

FACE

1^η Ιστοεξερεύνηση

Μάρτιος 2024

IDEC S.A.



FOSTERING AWARENESS
CULTURAL

ON YOUTH
ENTREPRENEURSHIP

Σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ μέσα από τον φακό του Spotify



ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Σχεδιασμός και διαχείριση, Εντοπισμός ευκαιριών, εμπειρική μάθηση



ΕΝΟΤΗΤΑ

Ψηφιακός μετασχηματισμός στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα



ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Μέχρι 60 λεπτά



ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΥΣΚΟΛΙΑΣ

Μέτριο

Εξερευνήστε τις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα μέσα από τις καινοτόμες προσεγγίσεις του Spotify. Κατασκευάστε το δικό σας σχέδιο αξιοποιώντας γνώσεις σχετικά με την ανάλυση δεδομένων, το μάρκετινγκ περιεχομένου και τη δέσμευση του κοινού.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Εισαγωγή



Η ενσωμάτωση και η εφαρμογή της ψηφιακής τεχνολογίας, των μεθόδων και των διαδικασιών για τη βελτίωση και την καινοτομία στους πολιτιστικούς και δημιουργικούς τομείς αναφέρεται ως «ψηφιακός μετασχηματισμός» στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα. Μπορούμε να ανακαλύψουμε μια πληθώρα νέων ευκαιριών για τις επιχειρήσεις μας αν πραγματικά καλωσορίσουμε την ψηφιοποίηση στον πολιτισμό, αν και θα πρέπει πάντα να έχουμε επίγνωση των προκλήσεων και των απειλών που μπορεί να προκύψουν. Η αξιοποίηση των νέων πλατφορμών και η δημιουργία μιας στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ φαίνονται επιτακτικές στις μέρες μας για να ευδοκιμήσει μια πολιτιστική επιχείρηση.

Μαθησιακοί στόχοι

Ολοκληρώνοντας αυτή την άσκηση, θα είστε σε θέση να:

Αξιολογείτε και αναλύσετε τις τακτικές ψηφιακού μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση.

Αξιολογείτε τον ρόλο που διαδραματίζουν η ανάλυση δεδομένων και η προσαρμογή στο ψηφιακό μάρκετινγκ.

Βελτιώνετε τα σχέδια μάρκετινγκ για πολιτιστικές επιχειρήσεις με τη χρήση της ανάλυσης δεδομένων και των εννοιών προσαρμογής.

Δημιουργείτε μια εμπειρισταωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ για μια πολιτιστική πρωτοβουλία.

Αντιλαμβάνεστε πώς η ψηφιοποίηση επηρεάζει την πολιτιστική επιχειρηματικότητα ευρύτερα.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Δραστηριότητα



Για να κατανοήσετε πλήρως και να μπορέσετε να δημιουργήσετε ένα στρατηγικό σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ, πρέπει να κατανοήσετε τι έχει κάνει μια επιτυχημένη και καθιερωμένη εταιρεία στο παρελθόν. **Τι πρέπει να κάνετε εσείς;** Να καταδυθείτε στον κόσμο του ψηφιακού μάρκετινγκ της Spotify. Στη συνέχεια, εφαρμόστε τις γνώσεις σας δημιουργώντας ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ για ένα υποθετικό πολιτιστικό εγχείρημα.

Διαδικασία

Στην ενότητα Πόροι μπορείτε να βρείτε κάθε πόρο που πρέπει να χρησιμοποιήσετε για να ολοκληρώσετε την άσκηση. Θα υπάρχουν λεπτομερείς οδηγίες σχετικά με όσα πρέπει να γνωρίζετε και πώς μπορείτε να τα χρησιμοποιήσετε.

Λαμβάνοντας υπόψη το έγγραφο “Spotify: Strategic Plan and Analysis” («Spotify: Στρατηγικό Σχέδιο και Ανάλυση») αναλύστε τις διαφορετικές προσεγγίσεις που έχει υιοθετήσει η εταιρεία για να τραβήξει την προσοχή των θεατών, να προωθήσει το πολιτιστικό υλικό και να παράγει πρωτότυπες εμπειρίες. Είναι σημαντικό να ελέγξετε επίσης την επίσημη σελίδα του Spotify και τα δελτία τύπου για ένα σημείο σας από την ίδια την εταιρεία.

Εξετάστε πώς το Spotify χρησιμοποιεί την ανάλυση δεδομένων, το μάρκετινγκ περιεχομένου και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις καμπάνιες της. Εξετάστε πώς το Spotify στοχεύει σε συγκεκριμένα τμήματα κοινού και βελτιώνει την εμπειρία των χρηστών μέσω της προσαρμογής και της ανάλυσης δεδομένων. Στην έρευνά σας, θα σας φανούν χρήσιμα τα άρθρα “Analysing Privacy Policies and Terms of Use to understand algorithmic recommendations: the case studies of Tinder and Spotify” («Αναλύοντας τις πολιτικές απορρήτου και τους όρους χρήσης για την κατανόηση των αλγοριθμικών συστάσεων: οι μελέτες περίπτωσης του Tinder και του Spotify») και “The Benefits of Personalization in Digital Marketing” («Τα οφέλη της εξατομίκευσης στο ψηφιακό



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

μάρκετινγκ»).

