

DIGITAL ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ

& ΨΗΦΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ



Γεωργιος Τσίτσος

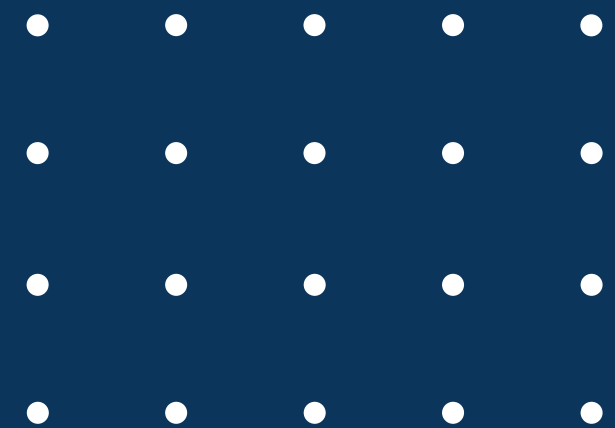
MyConnection.agency





ΕΝΟΤΗΤΕΣ

- **Email Marketing και Newsletters**
Στρατηγικές Δημιουργίας
Αυτοματοποίηση και
Προσωποποίηση
Μέτρηση Αποτελεσμάτων
- **Chatbots και Live Chat**
Εισαγωγή στα Chatbots & Live
Chat
Χρήση στην Εξυπηρέτηση Πελατών
Τεχνολογίες AI & Machine
Learning
- **SMS Marketing**
Εφαρμογές του SMS Marketing
Πλεονεκτήματα του SMS Marketing
Καλές Πρακτικές και Συμμόρφωση
με τους Κανονισμούς



EMAIL MARKETING & NEWSLETTERS



- Κατανόηση της σημασίας του email marketing στη σύγχρονη εποχή.
- Τεχνικές δημιουργίας επιτυχημένων καμπανιών email και newsletters.
- Ανάλυση πρακτικών παραδειγμάτων και case studies.





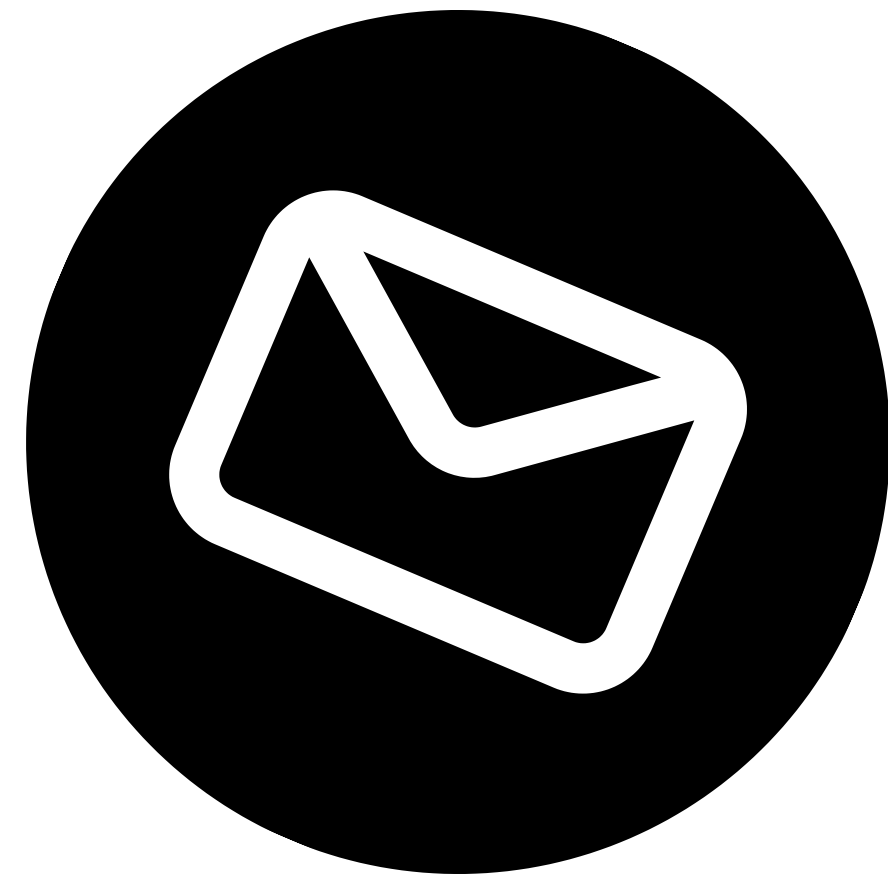
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING

- **Ιστορικό και Εξέλιξη:** Πώς εξελίχθηκε το email marketing από τη δεκαετία του '90 έως σήμερα.
- **Σημασία στην Ψηφιακή Εποχή:** Κατανόηση του ρόλου του email στο σύγχρονο μάρκετινγκ μίγμα.
- **Παρουσίαση Στατιστικών Δεδομένων:** Επισκόπηση των πλεονεκτημάτων μέσω κρίσιμων στατιστικών.

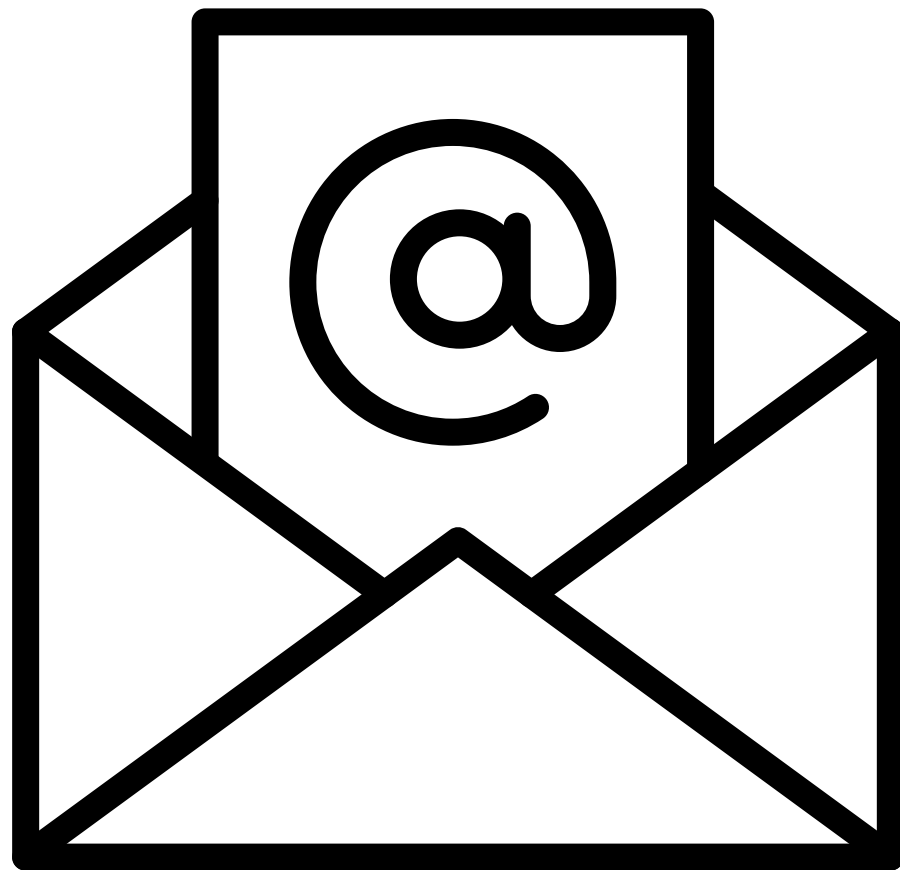
ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ



- Η ιστορία του email marketing ξεκινά στα μέσα της δεκαετίας του '90
- Με την εισαγωγή του HTML οι επιχειρήσεις προσθέτουν χρώμα & γραφικά στις εκστρατείες τους
- Πάνω από 4 δισεκατομμύρια χρήστες email παγκοσμίως



ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΟΥ EMAIL ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΙΓΜΑ

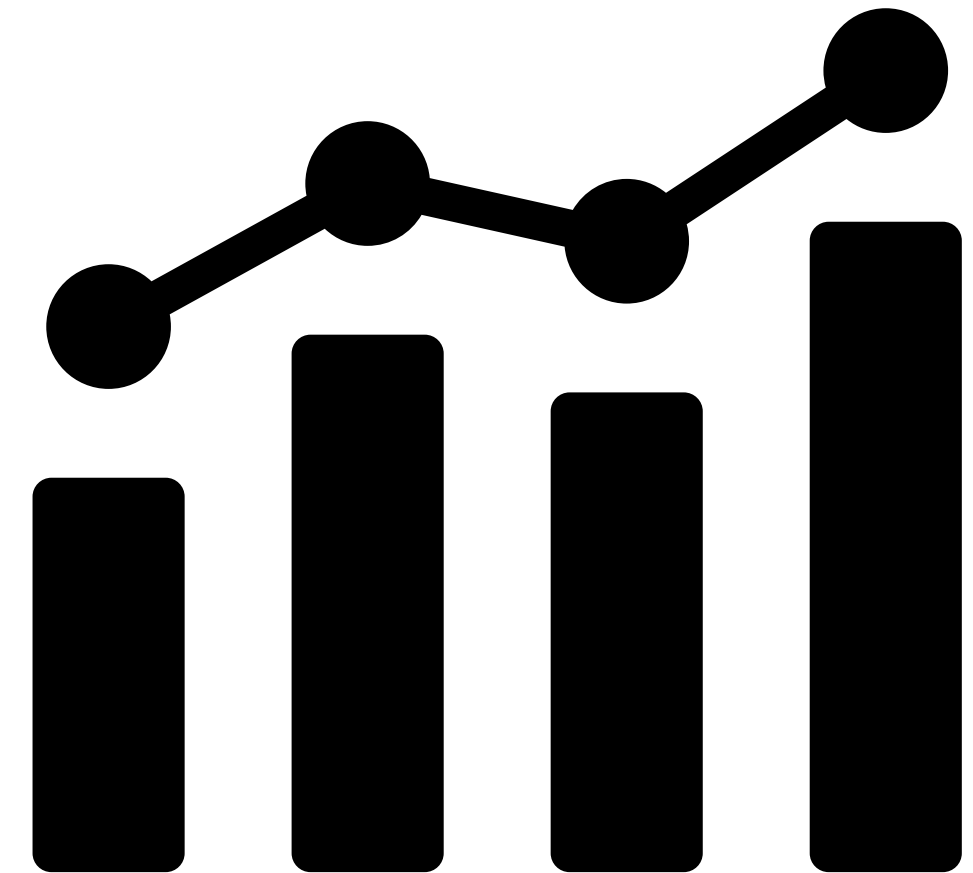


- Παρά τις τεχνολογικές αλλαγές, το email διατηρεί παρουσία στην καθημερινότητα.
- Προσβασιμότητα Σε smartphones και tablets.
- Δυνατότητα για προσωποποίηση.
- Αναλυτική Δύναμη

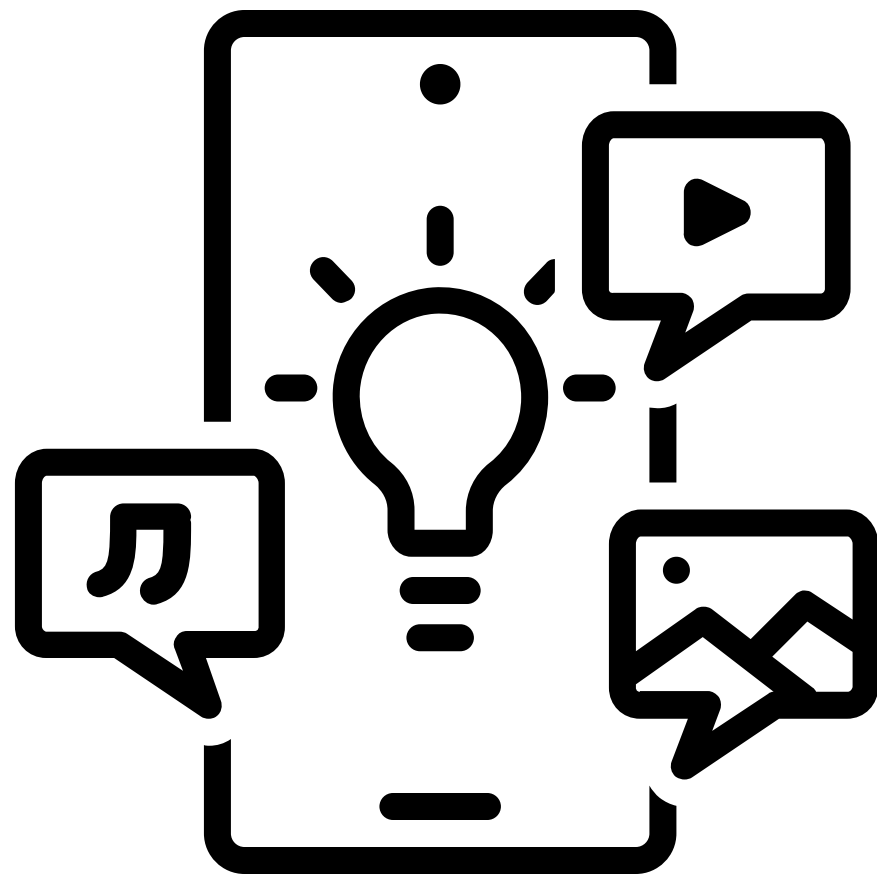
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ



- ROI της τάξης των 36:1.
- 4.3 δισεκατομμύρια χρήστες μέχρι τέλος του 2024.
- 60% των emails ανοίγονται πρώτα σε κινητές συσκευές
- Τα εξατομικευμένα emails έχουν 6 φορές υψηλότερα ποσοστά μετατροπής



