



Case Study

Vita4you





Marios Anthopoulos
Senior PPC Executive



About Omnicliq

The story behind...



Omnicliq was founded by Fanis Vacharis and Dimitris Bachtsevanis in 2017.

It is a **Digital Marketing & Consulting Agency**, which designs and implements Marketing Strategies applying innovative solutions with strong know-how, which have a direct application and impact on the course of a company.

We are Data Driven! At Omnicliq we recognize the importance of **information**, we know how and where to collect it, to process it and to turn it into understandable conclusions and actions for all those involved in a project.

We talk money! Each of our actions comes from well-designed ideas that are based on business data and produce real and measurable results. Our ultimate goal is to **maximize profitability** and **continuous growth** through **innovative ideas**.

At Omnicliq, we are proud that our effort is recognized and rewarded! In 2021 alone, we won **6 Gold**, **3 Silver**, and **7 Bronze** Peak Performance Awards.



Project First!





About Omnicliq

2021 Awards





About Omnicliq

2022 Peak Awards



Project First!



Vita4you | Case Study

38 AWARDS

IN OUR LUGGAGES

Peak AWARDS 2022
PERFORMANCE MARKETING



About Omnicliq

The story behind...



Every team has
it's own story!

OMNI
CLIQ

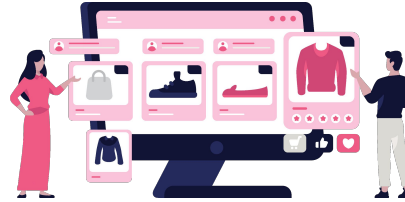


Ποια είναι η Omnicliq;

We are Omnicliq

A New Breed of Digital Agency

A Gang of **Tech Freaks** & **Marketers**



my**ikrina**
Lab

e-kellys

vito4
you

DECORO

 pakketo



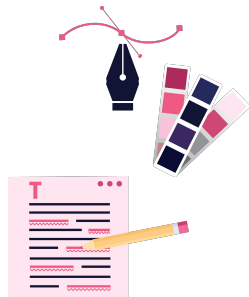
Τμήματα Εταιρείας

Τα 4 τμήματα εργασίας από τα οποία αποτελείται η Omniciq



Performance Marketing

PPC Executives/Specialists



Creative

Graphic Designers

Copywriters



Search Engine Optimization

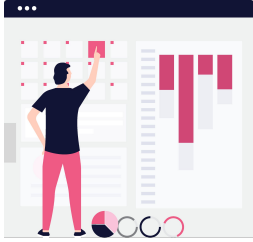
SEO Specialists



Development

Automations Specialists

Daily Office Life



**Έλεγχος Απόδοσης
Λογαριασμών**



**Brainstorming &
Strategy Planning**



Lunch Break



**Accounts Actions &
Optimizations**



**Meetings with
Clients**

In/Out Of Office Functions



**Office Food
Delivery Day**



**Out of Office
Lunch Day**



Team Trips/Vacation



Business Trips

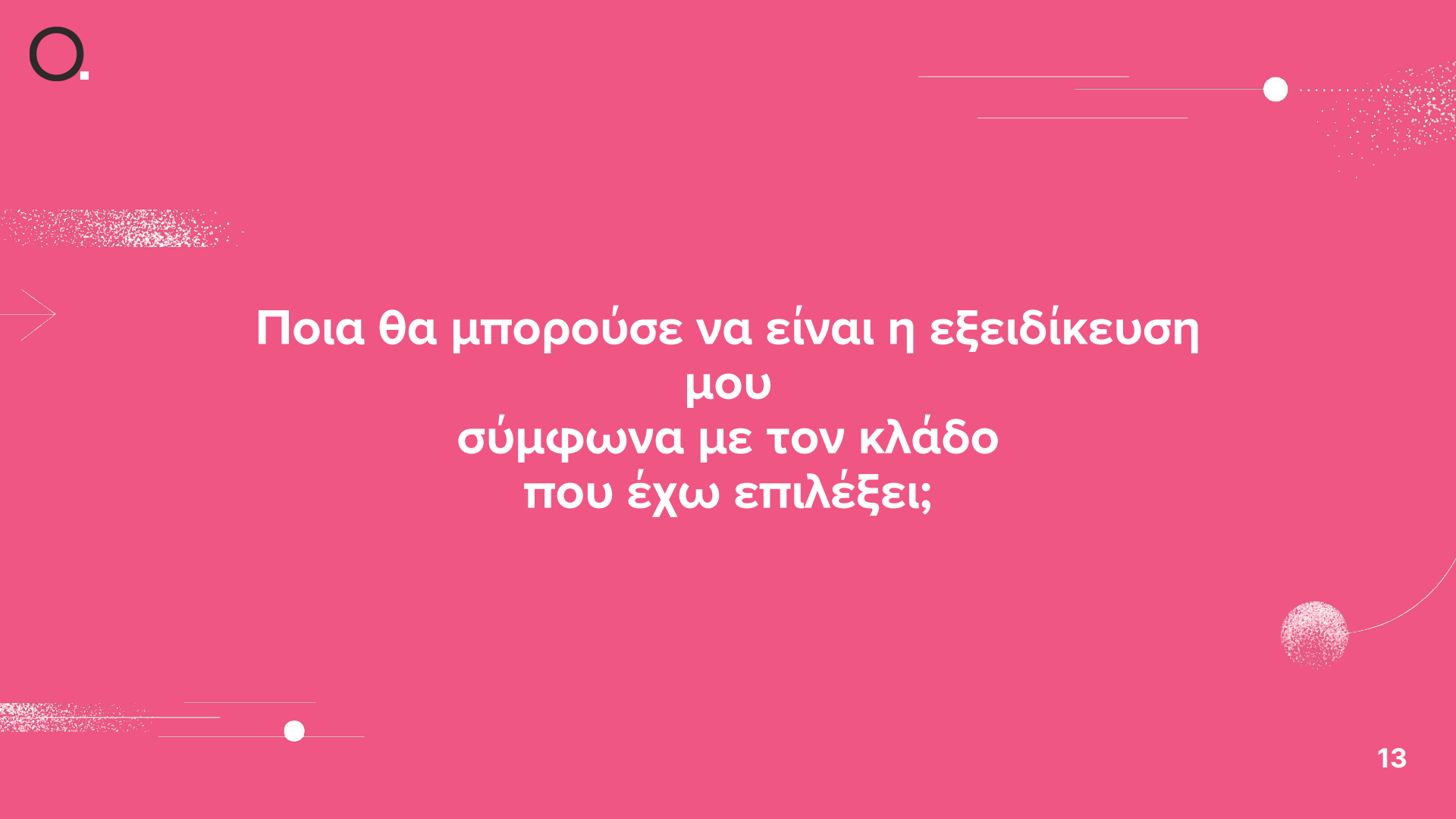


Football

Ερωτήσεις που απασχολούν τους νέους κατά το ξεκίνημα της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας



