

Ελέγξτε τις γνώσεις σας

Ασκήσεις

Άσκηση 6.1. - Έρευνα αγοράς μοναστικών προϊόντων

Απαντήστε στις ερωτήσεις

Αναζητήστε στο Internet τη χώρα σας για να μάθετε αν και πώς προσφέρονται τα μοναστικά προϊόντα. Τι είδους προμηθευτές υπάρχουν; Σημειώστε τα και ταξινομήστε τα ανάλογα με τον τύπο της προσφοράς:

Προμηθευτής	Διεύθυνση website	Τύπος (πύλη, μοναστήρι ως λιανοπωλητής, λιανοπωλητής)

Ποιος από τους παρόχους/προμηθευτές που ερευνήθηκαν, χρησιμοποιούν ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Αντιγράψτε την αριστερή στήλη από την παραπάνω λίστα και εισαγάγετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μια νέα στήλη:

Πάροχος	Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται; (Facebook, Twitter, Blog, YouTube, etc)

Τώρα δημιουργήστε μια λίστα με 5 από πιο αναγνωρισμένα κοινωνικά μέσα που χρησιμοποιούνται πιο συχνά:

Κοινωνικό μέσο (Facebook, Twitter, Blog, YouTube, etc)	
1 (πιο συχνά)	
2	
3	
4	
5 (λιγότερο)	

Τώρα αξιολογήστε την εμφάνιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Ποιες σας ελκύουν;

Πάροχος	Ποιο κοινωνικό μέσο χρησιμοποιείται; (Facebook, Twitter, Blog, YouTube, etc)	Σας ελκύει αυτό το μέσο και γιατί;

Άσκηση 6.2. - Ρωτήστε τους επισκέπτες σας

Έχετε σκεφτεί ποτέ να ρωτήσετε τους επισκέπτες σας,

- τι αναμένουν από το μοναστικό καταστημά σας / τα προϊόντα σας,
- τι είδους προϊόντα αναμένουν,
- τι θα τους ενθάρρυνε να αγοράσουν κάτι,
- τι θα έπαιρναν μαζί τους ως αναμνηστικό ή θα καταλάωναν αμέσως,
- ποιες πρόσθετες υπηρεσίες θα ήθελαν να έχουν
- άλλα;

Αναπτύξτε μια μικρή έρευνα επισκεπτών, όχι περισσότερο από μια σελίδα που να ζητάτε από τους επισκέπτες να συμπληρώσουν. Φυσικά, μπορείτε επίσης να απευθυνθείτε σε ειδικούς επαγγελματίες να αναπτύξουν και να αξιολογήσουν μια τέτοια έρευνα, κατάλληλοι οργανισμοί ή δομές π.χ. τα τοπικά τουριστικά γραφεία σας μπορούν να σας προτείνουν κάποιους ειδικούς. Θα πρέπει να αποφασίσετε υπέρ μιας επαγγελματικής έρευνας, συμπεριλαμβανομένης της αξιολόγησης, πάνω απ' όλα, εάν θέλετε να ασχοληθείτε περισσότερο με την πώληση μοναστικών προϊόντων μακροπρόθεσμα.

Αναπτύξτε ερωτήσεις για αυτό, αν είναι δυνατόν ομαδικά. Θα πρέπει να λάβετε υπόψη τα ακόλουθα θέματα:

- Πώς γνώρισαν οι επισκέπτες σας το μοναστήρι σας ή το μοναστικό κατάστημά σας;
- Τα κοινωνικά μέσα έπαιξαν ρόλο σε αυτό, και αν ναι, ποια;
- Ενημερώθηκαν εκ των προτέρων ή κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους για το μοναστήρι;
- Ήρθαν ως μεμονωμένος επισκέπτης / ζευγάρι / οικογένεια / ομάδα;
- Ηλικία και φύλο των επισκεπτών σας;
- Πώς ήρθαν οι επισκέπτες σας;
- Από που προέρχονταν;
- Ήταν ικανοποιητική η σήμανση στο κατάστημά σας;
- Πόσο καιρό έμειναν στο μοναστήρι;
- Σε ποια προϊόντα απευθύνονταν ιδιαίτερα;
- Ποια προϊόντα θα ήθελαν να αγοράσουν;

