



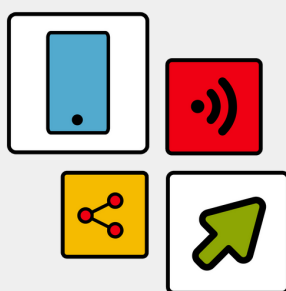
# DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646

## IO3-A4

### ΕΚΣΤΡΑΤΕΪΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

## ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3: DIGITAL ROUTES@CULTURE

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 4 – Εκστρατεία Μάρκετινγκ για το Ευρωπαϊκό  
Πρόγραμμα Digital Routes@Culture

### Κοινοπραξία:



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



# ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΡΓΟΥ

**ΑΚΡΩΝΥΜΟ:** DIGITALROUTES@CULTURE

**ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΟΥ:** PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL  
COMPETENCIES BASED ON THE  
DIGITALIZATION OF CULTURAL  
HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΟΥ:** 2020-1-PL01-KA205-080646

**ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΕΡΓΟΥ:** DIGITALROUTES.4LEARNING.EU

**ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ:**



Fundacja Mapa Pasji



ASSERTED KNOWLEDGE  
THE ICT EQUALISERS



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Erasmus+

Η ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗΣ ΔΕΝ ΣΥΝΙΣΤΑ ΈΓΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ, ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΝΤΙΚΑΤΟΠΤΡΙΖΕΙ ΜΟΝΟ ΤΙΣ ΑΠΏΦΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΓΓΡΑΦΈΩΝ ΚΑΙ Η ΕΠΙΤΡΟΠΉ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΪ ΝΑ ΘΕΩΡΗΘΕΪ ΥΠΕΨΘΥΝΗ ΓΙΑ ΟΠΟΙΑΔΉΠΟΤΕ ΧΡΉΣΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΈΧΟΝΤΑΙ ΣΕ ΑΥΤΉΝ.



## 1. Εισαγωγή

Σύμφωνα με το Cultural Entrepreneurship News, «Οι Πολιτιστικοί Επιχειρηματίες είναι φορείς πολιτισμικής αλλαγής και πολυμήχανοι οραματιστές που οργανώνουν πολιτιστικό, οικονομικό, κοινωνικό και ανθρωπινό κεφάλαιο, για να δημιουργήσουν έσοδα από μια πολιτιστική δραστηριότητα. Οι καινοτόμες λύσεις τους οδηγούν σε οικονομικά βιώσιμες πολιτιστικές επιχειρήσεις που ενισχύουν τα προς το ζην και δημιουργούν πολιτιστική αξία και πλούτο τόσο για τους δημιουργικούς παραγωγούς όσο και για τους καταναλωτές πολιτιστικών υπηρεσιών και προϊόντων».

Το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα DIGITALROUTES@CULTURE στοχεύει να ανοίξει νέους δρόμους στην απασχόληση για νέους και εργαζόμενους σε νέους, παρέχοντας την ευκαιρία να αποκτήσουν μια σειρά επιχειρηματικών ικανοτήτων, συμπεριλαμβανομένων κοινωνικών, ψηφιακών και πράσινων (Bacigalupo et al., 2016). Οι συμμετέχοντες σε αυτό το έργο γίνονται έτσι πολιτιστικοί επιχειρηματίες στις περιοχές τους και μπορούν να δημιουργήσουν το **DIGITALROUTES@CULTURE ENTREPRENEURS NETWORK**.

