είναι journey. Κάθε μέρα είναι μια ευκαιρία να μάθετε κάτι νέο, να βελτιώσετε κάτι υπάρχον, και να προσεγγίσετε καλύτερα τους πελάτες σας.

Η επιτυχία έρχεται σε αυτούς που ξεκινούν. Ξεκινήστε σήμερα!

Bonus: Checklists και Templates

Website SEO Audit Checklist

Technical SEO:

- ☐ Website φορτώνει σε <3 δευτερόλεπτα
- ☐ Mobile-friendly design
- ☐ SSL certificate εγκατεστημένο (https://)
- ☐ XML sitemap δημιουργημένο και submitted
- ☐ Robots.txt αρχείο ρυθμισμένο
- ☐ Google Search Console setup
- ☐ Google Analytics εγκατεστημένο

On-Page SEO:

- ☐ Unique title tags σε όλες τις σελίδες
- ☐ Meta descriptions σε κύριες σελίδες
- ☐ H1 tags σε όλες τις σελίδες
- ☐ Alt text στις εικόνες
- ☐ Internal linking structure
- ☐ URL structure SEO-friendly

Social Media Content Calendar Template

Εβδομαδιαίο Planning:

- ☐ Δευτέρα: Motivational Monday post
- ☐ Τρίτη: Tips και tutorials
- ☐ Τετάρτη: Behind-the-scenes content
- ☐ Πέμπτη: Throwback ή customer spotlight
- ☐ Παρασκευή: Fun/Entertainment content
- ☐ Σαββατοκύριακο: Lifestyle ή seasonal content

Google Ads Campaign Setup Checklist

Pre-Launch:

- ☐ Keyword research ολοκληρωμένο
- ☐ Landing pages optimized
- ☐ Conversion tracking setup
- ☐ Ad extensions δημιουργημένα
- ☐ Budget και bidding strategy καθορισμένα
- ☐ Negative keywords λίστα έτοιμη
- ☐ A/B testing plan

Monthly Digital Marketing ROI Report Template

Monthly Report Structure

Μήνας: _____

Συνολικός Προϋπολογισμός: €_____

Social Media:

- Reach: _____ άτομα
- Engagement Rate: _____%
- Leads Generated: _____
- Cost per Lead: €_____

Google Ads:

- Impressions: _____
- Clicks: _____ (CTR: _____)
- Conversions: _____
- Cost per Conversion: €_____

SEO:

- Organic Traffic: _____
- Top 10 Rankings: _____
- Organic Conversions: _____

Overall ROI: _____% | **Revenue Generated:** €_____

Τελικό Tip

Κρατήστε αυτό το ebook κοντά σας και επιστρέψετε σε αυτό τακτικά. Το digital marketing εξελίσσεται συνεχώς, αλλά οι βασικές αρχές που μάθατε εδώ θα σας οδηγήσουν στην επιτυχία.

Καλή επιτυχία στο digital marketing journey σας! 🎯

Θοδωρής Μαγκλάρας
Owner @ 19CLOUDS