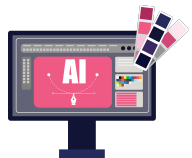
- Ποια θα μπορούσε να είναι η εξειδίκευση μου σύμφωνα με τον κλάδο που έχω επιλέξει;
- Ποια είναι τα τυπικά προσόντα για την κάλυψη μιας θέσης εργασίας βάσει της εξειδίκευσης που έχω επιλέξει;
- Τι ψάχνουν οι εταιρείες από έναν νέο εργαζόμενο;
- Που μπορώ να αναζητήσω δουλειά μετά τις σπουδές μου;



Ποια θα μπορούσε να είναι η εξειδίκευση
μου
σύμφωνα με τον κλάδο
που έχω επιλέξει;

Θέσεις στην αγορά Εργασίας βάσει των εξειδικεύσεων

Ενδεικτικές θέσεις στον τομέα του marketing, της γραφιστικής και του προγραμματισμού



Designers

- Digital Graphic Designer
- Graphic Designer
- UX/UI Designer
- Motion Designer
- Brand Identity Designer



Digital Marketers

- Social Media Managers
- PPC Manager
- Brand Manager
- Digital Marketing Specialist
- SEO Specialist
- Media Planner

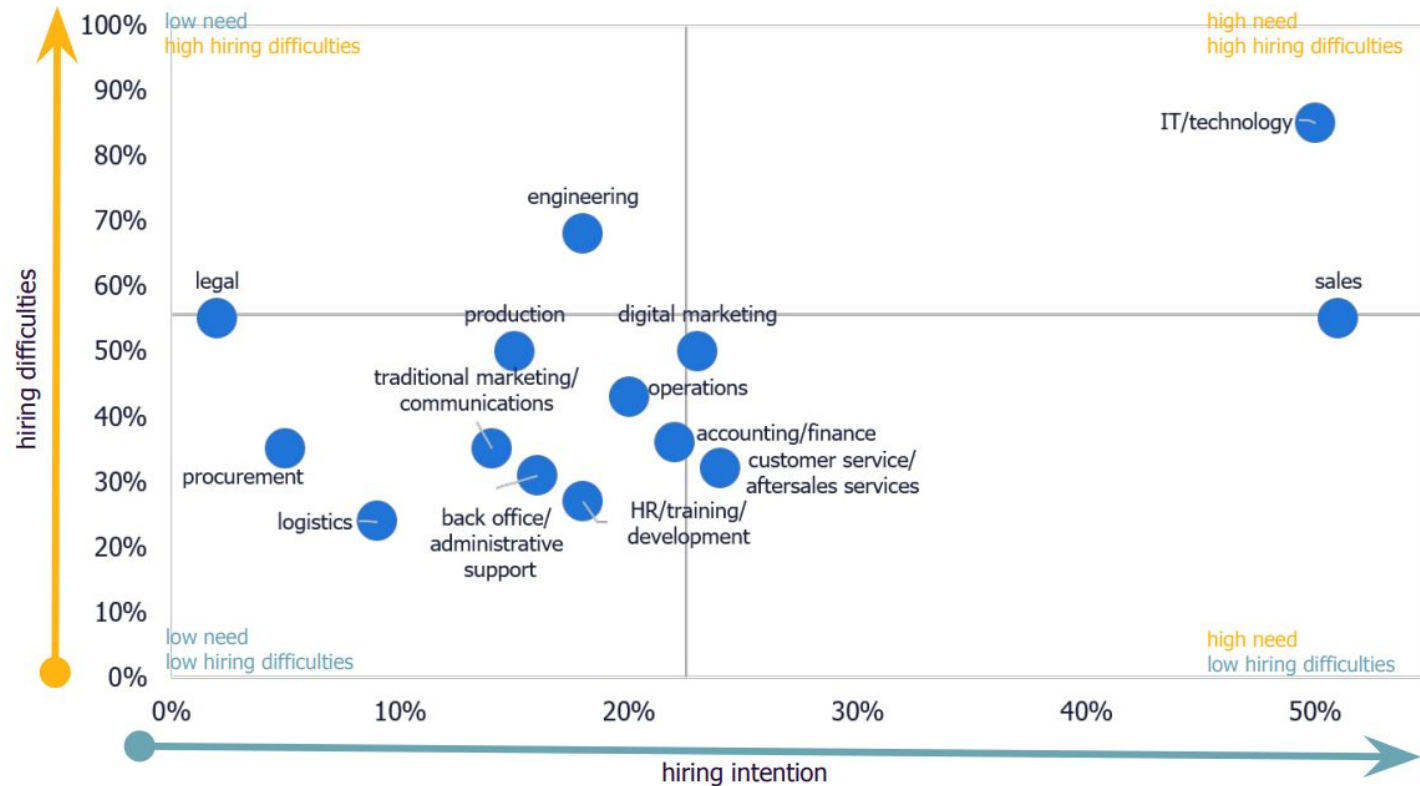


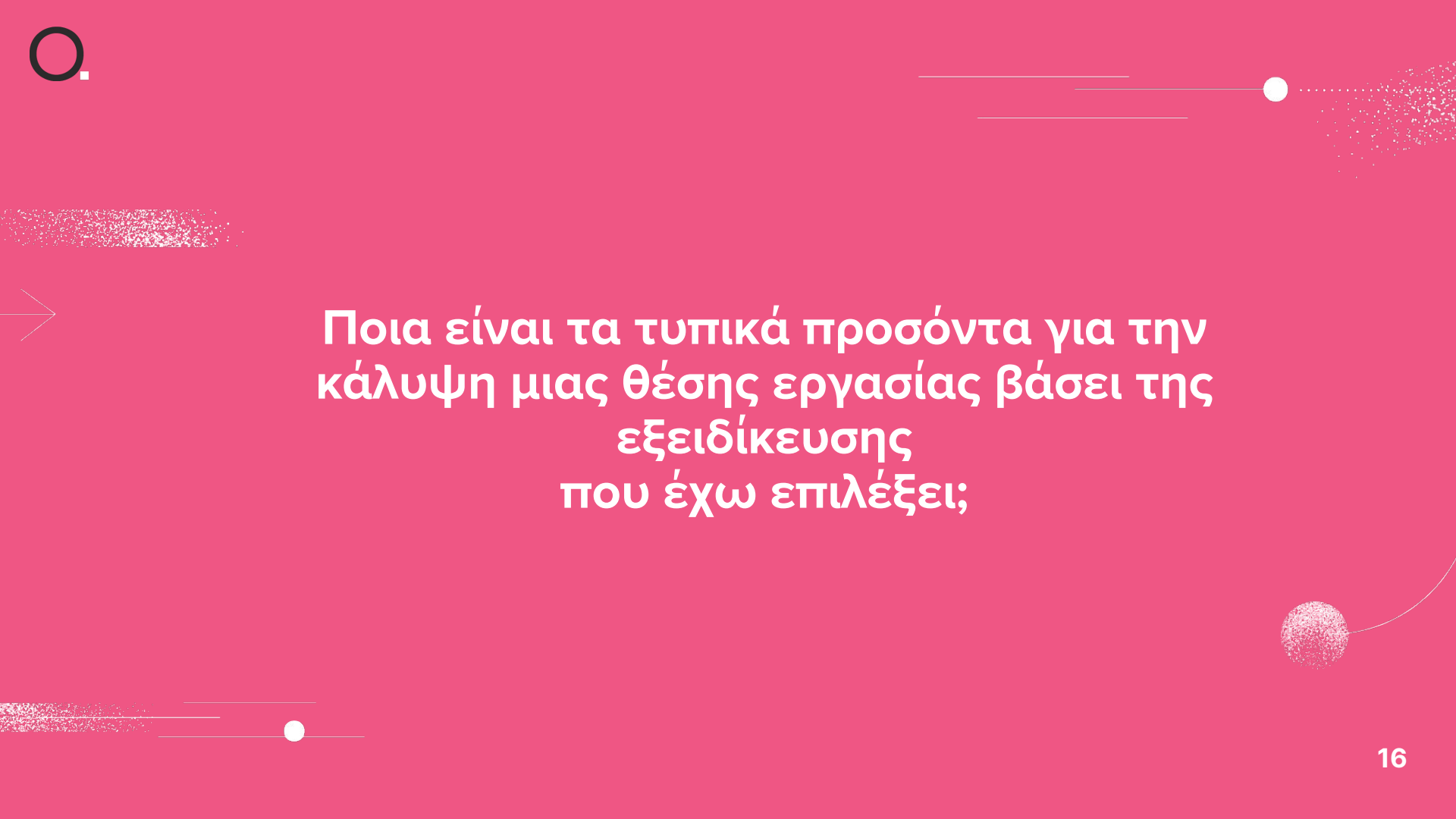
Developers

- Frontend Developer
- Backend Developer
- Full Stack Developer
- App Developer
- Automation Engineer

difficulty to hire matrix.

most companies expect difficulties to hire in the IT & engineering departments.





Ποια είναι τα τυπικά προσόντα για την
κάλυψη μιας θέσης εργασίας βάσει της
εξειδίκευσης
που έχω επιλέξει;

Γνώσεις & Εργαλεία (Hard Skills)

Τι γνώσεις θα πρέπει να έχει αναπτύξει ένα σπουδαστής πριν βγει στην αγορά εργασίας;



Designers

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe After Effect
