

Дигитални комуникационни каналы за МСП по време на пандемия

АННА ХРИСТОВА

Защо: "Дигитални комуникационни канали за МСП"?



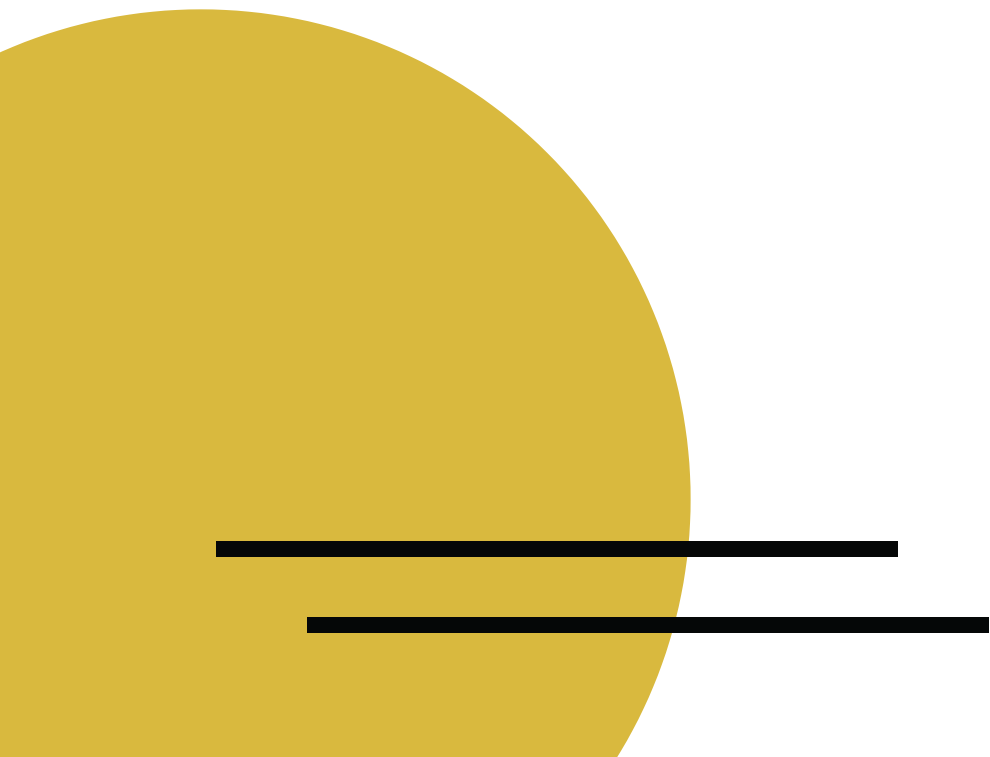
ИЗБОР НА ТЕМА СВЪРЗАНА С **I ГЛАВА** НА ДИСЕРТАЦИЯТА.



АКТУЛНОСТ - ТЕМАТА, ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА КОВИД.



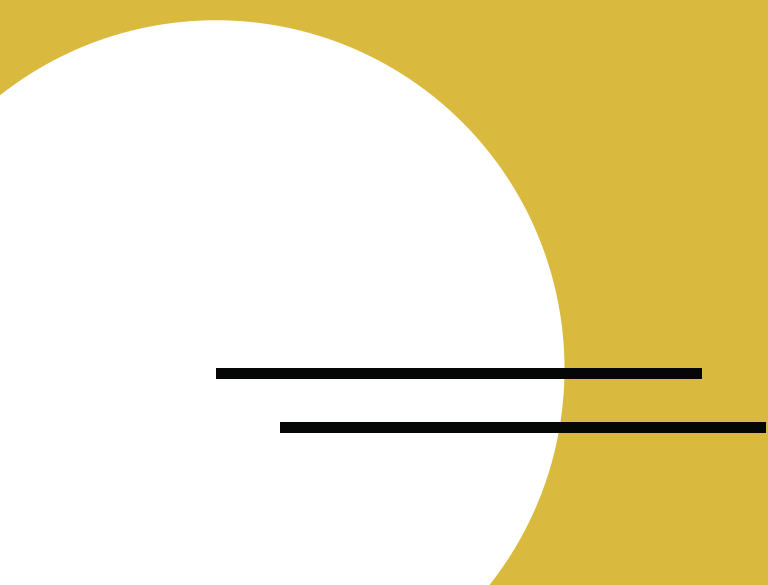
ЗНАЧИМОСТ - ЕФЕКТИВНА КОМУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯ НА ПАНДЕМИЯ.