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ EMAIL MARKETING

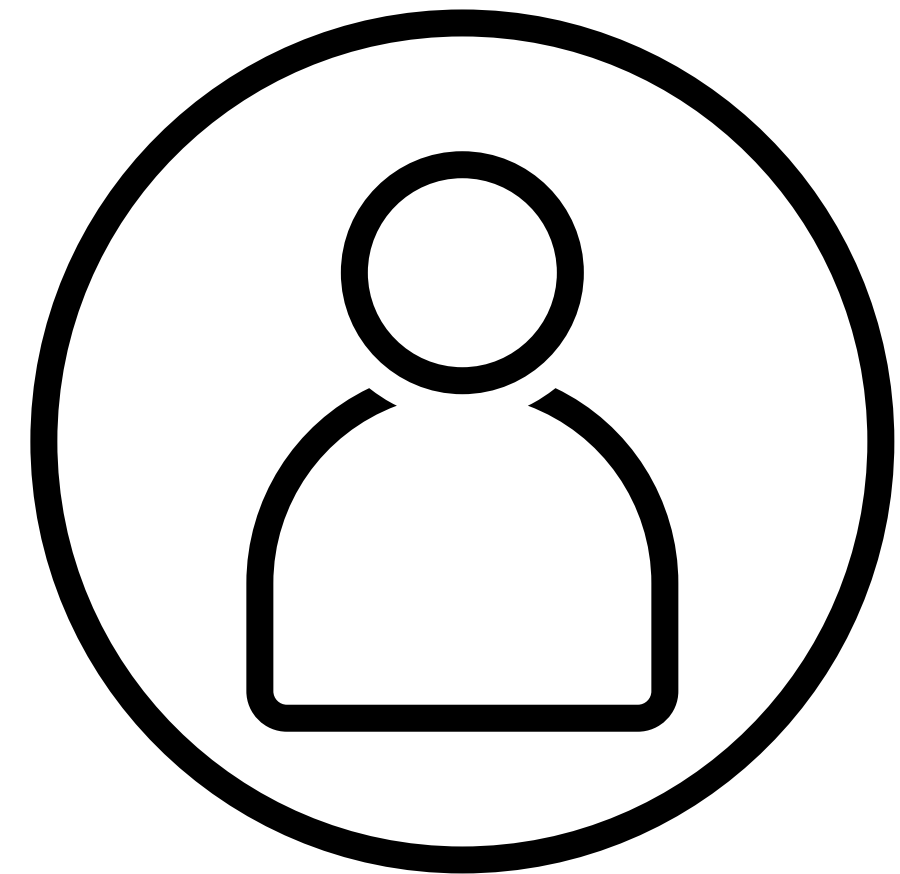


- Κατανόηση της Στοχευμένης Αγοράς
- Δημιουργία Ελκυστικού και Αξιόλογου Περιεχομένου
- Συνέπεια και Συχνότητα

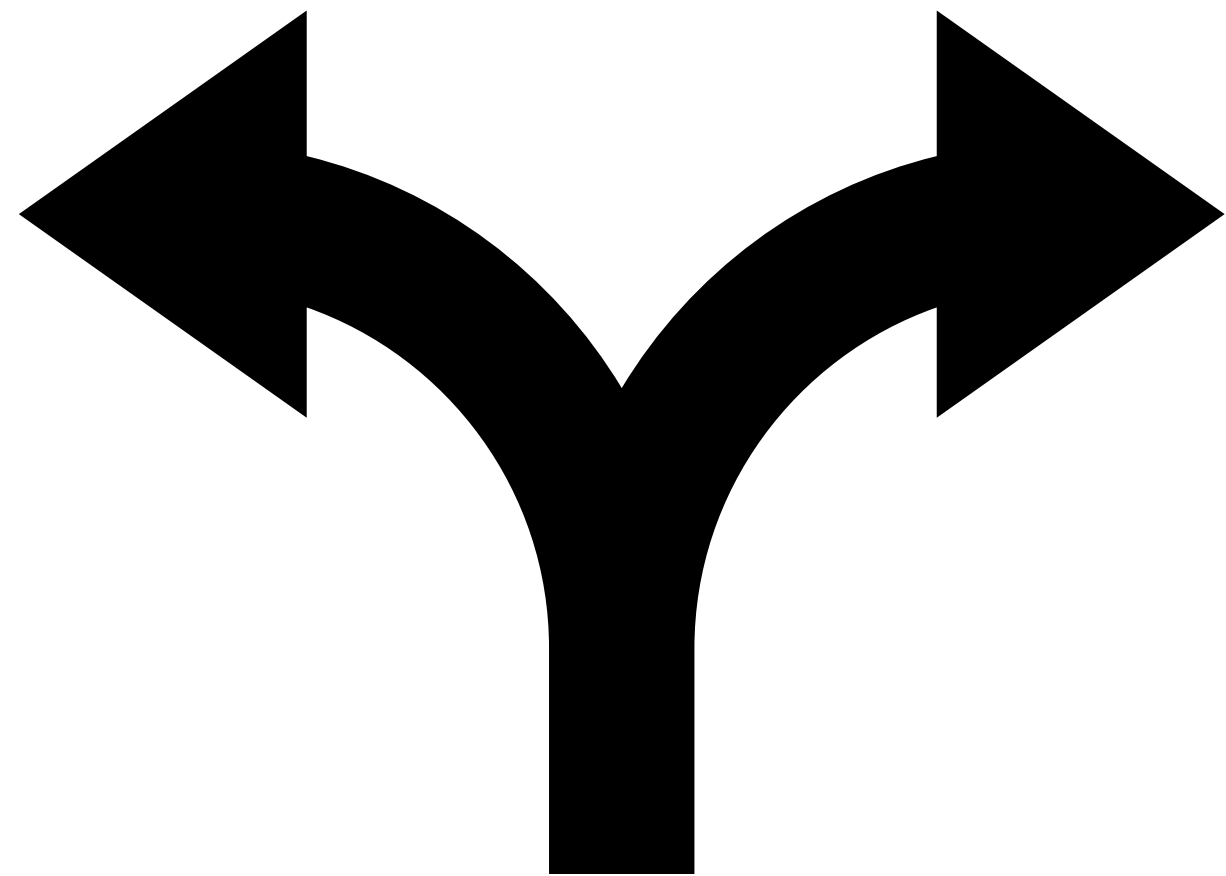
ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING



- Προσωποποίηση του Μηνύματος
- Ξεκινήστε με το Όνομα
- Προσαρμογή Βάσει Συμπεριφοράς και Προτιμήσεων



ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ EMAIL MARKETING

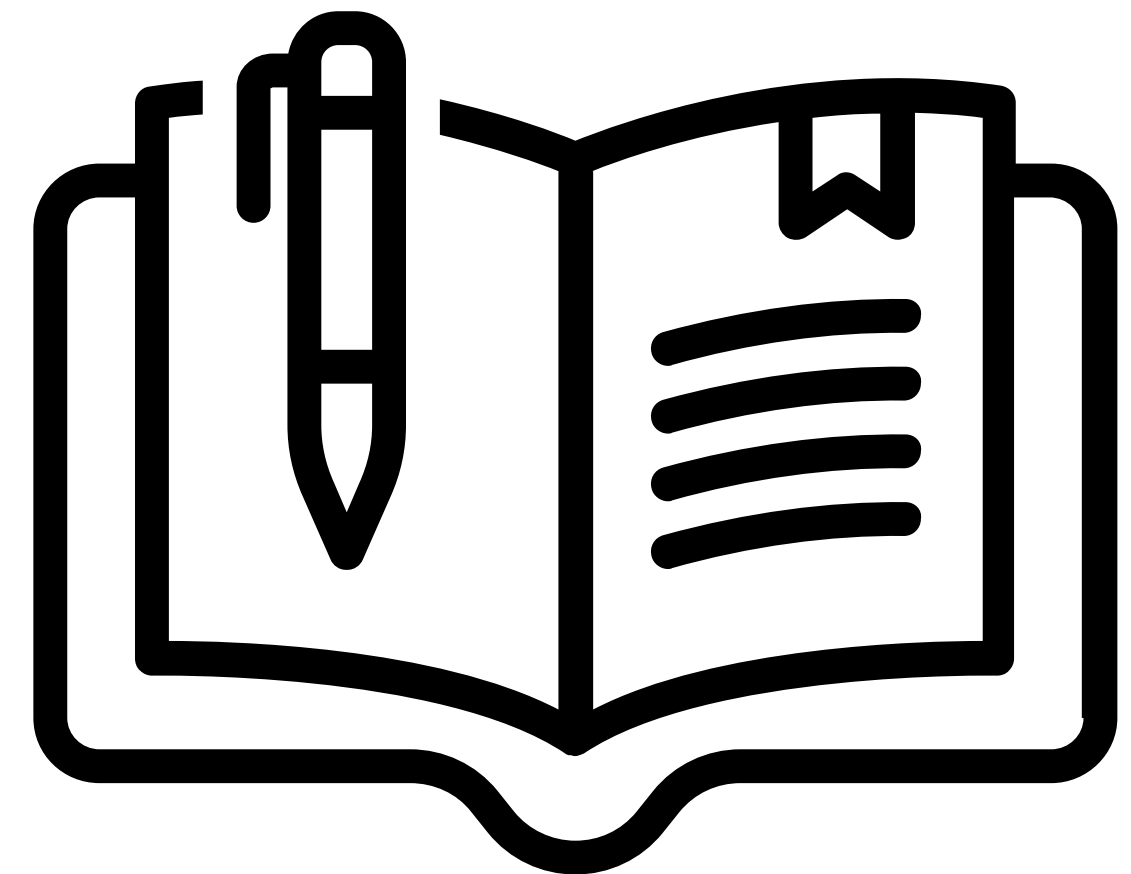


- Δημιουργία Συνδέσμου με τον Πελάτη
- Διαχωρισμός της Λίστας Παραληπτών

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΛΚΥΣΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ



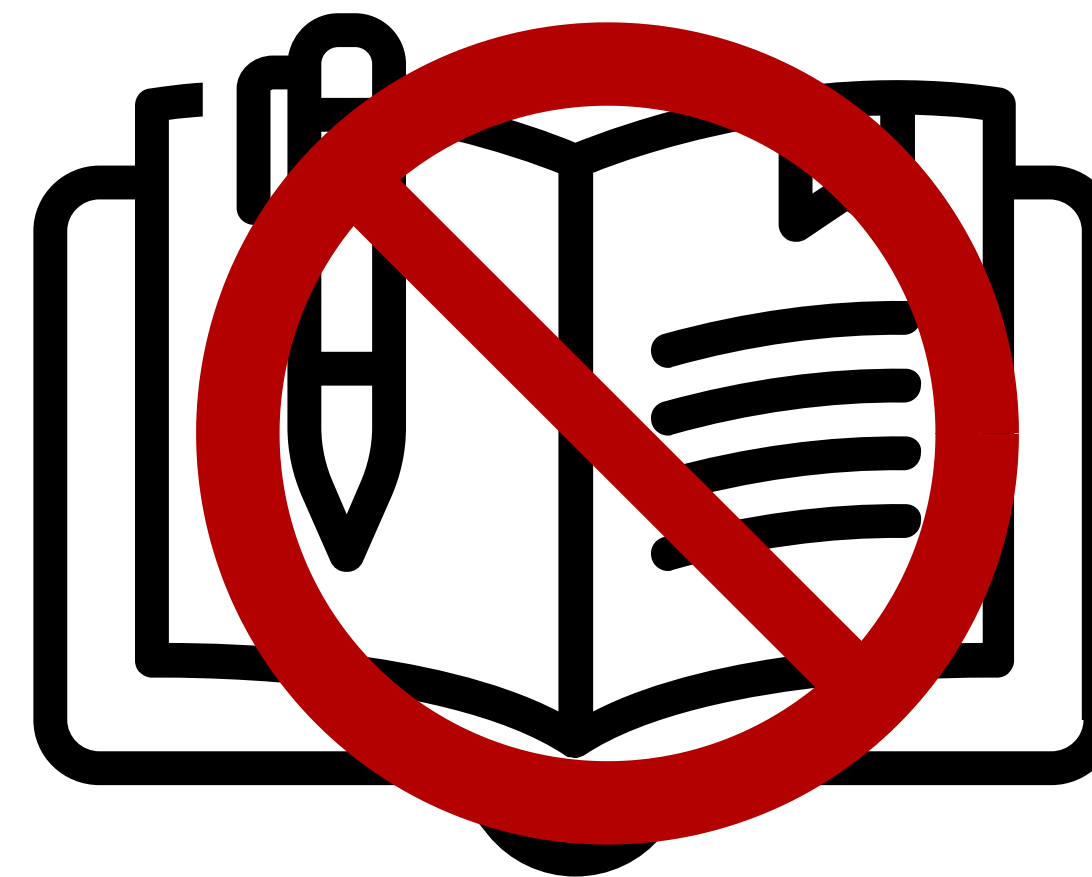
- Σύντομα και περιεκτικά θέματα .
- Να περιλαμβάνουν ερωτηματικά, 'σου' &'σας', άμεσο κάλεσμα προς δράση



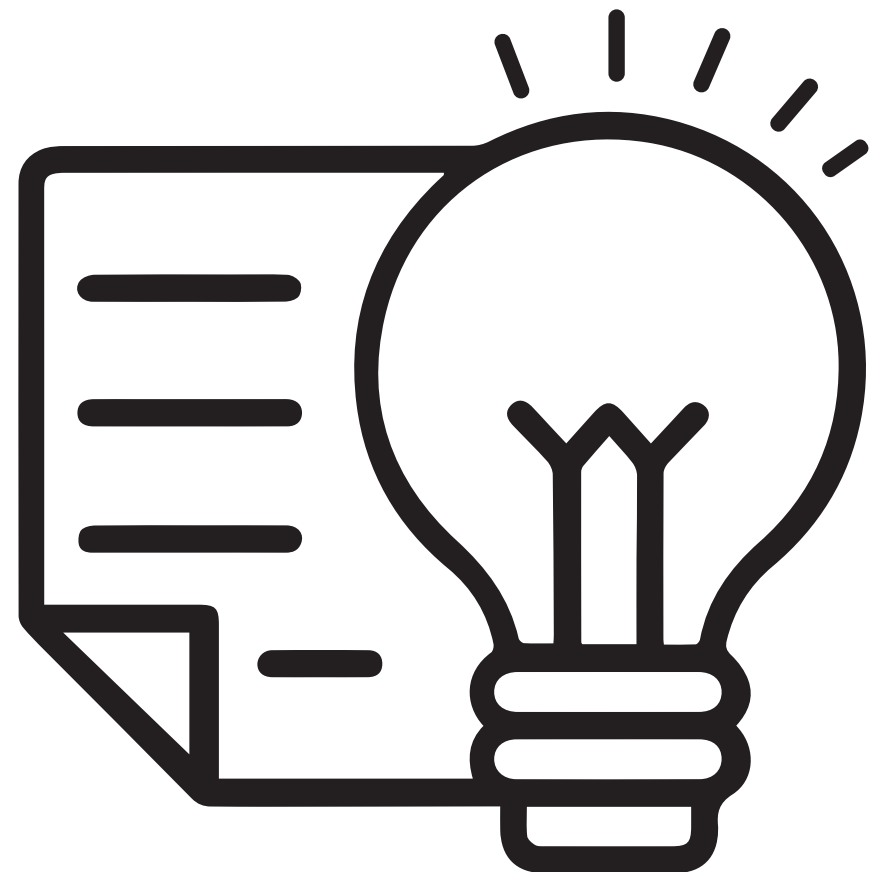
ΑΠΟΦΥΓΗ ΣΥΧΝΩΝ ΛΑΘΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ



- Αποφύγετε τις υπερβολικά γενικές ή ασαφείς διατυπώσεις.
- Αποφύγετε τη χρήση λέξεων 'δωρεάν', 'εγγύηση', 'χωρίς κόστος' κτλ



ΣΥΝΑΡΠΑΣΤΙΚΟ ΚΑΙ ΣΑΦΕΣ ΚΕΙΜΕΝΟ ΓΙΑ EMAIL MARKETING



- Δημιουργία Ενδιαφέροντος
- Σαφήνεια & Προσανατολισμός στη Δράση

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΟ EMAIL MARKETING



ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

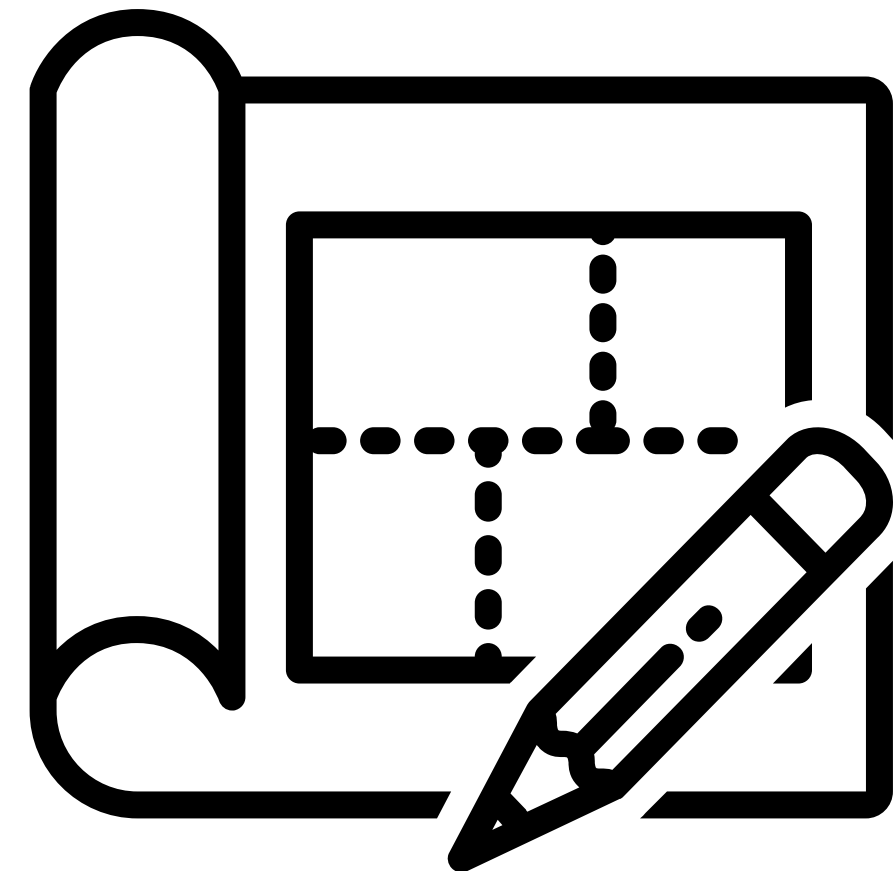


- Δημιουργία δυναμικών λιστών παραληπτών
- Αυτοματοποίηση βασισμένη σε συμπεριφορά,
- Δημιουργίας προσαρμοσμένων προτύπων email
- Analytics

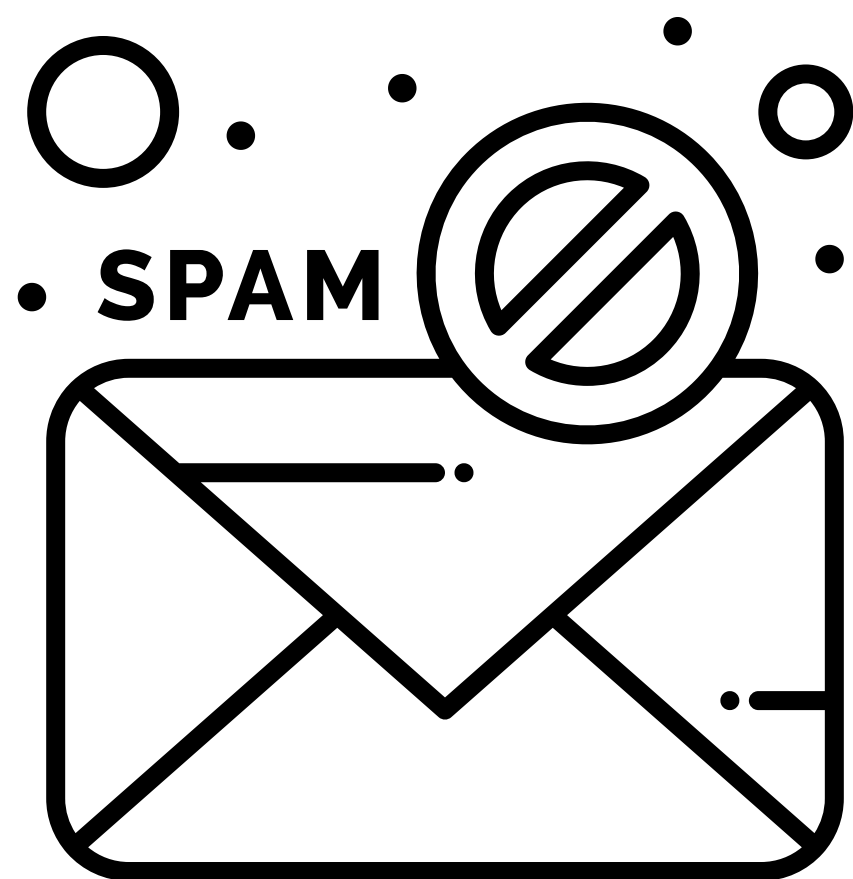
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING



- Καθαρότητα και Απλότητα.
- Ιεράρχηση του περιεχομένου.
- Χρήση εικόνων & γραφικών.
- Προσαρμόστε το design για desktop & κινητές συσκευές.



ΑΠΟΦΥΓΗ SPAM

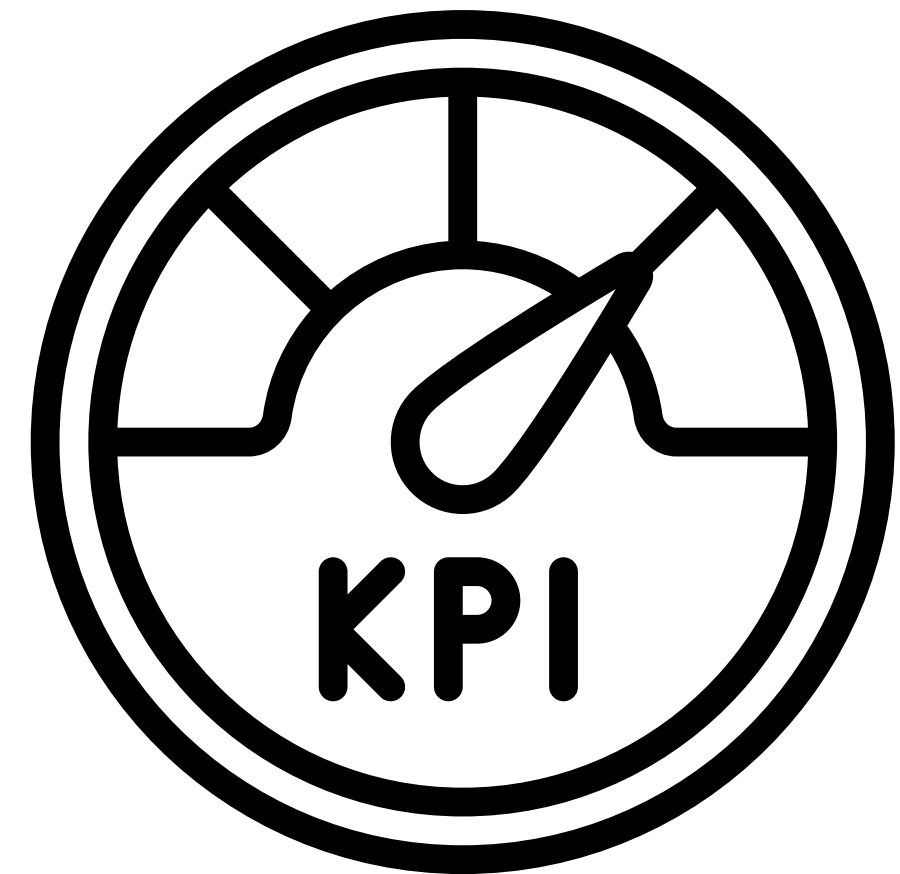


- Συμμόρφωση με τους νόμους.
- Συγκατάθεση από τους παραλήπτες.
- Εύκολο τρόπο για απεγγραφή.
- Αποφύγετε παραπλανητικούς τίτλους

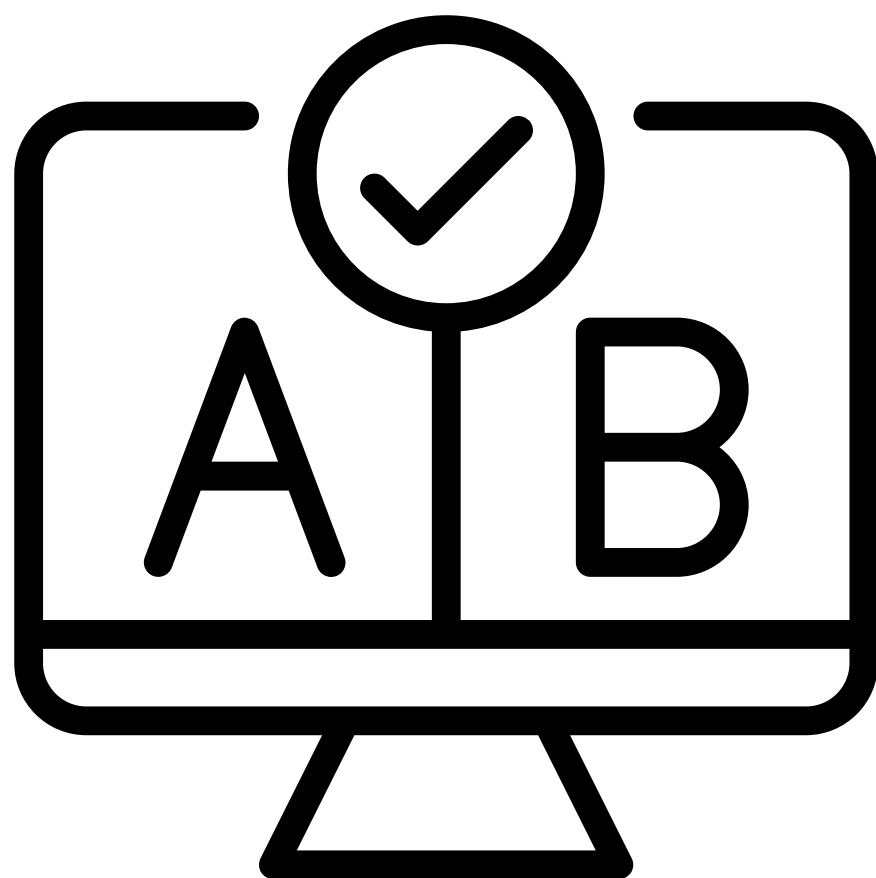
KPIS



- Ποσοστό Ανοιγμάτων
- Click-Through Rate
- Ποσοστό Μετατροπής



A/B TESTING ΣΤΟ EMAIL MARKETING



- Δημιουργείστε δύο εκδοχές ενός email - Έκδοση A και Έκδοση B'
- Μικρές διαφορές στο θέμα ή στο περιεχόμενο ή στην εικόνα



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΛΑΘΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING

- Παραβίαση των Κανονισμών GDPR
- Ασαφή Καλέσματα προς Δράση
- Υπερφόρτωση με Περιεχόμενο
- Χρήση Παραπλανητικών Θεμάτων
- Αγνόηση Σχεδιασμού Responsive
- Έλλειψη Προσωποποίησης
- Παράβλεψη Τεστ





ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΛΑΘΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING



- Υπερβολική Συχνότητα
- Αποτυχία Παρακολούθησης Απόδοσης
- Αγνόηση Ανάλυσης Αποτυχημένων Καμπανιών
- Μη Ενημερωμένες Λίστες Παραληπτών



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΛΑΘΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING

- Χρήση Αναποτελεσματικών Εικόνων
- Χρήση Πολύπλοκων Λέξεων
- Αποτυχία Προσαρμογής στις Ανάγκες του Κοινού
- Παράβλεψη Επιμέλειας
- Ασυνέπειας στο Branding
- Αγνόηση Τάσεων





ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΛΑΘΗ ΣΤΟ EMAIL MARKETING



- Ασαφής Τίτλος
- Ανεπαρκής Κλήση προς Δράση
- Έλλειψη Συνέπειας
- Παραπλανητικά Μηνύματα
- Έλλειψη Ακολουθίας
- Αποτυχία Ανταπόκρισης
- Χρήση Υπερβολικά Πολλών CTA
- Αγνόηση Χρονοπρογραμματισμού

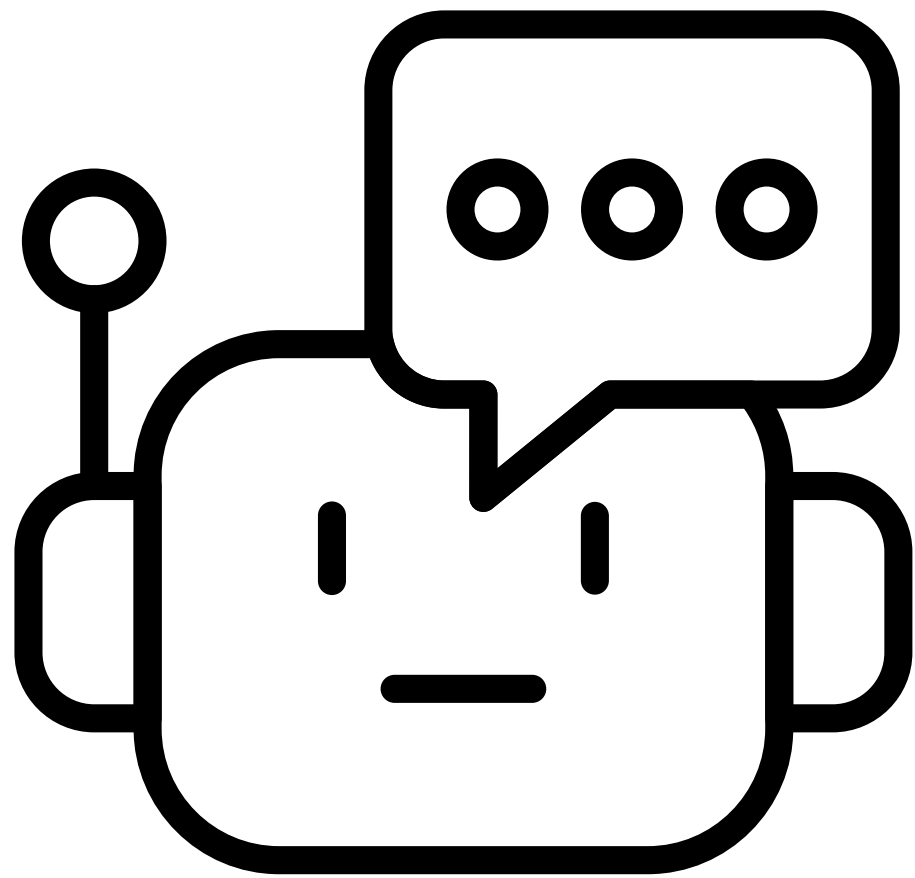
CHATBOTS & LIVE CHAT



- Εξερεύνηση του ρόλου των chatbots και του live chat στην επικοινωνία με τους πελάτες.
- Πώς η τεχνολογία AI ενισχύει την αυτόματη και προσωποποιημένη εξυπηρέτηση.
- Διαδραστική συζήτηση και παρουσίαση εφαρμογών.



Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ CHATBOTS & LIVE CHAT ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

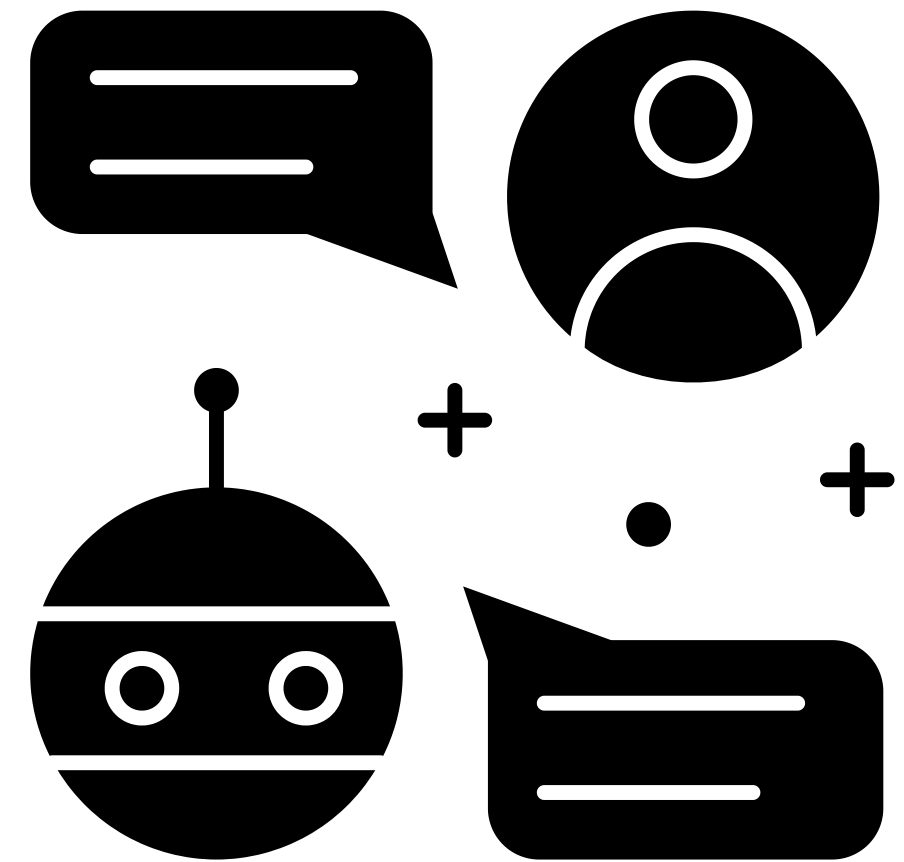


- Αυτοματοποίηση και Αποδοτικότητα
- Προσωποποίηση και Ενίσχυση της Εμπειρίας του Πελάτη
- Άμεση Ανταπόκριση και Ευελιξία
- Μείωση του Χρόνου Αναμονής και Βελτίωση της Ικανοποίησης
- Διαχείριση Κρίσεων

ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ



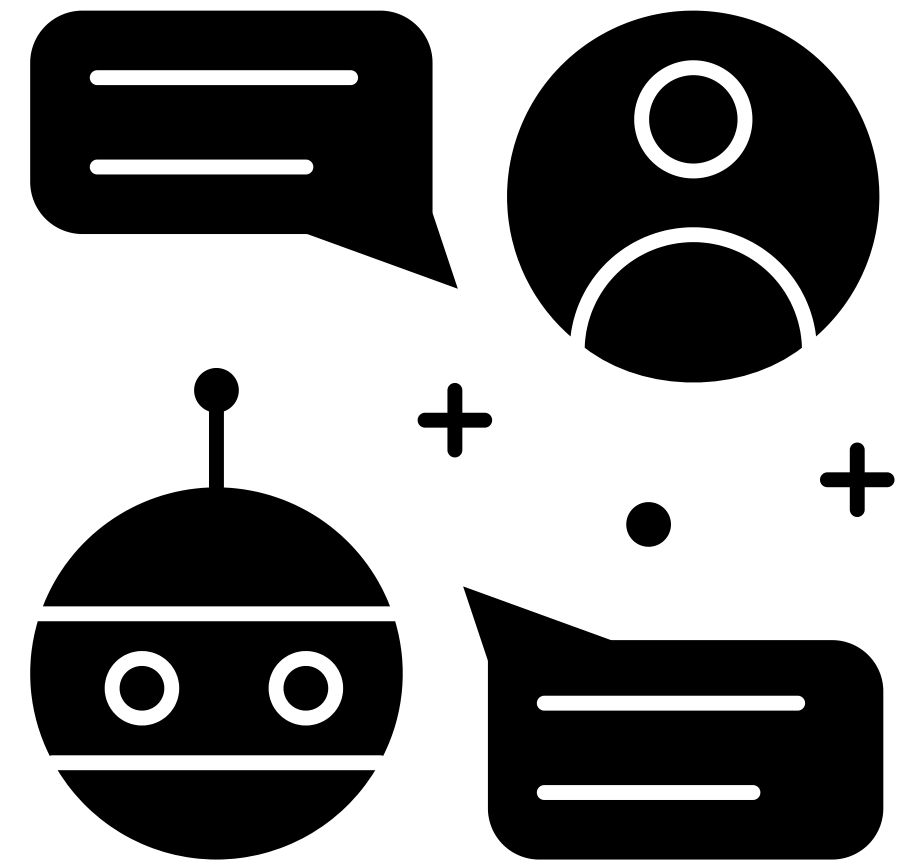
- Το πρώτο πραγματικό 'chatbot' ήταν το πρόγραμμα 'ELIZA', το οποίο δημιουργήθηκε το 1966 από τον Joseph Weizenbaum
- Το επόμενο σημαντικό βήμα στην εξέλιξη των chatbots ήταν ο 'PARRY', δημιουργημένος το 1972 από τον Kenneth Colby



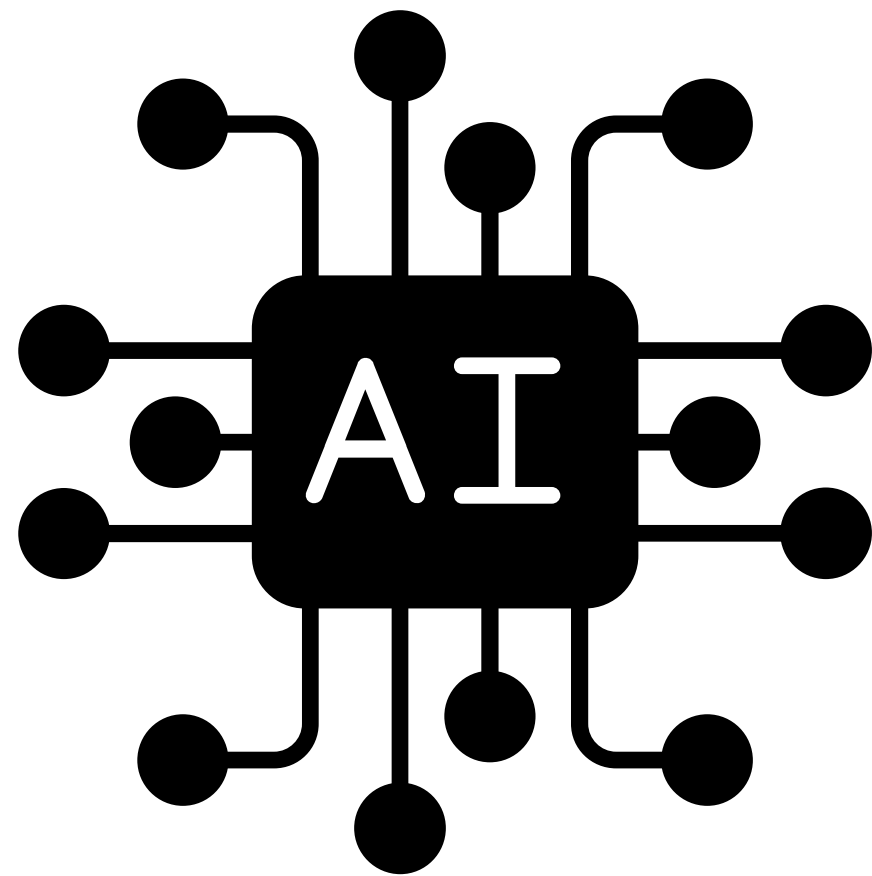
ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ



- Το πρώτο πραγματικό 'chatbot' ήταν το πρόγραμμα 'ELIZA', το οποίο δημιουργήθηκε το 1966 από τον Joseph Weizenbaum
- Το επόμενο σημαντικό βήμα στην εξέλιξη των chatbots ήταν ο 'PARRY', δημιουργημένος το 1972 από τον Kenneth Colby

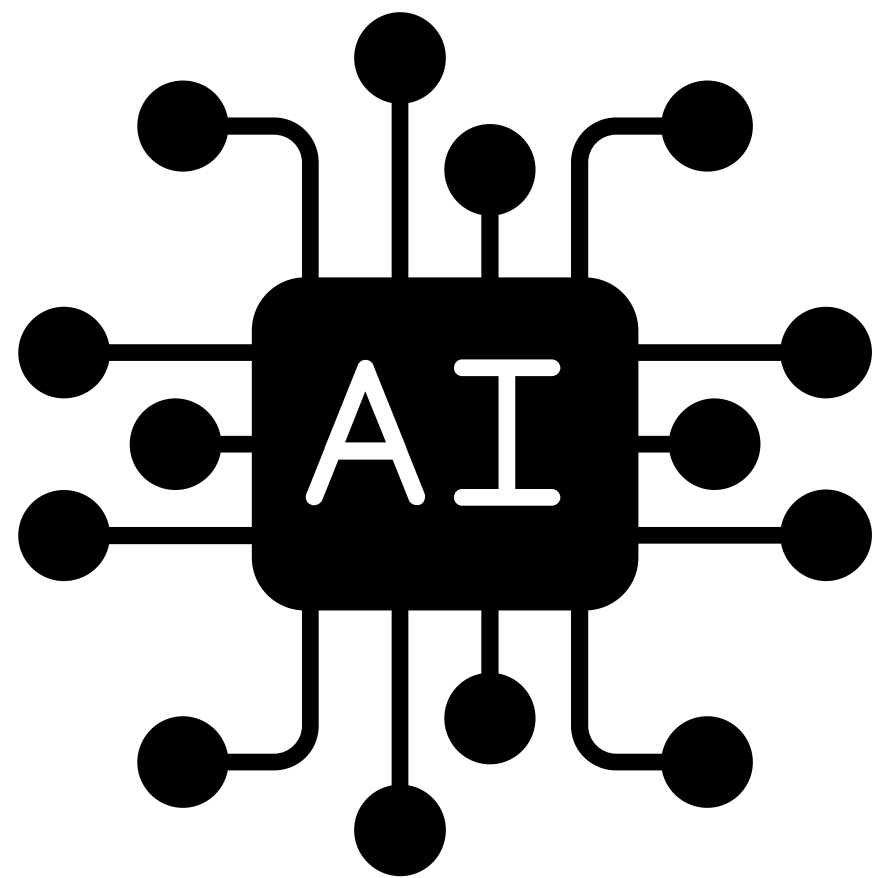


Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΑΙ ΣΤΑ CHATBOTS ΚΑΙ ΤΟ LIVE CHAT



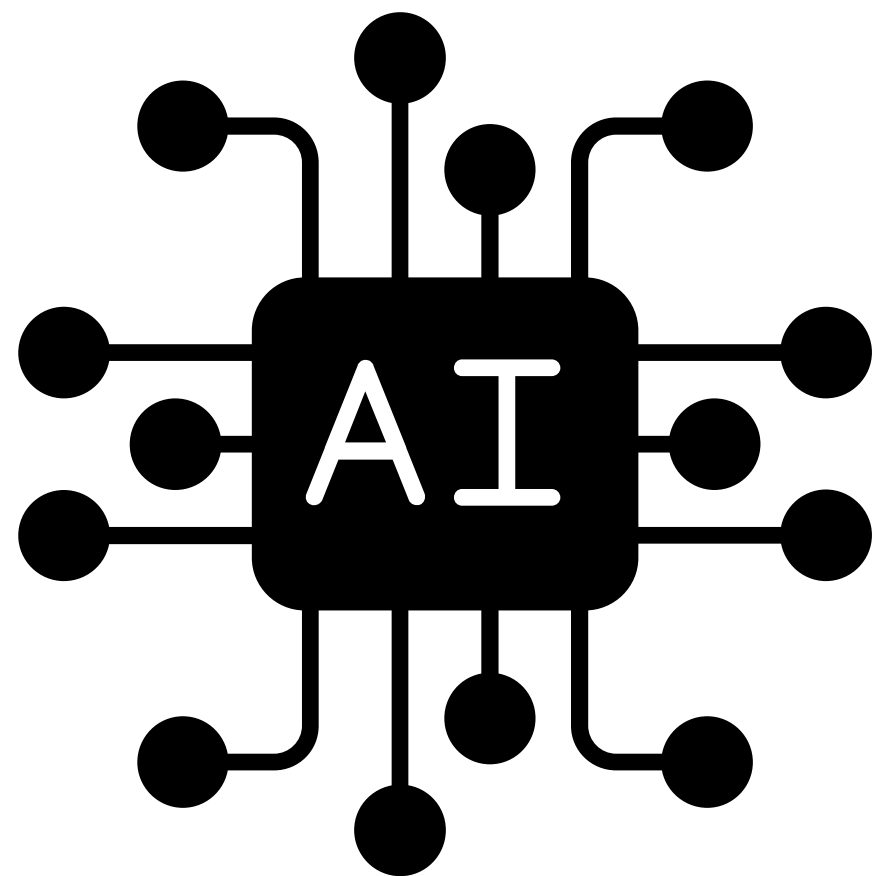
- Ανάπτυξη Πιο Έξυπνων Chatbots
- Ενίσχυση του Live Chat μέσω AI

Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΑΙ ΣΤΑ CHATBOTS ΚΑΙ ΤΟ LIVE CHAT



- Βασικοί Μηχανισμοί Λειτουργίας Επεξεργασία φυσικής γλώσσας (NLP) και η μηχανική μάθηση (ML)
- Διαδικασία Εκμάθησης και Βελτίωσης

Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΑΙ ΣΤΑ CHATBOTS ΚΑΙ ΤΟ LIVE CHAT



- Βασικοί Μηχανισμοί Λειτουργίας Επεξεργασία φυσικής γλώσσας (NLP) και η μηχανική μάθηση (ML)
- Διαδικασία Εκμάθησης και Βελτίωσης

ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



- Βελτιωμένη Εξυπηρέτηση Πελατών
- Άμεση Ανταπόκριση σε Ερωτήσεις
- Προσωποποιημένη Εξυπηρέτηση
- Συνεχής Διαθεσιμότητα



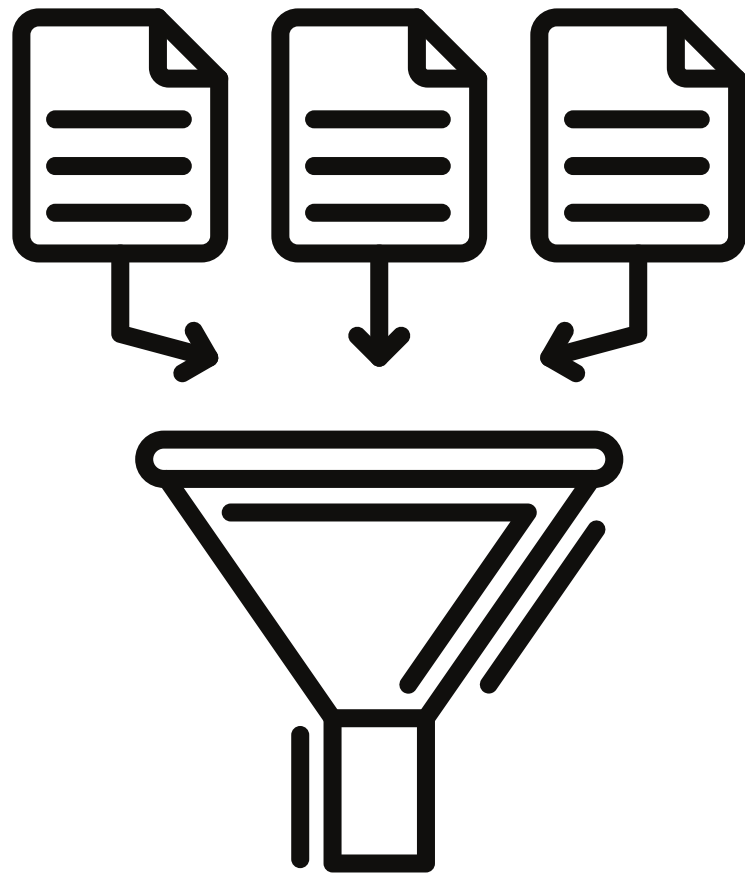
ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



- Αυξημένη Αποδοτικότητα και Μείωση Κόστους
- Μείωση του Χρόνου Απάντησης
- Μείωση των Απαιτήσεων Προσωπικού
- Ανάλυση Δεδομένων και Συνεχής Βελτίωση



ΣΥΛΛΟΓΗ ΠΟΛΥΤΙΜΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

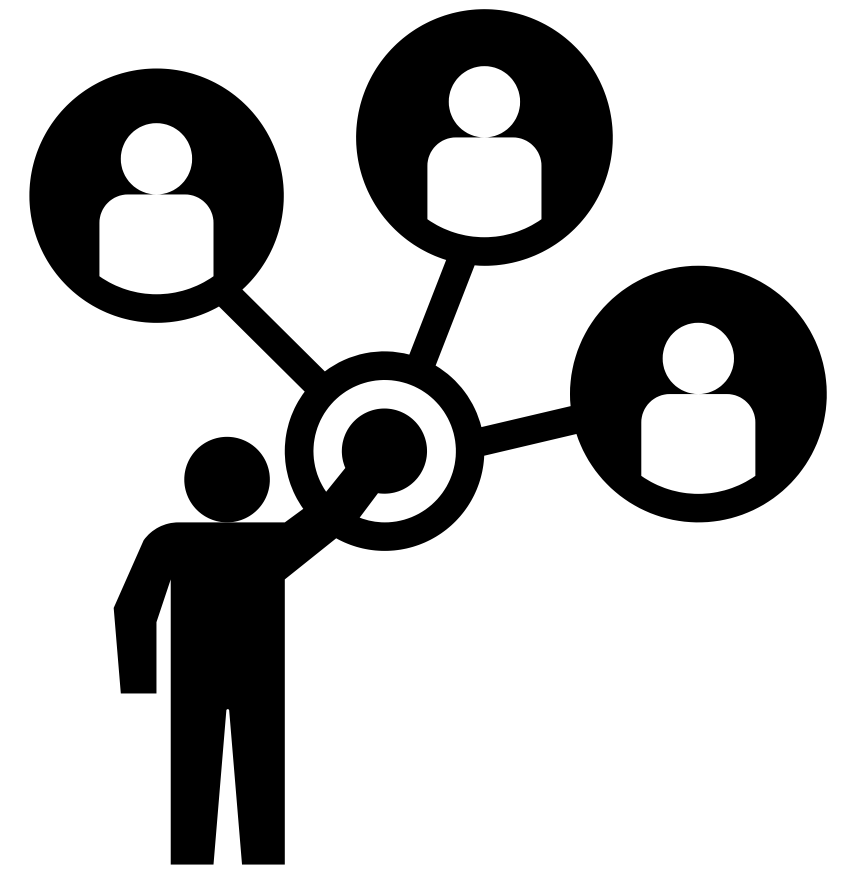


- Συλλογή Δεδομένων από Αλληλεπιδράσεις
- Ανάλυση και Προσαρμογή Στρατηγικών
- Ενίσχυση της Προσωπικής Εμπειρίας

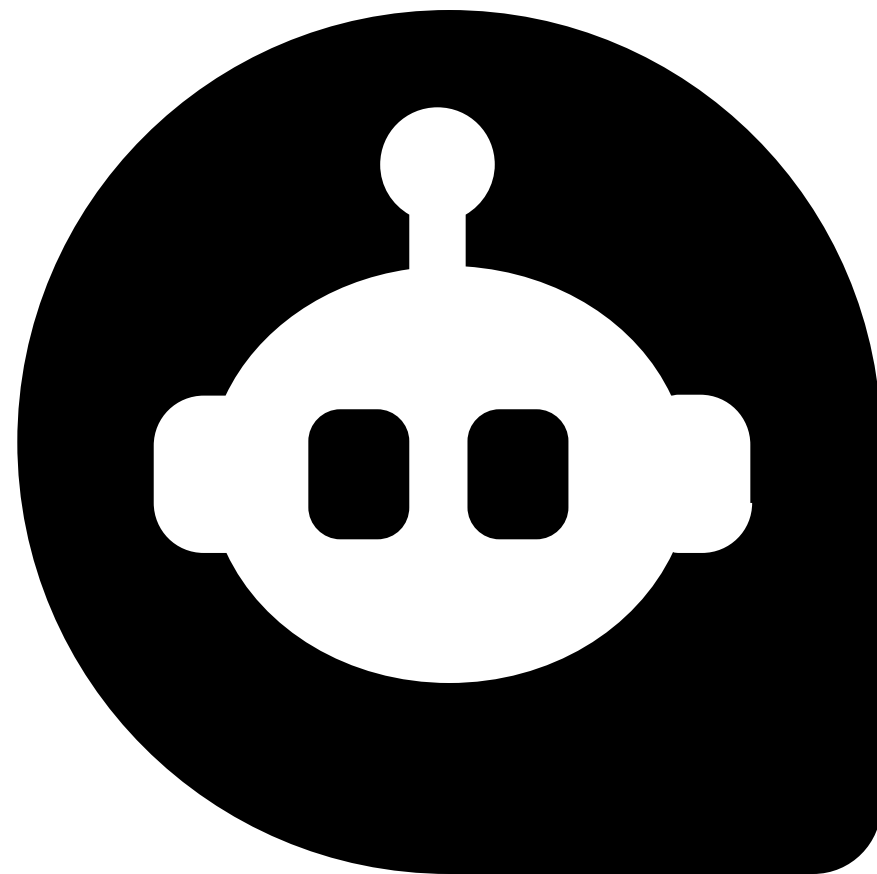
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ



- Κατανόηση των Αναγκών της Επιχείρησης
- Έρευνα Διαθέσιμων Επιλογών
- Αξιολόγηση Δοκιμαστικών Εκδόσεων και Κριτικών
- Διασφάλιση Συμμόρφωσης και Ασφάλειας



10 ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ CHATBOTS



- Dialogflow
- ManyChat
- Drift
- Intercom
- Zendesk Chat

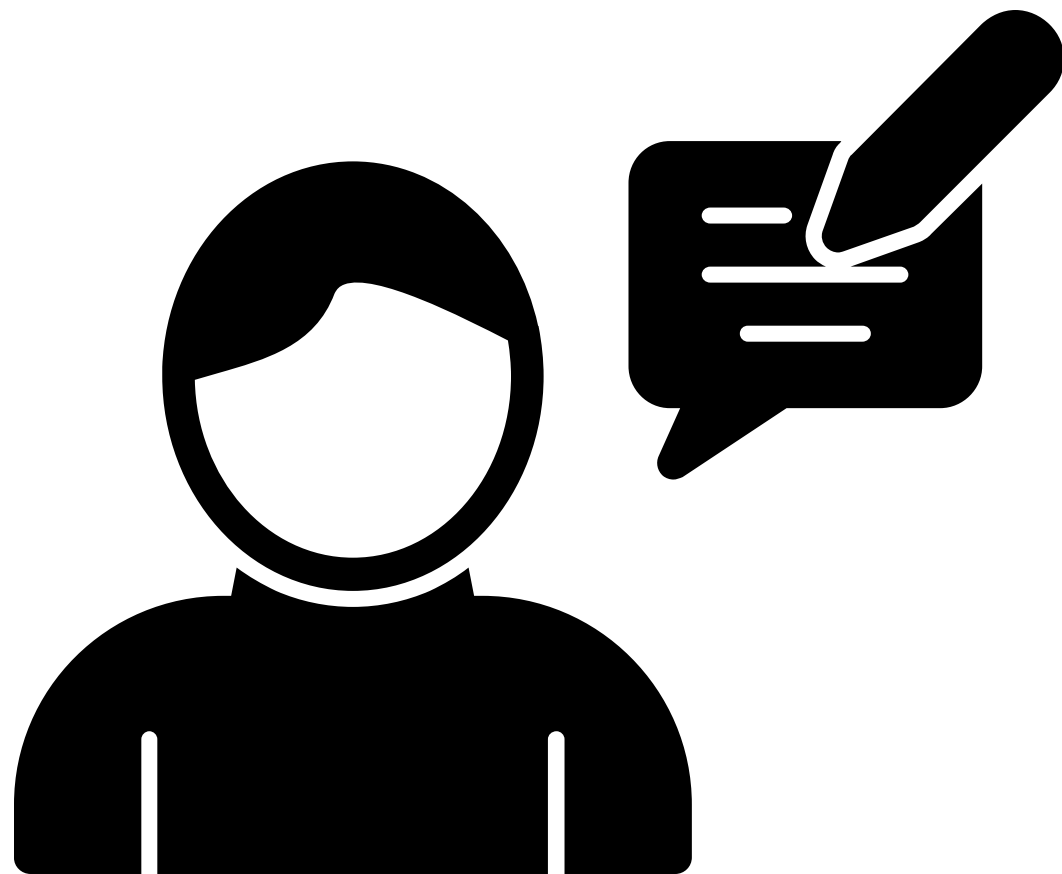
- IBM Watson Assistant
- Chatfuel
- Pandorabots
- Botsify
- MobileMonkey

10 ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ LIVE CHAT



- LiveChat
 - Zendesk Chat
 - Intercom
 - Tawk.to
 - Olark
- Pure Chat
 - Drift
 - Freshchat
 - ClickDesk
 - JivoChat

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΓΙΑ CHATBOTS ΚΑΙ LIVE CHAT



- Ανάλυση Αναγκών και Στόχων
- Δημιουργία Πλάνου Ενσωμάτωσης
- Εκπαίδευση και Υποστήριξη Ομάδας
- Συνεχής Αξιολόγηση και Βελτίωση