- Adobe InDesign
- Adobe Premier
- Adobe xD
- Final Cut Pro
- Figma
- Sketch
- Dogma
- Substance 3D Suit



Digital Marketers

- Meta Business Suite
- Facebook Ads Manager
- Google Ads
- Google Analytics
- Newsletter Platforms
- Google Search Console
- Google Keyword Planner
- Ahrefs - Semrush
- Screaming Frog
- Google Workspace
- MS Office



Developers

- Γλώσσα προγραμματισμού (Javascript is common in Web environments)
- Python to use in Data Analytics
- Version control (GitLab, GitHub)
- Code editors like VS (Visual Studio Code), Vim etc.
- SQL (Structured Query Language) για βάσεις δεδομένων



Copywriters

- Grammarly
- Word Reference
- Social Media
- Newsletter Platforms

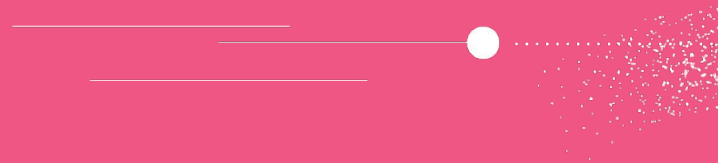
Δεξιότητες - Soft Skills

Τι δεξιότητες θα πρέπει να έχει αναπτύξει ένα σπουδαστής πριν βγει στην αγορά εργασίας;

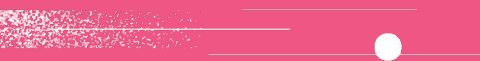


- Κοινή λογική & αντίληψη
- Δυνατότητα συνδυαστικών σκέψεων
- Ομαδικότητα & Συναδελφικότητα
- Θέληση για μάθηση και εξέλιξη
- Επαγγελματισμός
- Τυπικότητα
- Υπευθυνότητα
- Αξιοπιστία





**Τι ψάχνουν οι εταιρείες
από έναν νέο εργαζόμενο;**



Soft Skills & Hard Skills

Τι ψάχνουν οι εργοδότες από έναν νέο εργαζόμενο;



Soft Skills & Hard Skills

Τι ψάχνουν οι εργοδότες από έναν νέο εργαζόμενο;

Έλλειψη δεξιοτήτων

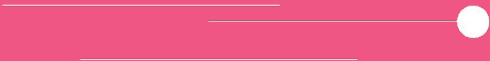
Οι βασικές ελλείψεις δεξιοτήτων στους υποψηφίους.