- Χρησιμοποίησαν το smartphone και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την επίσκεψή τους; Εάν ναι, ποια;
- Χρησιμοποίησαν Wi-Fi κατά τη διάρκεια της διαμονής;
- Ήταν ικανοποιημένοι με το Wi-Fi που προσφέρθηκε;
- Πόσο ικανοποιημένοι είναι οι επισκέπτες σας συνολικά με την επίσκεψή τους στο μοναστήρι ή μοναστικό κατάστημα;
- Θα ήθελαν οι επισκέπτες να μείνουν σε επαφή με το μοναστήρι / κατάστημα σας στο μέλλον; (π.χ. παρέχοντας τη διεύθυνση e-mail);

Από τις απαντήσεις μπορείτε να αντλήσετε πολλές χρήσιμες πληροφορίες για τη βελτίωση της χρήσης των κοινωνικών μέσων και των προσφορών σας. Είναι εξίσου σημαντικό, όλα τα άτομα που εργάζονται στο μοναστήρι να απομνημονεύουν ή να σημειώνουν σχόλια από επισκέπτες και ότι η ομάδα τα αξιολογεί τακτικά. Ένα σημειωματάριο κάτω από τον πάγκο είναι πολύ χρήσιμο !

Άσκηση 6.3. - Ελέγξτε τις απαιτήσεις για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Ελέγξτε με αυτή την άσκηση εάν οι απαραίτητες απαιτήσεις για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ήδη διαθέσιμες στο μοναστήρι σας. Είναι αυτή η προσέγγιση κατάλληλη για το μοναστήρι και τις πωλήσεις σας;

Είδος	Μη διαθέσιμο Διαθέσιμο
<p>Τεχνικές απαιτήσεις</p> <p>Υπάρχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο ενσύρματα;</p> <p>Υπάρχει πρόσβαση σε WI-FI σε επιλεγμένες περιοχές του μοναστηριού;</p> <p>Υπάρχει πρόσβαση σε WI-FI σε όλες τις περιοχές του μοναστηριού;</p> <p>Είναι ο ρυθμός μετάδοσης τουλάχιστον 50kbps;</p> <p>Υπάρχουν διερμηνευτικές εγκαταστάσεις στο μοναστήρι (συμπεριλαμβανομένων δίγλωσσων ή πολύγλωσσων πληροφοριών, ηχητικών οδηγιών κ.λπ.);</p> <p>Το μοναστήρι παρέχει ενεργειακό εφοδιασμό (για φόρτιση των συσκευών);</p>	
<p>Φιλόξενη υποδομή</p> <p>Υπάρχει ένα μέρος όπου οι επισκέπτες μπορούν να ξεκουραστούν χωρίς να χρειάζεται να καταναλώνουν τίποτα;</p> <p>Υπάρχουν βασικές εγκαταστάσεις τροφοδοσίας και αναψυκτικών στο μοναστήρι ή κοντά;</p> <p>Υπάρχει περαιτέρω τουριστική υποδομή, όπως εστιατόρια ή καταλύματα στη γύρω περιοχή ή όχι πολύ μακρινή περιοχή;</p> <p>Το μοναστήρι προσφέρει κατάλυμα;</p>	
<p>Έμπνευση για δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης</p> <p>Προσφέρει το μοναστήρι</p> <ul style="list-style-type: none"> ... Ξεναγήσεις; ... ένα πολιτιστικό πρόγραμμα (εκθέσεις, συναυλίες...); ... εργαστήρια (δημιουργικές δραστηριότητες, δραστηριότητες σώματος και ψυχής); ... ένα μοναστικό κατάστημα; ... μοναστικά προϊόντων που παράγονται σε αυτό; ... προϊόντα άλλων μοναστηριών; ... κήπο; ... οποιοσδήποτε άλλες ελκυστικές προσφορές; 	
<p>Απαιτήσεις για την ανταλλαγή εμπειριών από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης</p> <p>Το μοναστήρι έχει</p> <ul style="list-style-type: none"> ... μια ιστοσελίδα; ... ένα blog; ... λογαριασμό στο Facebook; ... λογαριασμό twitter; ... ένα κανάλι youtube; ... hashtag; ... μια εφαρμογή; <p>Το μοναστήρι αναφέρει τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης σε δημόσιο χώρο (στην είσοδο, στο μοναστικό κατάστημα, στο σημείο συνάντησης);</p>	

Θα πρέπει να υπάρχει η πλειοψηφία των παραπάνω προκειμένου να διευκολυνθεί η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Άσκηση 6.4. - Λήψη αποφάσεων για εργαλεία κοινωνικών μέσων

Στην Άσκηση 1 έχετε ήδη ασχοληθεί με πολλά διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Έχετε ερευνήσει τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες και αξιολογήσατε τον τρόπο παρουσίασης. Προχωρήστε τώρα στο επόμενο βήμα και μάθετε ποια εργαλεία είναι τα καλύτερα για εσάς - είτε ξεκινάτε απλώς με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που ήδη εργάζεστε με αυτά. Εάν κάνετε αυτήν την άσκηση ως μάθημα αυτο-μάθησης, προσπαθήστε να πραγματοποιήσετε την αξιολόγηση μαζί με συναδέλφους.