”

Бързото развитие на пандемията промени начина, по който фирмите общуват със своите настоящи и бъдещи клиенти.





Цел на доклада



Изследване на основните метрики в дигиталните комуникационни канали;

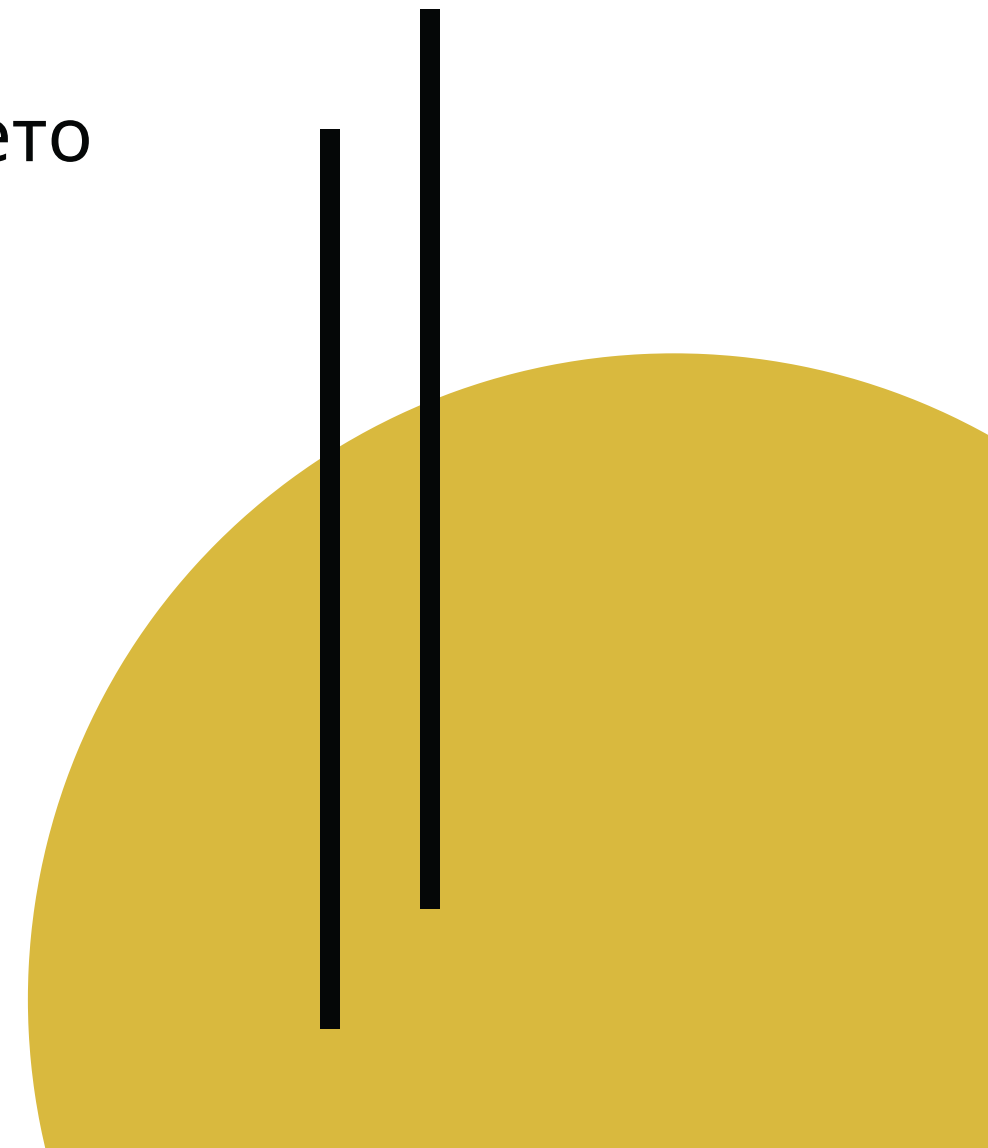


Извеждане на ключови показатели за измерване на ефективността в дигиталните комуникационни канали.

Съдържание

ОСНОВНИ ТОЧКИ В ПРЕЗЕНТАЦИЯТА

- Ефективни дигитални комуникационни канали за МСП в България.
- Използвани метрики в дигиталните комуникационни канали.
- Значение на интегрираните маркетингови комуникации за развитието на съвременните МСП.