• Δεξιότητες που σχετίζονται με τη θέση εργασίας	51%
• Επίλυση προβλημάτων/κριτική σκέψη	49%
• Επαγγελματική συμπεριφορά	35%
• Ηγεσία	34%
• Διαχείριση προγράμματος/χρόνου	28%
• Ευελιξία	27%
• Καινοτομία και δημιουργικότητα	24%
• Αναβαθμισμένη γνώση στη χρήση της τεχνολογίας	20%
• Ομαδική εργασία/συνεργασία	19%
• Γνώση ξένων γλωσσών	17%
• Άλλο	6%

51%

των ερωτηθέντων θεωρούν ότι οι ειδικές δεξιότητες που σχετίζονται με την εργασία είναι η πιο σημαντική έλλειψη δεξιοτήτων στους υποψηφίους. Σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην αναζήτηση υποψηφίων που έχουν ικανότητες επίλυσης προβλημάτων και κριτική σκέψη.





**Που μπορώ να αναζητήσω για δουλειά
μετά τις σπουδές μου;**

Job Finding Tools

Που μπορώ να ψάξω για δουλειά μετά τις σπουδές μου;

Social Media: LinkedIn

Indeed

Kariera.gr

Jobfind

Talent.com

Skywalker

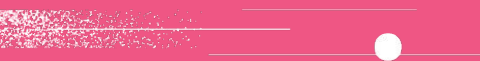
Χρυσή Ευκαιρία

HR Recruiters (όπως Adeco, Randstand)





Our Story



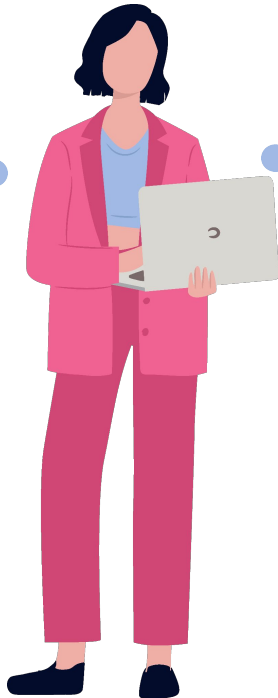
Anastasia Chatziioannou - Performance Marketing/PPC Specialist

Σχολή: Βαλκανικών Σλαβικών & Ανατολικών Σπουδών,
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Ειδικότητα: Οικονομικά

Ποια είναι η ιδανική
θέση για μένα;

Που και πως
μπορώ να ψάξω
για Δουλειά;



Ποιό είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά μου
έναντι των υπολοίπων;

Ρωσική γλώσσα

Σε ποιον κλάδο μπορώ να απορροφηθώ άμεσα;

Τουρισμός - Ξενοδοχεία

Οπότε;



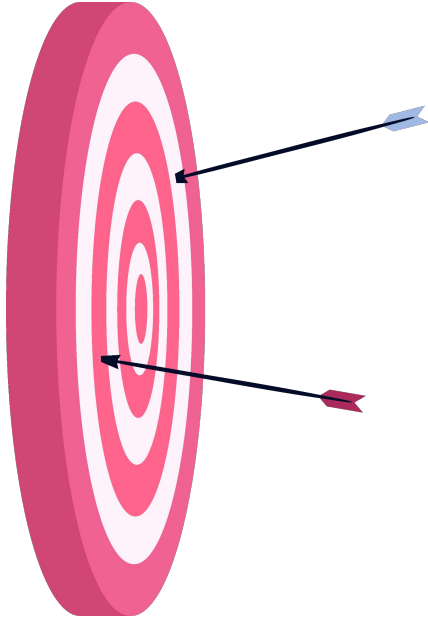
Πού και πώς μπορώ να ψάξω για δουλειά;

Αποστολή βιογραφικού σε ξενοδοχεία και τουριστικά
γραφεία

Ποια είναι η ιδανική θέση για μένα;

Μια θέση παροχής υπηρεσιών όπου θα χρησιμοποιεί τη
ρωσική γλώσσα

Η μετέπειτα εξέλιξη



Στόχος

- 1) Εξειδίκευση στο μάρκετινγκ

Πλάνο

- 1) Μεταπτυχιακές Σπουδές
- 2) Άμεση Εργασία σε τμήμα marketing έστω και εθελοντικά.

Στόχος No.2

- 1) Εξειδίκευση στο digital μάρκετινγκ

Πλάνο

- 1) Συμμετοχή σε προγράμματα μετεκπαίδευσης, όπως Σεμινάρια.
- 2) Άμεση Εργασία σε digital agency

Alexandros Gavriilidis - Performance Marketing/PPC Executive





Google Analytics 4 (GA4) ~ τζι-έλ-φορ

What is Google Analytics 4?



- Google Analytics is a web analytics service offered by Google that tracks and reports website traffic, currently as a platform inside the Google Marketing Platform brand.
- Google Analytics 4 (GA4) is the latest version of Google Analytics, and it offers several improvements over the previous version, known as Universal Analytics.

Benefits of Google Analytics 4?



For Digital Marketers

- Improved tracking of user interactions across multiple devices and platforms
- Better integration with other Google products, such as Google Ads and Google BigQuery
- Improved support for data privacy and security, including the ability to automatically delete data after a specified period of time
- New features, such as the ability to track user engagement in real time, and support for advanced machine learning algorithms
- A more intuitive user interface and more robust reporting capabilities, making it easier to understand and act on your website's data

Overall, GA4 provides a more comprehensive and accurate picture of your website's performance and can help you make better data-driven decisions.

You can also check [my Blog Post](#) on CEE Digital Alliance about Google Analytics 4.

Benefits of Google Analytics 4?



In GA4, events fall into 4 categories:

- Automatically Collected Events
- Enhanced Measurement Events
- Improved support for data privacy and security, including the ability to automatically delete data after a specified period of time
- New features, such as the ability to track user engagement in real time, and support for advanced machine learning algorithms
- A more intuitive user interface and more robust reporting capabilities, making it easier to understand and act on your website's data

Overall, GA4 provides a more comprehensive and accurate picture of your website's performance and can help you make better data-driven decisions.