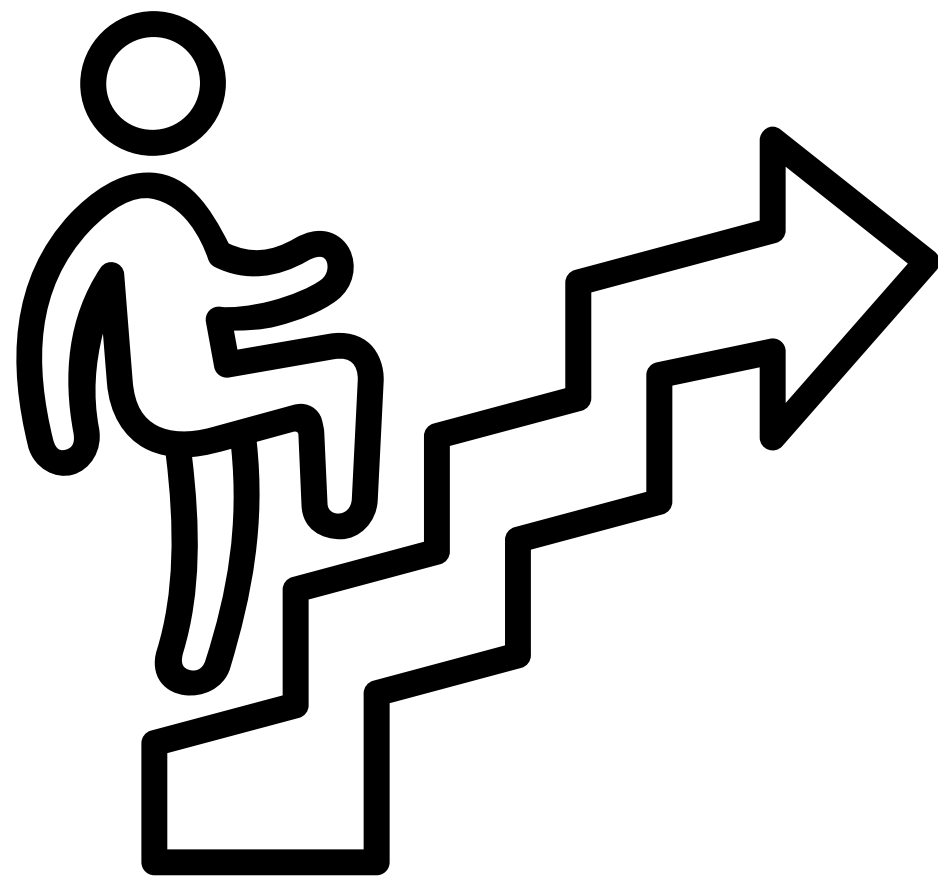
ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ CHATBOTS ΚΑΙ LIVE CHAT



- Σαφής και Φιλική Γλώσσα
- Προσωποποιημένη Εμπειρία
- Άμεση Μετάβαση σε Εκπρόσωπο
- Συνεχής Αξιολόγηση και Βελτίωση



ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ CHATBOTS ΚΑΙ LIVE CHAT



- Συλλογή και Ανάλυση Δεδομένων
- Αξιολόγηση Αντίκτυπου στην Εξυπηρέτηση Πελατών
- Ενσωμάτωση Ανατροφοδοτήσεων για Βελτίωση
- Προσαρμογή Στρατηγικής Βάσει Αποτελεσμάτων



- Έλλειψη Σαφούς Στρατηγικής
- Υπερβολική Εξάρτηση από Αυτοματοποιημένες Απαντήσεις
- Ανεπαρκής Εκπαίδευση Chatbots
- Μη Προσαρμοσμένες Προτάσεις
- Παραβλέποντας την Ανθρώπινη Αλληλεπίδραση





- Έλλειψη Συνέπειας στις Απαντήσεις
- Αγνόηση Νομικών και Ηθικών Πτυχών
- Ανεπαρκής Προσαρμογή στην Τοπική Γλώσσα και Πολιτισμό
- Περιορισμένη Προσβασιμότητα
- Ανεπαρκής Ανταπόκριση σε Σύνθετα Ζητήματα

- Μη Επαρκής Ενημέρωση Περιεχομένου
- Υπερφόρτωση Πληροφοριών
- Έλλειψη Προσαρμογής σε Αλλαγές
- Ανεπαρκής Αναφορά Σφαλμάτων
- Αποτυχία στην Ολοκληρωμένη Ενσωμάτωση



SMS MARKETING



- Εκμεταλλευτείτε την άμεση επικοινωνία μέσω SMS για μάρκετινγκ.
- Στρατηγικές και πρακτικές για αποδοτικό SMS marketing.
- Νομικό πλαίσιο και καλές πρακτικές για την επικοινωνία μέσω SMS.



ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΟΥ SMS

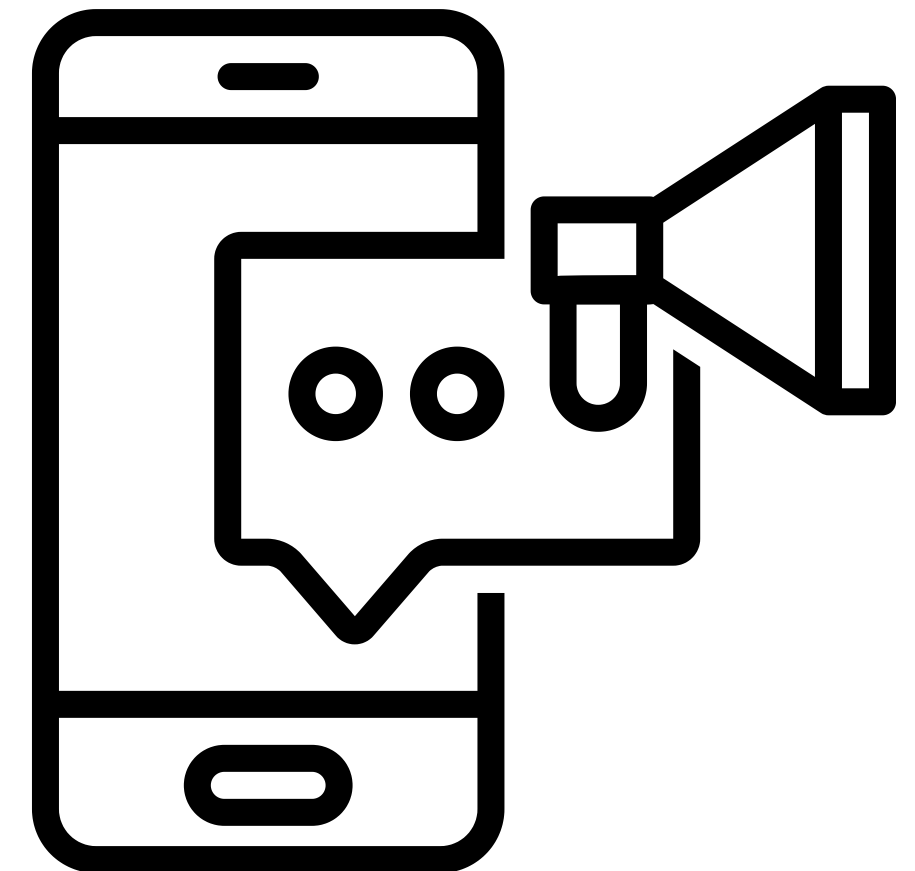


- Το πρώτο SMS (Short Message Service) εστάλη το 1992, ανοίγοντας έναν καινούριο δρόμο στην επικοινωνία.
- Στα πρώιμα χρόνια του, το SMS δεν ήταν δημοφιλές.
- Στα μέσα της δεκαετίας του '90, οι επιχειρήσεις άρχισαν να αναγνωρίζουν το SMS ως εργαλείο επικοινωνίας.

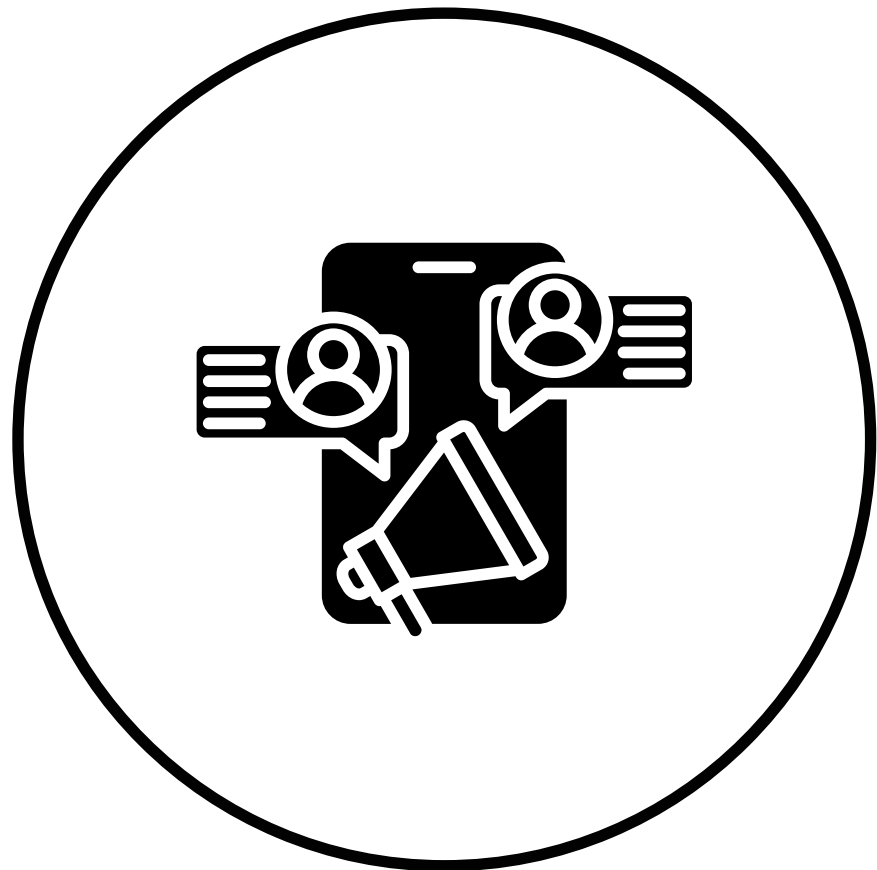
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ SMS MARKETING



- SMS marketing έκανε την εμφάνισή του όταν οι επιχειρήσεις αναγνώρισαν το πλεονέκτημα της άμεσης και προσωπικής φύσης των μηνυμάτων.
- Η αύξηση του αριθμού των κινητών χρηστών δημιούργησαν ένα τεράστιο ακροατήριο για τις επιχειρήσεις.
- Από απλά κείμενα μηνύματα, μετατράπηκε σε πιο πολύπλοκες καμπάνιες.



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

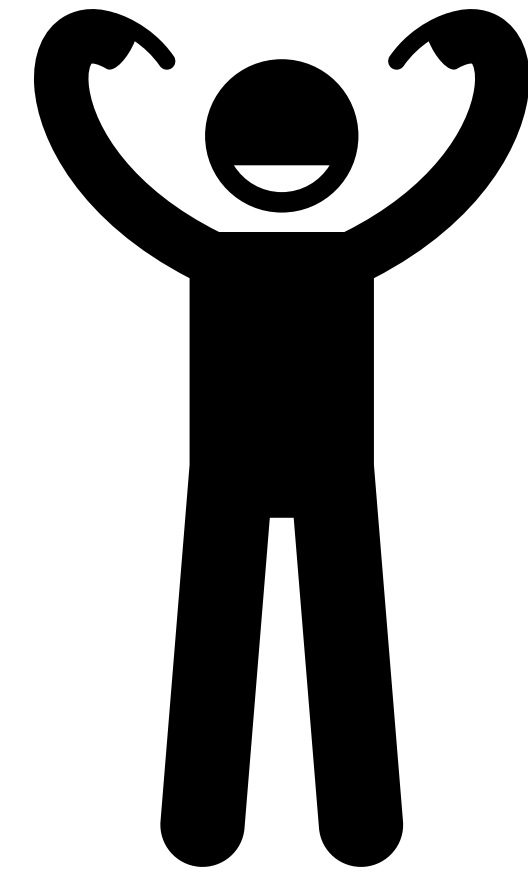


- Με την άνοδο των smartphones, το SMS έχει εξελιχθεί σε μια πιο διαδραστική εμπειρία.
- Η σύγχρονη τάση σεστιάζει στη διαδραστικότητα και την προσωποποίηση.
- Μια άλλη σημαντική εξέλιξη είναι ο συνδυασμός του SMS Marketing με άλλα ψηφιακά κανάλια

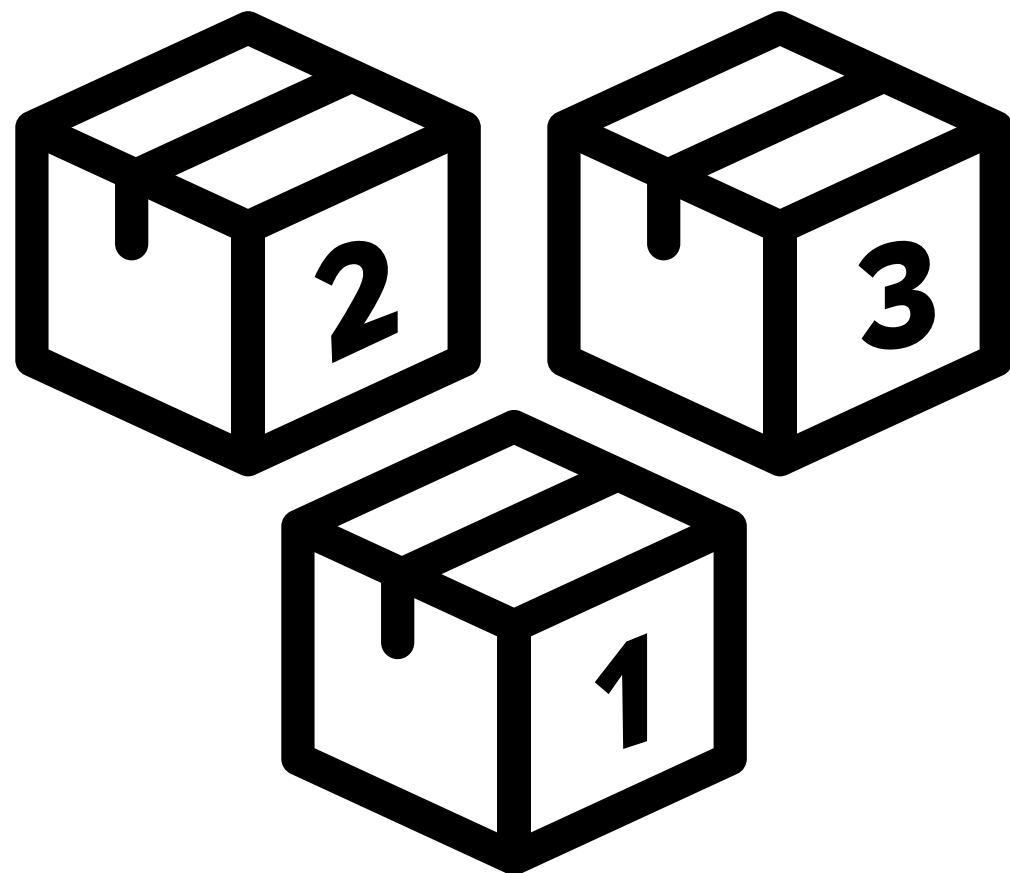
ΑΜΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



- Το SMS είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας που προσφέρει σχεδόν ακαριαία ανταπόκριση
- Εκτός από την ταχύτητα, το SMS προσφέρει μια μοναδική προσωπική επικοινωνία.
- Το SMS μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προώθηση άμεσων αλληλεπιδράσεων.



ΣΥΝΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΑΦΗΝΕΙΑ

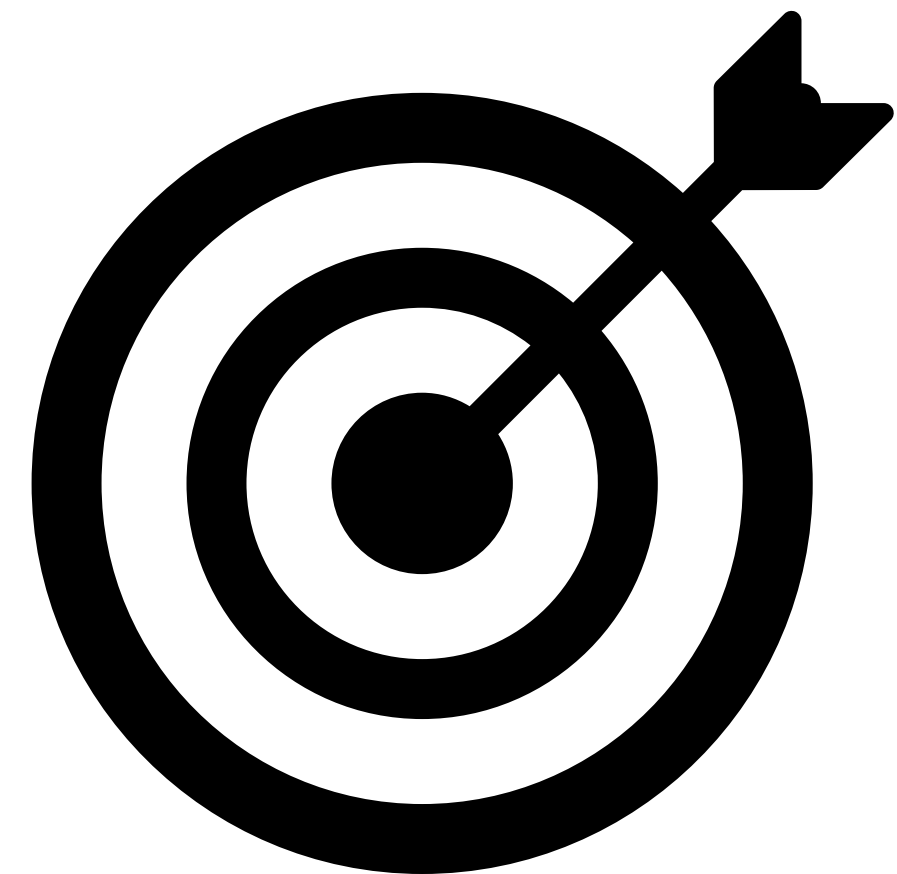


- Ένα βασικό χαρακτηριστικό του SMS είναι ο περιορισμένος αριθμός χαρακτήρων.
- Τα SMS διαβάζονται συνήθως γρήγορα, τα μηνύματα πρέπει να είναι εύκολα κατανοητά.
- Αποφύγετε την υπερφόρτωση του μηνύματος με περίπλοκες προσφορές

ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΣΗ



- Η στόχευση στο SMS Marketing σημαίνει να αποστέλλετε μηνύματα σε άτομα που πιθανότατα θα ενδιαφερθούν για αυτό που προσφέρετε.
- Προσαρμογή των μηνυμάτων SMS στις ατομικές ανάγκες και προτιμήσεις του κάθε παραλή.
- Η συλλογή και ανάλυση δεδομένων παίζει κρίσιμο ρόλο στην στόχευση και προσωποποίηση.



ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ



- Αποστολή SMS μόνο σε όσους έχουν δώσει τη συγκατάθεσή.
- Οι κανονισμοί απαιτούν σαφή συγκατάθεση από τους παραλήπτες και παρέχουν κατευθυντήριες γραμμές για τη διαχείριση προσωπικών δεδομένων.
- Εξασφαλίστε τη διαφάνεια, παρέχετε εύκολους τρόπους για τους παραλήπτες να απεγγραφούν

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ



- Αναγνώριση του στοχευμένου κοινού.
- Κατανόηση προτιμήσεων και τις αναγκών.
- Προσαρμογή των μηνυμάτων σας βάσει των αναγκών.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ



- Κάθε μήνυμα SMS πρέπει να είναι σαφές
- Το μήνυμά σας πρέπει να προκαλεί ενδιαφέρον
- Η προσαρμογή των μηνυμάτων στο προφίλ και τις προτιμήσεις των παραληπτών μπορεί να αυξήσει τη σχετικότητα και την αποτελεσματικότητα.



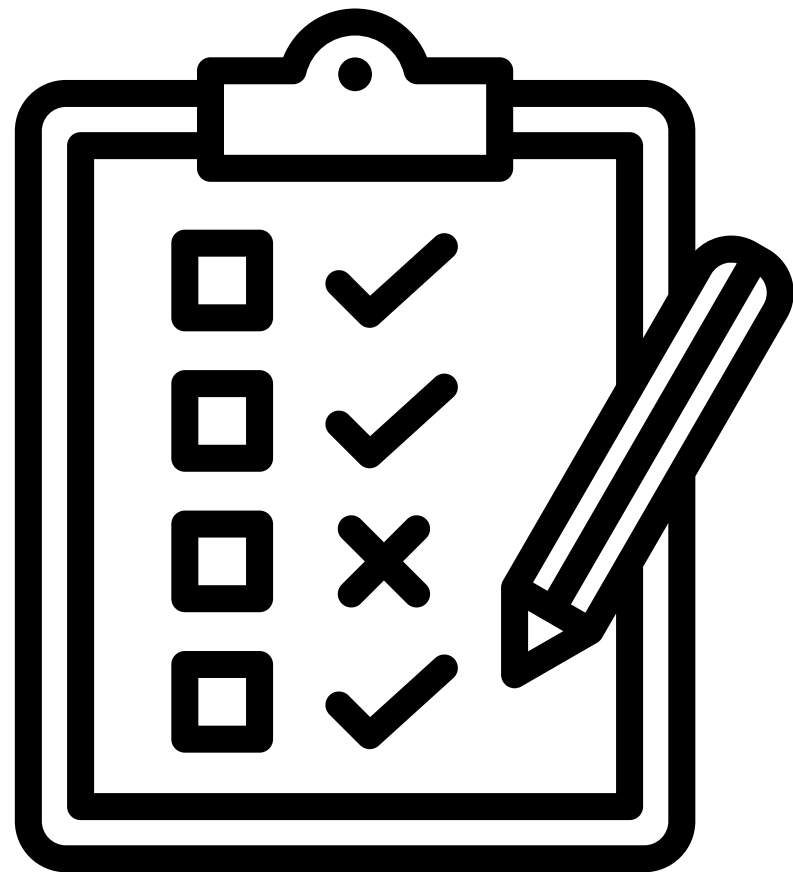
ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ



- Συνέπεια σημαίνει να διατηρείτε σταθερή 'φωνή' .
- Πολύ συχνά μηνύματα μπορεί να είναι ενοχλητικά.
- Μην διστάζετε να προσαρμόσετε τη συχνότητα των μηνυμάτων σας βάσει της αντίδρασης του κοινού.



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ & ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ

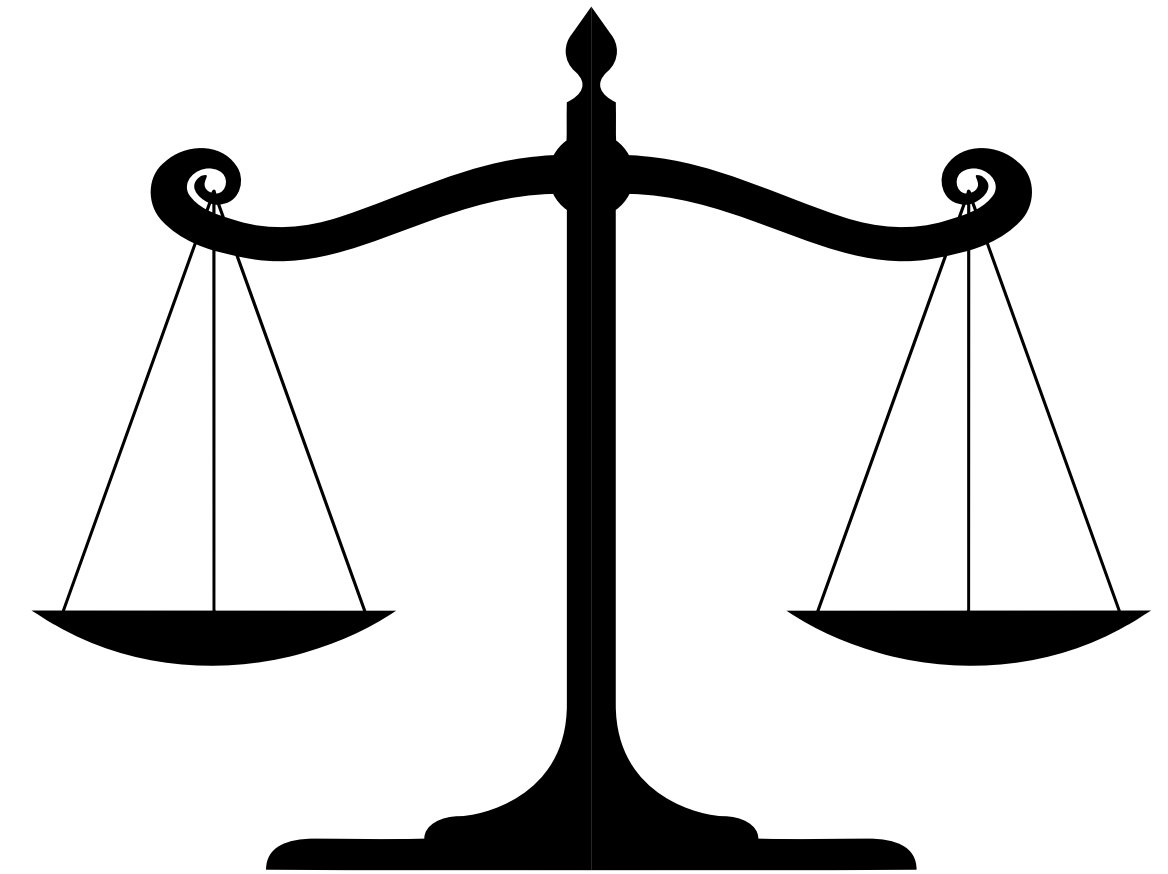


- Μέτρηση σημαντικών μετρήσεων όπως τα ποσοστά ανοίγματος, αποκρίσεων και μετατροπών.
- Πώς ανταποκρίνονται οι διάφορες ομάδες πελατών στα μηνύματά σας;

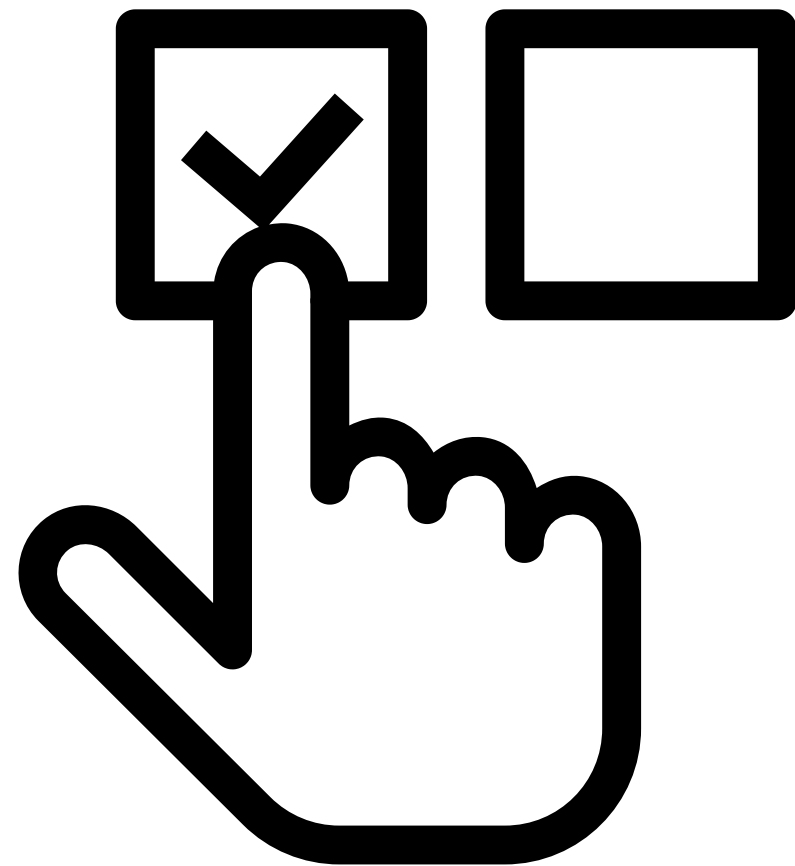
ΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ



- Γνωρίστε τους Τοπικούς και Διεθνείς Κανονισμούς.
- Συγκατάθεση και Δικαιώματα των Παραληπτών.
- Διαχείριση Δεδομένων και Ιδιωτικότητα.



ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗ & ΑΠΕΓΓΡΑΦΗ



- Η συγκατάθεση είναι η νομική βάση για την αποστολή εμπορικών μηνυμάτων SMS.
- Συγκατάθεση είναι η διαδικασία απεγγραφής.
- Η συλλογή και χρήση προσωπικών δεδομένων πρέπει να γίνεται με πλήρη σεβασμό προς την ιδιωτικότητα των πελατών.