Ковид и "Новото нормално"

КАКВА Е ПОСОКАТА НА БИЗНЕСА ДНЕС?

Дигиталните комуникации дават нова възможност за общуване вътре и извън компанията, в условията на социална изолация.



COMMUNICATION

РОЛЯТА НА МАРКЕТИНОВИТЕ КОМУНИКАЦИИ В СЪВРЕМЕННИТЕ ФИРМИ

Предизвикателствата днес

В условията на настоящата криза използването на някои от тези маркетингови средства е не само необходимост, но и средство за запазване на конкурентоспособността на компанията.

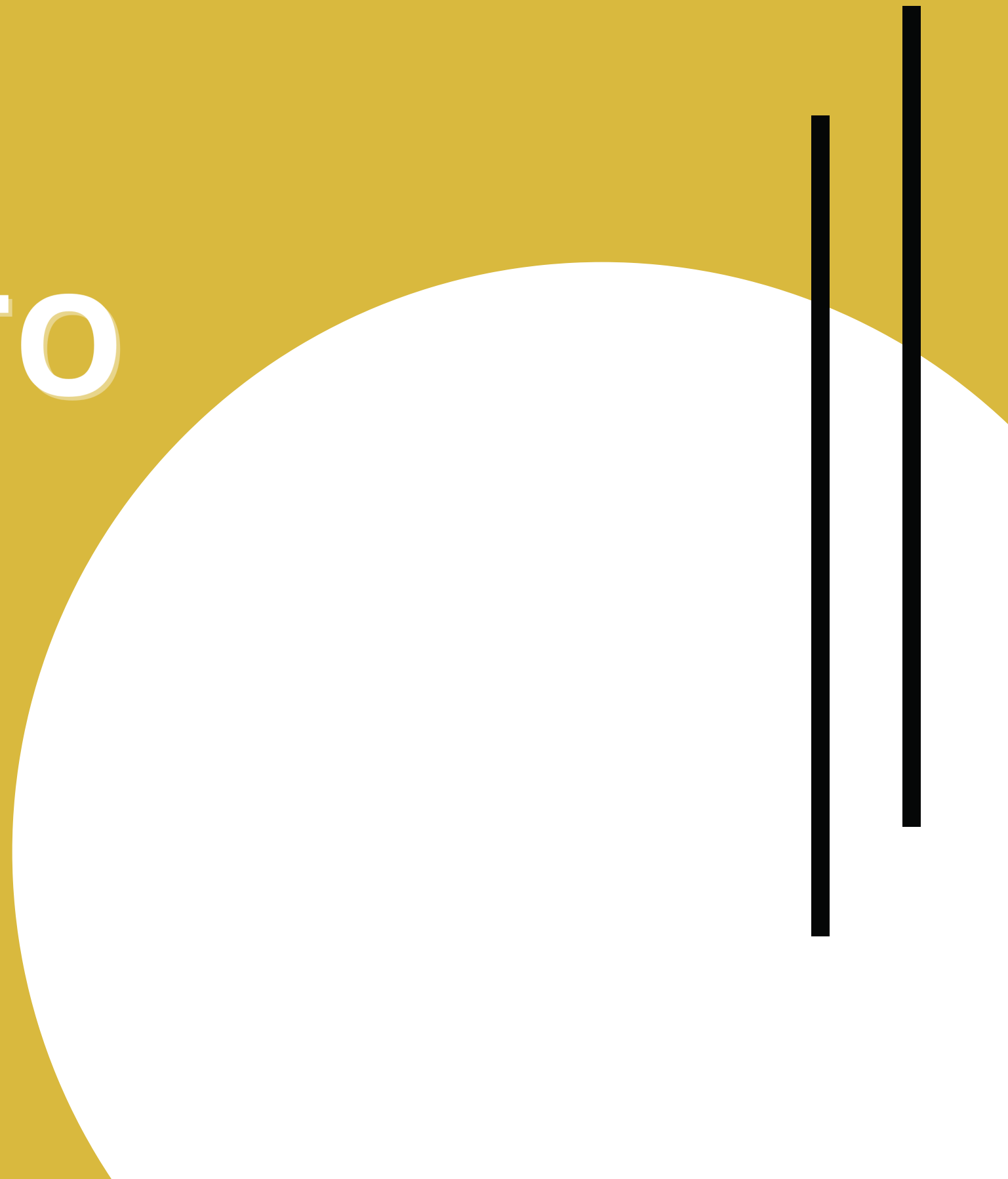


ИНТЕРНЕТ

Дигитални маркетингови
комуникации.

