

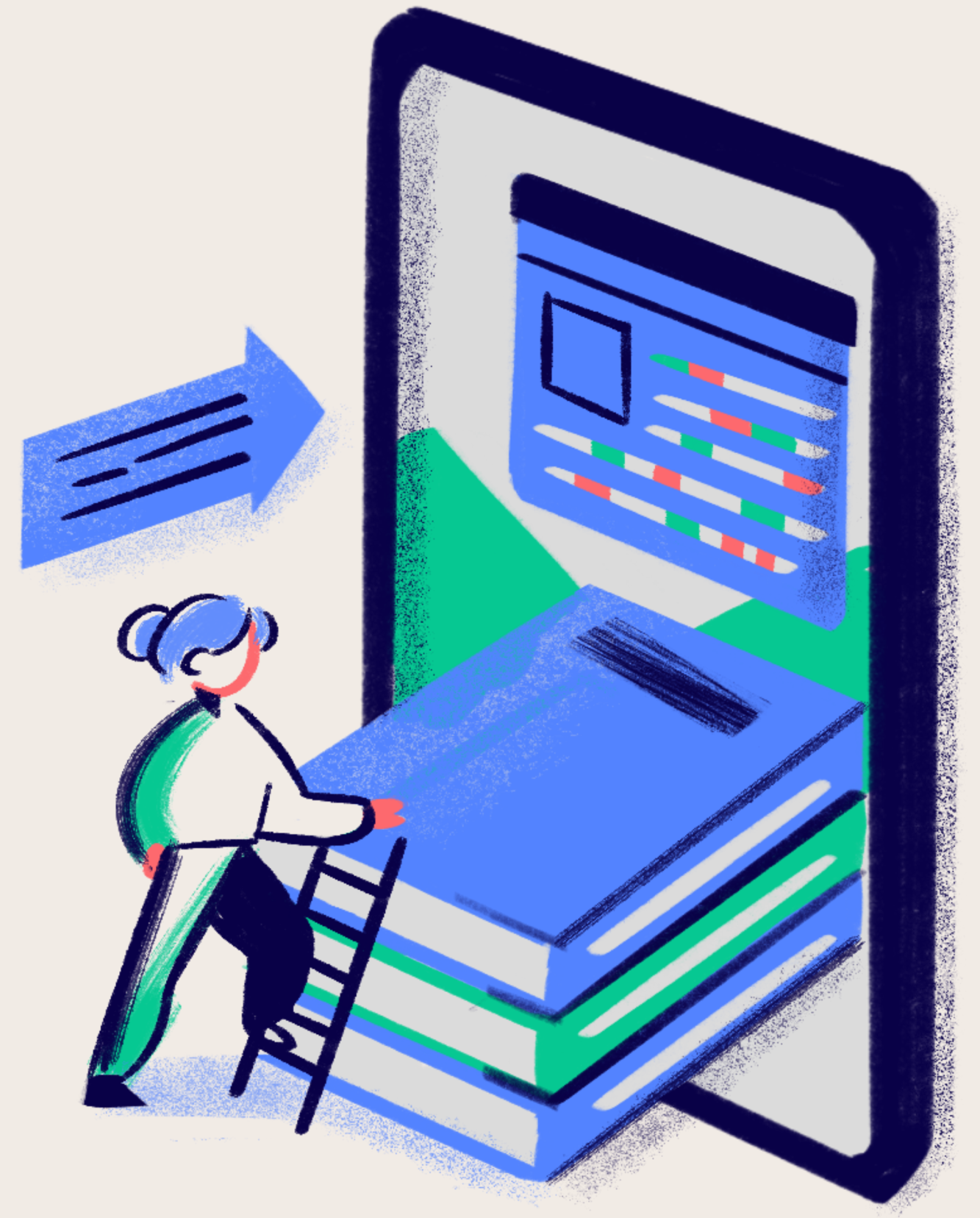
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ:

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Διδάσκων:

Κοσμάς Παναγιωτίδης



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ



- Ο δημοσιογράφος είναι πάντα δημοσιογράφος, κατά συνέπεια νομιμοποιείται να δημοσιοποιήσει τις πληροφορίες που λαμβάνει
- Ρόλος του δημοσιογράφου είναι να αμφιβάλλει για τις πληροφορίες που δέχεται
- Η προσπάθεια «εξαγοράς» του δημοσιογράφου είναι προσβλητική προς το πρόσωπό του

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ



- Η αξιοπιστία των πληροφοριών που μεταφέρει κάποιος στο δημοσιογράφο, είναι το κλειδί για την οικοδόμηση καλής σχέσης μαζί του
- Ακόμα και όταν δεν υπάρχουν «νέα», οι δημοσιογράφοι θα εκτιμούσαν ιδέες για ρεπορτάζ – θέματα
- Δεν αποφασίζει ο δημοσιογράφος αν θα δημοσιοποιηθεί το θέμα του, αλλά ο αρχισυντάκτης της αίθουσας σύνταξης

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ VS ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ VS ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Κοστίζει πολλά χρήματα
- Ελεγχόμενο περιεχόμενο – Τι και πως παρουσιάζεται
- Ελεγχόμενο μέγεθος – Πόσος χώρος ή χρόνος αφιερώνεται
- Ελεγχόμενη θέση
- Ελεγχόμενο κοινό
- Ελεγχόμενη συχνότητα
- Για να είναι αποτελεσματική πρέπει να επαναλαμβάνεται

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ VS ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

- Προκύπτει κυρίως από τα δελτία τύπου που διανέμονται στα ΜΜΕ. Πολύ ισχυρό και πολύτιμο μέσο προβολής σε σχέση με τη διαφήμιση
- Η δημοσιότητα κερδίζεται ενώ η διαφήμιση αγοράζεται
- Κερδίζεται κυρίως μέσω της άμεσης επαφής με τα ΜΜΕ

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ VS ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

- Δεν είναι εξασφαλισμένη, όπως η διαφήμιση. Οι αρχισυντάκτες αποφασίζουν ποιες ιστορίες θα δημοσιευθούν
- Κοστίζει μόνο το χρόνο που αφιερώθηκε και την προσπάθεια του τμήματος δημοσίων σχέσεων για να πείσουν τα ΜΜΕ να προβάλλουν την ιστορία (υπολογίζεται στο 10% του κόστους της διαφήμισης)

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ VS ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

- Εμφανίζεται στις ενημερωτικές σελίδες ενός μέσου και όχι στις διαφημιστικές. Έτσι, η ιστορία δεν λαμβάνεται υπόψη ως άποψη του ίδιου του οργανισμού, αλλά ως αντικειμενική και ουδέτερη άποψη ενός αμερόληπτου ΜΜΕ

ΑΞΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

ΑΞΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ



όταν γίνεται είδηση:

- Παρουσίαση ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας – Προηγείται πάντα της διαφήμισης
- Επαναπροώθηση παλιού προϊόντος, μέσω χορηγιών, εκδηλώσεων κλπ
- Αναλυτική παρουσίαση σύνθετου προϊόντος – Η διαφήμιση έχει περιορισμένο χώρο και χρόνο

ΑΞΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ



- Προβάλλεται με μικρό ή μηδενικό προϋπολογισμό
- Ενισχύει τη φήμη του οργανισμού
- Διαχειρίζεται μία κρίση

ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΙΑΖΟΜΕΝΟΥ

ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΙΑΖΟΜΕΝΟΥ



- Είναι καλά προετοιμασμένος
- Γνωρίζει απόλυτα τις κύριες θέσεις – απόψεις του
- Είναι χαλαρός
- Μιλάει σε προσωπικό τόνο, ως άτομο και όχι ως εκπρόσωπος μίας απρόσωπης γραφειοκρατίας

ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΙΑΖΟΜΕΝΟΥ



- Δεν δυσανασχετεί με τις ερωτήσεις του δημοσιογράφου
- Δίνει σύντομες και ευθείς απαντήσεις – Δεν φλυαρεί
- Δεν «μπλοφάρει» όταν δεν γνωρίζει μία απάντηση
- Υποστηρίζει με στοιχεία τις θέσεις του

ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΙΑΖΟΜΕΝΟΥ



- Δεν μιλάει «ανεπίσημα»
- Αποφεύγει απαντήσεις του τύπου «κανένα σχόλιο»
- Λέει την αλήθεια

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Ιστότοποι:

- Στόχος
- Περιεχόμενο
- Συχνότητα ανάρτησης νέου περιεχομένου
- Αναβάθμιση σχεδιασμού
- Διαδραστικότητα
- Παρακολούθηση επισκεψιμότητας
- Αρμοδιότητα - ευθύνη

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media):

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- LinkedIn
- Twitter
- TikTok
- Pinterest

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Λόγοι χρήσης των social media για Δημόσιες Σχέσεις:

- Προσέλκυση προσοχής
- Αμφίδρομη επικοινωνία
- Παρακολούθηση συζήτησης
- Διαδραστικές δραστηριότητες (Παιχνίδια, διαγωνισμοί, έρευνες κλπ)
- Εσωτερική επικοινωνία