Αυτό το έγγραφο διερευνά οδηγίες βήμα προς βήμα για τη δημιουργία και την εφαρμογή μιας **ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΠΟΛΥΕΠΙΠΕΔΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΥΔΡΑΣΕΩΝ**, η οποία θα βοηθήσει στην προώθηση της ιδέας της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας στις χώρες της κοινοπραξίας εταιρών. Επιπλέον, η εκστρατεία θα διαδώσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα νοητικά αποτελέσματα που αναπτύχθηκαν κατά τη διάρκεια του έργου (π.χ. διαδικτυακή πλατφόρμα μάθησης για πολιτιστικούς επιχειρηματίες, οδηγούς DIGITALROUTES@CULTURE, αφίσες ή υλικό μέσων κοινωνικής δικτύωσης, κ.λπ.). Ο φάκελος που διανεμήθηκε μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άλλα ενδιαφερόμενα μέρη στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού, στους εκπροσώπους τοπικών ή περιφερειακών αρχών, στις επιχειρήσεις ή στους τοπικούς ακτιβιστές που συνεργάζονται με την πολιτιστική κληρονομιά.

## 2. Εκστρατεία Μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ είναι ένα ουσιαστικό εργαλείο για την ευαισθητοποίηση γύρω από το θέμα της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας. Για να ξεκινήσετε με αυτό, προτείνουμε την ανάπτυξη ενός Σχεδίου Δράσης Μάρκετινγκ. Αυτό που σημαίνει είναι να βάλεις τους στόχους, τις στρατηγικές και άλλα σχέδια γραπτώς, τα οποία θα βοηθήσουν στην παρακολούθηση και τη μέτρηση της προόδου κατά την εκτέλεση εκστρατειών μάρκετινγκ.

Βασικά στοιχεία ενός σχεδίου δράσης μάρκετινγκ:

- **Στόχοι:** Η καταγραφή βασικών στόχων θα βοηθήσει τα μέλη της ομάδας ή τα ενδιαφερόμενα μέρη να κατανοήσουν τι προσπαθείτε να επιτύχετε.
- **Επιλεγμένοι δείκτες απόδοσης:** Επιλέξτε μερικούς βασικούς δείκτες απόδοσης (KPI), οι οποίοι θα είναι οι μετρήσεις σας που θα σας βοηθήσουν να μετρήσετε την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας μάρκετινγκ και του σχεδίου δράσης.



## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- **Χρονοδιάγραμμα καμπάνιας:** Αυτό θα περιλαμβάνει μια επιλεγμένη περίοδο για την προετοιμασία, την εκτέλεση και την αξιολόγηση της διάρκειας της καμπάνιας του έργου.
- **Προϊόντα:** Να είστε συγκεκριμένοι σχετικά με το τι προωθείτε, είτε πρόκειται για μια νέα ξενάγηση, έναν οδηγό ή μια τοποθεσία πολιτιστικής κληρονομιάς.
- **Δήλωση αποστολής:** Συμπεριλάβετε μια σύντομη περιγραφή του γιατί κάνετε αυτό που κάνετε στον τομέα της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας για να διατηρήσετε το σχέδιο δράσης μάρκετινγκ σε ευθυγράμμιση με την αποστολή σας.
- **Αγορά-στόχος:** Δημιουργήστε μια περσόνα που θα εκπροσωπεί τον πελάτη-στόχο σας, στον οποίο θα θέλατε να απευθυνθείτε το περιεχόμενο.
- **Προϋπολογισμός μάρκετινγκ:** Ο προϋπολογισμός μάρκετινγκ θα επηρεάσει το τι μπορείτε να εκτελέσετε, επομένως είναι σημαντικό να τον συμπεριλάβετε στο σχέδιο δράσης μάρκετινγκ.

Αφού ληφθούν υπόψη τα βασικά στοιχεία του σχεδίου δράσης μάρκετινγκ, μπορείτε να προχωρήσετε σε μια **λίστα υποχρεώσεων**, όπου μπορείτε να προσδιορίσετε τα καθήκοντα και τις ευθύνες για την υλοποίηση μιας καμπάνιας μάρκετινγκ.

Θυμηθείτε να **παρακολουθείτε την πρόοδο**, καθώς για αυτό δημιουργήσατε ένα σχέδιο δράσης.

Εικόνα 1. Πρότυπο σχεδίου δράσης μάρκετινγκ. *DIGITALROUTES@CULTURE*.