Αναγνωρίστε τις επιπτώσεις της συλλογής και χρήσης δεδομένων χρηστών στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα και τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να οδηγήσει σε πιο εξειδικευμένες διαφημιστικές προσπάθειες.

Αφού αναγνωρίσετε τις καινοτομίες του Spotify, ενσωματώστε ό,τι μάθατε και **γράψτε το δικό σας σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ**. Μπορείτε να ελέγξετε το πρότυπο και να εξετάσετε πώς μπορείτε να αξιοποιήσετε τα ψηφιακά εργαλεία για να ενισχύσετε την προβολή, να δεσμεύσετε το κοινό και να προωθήσετε το πολιτιστικό περιεχόμενο. Το άρθρο “What is a digital marketing plan?” («Τι είναι ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ;») έχει μερικά βασικά στοιχεία που πρέπει να λάβετε υπόψη σας κατά τη σύνταξη του σχεδίου σας. Συμβουλευτείτε το υπάρχον πρότυπο που περιλαμβάνεται στο άρθρο.

Συμπέρασμα

Ολοκληρώσατε με επιτυχία την αποστολή σας και φτιάξατε το δικό σας στρατηγικό σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ. Φροντίστε να χρησιμοποιήσετε ως οδηγό τις γνώσεις σας σχετικά με το ταξίδι του ψηφιακού μάρκετινγκ του Spotify, καθώς εξερευνάτε καινοτόμους τρόπους για να μεταμορφώσετε και να αναβαθμίσετε τις προσπάθειες της πολιτιστικής σας επιχειρηματικότητας στην ψηφιακή εποχή.



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Αυτοαξιολόγηση

- Ποιες είναι οι βασικές στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί το Spotify;
 - 1) Μόνο εκστρατείες περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες
 - 2) Η αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
 - 3) Η διαφήμιση επί πληρωμή στις μηχανές αναζήτησης
 - 4) Η στρατηγική μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Πώς μπορούν οι πολιτιστικοί επιχειρηματίες να εφαρμόσουν παρόμοιες στρατηγικές με το Spotify στα εγχειρήματά τους;
 - 1) Με την έμφαση αποκλειστικά σε μεθόδους δωρεάν διαφήμισης
 - 2) Με τη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου και με την αξιοποίηση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης
 - 3) Με στόχο ένα ευρύ κοινό και επιχειρώντας να τραβήξουν την προσοχή όσο το δυνατόν περισσότερων ατόμων
 - 4) Με τη μείωση του συνολικού προϋπολογισμού μάρκετινγκ
- Ποια είναι η σημασία της ανάλυσης δεδομένων και της προσαρμογής στο ψηφιακό μάρκετινγκ;
 - 1) Συμβάλλουν στη βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη
 - 2) Επιτρέπουν πιο εξειδικευμένες διαφημιστικές προσπάθειες
 - 3) Βοηθούν στη στόχευση συγκεκριμένων τμημάτων κοινού
 - 4) Όλα τα παραπάνω

Σωστές απαντήσεις: Β, Β, Δ



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Πόροι

Κάντε κλικ σε κάθε ενότητα παρακάτω για να δείτε όλους τους διαθέσιμους πόρους

Ιστοσελίδες

What is a digital marketing plan?" by teamgantt («Τι είναι ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ από teamgantt;»)

<https://www.teamgantt.com/marketing-templates/digital-marketing-plan-template>

Spotify's press releases (Δελτία τύπου του Spotify)

<https://investors.spotify.com/news/default.aspx>

The Benefits of Personalization in Digital Marketing – by Jason Miller (Τα οφέλη της εξατομικεύσης στο ψηφιακό μάρκετινγκ - από τον Jason Miller)

<https://www.linkedin.com/pulse/benefits-personalization-digital-marketing-jason-miller/>

Αρχεία

Spotify: Strategic Plan and Analysis by Riley T. Sletten (Spotify: Στρατηγικό σχέδιο και ανάλυση από τον Riley T. Sletten)

<https://scholarworks.umt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1346&context=utpp>

Analysing Privacy Policies and Terms of Use to understand algorithmic recommendations: the case studies of Tinder and Spotify (Ανάλυση των πολιτικών απορρήτου και των όρων χρήσης για την κατανόηση των αλγοριθμικών συστάσεων: οι μελέτες περιπτώσεων του Tinder και του Spotify)

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03036758.2022.2064517>



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Agence du Service Civique / Agence Erasmus+ France Jeunesse & Sport. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αρμόδια αρχή χρηματοδότησης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.