

«MANAGING DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGNS FOR SMALL ENTERPRISES»

(100% ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΑΠΟ ΑΝΑΔ)

Ημερομηνίες Διεξαγωγής : **21 & 22/04/2021**

Πόλη και Χώρος Διεξαγωγής: **ONLINE μέσω υπηρεσίας τηλεδιάσκεψης**

*Το ιδρυματικό μέρος του προγράμματος έχει διάρκεια 14 ώρες και θα διεξαχθεί σε δύο διαδικτυακές συναντήσεις.

Οι δαπάνες για διαδικτυακή διαφήμιση αυξάνονται με ταχύτατους ρυθμούς παγκόσμια τα τελευταία χρόνια. Οι μικρές επιχειρήσεις στην Κύπρο παρουσιάζουν αυξανόμενη ζήτηση για διαφημιστικές υπηρεσίες στο διαδίκτυο. Οι κλάδοι των λογιστών, δικηγόρων, μέσω μαζικής ενημέρωσης και γενικά των καταναλωτικών αγαθών ξοδεύουν κάθε χρόνο όλο και μεγαλύτερα ποσά για την διαδικτυακή προβολή των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Ωστόσο, οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλές προκλήσεις όσον αφορά την διαχείριση των διαφημιστικών διαδικτυακών δαπανών. Αυτές συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Καθορισμός και επιλογή κοινού: Οι μικρές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να ορίσουν το κοινό στο οποίο θα πρέπει να απευθυνθούν. Δεν γνωρίζουν τα πλεονεκτήματα που τους προσφέρουν εργαλεία όπως το Facebook Mirror Audiences ή το Facebook Audience Insights ή και άλλα όπως το Google Adwords κλπ.
- Μηνύματα: Τα περισσότερα μηνύματα είναι γενικά. Δεν είναι προσαρμοσμένα σε συγκεκριμένες κατηγορίες και το περιεχόμενο ή οι πληροφορίες που παρέχονται δεν είναι συναφείς με τις κατηγορίες στις οποίες απευθύνονται.
- Επιλογή Καναλιού Προώθησης: Συνήθως οι Κυπριακές επιχειρήσεις αγνοούν ότι το περιεχόμενο τους συχνά διανέμεται σε ακατάλληλους ιστότοπους.
- Προϋπολογισμός, Δαπάνη και Απόδοση Επένδυσης (ROI): Οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν ελέγχουν και δεν παρακολουθούν επαρκώς τον προϋπολογισμό και την απόδοση της επένδυσης.

Τόσο το Facebook όσο και το Google προσφέρουν ισχυρά εργαλεία για την αυτοδιαχείριση ψηφιακών διαφημιστικών εκστρατειών (campaigns). Κατά συνέπεια, οι περισσότερες μικρές επιχειρήσεις δεν πρέπει μόνο να γνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν αυτές τις πλατφόρμες, αλλά να μπορούν να τις χρησιμοποιούν για να ελέγχουν τους συνεργάτες τους (third party contractors) και να βελτιώνουν την αποδοτικότητα της διαφημιστικής τους εκστρατείας.

Όλα τα πιο πάνω θα αποτελέσουν το βασικό σκοπό αυτού του καινοτόμου προγράμματος, το οποίο περιλαμβάνει τα πιο εξελιγμένα εργαλεία που προσφέρονται για την αποτελεσματική διαχείριση ψηφιακών εκστρατειών. Τα εργαλεία αυτά θα επεξηγηθούν και θα αναλυθούν με απλό και πρακτικό τρόπο στους συμμετέχοντες Διευθυντές και Υπεύθυνους Μάρκετινγκ και Πωλήσεων Μικρών Επιχειρήσεων.



Με την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση να:

- περιγράφουν τις σύγχρονες τάσεις της ψηφιακής διαφήμισης (digital advertising)
- αναπτύσσουν στρατηγικό σχέδιο ψηφιακής εκστρατείας (Strategic Digital Campaign Plan) για την επιχείρηση / οργανισμό τους.
- καθορίζουν και να κατηγοριοποιούν το διαδικτυακό τους κοινό/πελάτες και να χρησιμοποιούν τα κατάλληλα διαδικτυακά εργαλεία για προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους.
- διατυπώνουν στοχευμένα και προσαρμοσμένα μηνύματα για συγκεκριμένες υπηρεσίες ή προϊόντα που μπορούν να προωθηθούν διαδικτυακά.
- αναπτύσσουν διαδικτυακές διαφημίσεις και πωλήσεις μέσω των κατάλληλων καναλιών προώθησης.
- κοστολογούν και να αξιολογούν σωστά την απόδοση της ψηφιακής διαφημιστικής τους εκστρατείας αξιοποιώντας τις δυνατότητες που τους προσφέρουν οι πλατφόρμες: Facebook Adverts, Google PPC, Google Branded Adverts
- αναπτύξουν ένα ψηφιακό σχέδιο δράσης (Digital Action Plan) που θα έχει στόχο την υιοθέτηση και διαχείριση της ψηφιακής διαφημιστικής εκστρατείας.