Erasmus+

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



# DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

**1** Marketing is an essential tool to raise awareness around the topic of cultural entrepreneurship. In order to start with it, we suggest developing a Marketing Action Plan. What it means is to put the goals, strategies and other plans in writing, which will help to track and measure progress while executing marketing campaigns.



### Goals:

Writing down key goals will help team members or stakeholders to understand what you are trying to achieve.



### Key performance indicators:

Put a few key performance indicators (KPIs) which will be your metrics to help measure the effectiveness of the marketing campaign and action plan.



### Products:

Be specific about what you promote, whether it is a new guided tour, a guidebook or a cultural heritage location.



### Timeframe:

A selected period for preparing, running and evaluating the campaign duration of the project.



### Mission:

A short description of why you are doing what you are doing in the field of cultural entrepreneurship.



### Budget:

The marketing budget will influence what you can execute, so it's crucial to include it in your marketing action plan.



### Target market:

Create a persona to represent your target customer, whom you would like to address the content.



Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το πρότυπο **DIGITALROUTES@CULTURE** (Εικόνα 1, σύνδεσμος) για να ξεκινήσετε με το Σχέδιο Δράσης Μάρκετινγκ.

Σε αυτό το έργο, η κοινοπραξία των εταιρών συμπλήρωσε επίσης το αναπτυγμένο Σχέδιο Δράσης Μάρκετινγκ και εντόπισε τις απαραίτητες ενέργειες για την υλοποίησή του. Το υλικό βρίσκεται κάτω από τον υπερσύνδεσμο.

*Με βάση το σχέδιο δράσης μάρκετινγκ **DIGITAL ROUTES@CULTURE**, έχουμε σχεδιάσει μια εκστρατεία διάδοσης πολλαπλών επιπέδων και πολλαπλών δράσεων σε μια σειρά από πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης που θα μιλήσει σε νέους και πολιτιστικούς επιχειρηματίες, που εργάζονται σε/με την πολιτιστική κληρονομιά, για την εναισθητοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε συγκεκριμένες περιοχές της Ευρώπης και την προώθηση της ιδέας του έργου.*

Για την εξυπηρέτηση διαφορετικών στόχων, που προσδιορίζονται στο Σχέδιο Δράσης Μάρκετινγκ, η καμπάνια ενσωματώνει διάφορες εξατομικευμένες ενέργειες, βασισμένες στα πνευματικά αποτελέσματα του έργου



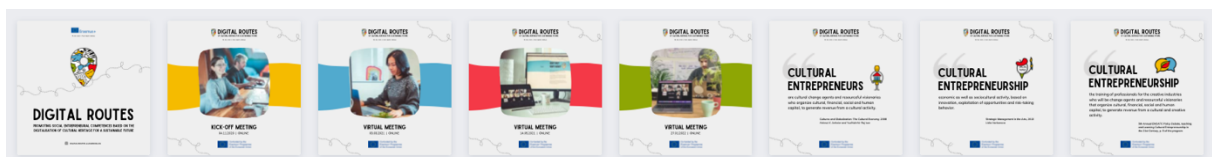
ΕΙΔΟΣ	ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	ΣΤΟΧΟΣ
ΔΡΑΣΗ 1: " <b>#MYROOTSAREDIGITALROUTES</b> "	18.-22.04.2022, συνδεδεμένη με την Παγκόσμια Ημέρα Μνημείων και Τοποθεσιών 2022	Προωθήστε οδηγούς και πλατφόρμα με τις διαδρομές μέσα → <b>DIGITALROUTES@CULTURE AUGMENTED REALITY BROWSER PLATFORM</b>
ΔΡΑΣΗ 2: " <b>#FROMATO DIGITALROUTES</b> "	Πιλοτική φάση (Νοέμβριος- Δεκέμβριος 2022)	Προώθηση διαδικτυακών μαθημάτων/ενοτήτων για την πολιτιστική επιχειρηματικότητα → <b>DIGITALROUTES@CULTURE OPEN WEB PLATFORM</b>
ΔΡΑΣΗ 3: " <b>#ITAKE DIGITALROUTES</b> "	Πιλοτική Φάση + 12.-18.09.2022, συνδεδεμένη με τις Ευρωπαϊκές Ημέρες Πολιτιστικής Κληρονομιάς, θέμα «Αειφόρος Κληρονομιά»	Δημιουργήστε, διατηρήστε και αναπτύξτε μια κοινότητα χρηστών Digital Routes στο διαδίκτυο → <b>DIGITALROUTES@CULTURE ENTREPRENEURS NETWORK.</b>