You can also check [my Blog Post](#) on CEE Digital Alliance about Google Analytics 4.



Vita4you | eCommerce



About Vita4you

The story behind...



Vita4you is an Online Pharmacy based in Thessaloniki.

It has been operating in the city center since 1987, but took its first steps as an Online Pharmacy in 2010.

It is now one of the largest Electronic Pharmacies in Greece and has over 50+ staff, while it has an internally organized content marketing and web development team.

In this modern pharmacy, the specialized staff of Vita4you, serves and offers personalized scientific solutions in matters of health and beauty.

It offers a wide variety of products with prices that go hand in hand with those of the e-shop.



Προτεραιότητα εσύ!





Ηλεκτρονικό Φαρμακείο (ePharmacy) Vita4you

Promise (Mission)

- We are more than just an online pharmacy!
- Our mission is the multi-level service of our customers!
- Since 2010 we are... DEDICATED TO YOUR CARE!
- We make the most of technology, as well as any means to stay connected with you
- The scientifically trained staff makes every effort for immediate and excellent service.
- We are by your side to provide you with a complete shopping experience, providing each individual with the consulting support they need.

Value Proposition (Delivery)

- Competitive prices
- Countless product choices
- More than 715 different Brands
- High & Stable Quality Products & Services
- Fast shipments
- Free shipping
- Immediate telephone service
- Free products in the basket
- Continuous updates
- Detailed product descriptions
- Many positive user reviews
- Pharmaceutical advice and customer updates



Omniciq Awards of Vita4you Project

Digital Marketing & Performance Awards



Evolution e-Commerce Awards 2021

- Best Performance Marketing Strategy (Pay Per Click)
- Best in Pharma & Health

Peak Performance Marketing Awards 2022

- Privacy Centric Measurement
- Best Performance in Beauty, Health & Pharma
- Best Use of Technology

Peak Performance Marketing Awards 2021

- Best Google Shopping Ad Campaign: Custom Auto-Pilot for Google Shopping Ads
- Best Performance in Beauty, Health & Pharma

Peak Performance Marketing Awards 2020

- Best Performance in Beauty, Health & Pharma
- Best Google Shopping Ad Campaign





Google Ads



Η **Google** είναι μια μηχανή αναζήτησης ή αλλιώς **Search Engine**. Οι διαφημίσεις και η βελτιστοποίηση των οργανικών αποτελεσμάτων ενός **Brand** σε Search Engines όπως η Google, αποτελούν μέρος του **Search Engine Marketing (SEM)**. Όταν πληκτρολογεί ο χρήστης κάτι στο **Google Search**, το λεγόμενο **Search Term (ή Search Query)**, εμφανίζονται στην **Search Engine Result Page (SERP)** κάποια οργανικά αποτελέσματα και διαφημίσεις.

Pay Per Click (PPC) είναι ένα online διαφημιστικό μοντέλο στο οποίο οι **διαφημιστές πληρώνουν** ένα ποσό κάθε φορά που ένας χρήστης κάνει **Click** πάνω σε μία από τις **διαφημίσεις** τους, το λεγόμενο **Cost Per Click (CPC)**.

Το μοντέλο **PPC**, συνήθως εφαρμόζεται σε διαφημίσεις όπως:

- **Google Search Ads:** Ένας χρήστης πληκτρολογεί κάτι στο Google Search και του εμφανίζεται η διαφήμιση
- **Google Display Ads:** Ένας χρήστης περιηγείται σε μια ιστοσελίδα, σε ένα mobile app, βλέπει κάποιο βίντεο και του εμφανίζεται η διαφήμιση σε μορφή εικόνας και λεκτικού
- **YouTube Ads:** Ένας χρήστης βλέπει ένα βίντεο στο YouTube, και το βίντεο του διακόπτεται από μια διαφήμιση σε μορφή βίντεο



Google Search Engine Result Page

SERP



vita4you



Όλα



Χάρτες



Εικόνες



Αγορές



Ειδήσεις



Περισσότερα



Εργαλεία

Περίπου 124.000 αποτελέσματα (0,68 δευτερόλεπτα)

Google Search Ad

Διαφήμιση · <https://www.vita4you.gr/ηλεκτρονικό> ▼

Ηλεκτρονικό Φαρμακείο Vita4you - Όλα τα Προϊόντα Διαθέσιμα

Ηλεκτρονικό Φαρμακείο Με Περισσότερα Από 12.000 Πιστοποιημένα Προϊόντα Διαθέσιμα Online. Βρέξ Όλα Τα Προϊόντα Στις Καλύτερες Τιμές & Ενημερώσου Για Οποιοδήποτε Θέμα Υγείας! Όλα τα μεγάλα Brands. Νέες προσφορές καθημερινά. Δωρεάν μεταφορικά από 39€.
 Αγ. Velouchioti 33A, Kalamaria Municipality - Κλειστό τώρα · Ώρες ▼

Για τη Γυναίκα

Όλα τα προϊόντα που χρειάζεται μία γυναίκα. Μεγάλες προσφορές!

Για τον Άνδρα

Όλα γύρω από τον Άντρα. Δείτε Τις Προσφορές Online!

Google Organic Search Engine Result

<https://www.vita4you.gr> ▼

Vita4you: Ηλεκτρονικό Φαρμακείο

Ηλεκτρονικό Φαρμακείο **Vita4you.gr**. Ανακαλύψτε χιλιάδες προϊόντα υγείας, διατροφής & ομορφιάς!

Βιταμινες

Ανακαλύψτε τα σκευάσματα βιταμινών και συμπληρώματα ...

Γυναίκα

Πρόσωπο - Μαλλιά - ΣΩΜΑ - Σαμπουάν - ...

Προσφορές

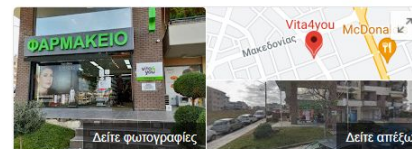
Ανακαλύψτε όλες τις προσφορές και τα πακέτα δώρων με ...