Περιγραφή Υποψηφίων:

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε **Ιδιοκτήτες, Διευθυντές και Υπεύθυνους τμημάτων Μάρκετινγκ, Πωλήσεων και Στρατηγικού Σχεδιασμού μικρών επιχειρήσεων (μέχρι 49 εργαζόμενους).**

Δομή του προγράμματος:

Το πρόγραμμα είναι πρακτικής φύσης και περιλαμβάνει τόσο Ιδρυματική (14 ώρες) όσον και Ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση. Ο εκπαιδευτής θα πραγματοποιήσει επίσκεψη 7 ωρών σε κάθε συμμετέχουσα επιχείρηση για εξειδικευμένη επί τόπου μελέτη και συζήτηση των εφαρμογών που θα πρέπει να λάβουν χώρα στη συγκεκριμένη επιχείρηση σε σχέση με το αντικείμενο του προγράμματος.

Εκπαιδευτής:

Το εν λόγω Επιμορφωτικό πρόγραμμα θα διδάξει ο ξένος εμπειρογνώμονας κ. **Philip Ammerman**.

Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα, όμως συζητήσεις και παρεμβάσεις μπορούν να γίνουν και στην Ελληνική γλώσσα.

Δικαίωμα Συμμετοχής: (€1785 + €339.15 Φ.Π.Α.)

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΑνΑΔ) ως πρόγραμμα ζωτικής σημασίας.

Το σεμινάριο επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑνΑΔ και ως εκ τούτου δεν υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις, εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. (€339.15). Να σημειωθεί ότι και το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

Πρόκειται πραγματικά για μια **ανεπανάληπτη και οικονομικά συμφέρουσα** ευκαιρία που προσφέρεται για αναβάθμιση των Κυπριακών Επιχειρήσεων αφού το πραγματικό κόστος συμμετοχής, αν δεν υπήρχε η επιχορήγηση της Αρχής, θα ήταν τουλάχιστον **€1785 το άτομο**. Προτρέπονται όλες οι επιχειρήσεις όπως εκμεταλλευθούν στο έπακρο την ευκαιρία για συμμετοχή στο εν λόγω πρόγραμμα.

Πιστοποιητικό Παρακολούθησης:

Το ΚΕΒΕ θα εφοδιάσει όλους τους συμμετέχοντες με Πιστοποιητικό Παρακολούθησης.

Δηλώσεις Συμμετοχής:

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν **ηλεκτρονικά** τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **ΕΔΩ** **το αργότερο μέχρι την Τετάρτη 14 Απριλίου 2021.**

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών, γι' αυτό οι αιτήσεις θα γίνονται δεκτές με σειρά προτεραιότητας.

Για περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε με την κα Γεωργία Βενιζέλου ή με τον κο Χρίστο Ταντελέ στα τηλ. 22889840/ 22889715.

Με εκτίμηση,

Χρίστος Ταντελές
Ανώτερος Λειτουργός ΚΕΒΕ

ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

1. Με Επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ

2. Κατάθεση στους πιο κάτω λογαριασμούς:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 0194-12-006537

IBAN NO.: CY 16 0020 0194 000 000 12 0065 3700

BIC: BCYPCY2N

3. Μέσω της Υπηρεσίας **JCC SMART** πατώντας στον σύνδεσμο: **<https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>**

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 121-01-013924-01

IBAN NO.: CY25005001210001210101392401

BIC: HEBACY2N

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΑ. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν με εργαζομένους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τα κριτήρια της ΑνΑΑ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



Αρχή Ανάπτυξης
Ανθρώπινου
Δυναμικού
Κύπρου

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

WEDNESDAY 21/04/2021

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 09:45 (1.00) **Strategic Advertising and the Advertising Life Cycle**

- Key trends in digital advertising
- The strategic advertising cycle: audience definition; messaging; delivery; results
- The strategic advertising cycle online
- Introducing the Strategic Digital Campaign Plan

09:45 – 11:00 (1.25) **Audience Definition**

- Understanding customer segmentation
- Using the Facebook Audience Network
- Using the Facebook and Google Mirror Networks
- Geographic, demographic, interest, language and other targeting factors
- Learning audience definition from competitors
- Workshop: Defining five key audience segments for each small enterprise
- Workshop: Assessing audience motivations and value