КОНВЕРСИЯТА КАТО КРАЙНА ЦЕЛ

ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ



Дигитални комуникационни канални



УЕБ САЙТ

Organic traffic и SEO



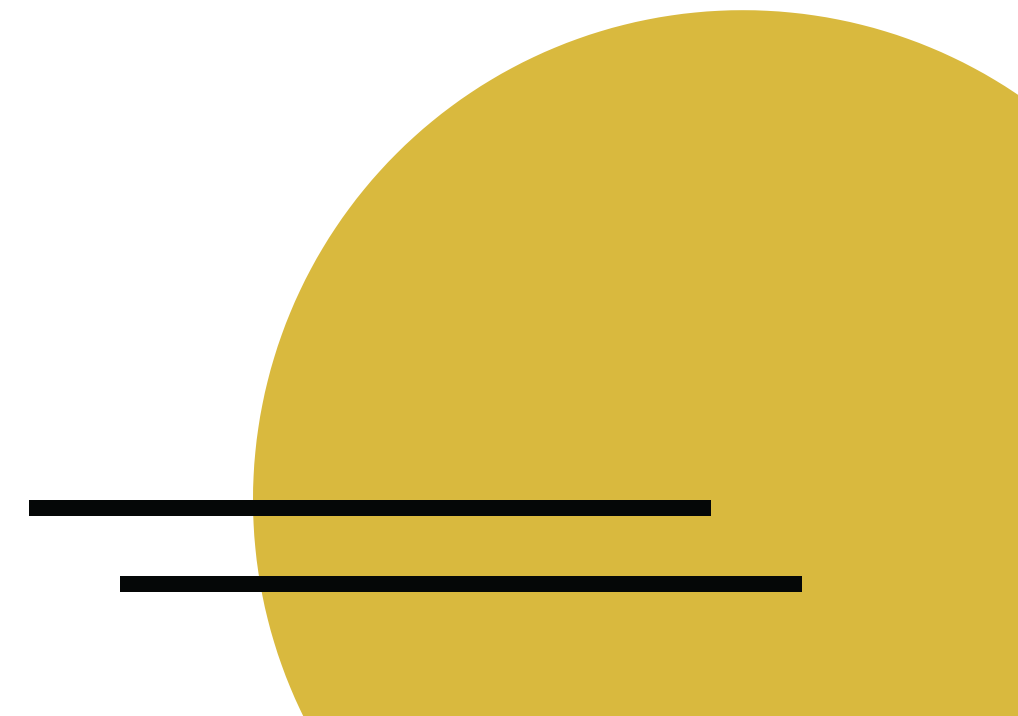
БЛОГ

SEO Strategy



СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

Awareness, Engagement,
Promotion, Conversion



ИЗПОЛЗВАНИ МЕТРИКИ

в дигиталните комуникационни канали

Време, прекарано на страницата ●

Брой разгледани страници ●

Степен на отпадане ●

Лоялност и дълбочина ●

Операционна система и браузър ●

Географски особености ●

Източници на трафик и ключови думи ●

Най-посещавано съдържание ●

Най-активни входящи изходящи страници ●

Име	Знак	Формула	Измерване
Популярност	П1	$\sum \text{харесани публикации} / \sum \text{публикации}$	Процентно отношение на постове, които са били харесани
	П2	$\sum \text{харесвания} / \sum \text{публикации}$	Публикации, които са били харесани
	П3	$(\text{П2} / \sum \text{почитатели}) * 1000$	Популярност сред почитателите
Коментиране	К1	$\sum \text{коментиране публикации} / \sum \text{публикации}$	Процента на публикациите с коментар
	К2	$\sum \text{коментари} / \sum \text{публикации}$	Среден брой коментари за публикация
	К3	$(\text{К2} / \sum \text{последователи}) * 1000$	Ангажираност на феновете
Вирусност	В1	$\sum \text{споделени публикации} / \sum \text{публикации}$	Процент на споделени публикации
	В2	$\sum \text{Споделения} / \sum \text{публикации}$	Среден брой споделяния на публикации
	В3	$(\text{В2} / \sum \text{Последователи}) * 1000$	Вирусност на съобщенията сред феновете