Κατ 'αρχάς, καθορίστε τους παράγοντες που είναι σημαντικοί για εσάς και δώστε προτεραιότητα σε αυτούς:

<p>Πιο σημαντικοί - σημαντικοί - λιγότερο σημαντικοί</p>	<p>Παράγοντες (το μοναστήρι προέρχεται από το μοναστήρι σας, ... πρέπει να τονίζει σαφώς τη χριστιανική του προέλευση, ... πρέπει να έχει μια πνευματική αξία, ... πρέπει να χρησιμοποιείται καθημερινά, ... πρέπει να έχει υψηλή αξία μνήμης, ... πρέπει να φέρει χαρά, ... πρέπει να είναι μακροχρόνια, ... πρέπει να εμπνέει τον χρήστη, ... πρέπει να μεταφέρει τις αξίες του μοναστηριού σας, ... θα πρέπει να έχει μια κοινωνική λειτουργία ...)</p>

Παραθέστε εδώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που σας ενδιαφέρουν ιδιαίτερα. Αξιολογήστε τα τώρα ανάλογα με το αν φαίνονται κατάλληλα για τα μοναστικά προϊόντα σας στην προαναφερόμενη προτεραιότητα.

Κοινωνικά Δίκτυα (Facebook, Twitter, Blog, YouTube etc)	Το μοναστικό σας προϊόν	Κατάλληλο ή όχι	Γιατί κατάλληλο ή όχι

Τώρα έχετε κάνει μια επιλογή που είναι κατάλληλη για τα προϊόντα της μονής σας. Ή έχετε χρησιμοποιήσει αυτήν την άσκηση για να ελέγξετε αν ένα κοινωνικό μέσο που χρησιμοποιείτε ήδη είναι στην πραγματικότητα το "σωστό" για τα μοναστικά προϊόντα σας. Δημιουργήστε τώρα τους αντίστοιχους λογαριασμούς στα επιλεγμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή πάρτε μια απόφαση ποια από αυτά τα μέσα θα χρησιμοποιήσετε στο μέλλον!

Προσδιορίστε το σημαντικότερο περιεχόμενο κοινωνικών μέσων (εικόνες, σύντομες ανακοινώσεις, εκδηλώσεις ή βίντεο) κατά τη διάρκεια των επόμενων τριών ή έξι μηνών. Να είστε συγκεκριμένοι σχετικά με το ποιος παρουσιάζει τι, και πότε, σε ποιον (να θυμάστε πάντα το κοινό που απευθύνεστε, δηλαδή το εσωτερικό μάρκετινγκ / διαχείριση σχέσεων με τους συνεργάτες σας και τα προφίλ κοινωνικών μέσων τους, καθώς και το εξωτερικό μάρκετινγκ, δηλαδή επικοινωνία με τους οπαδούς σας και θαυμαστές = δυνητικοί πελάτες και επισκέπτες).

Άσκηση 6.5. – Δημιουργώντας το σωστό μήνυμα

Αυτή η άσκηση είναι για την εύρεση των σωστών μηνυμάτων για τα μοναστικά προϊόντα σας. Αν έχετε κατά νου όλα τα αποτελέσματα των προηγούμενων ασκήσεων, θα πρέπει να πετύχετε ακολουθώντας τις συστάσεις στο κεφάλαιο 2.4.

Αρχικά, επιλέξτε ένα μοναστικό προϊόν και εξετάστε τις απαντήσεις στις ακόλουθες ερωτήσεις:

Το μοναστικό προϊόν σας: _____

Ποια είναι η ομάδα-στόχος για αυτό το προϊόν;	
Τι είναι σημαντικό για αυτή την ομάδα-στόχο όσον αφορά το προϊόν που αναφέρεται παραπάνω;	
Γιατί είναι σημαντικό για αυτό τη ομάδα-στόχο;	
Τώρα διατυπώστε αρκετές σύντομες δημοσιοποιήσεις οι οποίες θα αναλάβουν να αναδείξουν το περιεχόμενο που αναφέρεται παραπάνω.	
Εάν θέλετε τώρα να υποκινήσετε μια συζήτηση σχετικά με αυτές τις δημοσιεύσεις, πώς θα τη διατυπώσετε; Ως ερώτηση, ως αίτημα;	
Έχετε φωτογραφίες, βίντεο, συνδέσμους προς άλλες πληροφορίες σχετικά με τις	