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:

- Χτίσιμο κοινοτήτων
- Δημιουργία ομάδων
- Δημιουργία επαφών
- Νέες θέσεις εργασίας
- Δικτύωση με τα ΜΜΕ
- Διαχείριση κρίσεων

**ΜΕΤΡΗΣΗ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



- **Ιστότοποι**
 - **Content Management System Platforms:**
 - WordPress
 - ContentHub
 - Joomla
 - **Google Analytics - Google Marketing Platform**
- **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:**
 - **Business Suites:**
 - Meta

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



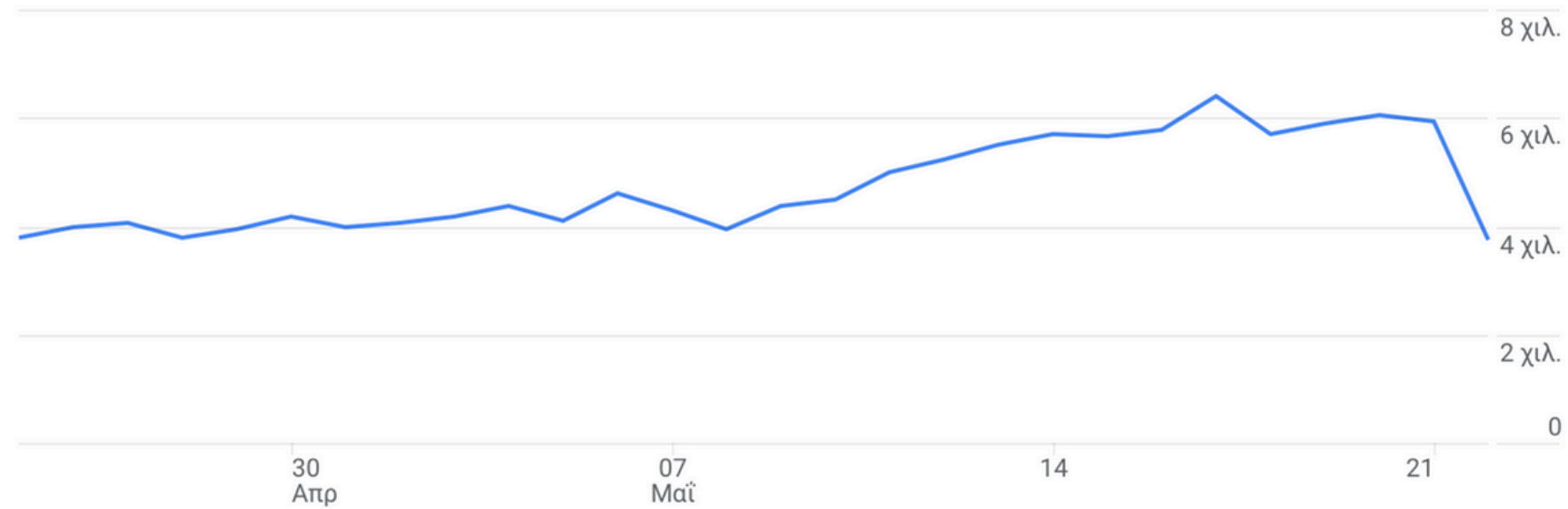
Σύνοψη αναφορών

Χρήστες

75 χιλ.

Νέοι χρήστες

53 χιλ.



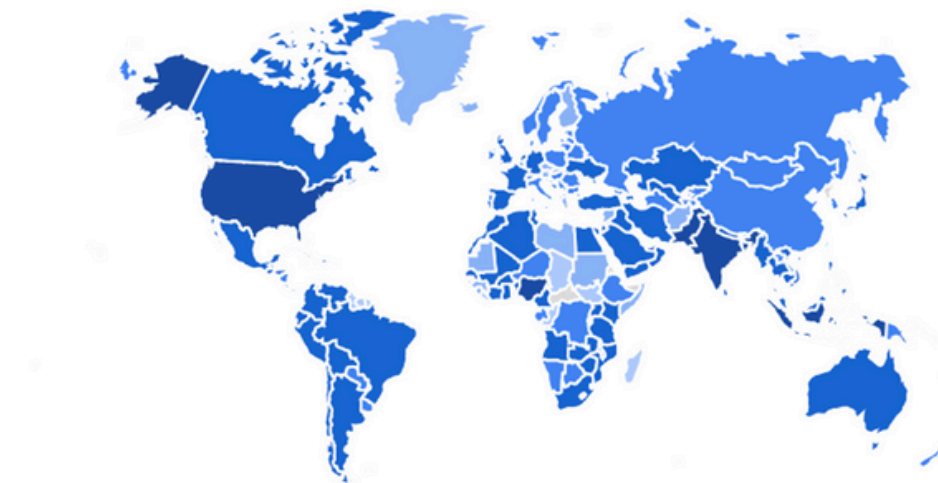
[Προβολή απόκτησης](#) →

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



ΑΠΟ ΠΟΥ ΣΑΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ;

Χρήστες ▾ κατά Χώρα



ΧΩΡΑ

ΧΡΗΣΤΕΣ

United States

14 χιλ.

India

13 χιλ.

Bangladesh

6,1 χιλ.

Pakistan

4,2 χιλ.

Indonesia

3,5 χιλ.

Nigeria

3,1 χιλ.

Kenya

2,4 χιλ.

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Χρήστες ▾ κατά Πόλη



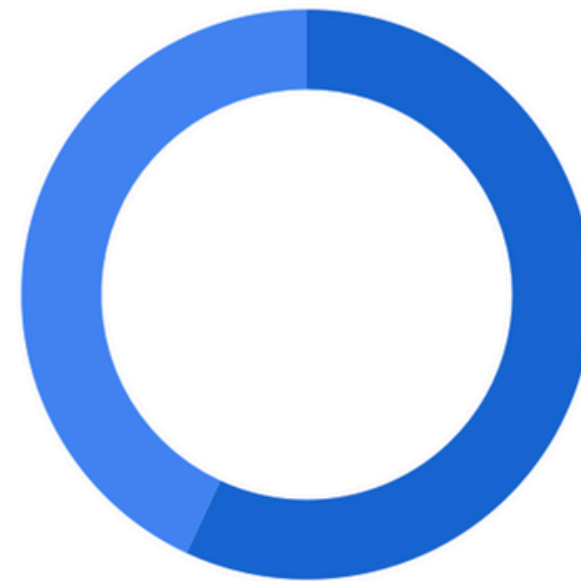
ΠΟΛΗ	ΧΡΗΣΤΕΣ
Nairobi	2,3 χιλ.
Dhaka	2,2 χιλ.
Lagos	1,9 χιλ.
Karachi	1,2 χιλ.
Lahore	1,1 χιλ.
Bamako	1,1 χιλ.
New York	963

[Προβολή πόλεων →](#)

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Χρήστες ▾ κατά Φύλο



• MALE
56,9%

• FEMALE
43,1%

[Προβολή φύλων →](#)

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Χρήστες ▼ κατά Ηλικία



25-34

18-24

35-44

55-64

45-54

65+

0

5 χιλ.