Таблица 1 Метрики за онлайн социална легитимност; Източник: (Bonson and Melinda, 2013)

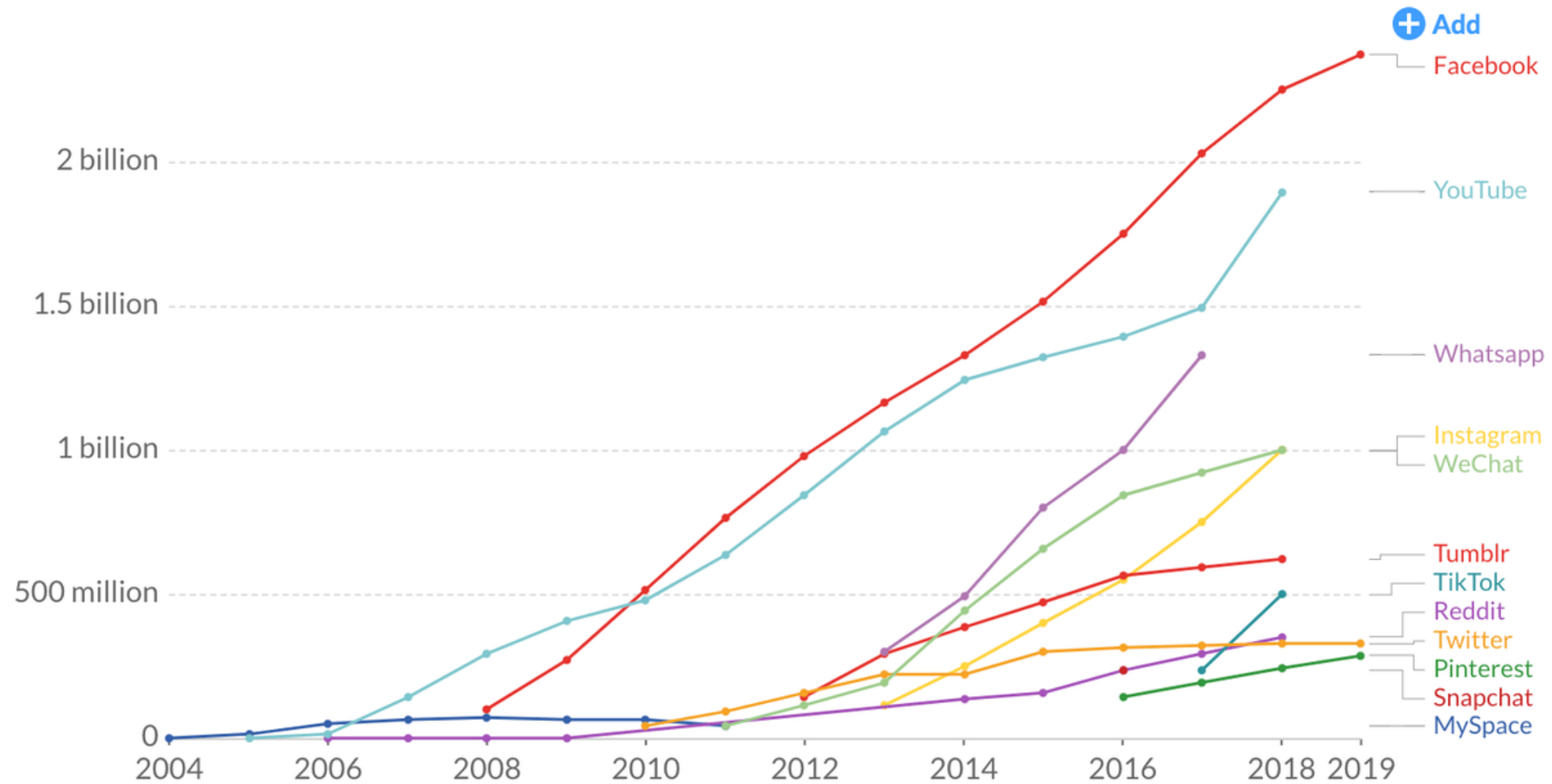
Измерване на социална легитимност на фейсбук страници

Съвременни тенденции

Number of people using social media platforms

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.

Our World
in Data



Source: Statista and TNW (2019)

CC BY

ИМК и бизнесте днес





Благодаря за вниманието!

АННА ХРИСТОВА