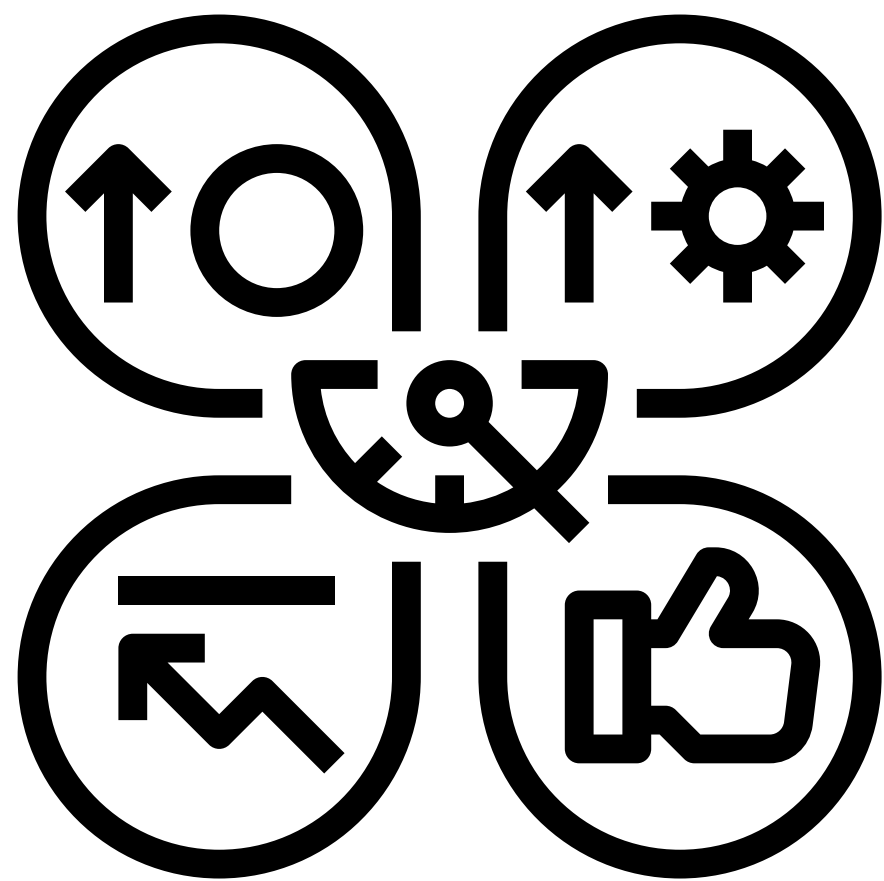
ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΕΙΑ



- Η διαφάνεια σημαίνει να είστε ειλικρινείς με τους πελάτες σας.
- Η ειλικρίνεια αφορά την παρουσίαση των προσφορών σας με τρόπο που είναι ακριβής.
- Ο σεβασμός στην ιδιωτικότητα των πελατών είναι ένας ακόμη πυλώνας της διαφάνειας και της ειλικρίνειας.



ΒΑΣΙΚΕΣ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

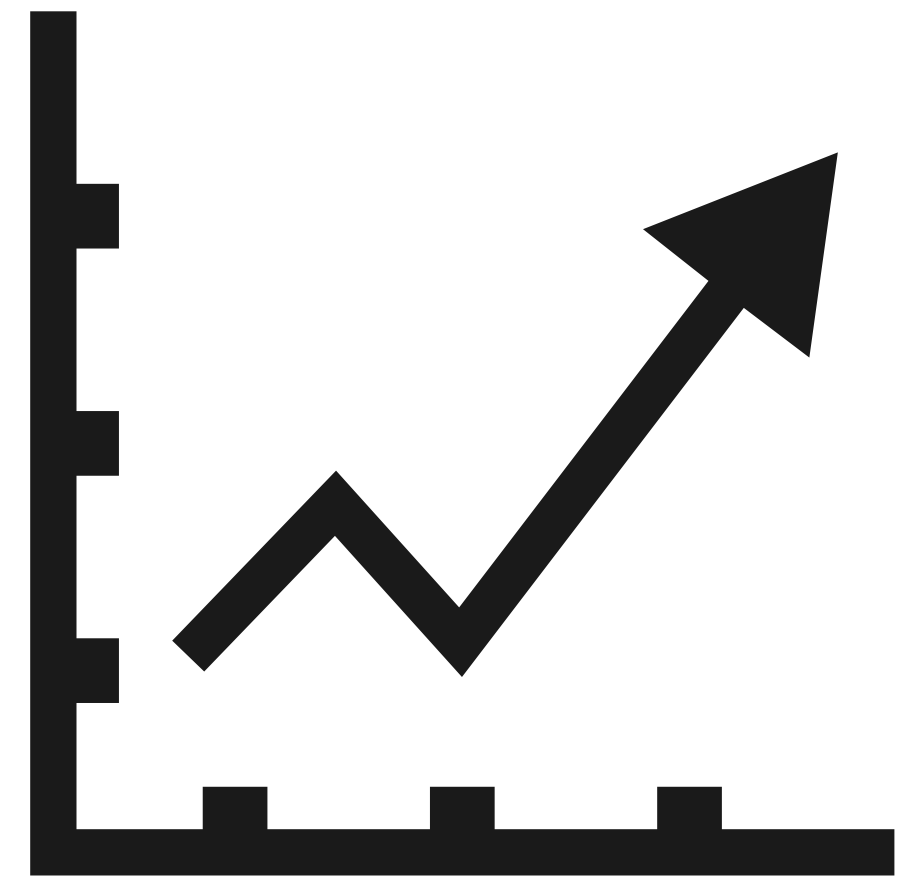


- Ποσοστά Ανοίγματος
- Ποσοστά Αποκρίσεων
- Ποσοστά Μετατροπής

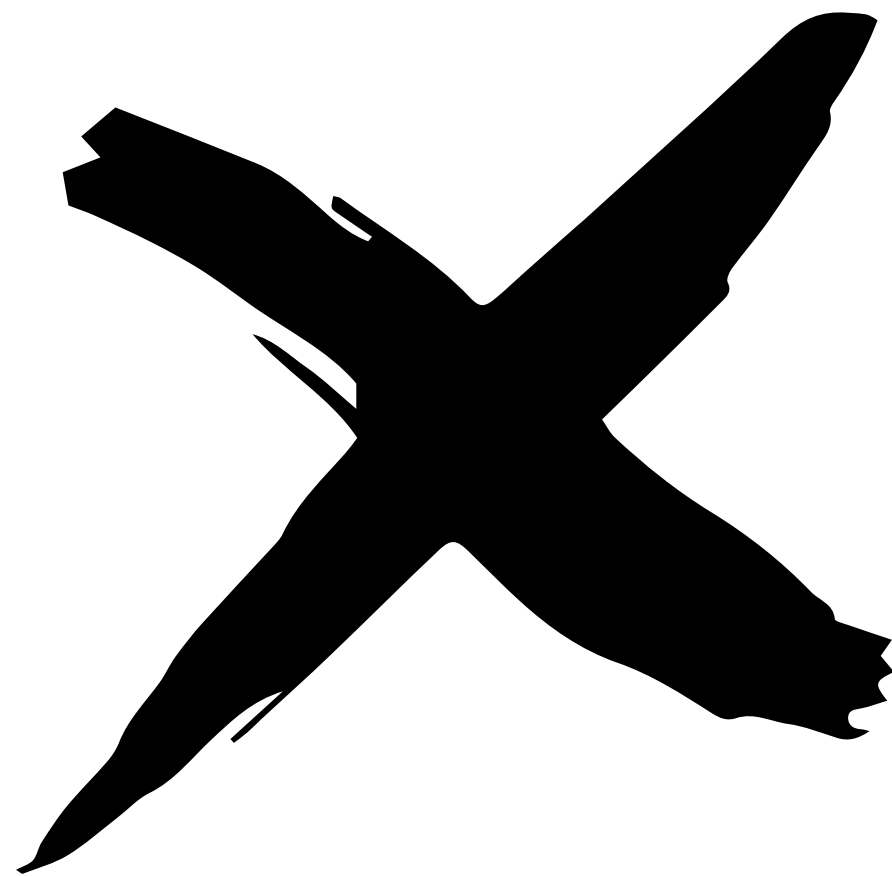
ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ



- Ανάλυση Δεδομένων και Ερμηνεία Αποτελεσμάτων
- Δοκιμή και Βελτίωση Στρατηγικών
- Προσαρμογή Βάσει Ανατροφοδοτήσεων



ΛΑΘΗ

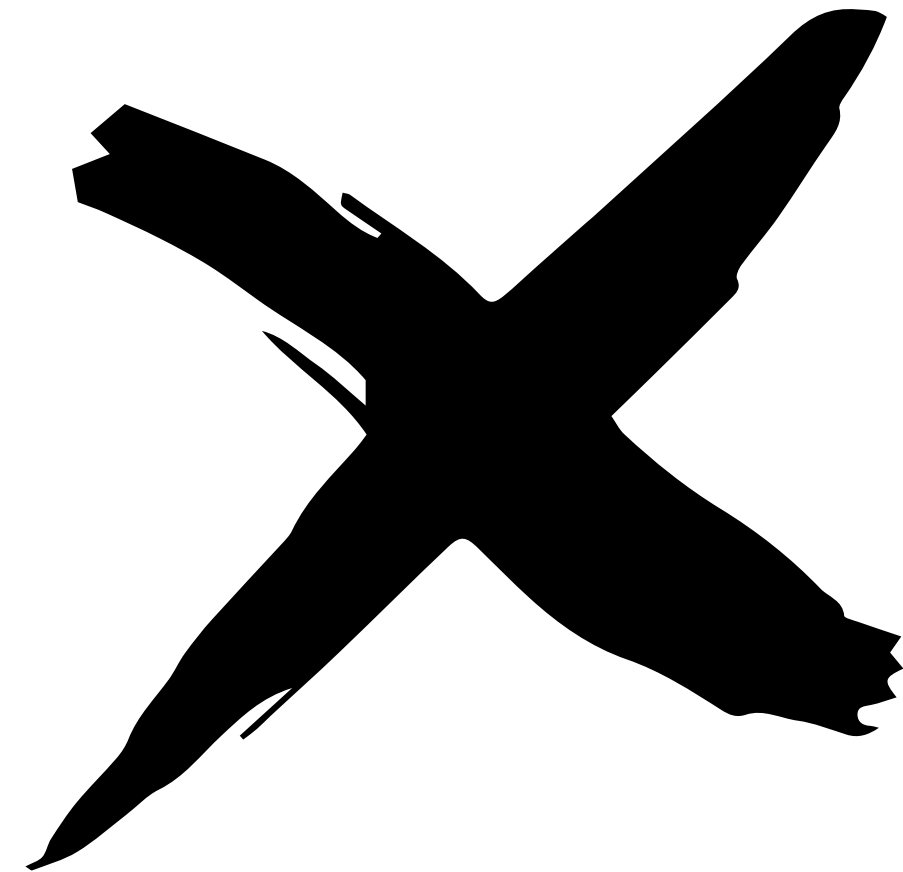


- Αποστολή Μηνυμάτων Χωρίς Συγκατάθεση
- Παράλειψη Επιλογής Απεγγραφής
- Υπερβολική Συχνότητα Αποστολών

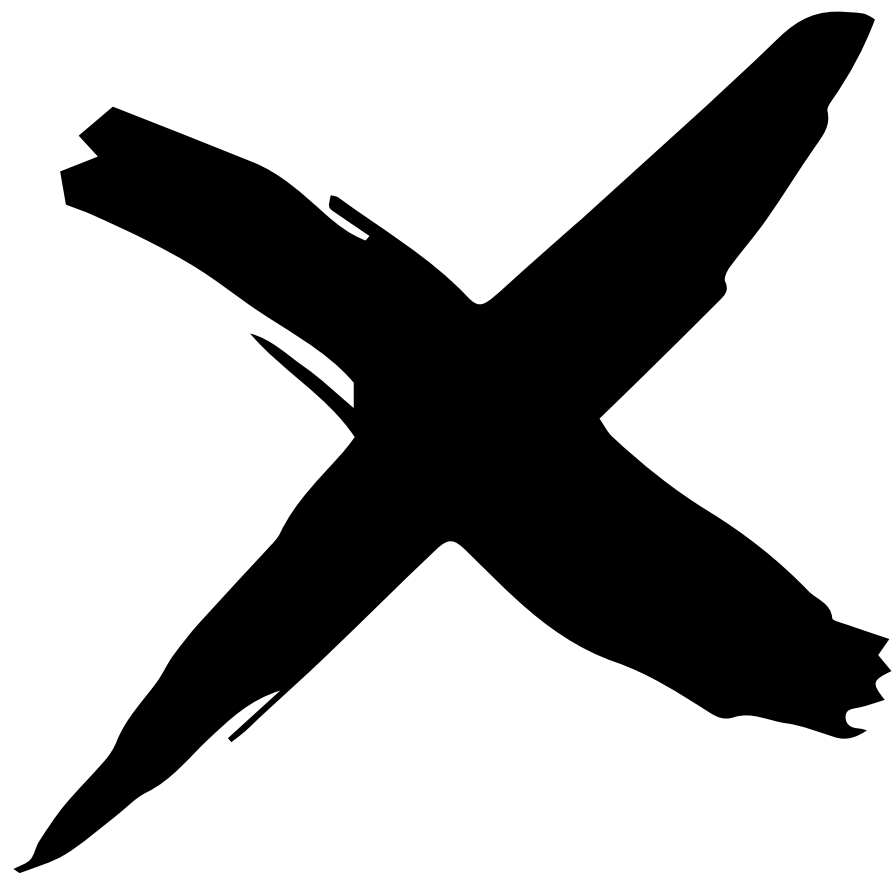
ΛΑΘΗ



- Παραπλανητικό Περιεχόμενο
- Έλλειψη Προσαρμογής
- Έλλειψη Ενσωμάτωσης με Άλλα Κανάλια
- Παράβλεψη Τεστ
- Μη Συμμόρφωση με Νομοθεσία

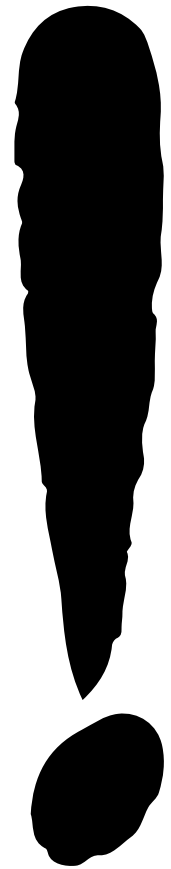


ΛΑΘΗ



- Χρήση Υπερβολικά Πολλών Ειδικών Χαρακτήρων ή Emojis
- Παράβλεψη Της Συγκατάθεσης του Παραλήπτη
- Αποτυχία Αξιολόγησης Και Βελτίωσης

SMS MARKETING ΑΠΟ ΤΟ ΚΙΝΗΤΟ ΣΑΣ



Για όσους παρακολουθήσατε το σεμινάριο θα σας σταλθεί την Τρίτη Email με εργαλείο που έχουμε δημιουργήσει ώστε να αξιοποιήσετε τα ΔΩΡΕΑΝ SMS που σας παρέχει η εταιρεία κινητής για σκοπούς SMS Marketing



ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

MYCONNECTION AGENCY



gtsitsos@myconnection.gr



2169 00 7961