### 3. Περιεχόμενο

Το περιεχόμενο είναι ο βασιλιάς. Για να εφαρμόσετε το σχέδιο δράσης μάρκετινγκ, θα χρειαστεί να έχετε υλικό δημοσίων σχέσεων (PR) που ξεχωρίζει. Αυτό περιλαμβάνει αφίσες, πανό, βίντεο, πρότυπα κοινωνικών μέσων κ.λπ.

Ένα συναρπαστικό TEDtalk που έγινε από την Dao Nguen με τίτλο «Τι κάνει κάτι να γίνει viral;», όπου εξηγεί την ιδέα της Πολιτιστικής Χαρτογραφίας, μπορεί να βοηθήσει ώστε να κατανοήσουμε ποιο περιεχόμενο γίνεται δημοφιλές.

Για τους σκοπούς της προώθησης της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας, η κοινοπραξία εταιρών δημιούργησε έναν φάκελο (Εικόνα 2) με το σχετικό υλικό, επεξεργάσιμο πρότυπο Canva, καθώς και Οδηγό σχεδίασης για μελλοντικές εργασίες.



Εικόνα 2. Παραδείγματα διαφημιστικού υλικού από τον φάκελο DIGITALROUTES@CULTURE.

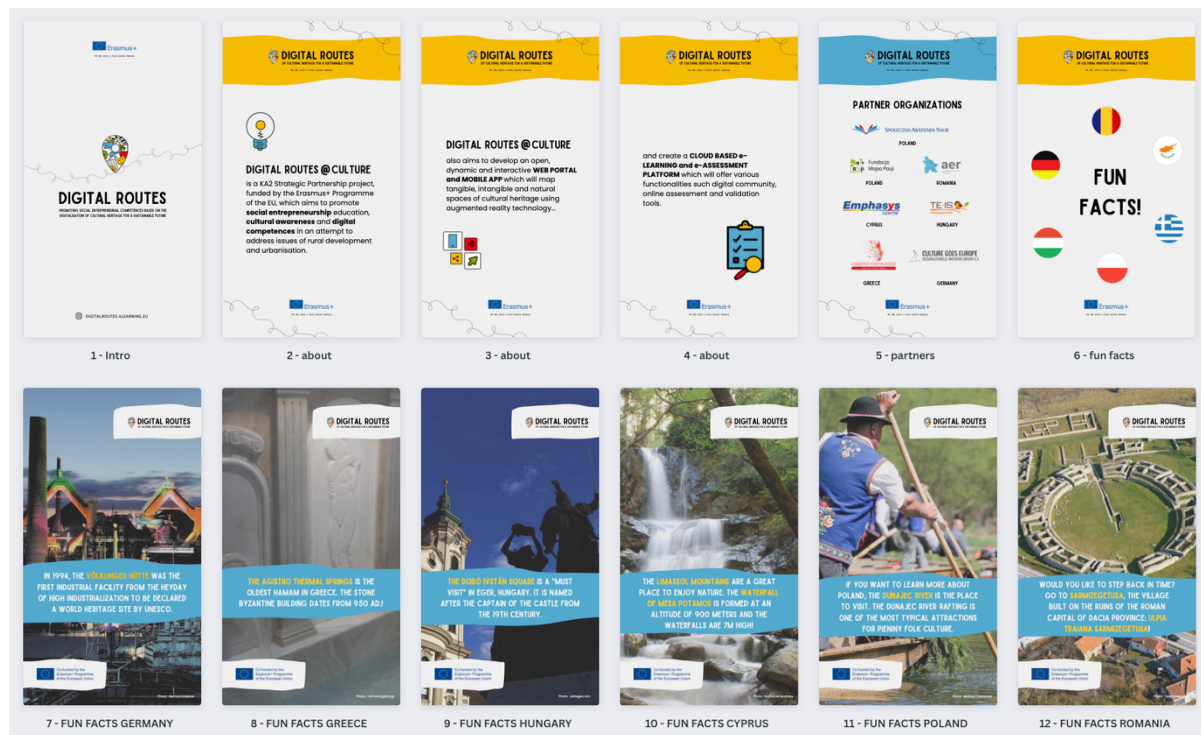




## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Επιπλέον, για τη συγκεκριμένη δράση καμπάνιας έχουμε αρκετά προκατασκευασμένα Instagram Stories, τα οποία είναι διαθέσιμα για τους συνεργάτες.



Εικόνα 3. Παραδείγματα ιστοριών Instagram για την καμπάνια.

## 4. Κανάλια

### Να είστε εκεί που βρίσκονται οι νέοι επιχειρηματίες

Σύμφωνα με το Sprout Social, οι ηλικίες 25–34 ετών είναι το μεγαλύτερο δημογραφικό (31,5%) των χρηστών του Facebook, ακολουθούμενες από τις ηλικίες 18-24 (2,6%).

Ωστόσο, χρειάζεστε το κατάλληλο μέρος για να δημοσιεύσετε το υλικό της καμπάνιας σας, στο Facebook αυτό θα μπορούσε να είναι:

- Τοπικές ομάδες για πολιτιστικούς χώρους ή χώρους καταφυγής, όπου οι χρήστες μοιράζονται τις δικές τους εμπειρίες.
- Ομάδες Erasmus+ της περιοχής ή της πόλης σας/ESC/πρώην εθελοντές (πολλοί παρόντες ή πρώην συμμετέχοντες στο Erasmus+ που κάνουν παρέα εκεί, αναζητώντας κάτι νέο που θα μπορούσατε να ανακαλύψετε και να εξερευνήσετε).
- Ομάδες ομογενών (νέοι με μεταναστευτικό υπόβαθρο μπορεί να ενδιαφέρονται για πολιτιστικές δραστηριότητες για τον εαυτό τους ή ακόμα και για τα παιδιά/τα αδέρφια τους).
- Πανεπιστημιακές ομάδες στο Διαδίκτυο (μπορείτε ακόμα να ψαρέψετε για μερικούς φοιτητές στο Facebook, ειδικά για την ολοκλήρωση αγγλόφωνων κομματιών,



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

μεταπτυχιακές σπουδές ή διδακτορικές κοινότητες δικτύωσης είναι ιδιαίτερα ενεργές εκεί).

- Ομάδες Give-Aways (καθώς μπορείτε να «χαρίσετε» μια συμβουλή για μια καταπληκτική πολιτιστική διαδρομή που ακολουθήσατε για τους νέους· οι μαμάδες και οι μπαμπάδες σε αυτές τις ομάδες μπορεί να ενδιαφέρονται αρκετά).

### Εκεί που κρύβεται η καινοτομία

Τα δοκίμασες όλα; Τι θα λέγατε να ερευνήσετε κάποιες άλλες εφαρμογές που χρησιμοποιούνται τοπικά; Για παράδειγμα, η εφαρμογή **Nebenan** με έδρα το Βερολίνο ειδοποιεί τους γείτονες για το τι συμβαίνει το τρίμηνο. Μια προσφορά ψηφιακής διαδρομής θα μπορούσε να είναι μια μοναδική προσφορά αυτής της πλατφόρμας.