<p>αναρτήσεις που διατυπώθηκαν παραπάνω;</p> <p>Ποιος είναι ο στόχος του κοινού για αυτό το προϊόν;</p>	
<p>Τι είναι σημαντικό για αυτή την ομάδα-στόχο όσον αφορά το προϊόν που αναφέρεται παραπάνω;</p>	
<p>Γιατί είναι σημαντικό για την ομάδα-στόχο;</p>	
<p>Τώρα διατυπώνουν αρκετές σύντομες θέσεις στις οποίες θα αναλάβει το περιεχόμενο που αναφέρεται παραπάνω.</p>	
<p>Αν θέλετε τώρα να τονώσει μια συζήτηση σχετικά με αυτές τις θέσεις, πώς θα το διατυπώσει; Ως ερώτηση, ως αίτημα;</p>	
<p>Έχετε οποιοσδήποτε εικόνες, βίντεο, συνδέσεις με άλλες πληροφορίες σχετικά με τις θέσεις που διατυπώνονται παραπάνω;</p>	
<p>Υπάρχουν εργαλεία για τον έλεγχο των μηνυμάτων κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης: μέσω παρόχων όπως https://coschedule.com/social-message-optimizer μπορείτε να "βελτιστοποιήσετε" τα μηνύματά σας - αξίζει μια δοκιμή.</p>	<p>Ποιο είναι το αποτέλεσμα της επιταγής;</p>

Άσκηση 6.6. - Blogging για προώθηση

Μάθετε αν ένα blog μπορεί να είναι ένα καλό εργαλείο για το μοναστικό σας προϊόν. Σας ζητάμε λοιπόν να κάνετε κάποια έρευνα στο Διαδίκτυο για το τι είδους σχετικά ιστολόγια που διατηρούν μοναχοί, μοναχές, άλλο προσωπικό είναι ήδη διαθέσιμα - και υπάρχουν πάρα πολλά που μπορεί να σας εμπνεύσουν!

Αφιερώστε λίγο χρόνο και διαβάστε τα ιστολόγια. Προσπαθήστε επίσης να βρείτε ένα blog σχετικά με τα μοναστικά προϊόντα - υπάρχουν μερικά, ίσως και στη χώρα σας.

Γιατί βρίσκετε ένα blog ενδιαφέρον - εμπνευσμένο - παρακινητικό;

Όνομα ιστολογίου	Διεύθυνση	Γιατί σας αρέσει ή όχι

Τι κάνει τη διαφορά μεταξύ μιας ανάρτησης ιστολογίου με μια σελίδα Διαδικτύου;

Τώρα συντάξτε μια λίστα από τις εμπειρίες σας: Πώς πρέπει να μοιάζει ένα καλό blog για να κερδίσετε ενδιαφέρον, να εμπνεύσετε, να παρακινήσετε;

1. XXX
2. XXX
3. XXX
4. XXX
- 5....

Τώρα θα πρέπει να μπορείτε να αποφασίσετε αν ένα ιστολόγιο είναι το σωστό εργαλείο για την επικοινωνία των προϊόντων σας. Εάν ναι, ακολουθήστε το επόμενο βήμα:

Υπολογίστε το ποσό της εργασίας που απαιτείται για τη διαμόρφωση ενός ιστολογίου, συμπεριλαμβανομένων των εικονογραφήσεων. Υποθέστε ότι θα πρέπει να δημιουργείτε τα άρθρα του ιστολογίου σας κάθε μήνα ή ανά εξάμηνο.

Υπάρχει κάποιο άτομο στην ομάδα σας που μπορεί / θέλει να το επιτύχει; Εάν ναι, ενθαρρύνετε τον / την να το κάνει!