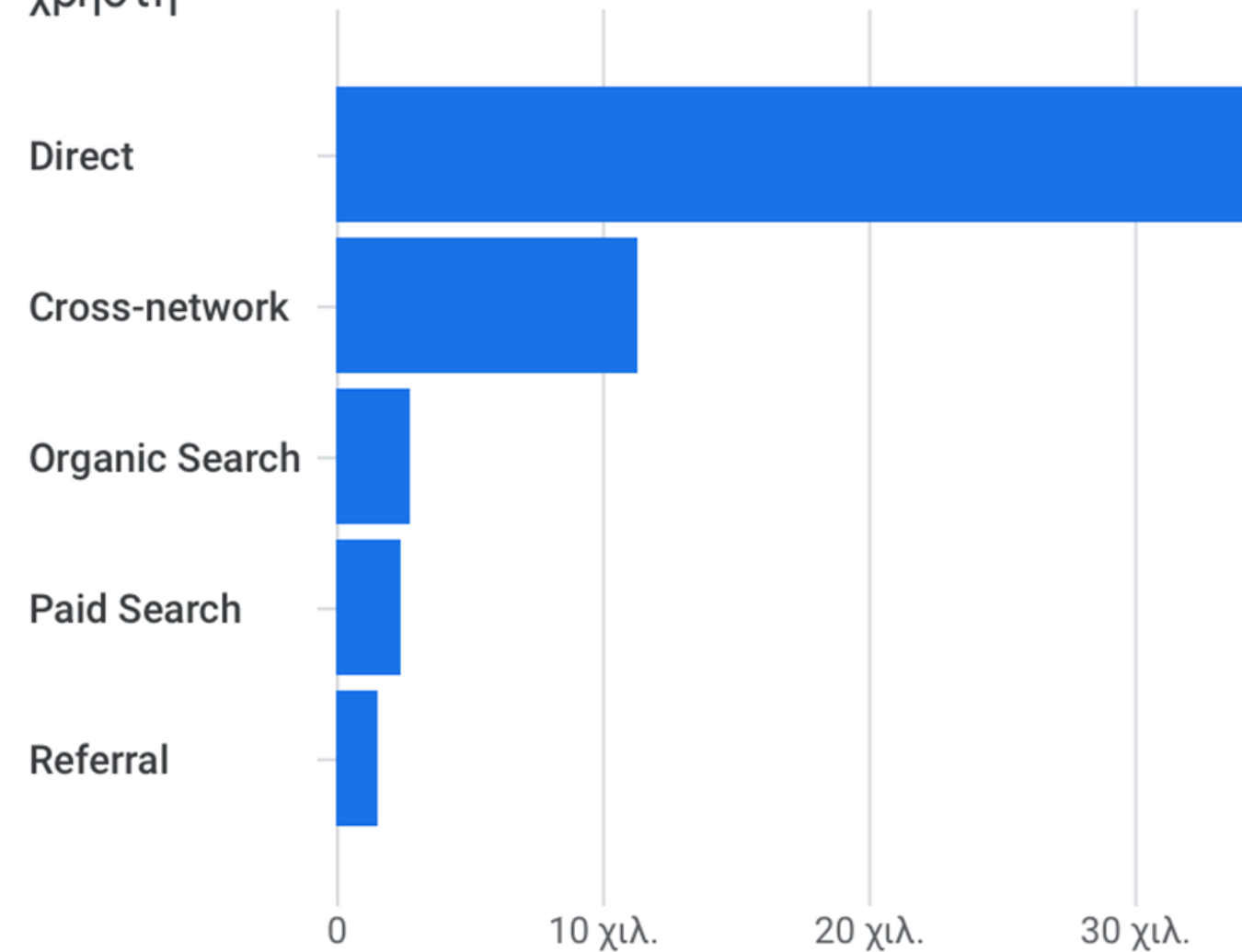
10 χιλ.

[Προβολή ευρών ηλικιών →](#)

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Νέοι χρήστες ανά Προεπιλεγμένη ομάδα καναλιών πρώτου χρήστη



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Τίτλος σελίδας ...τηγορία οθόνης ▾ +		↓ Προβολές	Χρήστες	Προβολές ανά χρήστη
		3.513.801	75.062	46,81
		100% του συνόλου	100% του συνόλου	Μέσος όρος 0%
1	game_board	553.801	43.402	12,76
2	game_over	473.149	27.433	17,25
3	FIRootViewController	389.625	7.789	50,02
4	main_menu	260.505	69.878	3,73
5	GameFinishedActivity	256.045	20.893	12,26
6	FIGameOverViewController	215.019	6.548	32,84
7	shop_menu	147.900	13.582	10,89
8	ExtraStepsActivity	142.998	13.575	10,53
9	MainMenuActivity	129.568	62.268	2,08
10	iap	121.592	6.416	18,95

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Απήχηση

Συγκρίνετε την απήχηση σε αυτό το χρονικό διάστημα με αυτήν του προηγούμενου διαστήματος.

Δείτε περισσότερα σχετικά με την απόδοση του περιεχομένου σας

Απήχηση Σελίδας Facebook ⓘ

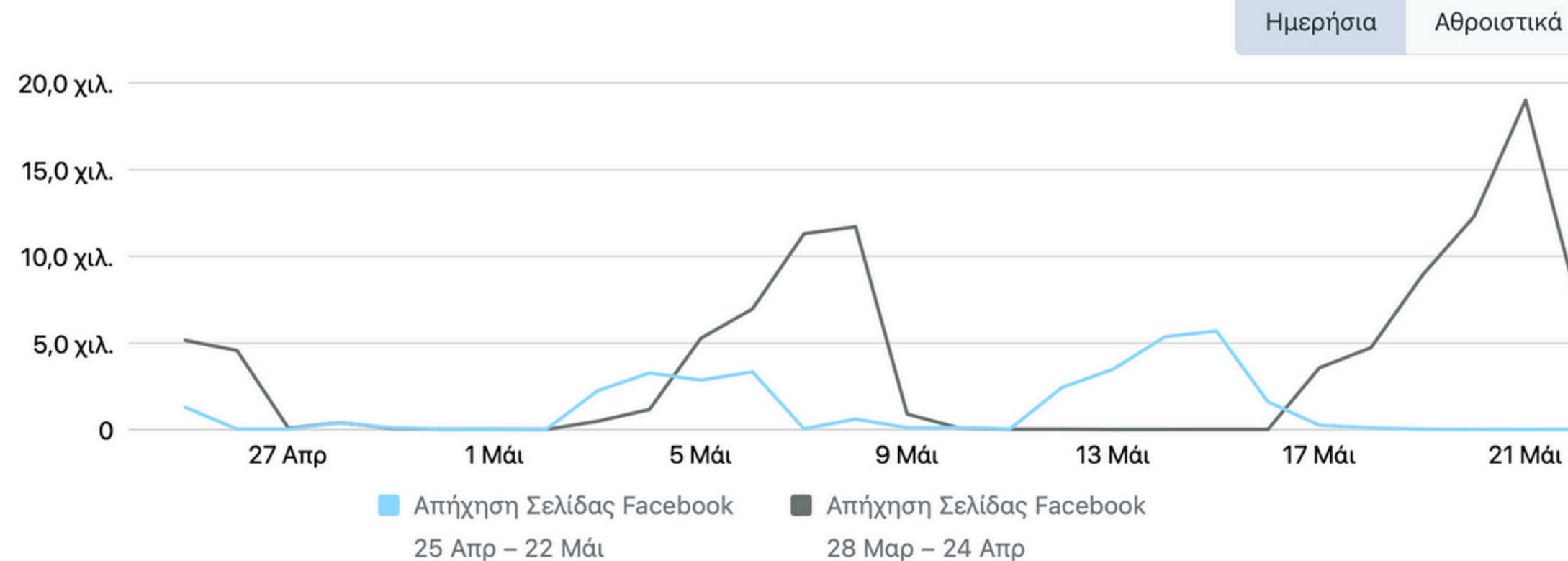
17.609 ↓ 70,7%

Απήχηση στο Instagram ⓘ

16.924 ↓ 52,2%

Πληρωμένη απήχηση ⓘ

7.060 ↑ 13,4%



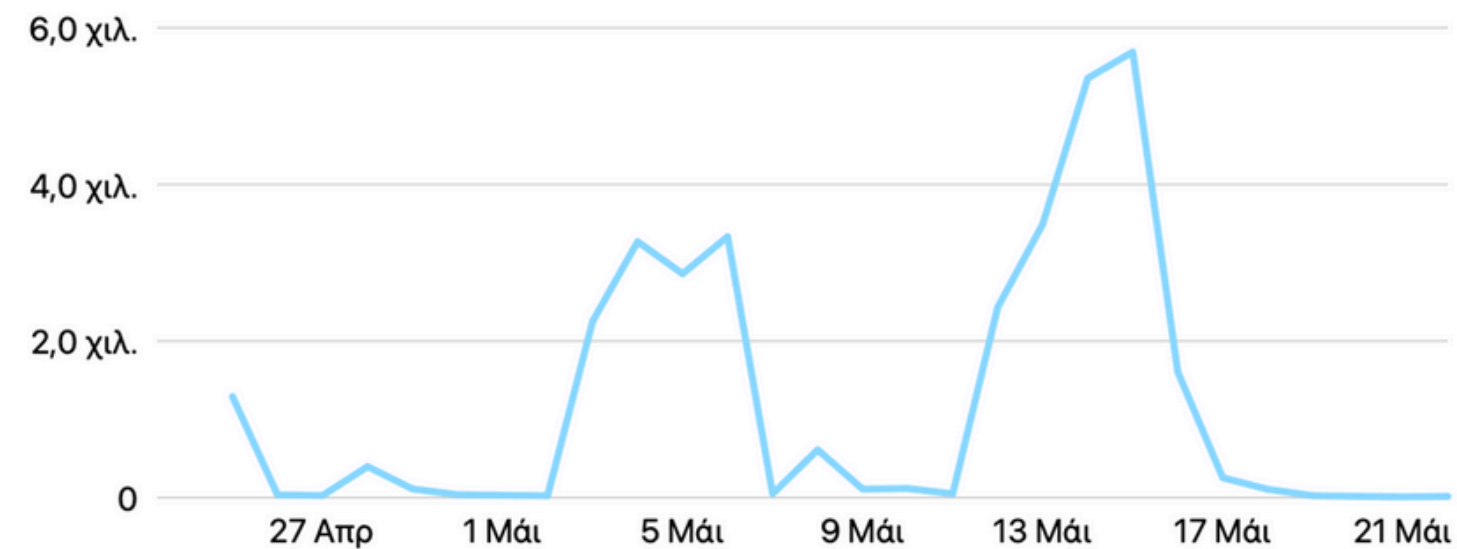
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Απήχηση