11:00 – 11:15 Coffee Break

11:15 – 12:45 (1.50) **Message Definition and Medium**

- Defining single messaging for each audience
- Defining a messaging campaign for each audience
- Choosing the online advertising medium: Facebook or Google (or alternatives); PPC or Display
- Reinforcing the message through non-sponsored means
- Reinforcing the message through offline and online activities: integrated messaging

12:45 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 14:45 (1.00) **Technical Copywriting across Message and Content**

- Focus on Pay-per-Click Advertising, Search Engine Marketing, and Organic Ranking
- Principles of search engine optimisation (SEO)
- Optimising website pages and content for search
- Using Google Analytics, Google Trends and Google Console for current trends
- Using Google Adwords Keyword Tool Finder to select keywords
- Quantitative and frequency analysis of keywords in text

14:45 – 15:45 (1.00) **Setting up a Google Adwords PPC Campaign**

- Introduction to Google Adwords for PPC
- Choosing keywords
- Setting the budget
- Understanding ranking vs. competing advertisers and general ranking influence
- Campaign placement and launch
- Monitoring campaign results: Traffic, Ranking and ROI

15:45 – 16:00 Coffee Break

16:00 – 17:15 (1.25) Conversion Seminar and Workshop

Ensuring online readiness for conversion: what happens when a visitor lands on an enterprise website or social media profile?

- a. The online sales funnel: linear versus iterative selling
- b. Calls to Action
- c. Content and value per segment
- d. Measuring conversions and results

Workshop: Successful examples of online selling and conversion will be displayed, including:

- Account creation / User registration
- Information downloads
- Social media like or follow
- Online inquiries or requests
- Online sales

Each enterprise will develop the conversion process for at least two audiences or at least two different types of conversion.

THURSDAY 22/04/2021

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 09:45 (1.00) Understanding Display Marketing

- Defining display marketing (or branded advertising)
- Google Display Network / Other Advertising Networks
- Technical Standards for Digital Display Advertisements
- Channel and Messaging Selection
- Creating Static or Rotating Digital Advertisements
- Keyword Selection
- Budgeting and ROI

09:45 – 10:15 (0.50) Workshop: Creating a Facebook Display Advert

- Facebook Advertising (including Instagram)
- Image selection
- Messaging
- Keywords, Demographics and Targetting
- Budgeting and ROI
- A/B Testing

The advert and campaign editing and setup can be continued during the Company Visit, so that companies will have the benefit of a completed, personalised video advert by the end of the programme (2-day training + visit).

10:15 – 11:00 (0.75) Workshop: Creating a Google Display Advert

- Google Adwords Advertising
- Image selection
- Messaging
- Keywords, Demographics and Targetting
- Budgeting and ROI
- A/B Testing

The advert and campaign editing and setup can be continued during the Company Visit, so that companies will have the benefit of a completed, personalised video advert by the end of the programme (2-day training + visit).

11:00 – 11:15 Coffee Break

11:15 – 11:45 (0.50) **Video Advertising**

- Youtube and Vimeo Advertising
- Image and clip selection
- Messaging via text and narrative messaging
- Music and jingle selection
- Keywords, Demographics and Targetting
- Budgeting and ROI
- A/B Testing

11:45 – 12:45 (1.00) Workshop: **Youtube Video Advertising**

Step-by-Step process for recording a message, editing, transforming into video and placement on Youtube. This process is particularly important for tourism, professional services and other business segments. It can be continued during the Company Visit, so that companies will have the benefit of a completed, personalised video advert by the end of the programme (2-day training + visit).

12:45 – 13:45 Lunch Break

13:45 – 15:45 (2.00) **Reinforcing and Differentiating the Message**

The digital advertising campaign needs to be reinforced and continued over time. This involves:

- a. Reinforcing the message using earned advertising: this can include Press Releases (sponsored or free); social media sharing and other methods.
- b. Continually reminding customers via relevance and innovation
- c. Direct promotion via Email Newsletters
- d. Advertising using Retargetting or Remarketing
- e. SEO techniques using snippets and html coding
- f. Offline methods: billboards, print or broadcast media interviews, print or broadcast media advertising, direct mailing and other methods

15:45 – 16:00 Coffee Break

16:00 – 17:00 (1.00) **The Digital Action Plan**

- Defining strategic objectives
- Defining audiences, objectives, value, and message
- Choosing digital media channels
- Budgeting, Traffic, CTA and ROI expectations

17:00 – 17:15 (0.25) **Conclusions and Closing**

Summarising the Digital Action Plan steps

Setting the stage for the company visit

Conclusions on key trends and statistics in online advertising, and relevance for Cyprus