Ένα πολύ νεότερο κοινό θα ακούει επίσης εφαρμογές υπερτοπικής κοινότητας. Ένα από αυτά είναι το **Jodel**, όπου μπορείτε να δημοσιεύσετε ένα σύντομο μήνυμα για το τι σχεδιάζετε και οι άνθρωποι που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση θα απαντήσουν είτε το βρίσκουν ενδιαφέρον, είτε χρειάζονται περισσότερες πληροφορίες είτε προτείνουν κάτι άλλο. Όσο περισσότερες επισημάνσεις "μου αρέσει" το μήνυμά σας, τόσο πιο πολύ θα ταξιδεύει το "Jodel" σας και στο τέλος μπορεί να εμφανιστεί ακόμη και στον πίνακα ελέγχου κάποιου σε άλλη χώρα.

Ωστόσο, με τον κανόνα Erasmus+ να λαμβάνει υπόψη τους νέους μέχρι τα 30, τα στατιστικά δεδομένα δείχνουν ότι το παλαιότερο και ευρύτερο κοινωνικό δίκτυο μπορεί να μην είναι το καλύτερο μέρος αν ψάχνετε για άτομα κάτω των 20 ετών.

Πού να ψάξω τότε; Ως ένα από τα μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα παγκοσμίως, το Instagram είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στους εφήβους. Από τον Ιανουάριο του 2022, το 30,1% των ατόμων ηλικίας 18 έως 24 ετών χρησιμοποιούν το Instagram και ακολουθούν οι 25-34 ετών (31,5%). Αξίζει να αναφερθεί και το TikTok, καθώς κερδίζει 8 νέους χρήστες κάθε δευτερόλεπτο (σύμφωνα με το [Hootsuite](#)).



Εικόνα 4. Σελίδα Instagram @digitalroutes [Πρόσβαση 07.04.2022]



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Για τα μέσα των ενεργειών της καμπάνιας, η συνεργαζόμενη κοινοπραξία έχει δημιουργήσει ένα προφίλ στο Instagram, εκτός από το υπάρχον Facebook, για χρήση κατά τη διάρκεια της καμπάνιας.

## 5. Γλώσσα & Hashtags

Τα hashtags στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και ειδικά στο Instagram, μπορούν να κάνουν ή να χαλάσουν τη στρατηγική μάρκετινγκ σας. Εάν χρησιμοποιηθεί σωστά, το υλικό σας θα προβληθεί από περισσότερα άτομα που είναι πιθανό να ενδιαφέρονται για αυτό που προσφέρετε. Περισσότερα για τη μαγεία των hashtag διαβάστε στο άρθρο του Hootsuite ["Instagram Hashtags 2022: The Ultimate Guide"](#).

Κάθε ενέργεια της καμπάνιας θα έχει ένα ειδικό hashtag, το οποίο θα διακρίνεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μπορεί να βοηθήσει στη μέτρηση της αφοσίωσης και της αλληλεπίδρασης από τους χρήστες:

*ΔΡΑΣΗ 1: #MYROOTSAREDIGITALROUTES*

*ΔΡΑΣΗ 2: #FROMATODIGITALROUTES*

*ΔΡΑΣΗ 3: #ITAKEDIGITALROUTES.*

Τα hashtags θα πρέπει να χρησιμοποιούνται από ολόκληρη την κοινοπραξία κατά την ανάρτηση σχετικά με το έργο, πέραν από το γενικό hashtag – #DigitalRoutes.