Απήχηση Σελίδας Facebook ⓘ

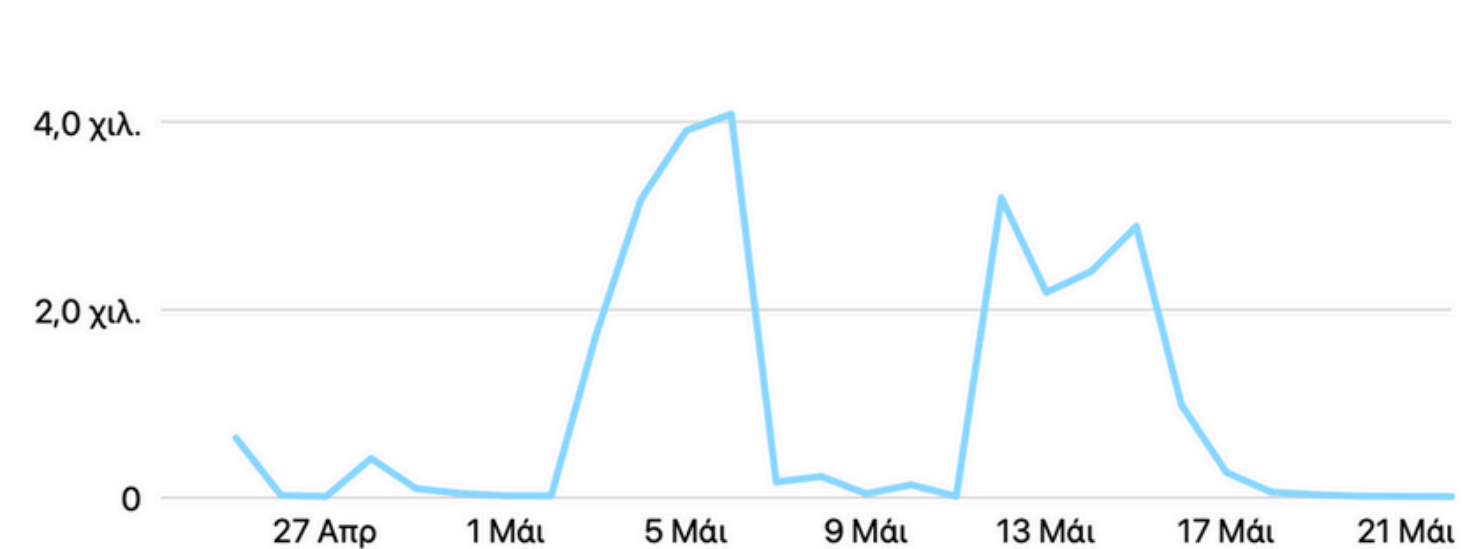
17.609 ↓ 70,7%



Εξαγωγή ▼

Απήχηση στο Instagram ⓘ

16.924 ↓ 52,2%



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Επισκέψεις στη Σελίδα και το προφίλ

Εξαγωγή ▼

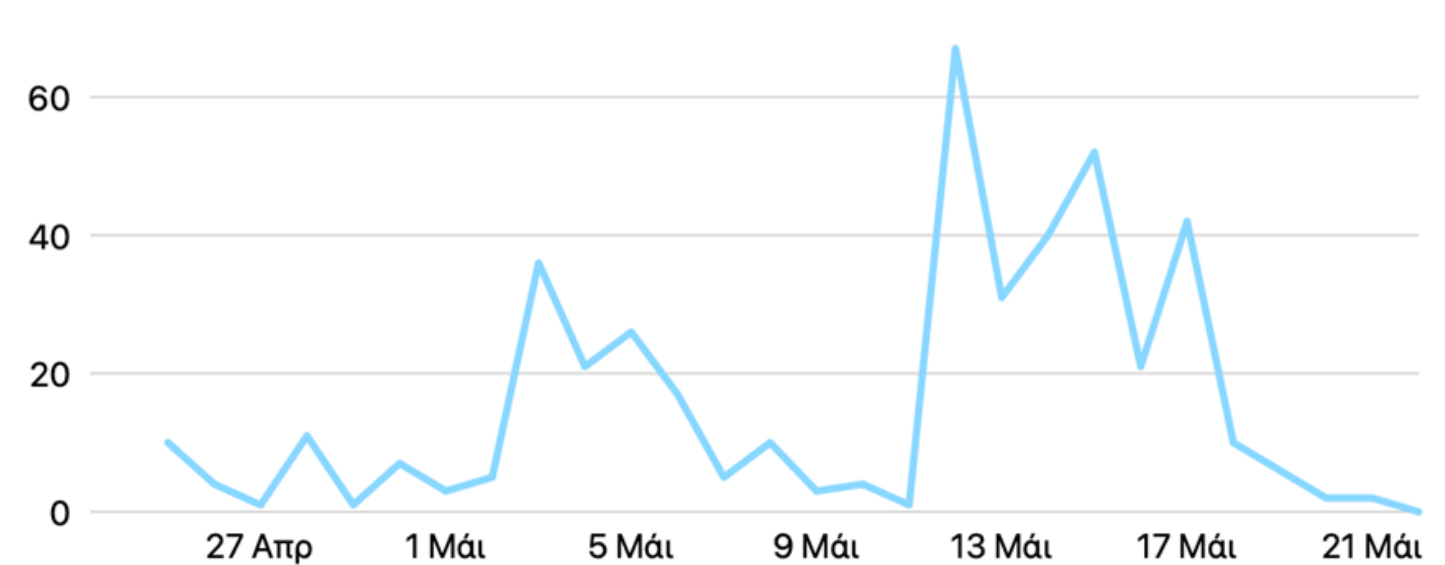
Επισκέψεις στη Σελίδα Facebook ⓘ

189 ↓ 54,6%



Επισκέψεις στο προφίλ Instagram ⓘ

438 ↓ 30,6%



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

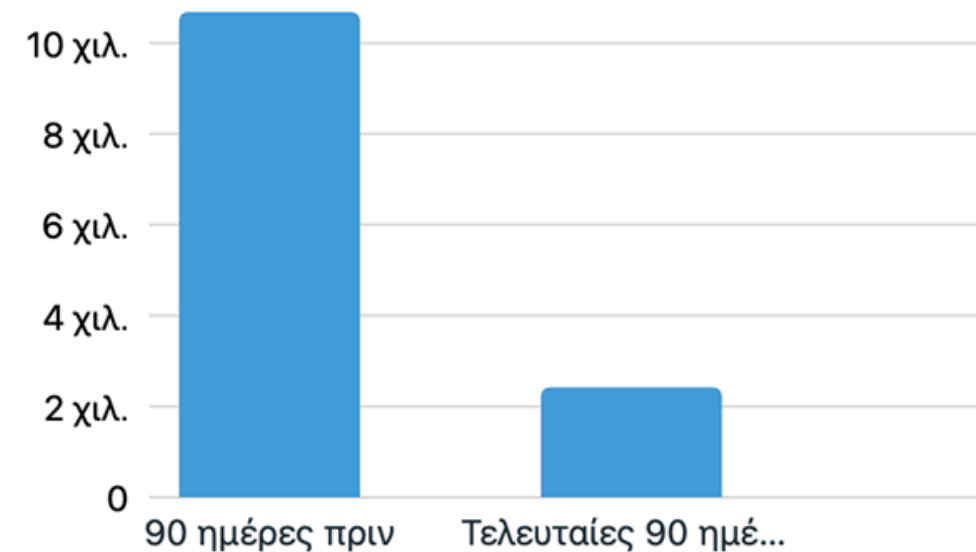


Απήχηση

Απήχηση δημοσίευσης ⓘ

2,4 χιλ. ↓ 77,3%

Σύνολο από τις τελευταίες 90 ημέρες σε σύγκριση με τις 90 προηγούμενες ημέρες



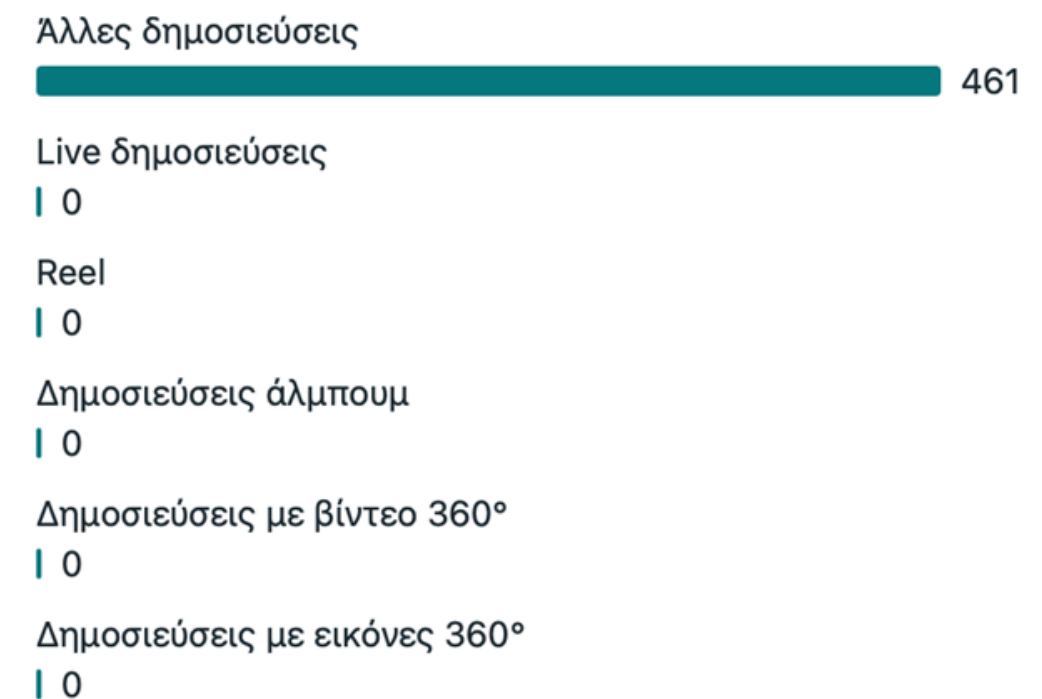
Διάμεσος αριθμός απήχησης δημοσιεύσεων ανά τύπο μέσου ⓘ

Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες



Διάμεσος αριθμός απήχησης δημοσιεύσεων ανά μορφή περιεχομένου ⓘ

Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

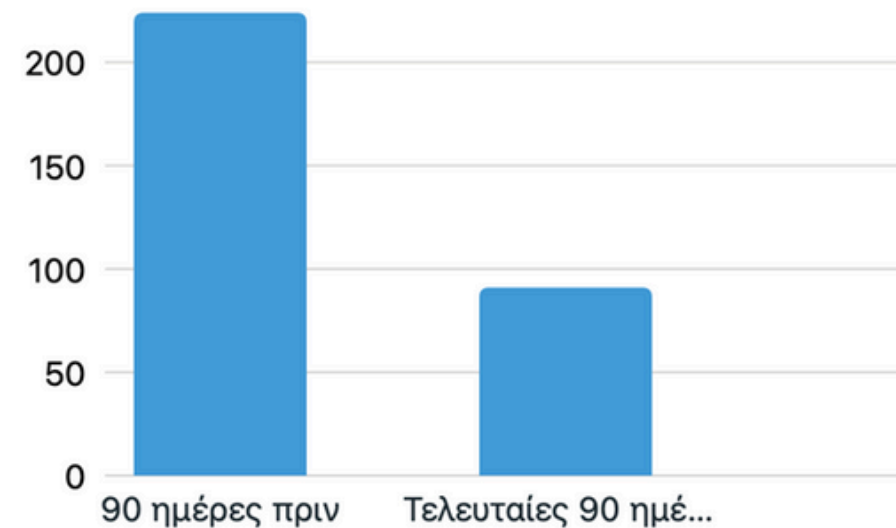


Αλληλεπίδραση

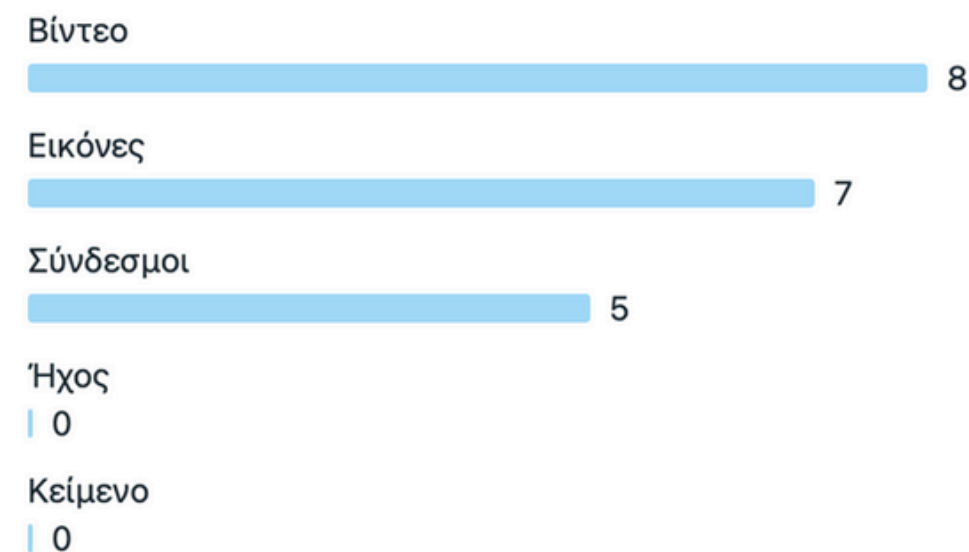
Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων ⓘ

91 ↓ 59,4%

Σύνολο από τις τελευταίες 90 ημέρες σε σύγκριση με τις 90 προηγούμενες ημέρες

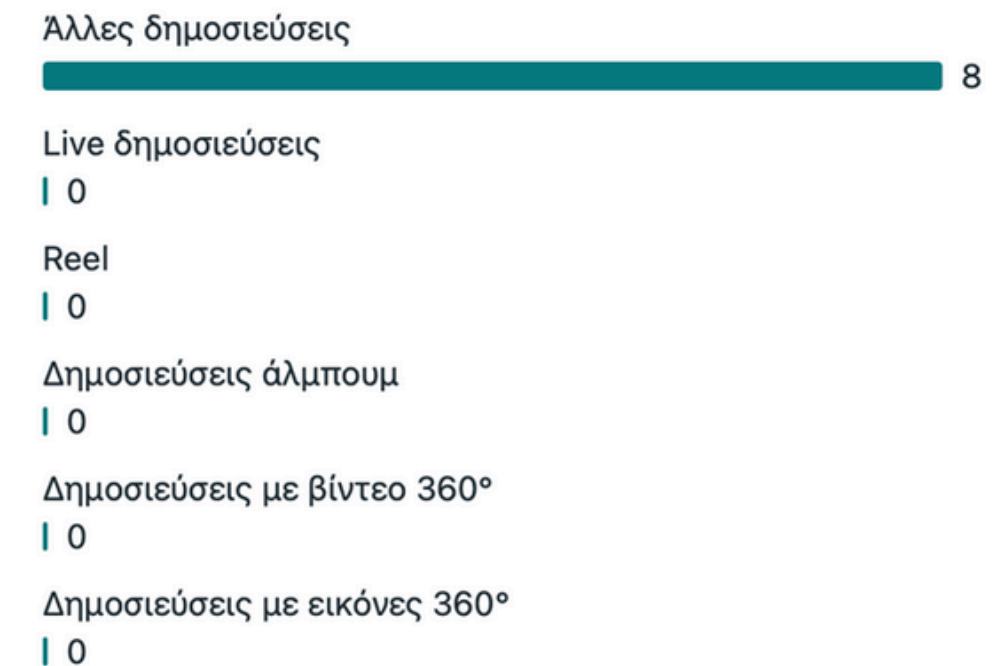


Διάμεσος αριθμός αντιδράσεων, σχολίων και κοινοποιήσεων δημοσιεύσεων ανά τύπο μέσου
Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες



Διάμεσος αριθμός αντιδράσεων, σχολίων και κοινοποιήσεων δημοσιεύσεων ανά μορφή περιεχομένου ⓘ

Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

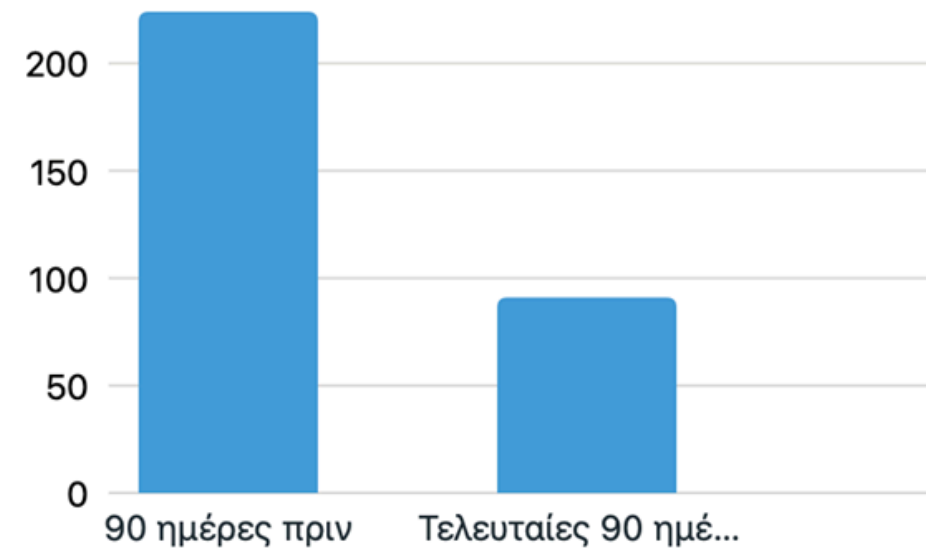


Αλληλεπίδραση

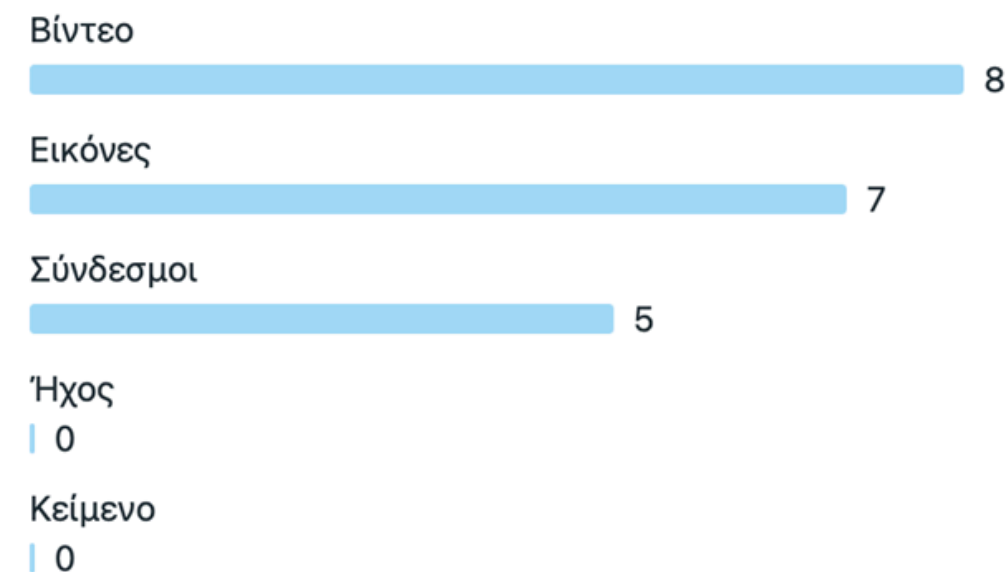
Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις δημοσιεύσεων ⓘ

91 ↓ 59,4%

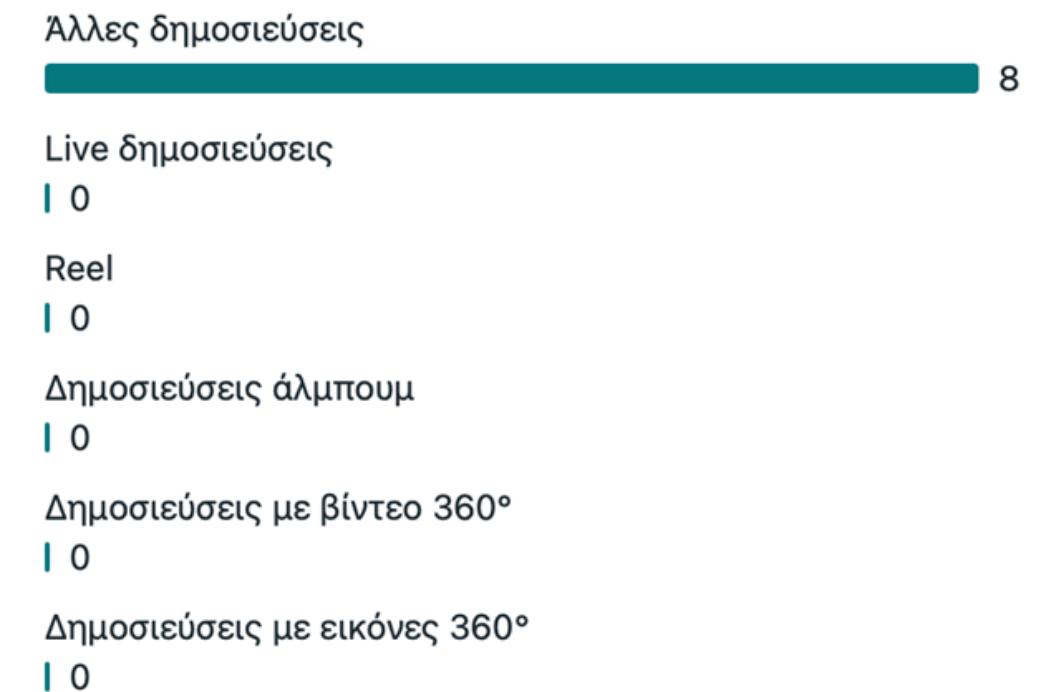
Σύνολο από τις τελευταίες 90 ημέρες σε σύγκριση με τις 90 προηγούμενες ημέρες



Διάμεσος αριθμός αντιδράσεων, σχολίων και κοινοποιήσεων δημοσιεύσεων ανά τύπο μέσου
Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες



Διάμεσος αριθμός αντιδράσεων, σχολίων και κοινοποιήσεων δημοσιεύσεων ανά μορφή περιεχομένου
Για δημοσιεύσεις που έχουν δημιουργηθεί τις τελευταίες 90 ημέρες ⓘ