Περισσότερα αποτελέσματα από το [vita4you.gr](https://www.vita4you.gr) ▼

<https://www.facebook.com> > ... > Brand > Health/Beauty ▼

[vita4you.gr - Home](https://www.facebook.com/vita4you) | Facebook

← Google Branded Search



Vita4you



Ιστοτόπος

Οδηγίες

Αποθήκευση

4,6 ★★★★★ 543 αξιολογήσεις Google

Φαρμακείο στο Δήμο Καλαμαριάς

Επιλογές εξυπηρέτησης: Αγορές εντός καταστήματος · Παραλαβή στο κατάστημα · Διανομή

Διεύθυνση: Αρη Βελουχιώτη 33Α, Καλαμαριά 551 32

Ώρες: Κλειστά · Ανοίγει 9:00 π.μ. Σάβ ▼

Υγεία και ασφάλεια: Απαιτείται χρήση μάσκας · Το προσωπικό φοράει μάσκα · Το προσωπικό υποβάλλεται σε ελέγχους θερμοκρασίας · Περισσότερες λεπτομέρειες

Τηλέφωνο: 231 044 4422

Προτείνετε μια τροποποίηση · Είστε ιδιοκτήτης/τρια αυτής της επιχείρησης;

Ερωτήσεις και απαντήσεις

Εμφάνιση όλων των ερωτήσεων (28)