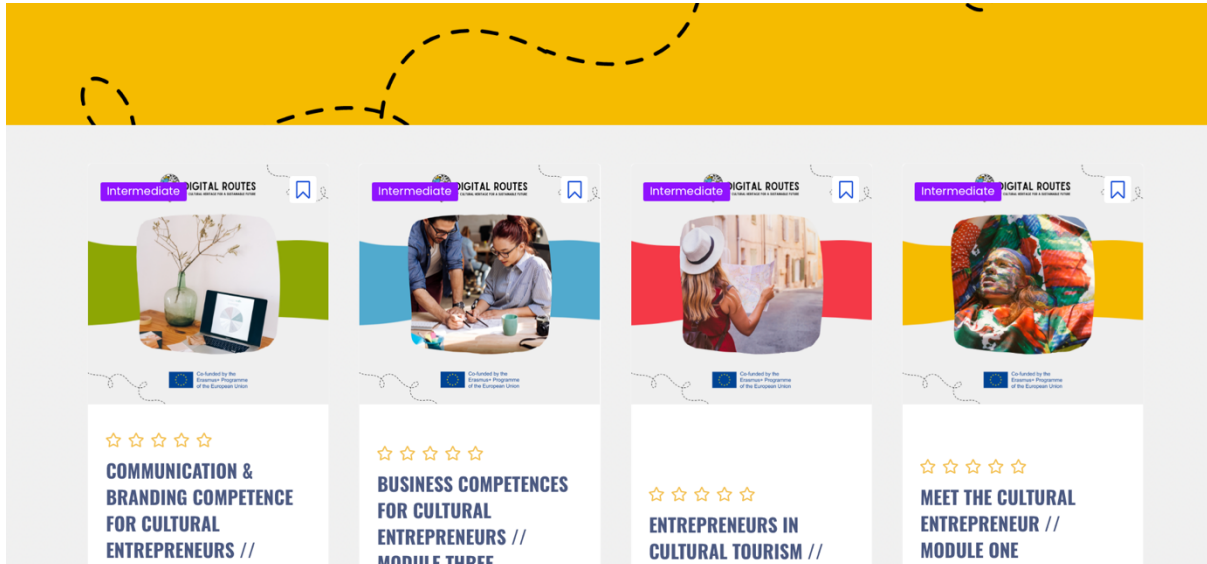
## 6. Ηλεκτρονικό εμπόριο

Το έργο DIGITALROUTES@CULTURE προβλέπει την αξιοποίηση των αναπτυγμένων ηλεκτρονικών ενοτήτων ως προϊόντα ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλαδή η ύπαρξη της λειτουργίας «Καλάθι αγορών» στην ανοιχτή διαδικτυακή πλατφόρμα. Περισσότερα για αυτό το θέμα στο IO4 – Toolkit για την υλοποίηση του προγράμματος.



## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



Εικόνα 5. Σελίδα διαδικτυακών μαθημάτων στον ιστότοπο του έργου. [Πρόσβαση 10.04.2022]

## Αναφορές

Bacigalupo, M., Punie, P.K.Y. and Van den Brande, G. (2016) "EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework", European Commission JRC Science for Policy Report [online]. Available at: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>.

Barnhart, B. (2022, March 2). Social media demographics to inform your brand's strategy in 2022 [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>.

Dao Nguyen. (2014). What makes something go viral? Ted.com; TED Talks. [https://www.ted.com/talks/dao\\_nguyen\\_what\\_makes\\_something\\_go\\_viral](https://www.ted.com/talks/dao_nguyen_what_makes_something_go_viral)

Digital Routes@Culture – Design Guide.

Indeed Editorial Team (Ed.). (2021, June 28). What is an action plan in marketing? (and how to write one). Indeed Career Guide. Retrieved April 5, 2022, from <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/action-plan-in-marketing/>

Kemp, S. (2022, January 28). TikTok Gains 8 New Users Every Second (And Other Mind-Blowing Stats) [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/>.

Newberry, C. (2021, July 19). Instagram Hashtags 2022: The Ultimate Guide [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/>.



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



Αυτό το έγγραφο μπορεί να αντιγραφεί, να αναπαραχθεί ή να τροποποιηθεί σύμφωνα με τους παραπάνω κανόνες. Επιπλέον, πρέπει να αναφέρεται σαφώς η αναγνώριση των συντακτών του εγγράφου και όλων των ισχυόντων τμημάτων της ειδοποίησης πνευματικών δικαιωμάτων.

Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται. © Πνευματικά Δικαιώματα 2022 DIGITALROUTES@CULTURE