Άσκηση 6.8. - Επιρροές και η επιρροή τους

Προσδιορίστε εκείνους τους ανθρώπους που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως επιρροές για τα μοναστικά προϊόντα σας

Σκεφτείτε: Υπάρχουν άτομα στην περιοχή σας που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως άτομα που ασκούν επιρροή στα κοινωνικά δίκτυα για το μοναστικό προϊόν σας; Συχνοί πελάτες; Δημοσιογράφοι, που έχουν δημοσιεύσει αρκετές φορές για το μοναστήρι και τα προϊόντα σας; Σχεδιαστές, πολιτικοί, τακτικοί επισκέπτες; Τι θα μπορούσαν να κάνουν για το προϊόν σας;

Άτομο	Τι θα μπορούσατε να ζητήσετε να κάνει για τα προϊόντα σας;

Αφιερώστε λίγο χρόνο στο διαδίκτυο ερευνώντας τους πιο σημαντικούς ταξιδιωτικούς παράγοντες (YouTube, Facebook, blogs κ.λπ.) για θρησκευτικά, πολιτιστικά ή τουριστικά θέματα. Σε ποιον μπορείτε να απευθυνθείτε για ιδέες συνεργασίας;

Ποια άλλα δίκτυα είναι διαθέσιμα; Πρωτοβουλίες για τουρισμό, περιφερειακή ανάπτυξη, πρωτοβουλίες πολιτών; Υπάρχει κοινό ενδιαφέρον; Πώς θα μπορούσατε να έρθετε σε επαφή;

Πρωτοβουλία	Κοινό ενδιαφέρον;	Πως θα μπορούσατε να έρθετε σε επαφή;

Άσκηση 6.9. - Λίστα ελέγχου μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Ελέγξτε εάν και πώς είστε προετοιμασμένοι για το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων.

Με αυτήν τη λίστα ελέγχου μπορείτε να δείτε εάν και πόσο είστε προετοιμασμένοι για το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων. Βεβαιωθείτε ξανά εδώ για το τι είναι σημαντικό για εσάς στα μοναστικά προϊόντα σας, όπως το έχετε ήδη ορίσει στις Θεματικές Ενότητες 1 και 2 της SKIVRE (π.χ. υψηλής ποιότητας συνταγές, λαμβάνοντας υπόψη την κατάσταση της έρευνας, τη βιωσιμότητα, τη μακροζωία, την ελκυστική συσκευασία, το συσκευασία ελεύθερη από πλαστικό κ.λπ.):

	Ναι	Όχι	Εάν όχι, πως θα το βελτιώσετε;
Τώρα ρίξτε μια κριτική ματιά στις αναρτήσεις σας τις τελευταίες εβδομάδες: Αντικατοπτρίζουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά των μοναστικών προϊόντων σας;			
Εάν πολλά άτομα εργάζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχετε συμφωνήσει σχετικά με τους κανόνες της ομάδας (ποιος κάνει τι, πόσο συχνά, ποια θέματα, τύπος περιεχομένου ...);			

Είστε ικανοποιημένοι με τον αριθμό των ακόλουθων που προσεγγίζετε με μεμονωμένες αναρτήσεις;			
Έχετε καλό υλικό όσο αφορά την ποιότητα των εικόνων και βίντεο ή μπορείτε να το παράγετε σύμφωνα με τις ανάγκες σας;			
Έχετε ήδη επιλέξει τις πληροφορίες σας ειδικά για τα διάφορα κανάλια κοινωνικών μέσων;			
Απαντάτε σε σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσα σε μια μέρα;			

Εάν έχετε απαντήσει σε όλα ή σχεδόν όλα με "ναι" - συγχαρητήρια!

Εάν όχι, ελέγξτε πώς μπορείτε να βελτιωθείτε!

Άσκηση 6.10. - Μέτρηση επιτυχίας για τις δραστηριότητές σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα διάφορα κοινωνικά μέσα παρέχουν δεδομένα και αριθμούς για τη μέτρηση της επιτυχίας σας - τώρα πρέπει να τα αξιολογήσετε μόνοι σας.

Συνοψίστε τα αποτελέσματα της μέτρησης και αξιολογήστε τα. Ακολουθούν μερικές ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν:

Βλέπετε παράλληλα στην αξιολόγηση; (Π.χ. ορισμένα θέματα είναι καλύτερα αποδεκτά από άλλα; Ποια;)

Βλέπετε διαφορές π.χ. σε αναρτήσεις κειμένου, κειμένου-εικόνας, κειμένου-βίντεο;

Ποιες δημοσιεύσεις κοινοποιήθηκαν;

Υπήρξαν αναρτήσεις που είχαν ως αποτέλεσμα ιδιαίτερα πολλούς νέους "θαυμαστές και ακόλουθους";

Μέσο	Αξιολόγηση
Π.χ. Facebook	
Π.χ. Instagram	

Έχοντας αξιολογήσει τις δραστηριότητές σας, μπορείτε να εξάγετε συμπεράσματα; Ποια είναι αυτά;