Κάντε μια ερώτηση

Δημοφιλείς ώρες

ΔΕΥ

ΤΡΙ

ΤΕΤ

ΠΕΜ

ΠΑΡ

ΣΑΒ

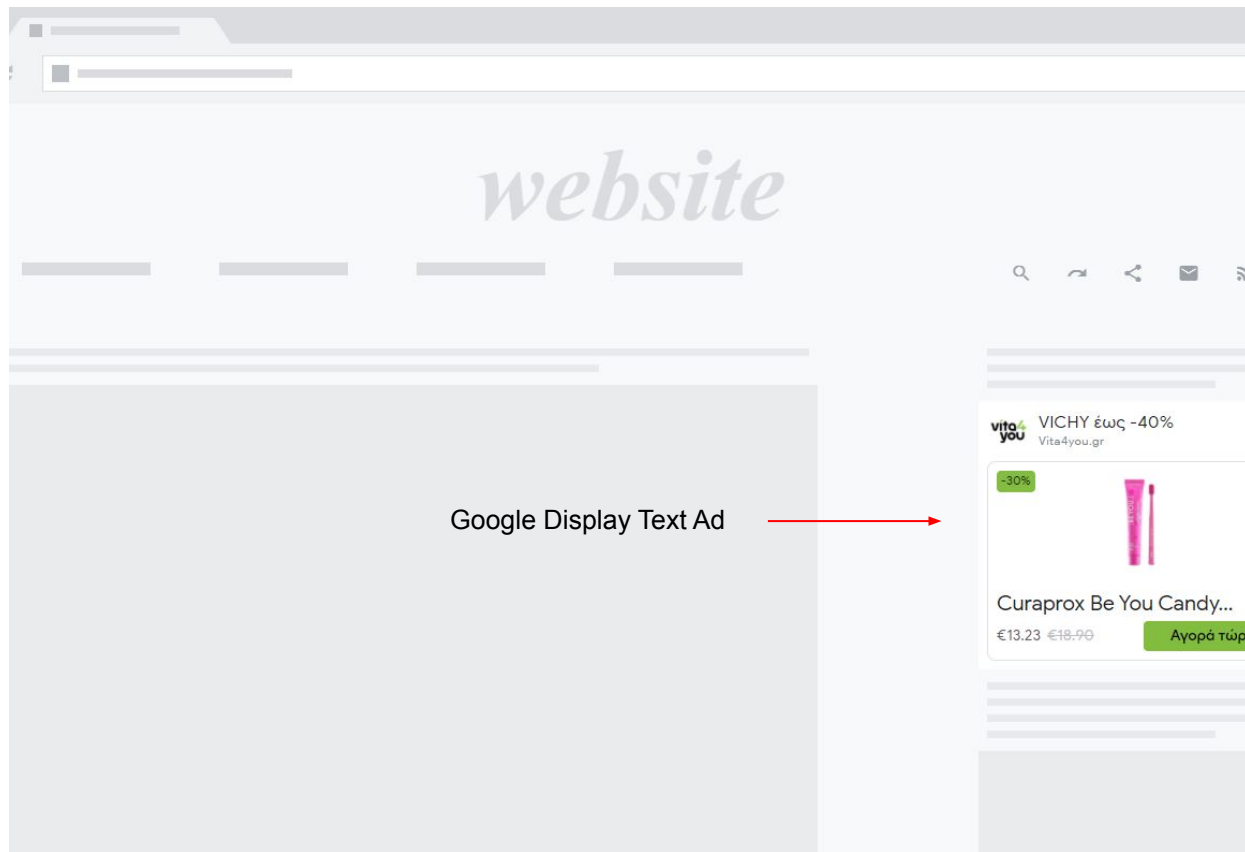
ΚΥΡ

1 μ.μ.: Συνήθως έχει αρκετή κίνηση

OMNI
CLIQ

Vita4you | Case Study

38

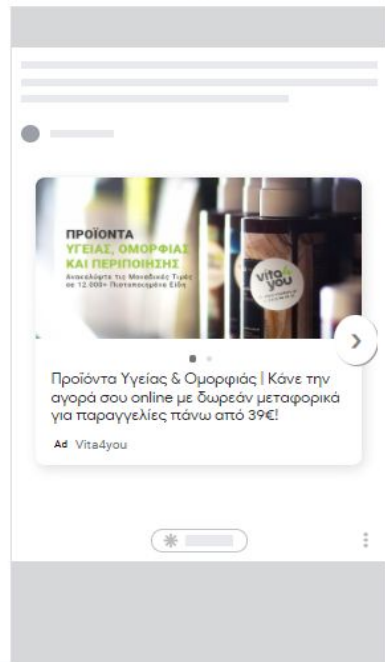




Google Display Network

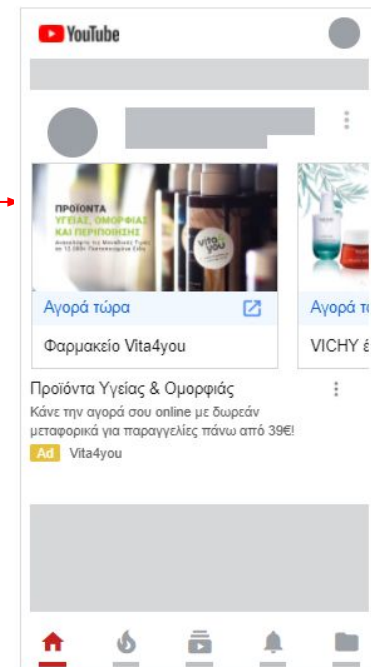
GDN

vita4you

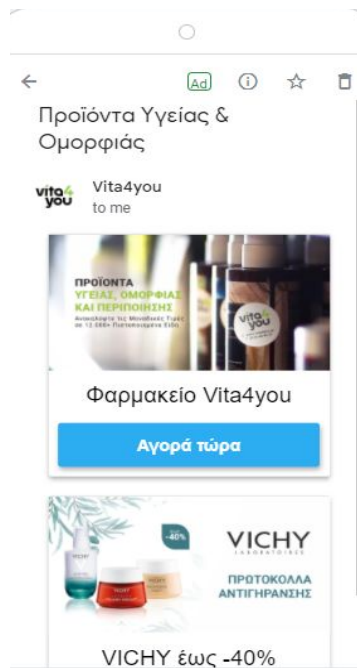


Discovery Ad

YouTube Home Feed Ad



GMail Ad



OMNI
CLIQ

Vita4you | Case Study



Revenue Progress

Jan 01, 2018 - Oct 31, 2021



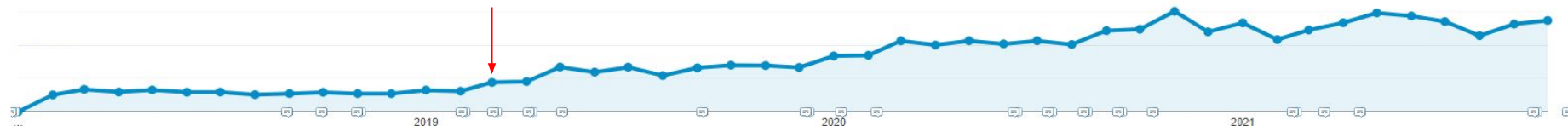
Overview

Revenue vs. Select a metric

Revenue

Hourly Day Week Month

Ξεκίνημα
διαφημίσεων



Κάθε χρόνο +95,20%
αύξηση του τζίρου

YoY Growth

95,20%

OMNI
CLIQ

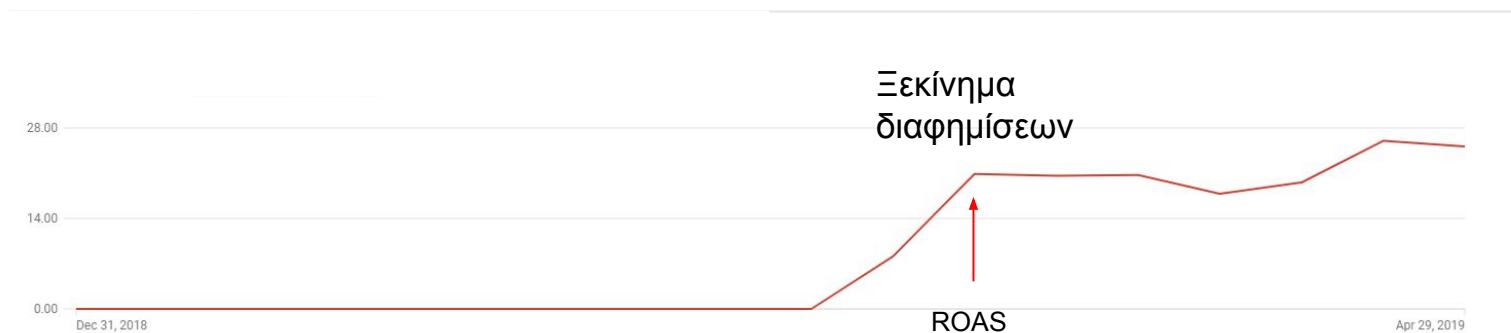


Revenue Progress

Jan 01, 2019 - Apr 30, 2019



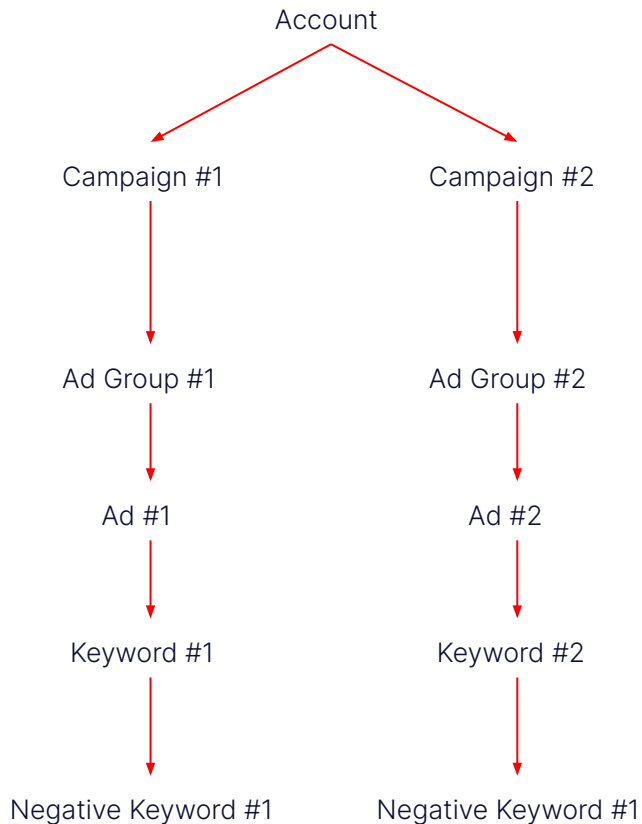
Conversion Value/Cost = Return On Ad Spend (ROAS)





Google Ads Account Structure

Search & Display





Performance Metrics & KPI's

Pay Per Click (PPC)

Pay Per Click (PPC) είναι ένα online διαφημιστικό μοντέλο στο οποίο οι διαφημιστές πληρώνουν ένα ποσό κάθε φορά που ένας χρήστης κάνει **Click** πάνω σε μία από τις διαφημίσεις τους, το λεγόμενο **Cost Per Click (CPC)**.

