

ΠΟΛΥΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΥΝΗΘΗ ΥΠΟΒΟΛΗ ΝΕΑΣ Ή ΣΑΝ ΝΕΑΣ Ή ΟΠΩΣ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΗΣ

A. Στοιχεία ΚΕΚ

Αριθμός ΑνΑΔ:	5046
Επωνυμία:	C.I.P. CITIZENS IN POWER

B. Στοιχεία προδιαγραφής

B.1 Τίτλος προδιαγραφής

Στρατηγική Ψηφιακού Μάρκετινγκ & Περιεχόμενο Προσανατολισμένο στις Πωλήσεις για Μικρές Επιχειρήσεις

B.2 Περιγραφή προδιαγραφής

Το πρόγραμμα κατάρτισης διάρκειας 18 ωρών εξοπλίζει ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων και επαγγελματίες μάρκετινγκ με τις πρακτικές δεξιότητες που απαιτούνται για τον σχεδιασμό δομημένων στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ με μετρήσιμα αποτελέσματα. Οι συμμετέχοντες θα μάθουν πώς να δημιουργούν περιεχόμενο προσανατολισμένο στις πωλήσεις, να σχεδιάζουν και να υλοποιούν καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία προγραμματισμού και αυτοματοποίησης, και να αναλύουν δεδομένα απόδοσης για τη βελτιστοποίηση της προσέγγισής τους. Το πρόγραμμα συνδυάζει διαδραστικές διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης από την κυπριακή αγορά και πρακτικές ασκήσεις, με αποκορύφωμα την ανάπτυξη μιας πραγματικής καμπάνιας ψηφιακού μάρκετινγκ.

B.3 Ανάγκη κατάρτισης

Πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Κύπρο διατηρούν διαδικτυακή παρουσία, αλλά στερούνται δομημένης στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ που να μετατρέπει την ορατότητα σε μετρήσιμη επιχειρηματική ανάπτυξη.

Οι επιχειρήσεις συχνά δημοσιεύουν περιεχόμενο χωρίς σαφή στόχο, στόχευση κοινού ή μηχανισμό μετατροπής. Ως αποτέλεσμα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα ψηφιακά εργαλεία παραμένουν υποαξιοποίητα ως κανάλια πωλήσεων.

Το πρόγραμμα αυτό ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ανάγκη για πρακτικές δεξιότητες που επιτρέπουν στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και στο προσωπικό μάρκετινγκ να σχεδιάζουν και να υλοποιούν δομημένες στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, να αναπτύσσουν αποτελεσματικό περιεχόμενο και να αναλύουν αποτελέσματα, με σκοπό την αύξηση της αλληλεπίδρασης, της απόκτησης πελατών και των εσόδων.

B.4 Στόχοι κατάρτισης

Μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να:

Γνώσεις

- Εξηγούν τον ρόλο του ψηφιακού μάρκετινγκ στις σύγχρονες στρατηγικές ανάπτυξης ΜΜΕ
- Αναγνωρίζουν τα βασικά ψηφιακά κανάλια και τις επιχειρηματικές τους εφαρμογές
- Κατανοούν τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε ψηφιακά περιβάλλοντα

Δεξιότητες

- Σχεδιάζουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ
- Δημιουργούν περιεχόμενο που υποστηρίζει την ορατότητα του brand και τη μετατροπή σε πωλήσεις
- Σχεδιάζουν και υλοποιούν καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία για προγραμματισμό, αυτοματοποίηση και παρακολούθηση απόδοσης
- Αναλύουν KPIs και προσαρμόζουν τις ενέργειες μάρκετινγκ με βάση δεδομένα

Στάσεις

- Αναγνωρίζουν τη στρατηγική αξία της ψηφιακής παρουσίας
- Υιοθετούν μια προσέγγιση λήψης αποφάσεων βασισμένη σε δεδομένα
- Αναπτύσσουν μια προδραστική νοοτροπία απέναντι στον ψηφιακό μετασχηματισμό

B.5 Περιγραφή υποψηφίου για συμμετοχή

Ιδιοκτήτες και διευθυντές μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στελέχη μάρκετινγκ και επικοινωνίας, επιχειρηματίες και ιδρυτές νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς και αυτοαπασχολούμενοι επαγγελματίες που επιθυμούν να ενισχύσουν την ψηφιακή τους παρουσία και να μετατρέψουν τη διαδικτυακή τους ορατότητα σε επιχειρηματική ανάπτυξη

B.6 Καθαρή διάρκεια

07:00

B.7 Σύνδεση με Πρότυπα Επαγγελματικών Προσόντων (ΠΕΠ)

Στοιχεία ΠΕΠ:

B.8 Δομή Προγράμματος

Ενότητα	Ανάλυση περιεχομένου	Διάρκεια	Πρακτικό
---------	----------------------	----------	----------

ΕΝΤΥΠΟ 1 (ΠΕ)

Βασικές Αρχές Ψηφιακού Μάρκετινγκ	<ul style="list-style-type: none">• Επισκόπηση της ψηφιακής οικονομίας• Συμπεριφορά καταναλωτών στο διαδίκτυο• Βασικά κανάλια μάρκετινγκ	01:00	Όχι
Στρατηγική Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για MME	<ul style="list-style-type: none">• Επιλογή πλατφόρμας (Facebook, Instagram, LinkedIn)• Στόχευση κοινού• Ημερολόγια περιεχομένου	01:00	Ναι
Περιεχόμενο που Μετατρέπεται σε Πωλήσεις	<ul style="list-style-type: none">• Αφήγηση brand (brand storytelling)• Τεχνικές συγγραφής κειμένου για πωλήσεις• Οπτική επικοινωνία	02:00	Ναι
Σχεδιασμός Καμπανιών & Προσφορών	<ul style="list-style-type: none">• Σχεδιασμός καμπάνιας• Δημιουργία χοάνης πωλήσεων (funnel)• Στρατηγικές δημιουργίας δυνητικών πελατών (lead generation)	01:00	Ναι
Ψηφιακά Εργαλεία & Αυτοματοποίηση	<ul style="list-style-type: none">• Canva και εργαλεία σχεδιασμού• Πλατφόρμες προγραμματισμού• Βασικές αρχές email μάρκετινγκ	01:00	Ναι
Αναλυτικά Στοιχεία & Στρατηγική Ανάπτυξης	<ul style="list-style-type: none">• Βασικοί δείκτες απόδοσης (KPIs)• Πληροφορίες και αναφορές• Κλιμάκωση επιτυχημένων καμπανιών	01:00	Όχι

Ημερομηνία υποβολής: 14/04/2026