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



Κοινό ⓘ

📄 Προβολή αναφοράς κοινού

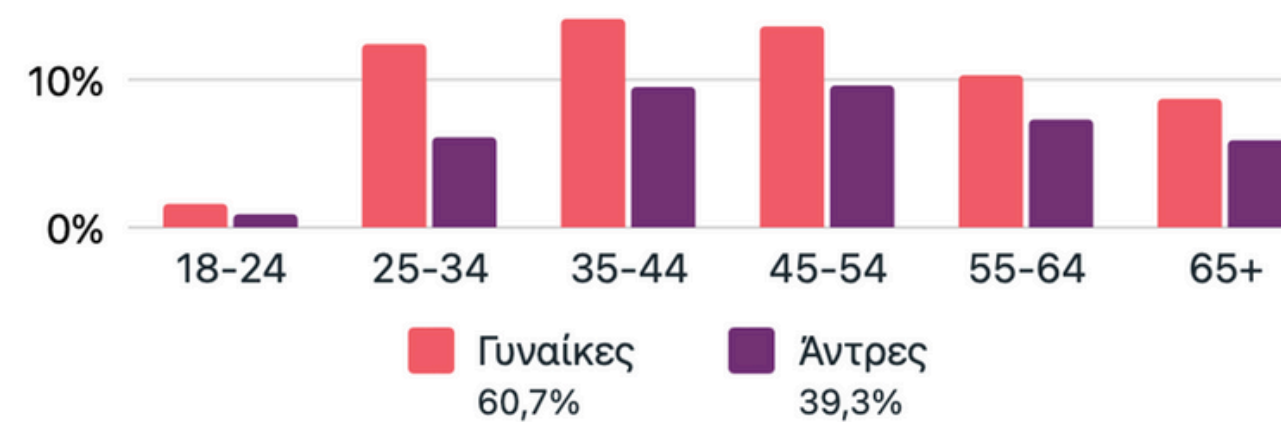
Ακόλουθοι Σελίδας Facebook ⓘ

4.584

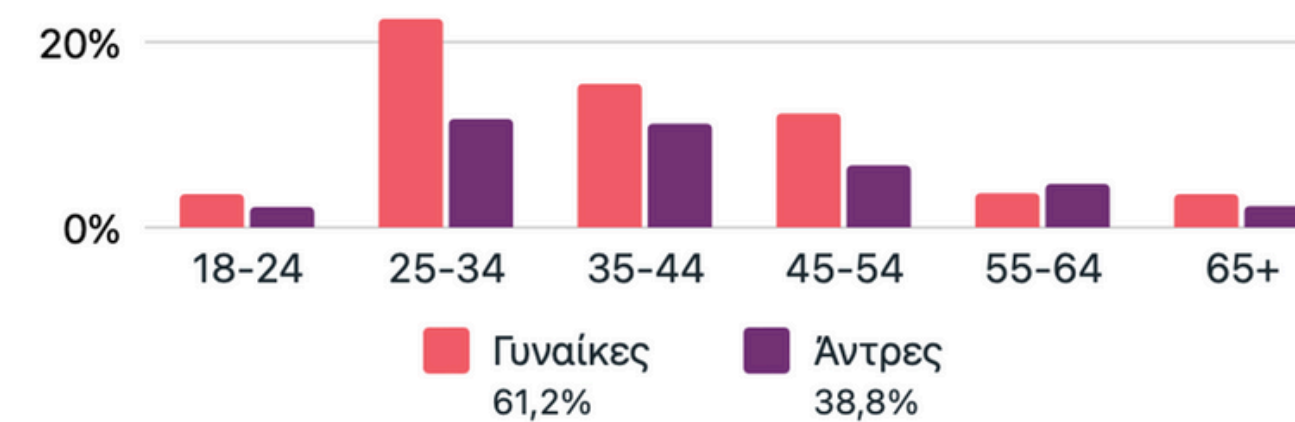
Ακόλουθοι στο Instagram ⓘ

1.408

Ηλικία και φύλο ⓘ



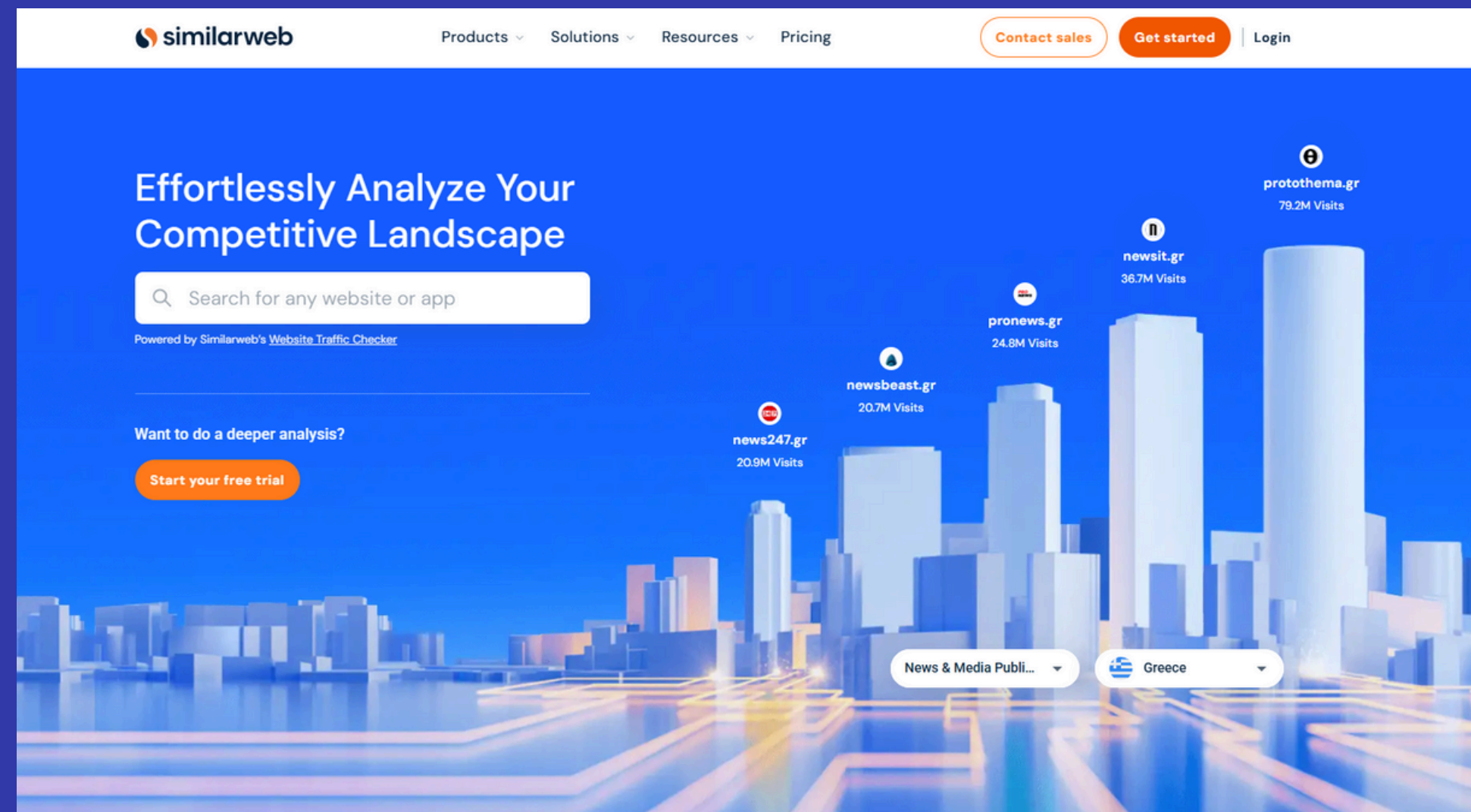
Ηλικία και φύλο ⓘ



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



<https://www.similarweb.com/>



ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



florinapress.gr

ηλεκτρονική εφημερίδα για την πόλη της φλώρινας

Company	--
Year Founded	--
Employees	--
HQ	--
Annual Revenue	--
Industry	--

 similarweb

 Connect this website

Total Visits ⓘ

11.0K

Bounce Rate ⓘ

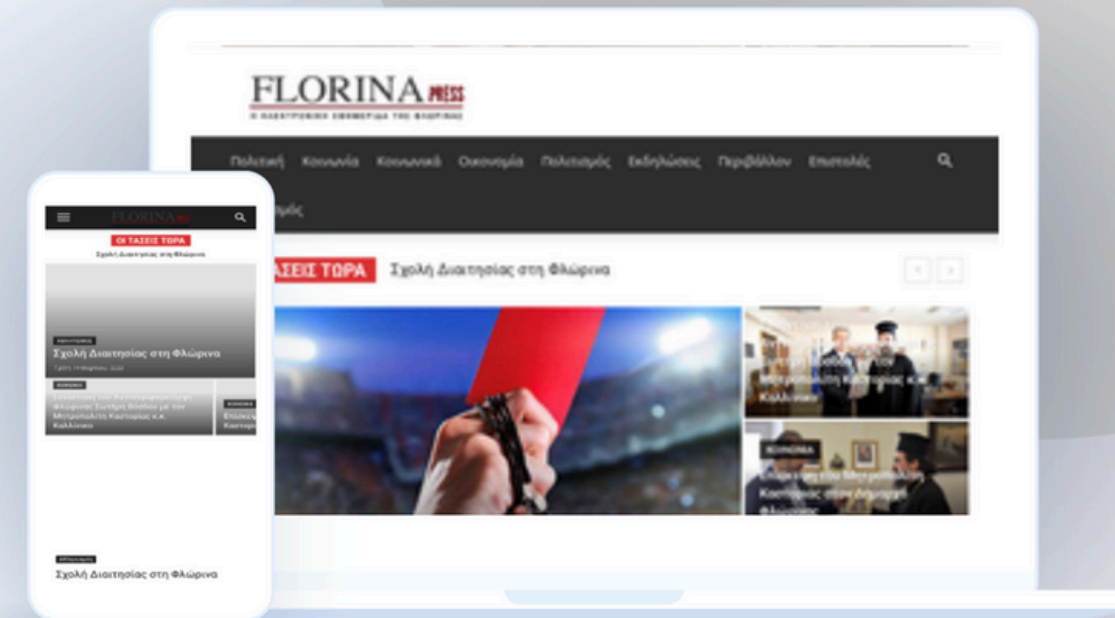
66.52%

Pages per Visit ⓘ

1.69

Avg Visit Duration ⓘ

00:01:17



🌐 Global Rank ⓘ

#4,379,846

▲ 102,718

🌐 Country Rank ⓘ

#72,660

▼ 30,335

Greece

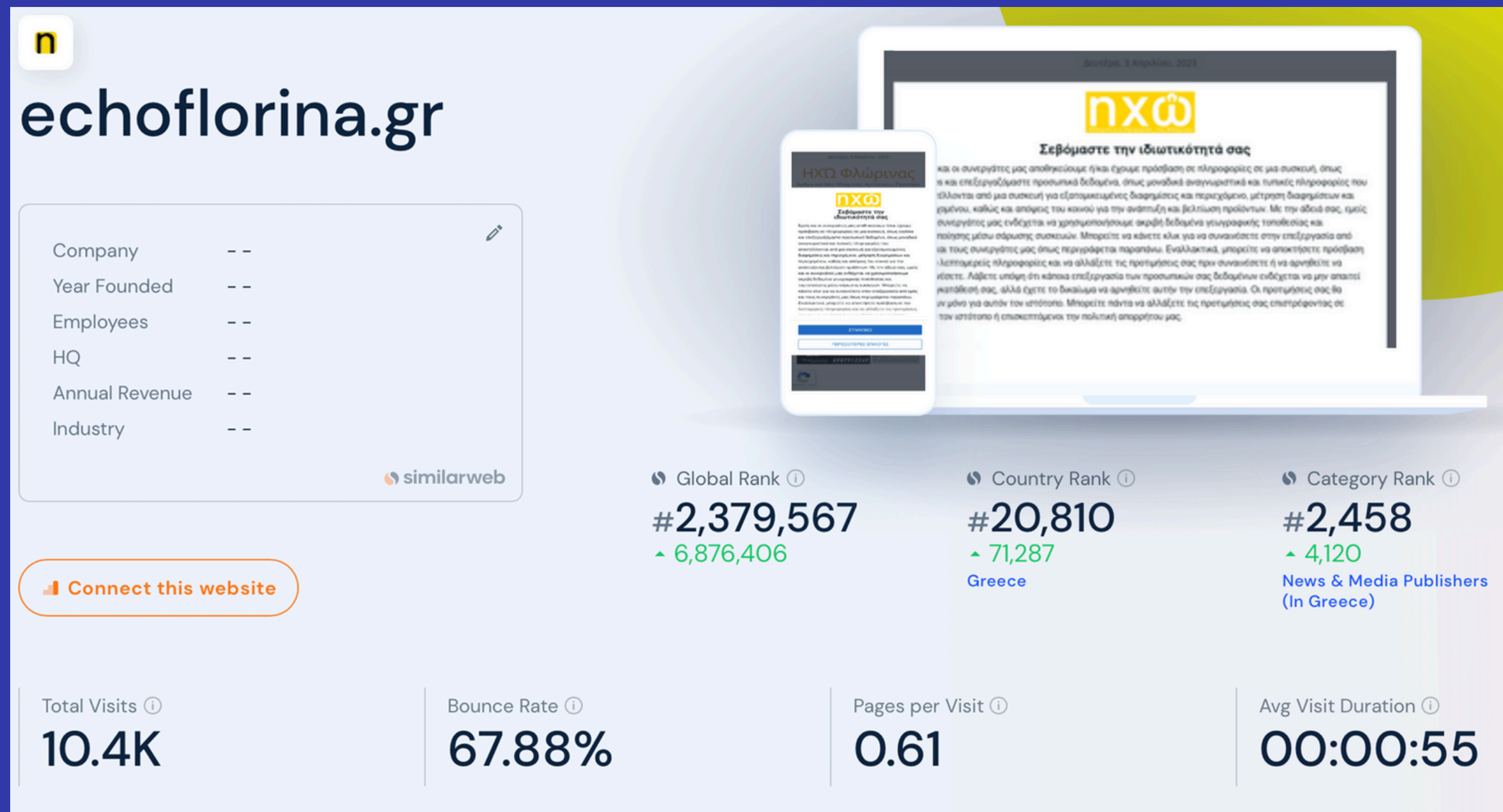
🌐 Category Rank ⓘ

#5,671

▼ 1,748

News & Media Publishers
(In Greece)

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



ΜΕΤΡΗΣΗ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ

ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



Πίνακας 1. Πωλήσεις εφημερίδων και περιοδικών, 2019 - 2024

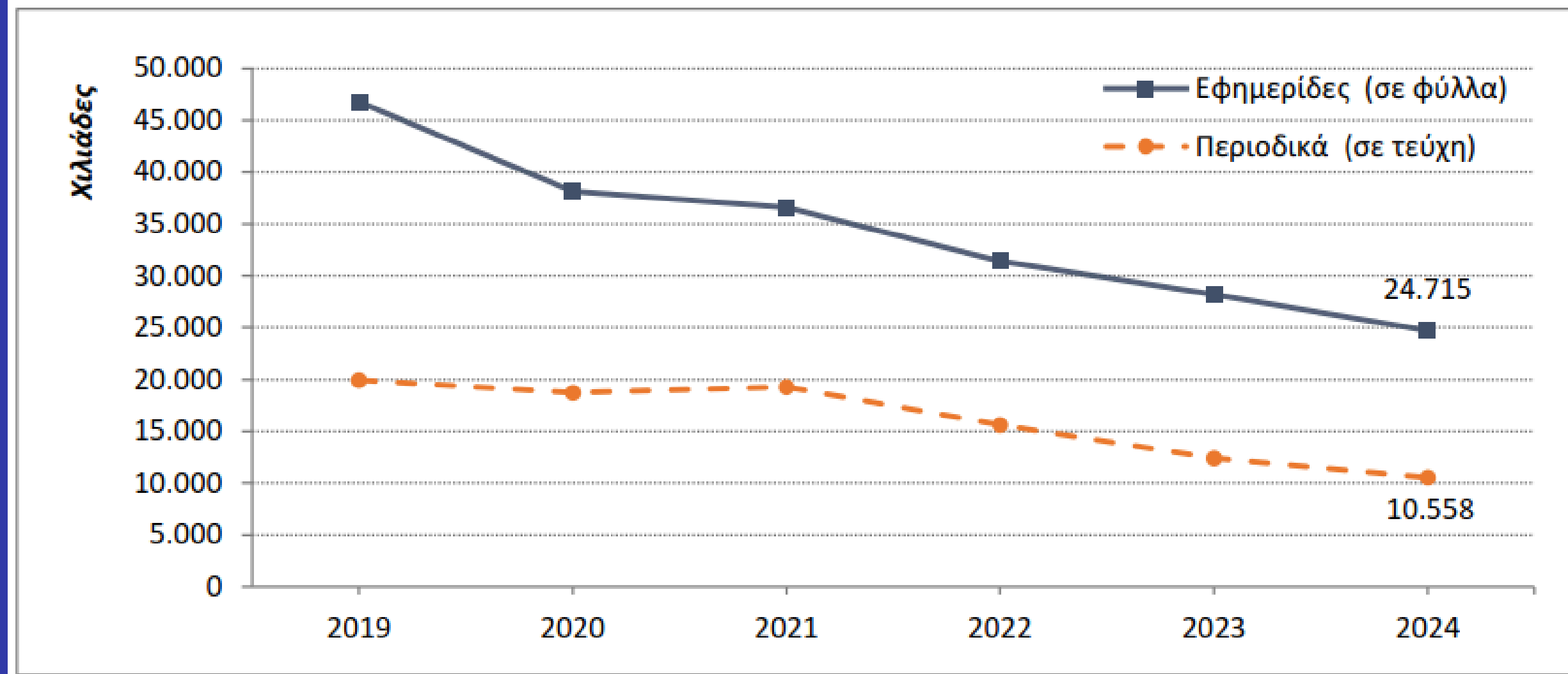
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Εφημερίδες (σε φύλλα)	46.776.501	38.148.635	36.578.726	31.421.739	28.203.839	24.714.723
Ετήσια μεταβολή (%)		-18,4	-4,1	-14,1	-10,2	-12,4
Περιοδικά (σε τεύχη)	19.938.136	18.737.410	19.295.298	15.640.590	12.407.979	10.558.360
Ετήσια μεταβολή (%)		-6,0	3,0	-18,9	-20,7	-14,9

Κατά το έτος 2024, σε σχέση με το έτος 2023, παρατηρείται μείωση στις συνολικές πωλήσεις των εφημερίδων κατά 12,4%, και των περιοδικών κατά 14,9%.

ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



Γράφημα 1. Πωλήσεις εφημερίδων και περιοδικών, 2019-2024



ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



Πίνακας 2. Πωλήσεις εφημερίδων (σε φύλλα), κατά κατηγορία, 2022 - 2024

Εφημερίδες	2022	2023	2024	Μεταβολή % 2023/2022	Μεταβολή % 2024/2023
Σύνολο	31.421.739	28.203.839	24.714.723	-10,2	-12,4
Πολιτικές εφημερίδες (σύνολο)	24.068.957	21.800.285	18.979.925	-9,4	-12,9
Ημερήσιες πολιτικές	15.087.400	13.779.098	11.934.462	-8,7	-13,4
Πρωινές	3.283.359	2.974.967	2.621.884	-9,4	-11,9
Απογευματινές	11.804.041	10.804.131	9.312.578	-8,5	-13,8
Εβδομαδιαίες-μηνιαίες πολιτικές	8.981.557	8.021.187	7.045.463	-10,7	-12,2
Οικονομικές εφημερίδες	549.340	473.329	408.189	-13,8	-13,8
Αθλητικές εφημερίδες (σύνολο)	6.333.936	5.673.518	5.144.985	-10,4	-9,3
Ημερήσιες αθλητικές	3.798.848	3.327.632	2.989.119	-12,4	-10,2
Εβδομαδιαίες αθλητικές	2.535.088	2.345.886	2.155.866	-7,5	-8,1
Λοιπές εφημερίδες (σύνολο)	469.506	256.707	181.624	-45,3	-29,2
Ποικίλης ύλης	71.269	34.589	19.156	-51,5	-44,6
Θρησκευτικές	207.400	176.148	143.186	-15,1	-18,7
Άλλες εφημερίδες	190.837	45.970	19.282	-75,9	-58,1

ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



Πίνακας 3. Πωλήσεις περιοδικών (σε τεύχη), κατά είδος, 2022 – 2024

Περιοδικά	2022	2023	2024	Μεταβολή % 2023/2022	Μεταβολή % 2024/2023
Σύνολο	15.640.590	12.407.979	10.558.360	-20,7	-14,9
Γυναικεία	594.225	553.064	551.688	-6,9	-0,2
Ποικίλης ύλης	1.135.755	991.674	730.320	-12,7	-26,4
Αυτοκινήτου - Μοτοσυκλέτας	131.503	81.745	68.345	-37,8	-16,4
Παιδικά - Κόμικς	1.408.340	975.862	884.900	-30,7	-9,3
Τηλεοπτικά	6.176.036	5.124.814	4.401.150	-17,0	-14,1
Αθλητικά	21.216	13.352	18.827	-37,1	41,0
Ελεύθερου χρόνου - Ψυχαγωγίας	2.969.148	2.817.415	2.659.612	-5,1	-5,6
Στρατιωτικά	59.957	44.415	38.554	-25,9	-13,2
Λοιπά περιοδικά	3.144.410	1.805.638	1.204.964	-42,6	-33,3

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

THANK YOU!



Διδάσκων: Κοσμάς Παναγιωτίδης



kosmapanagio@gmail.com