Keywords Performance Marketing Metrics

- Keyword Search Volume
- Keyword Impression Threshold
- Keyword Historical Quality Score
- **Keyword Quality Score**
- Keyword Impressions
- Keyword Impression Share
- Keyword Clicks
- Keyword Click Share
- Keyword Click-through Rate
- Keyword Conversion Rate
- Keyword Conversion Value/Cost
- Keyword Conversion Value/Click
- Keyword Average Cost Per Click

Ads Performance Marketing Metrics

- **Ad Relevance**
- **Landing Page Experience**
- **Expected Click-through Rate**
- Impressions
- Clicks
- Click-through Rate
- Conversions
- Conversion Rate
- Ad Strength
- Ad Rank
- Quality Score
- Cost Per Click



Performance Metrics & KPI's

Pay Per Click (PPC)



Το **Keyword Quality Score** αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες της απόδοσης των Keywords, Ad Groups, Campaigns, και σε συνέχεια και όλου το λογαριασμού.

Formula: **Quality Score** = Ad Relevance * Landing Page Experience * Expected Click-through Rate

Το Quality Score επηρεάζει ακόμη έναν σημαντικό δείκτη, το Ad Rank. Το **Ad Rank** καθορίζει την θέση του Search Engine Result Page στην οποία θα εμφανιστεί η **διαφήμιση** ή το εάν θα εμφανιστεί η διαφήμιση. Οι πιθανές θέσεις είναι:

- **Absolut Top of the Page** → Στην πρώτη θέση → Πιο ακριβό Cost per Click
- **Top of the Page** → Στις 3 πρώτες θέσεις → Ακριβό Cost per Click
- **Bottom of the Page** → Στις τελευταίες θέσεις της σελίδας

Η Formula του **Ad Rank** είναι:

Ad Rank = Cost Per Click * Quality Score

Επίσης, εξαρτάται και από τα Ad Rank Thresholds για το κάθε **Search Term**.

https://ads.google.com/intl/en_in/home/resources/improve-quality-score/

<https://support.google.com/google-ads/answer/1722122?hl=en>



Performance Metrics & KPI's

Pay Per Click (PPC)

Το **Ad Group** αποτελείται από ένα ή περισσότερα **Ads** και η απόδοση του καθορίζεται από τον μέσο όρο απόδοσης όλων των διαφημίσεων που εμπεριέχει. Ένα **Campaign** αποτελείται από ένα ή περισσότερα **Ad Groups** και καθορίζεται από τον μέσο όρο απόδοσης όλων των **Ad Groups** που εμπεριέχει

Ad Group Performance Marketing Metrics

- Search Impression Share
- Click Share
- Impressions
- Clicks
- Click-through Rate
- Average Cost per Click
- Conversion Rate
- Value/Conversion
- Conversions
- Conversion Value/Cost

Campaign Performance Marketing Metrics

- Search Impression Share
- Click Share
- Impressions
- Clicks
- Click-through Rate
- Average Cost per Click
- Conversion Rate
- Value/Conversion
- Conversions
- Conversion Value/Cost (ROAS)



Performance Metrics & KPI's

Pay Per Click (PPC)



Account Level Performance KPI's

- $\text{Return On Ad Spend (ROAS)} = \text{Revenue} / \text{Cost}$
- $\text{ACoS (Advertising Cost of Sale)} = \text{Cost} / (\text{Revenue} / \text{Tax})$
- $\text{Cost Per Acquisition (CPA)} = \text{Cost} / \text{Conversions}$
- $\text{Target Cost Per Acquisition (tCPA)} = \text{Average Order Value} / \text{Target ROAS}$
- $\text{Cost Per Lead (or Cost Per Quote)} = \text{Cost} / \text{Leads Generated}$
- $\text{Cost Per Result} = \text{Cost} / \text{Result} \rightarrow \text{Initiate Checkout, Add to Cart, View Content (View Product), Landing Page View, Link Click}$
- $\text{Conversion Rate} = \text{Conversions} / \text{Users}$
- $\text{Average Order Value} = \text{Value (€)} / \text{Conversion}$
- $\text{Transactions} = \text{Sales}$
- $\text{Revenue} = \text{Money generated from Transactions}$



Performance Metrics Formulas

Pay Per Click (PPC)



On Website Performance KPI's

- Bounce Rate= Sessions Bounced/Sessions
- Average Session Duration
- Session Page Views= Page Views/Session
- Revenue Per Visitor= Revenue/Users
- Conversion Rate= Conversions/Sessions
- Product Detail to Add to Cart Rate= Adds to Carts/Product Views
- Exit Page Rate
- Page Load Speed
- First Contentful Paint (FCP) marks the time at which the first text or image is painted
- Time for the Page to be Interactive
- Largest Contentful Paint (LCP) is the metric that measures the time a website takes to show the user the largest content on the screen, complete and ready for interaction
- Fully Loaded Page (FLP) Time



Performance Metrics & KPI's

Pay Per Click (PPC)

Το **Ad Group** αποτελείται από ένα ή περισσότερα **Ads** και η απόδοση του καθορίζεται από τον μέσο όρο απόδοσης όλων των διαφημίσεων που εμπεριέχει. Ένα **Campaign** αποτελείται από ένα ή περισσότερα **Ad Groups** και καθορίζεται από τον μέσο όρο απόδοσης όλων των **Ad Groups** που εμπεριέχει

Ad Group Performance Marketing Metrics

- Search Impression Share
- Click Share
- Impressions
- Clicks
- Click-through Rate
- Average Cost per Click
- Conversion Rate
- Value/Conversion
- Conversions
- Conversion Value/Cost

Campaign Performance Marketing Metrics

- Search Impression Share
- Click Share
- Impressions
- Clicks
- Click-through Rate
- Average Cost per Click
- Conversion Rate
- Value/Conversion
- Conversions
- Conversion Value/Cost (ROAS)



Keyword Research 1

Pay Per Click (PPC)

Το **Keyword Research** αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία μιας επιτυχημένης καμπάνιας και κατέπείκταση ενός Account. Υπάρχει διαφορά μεταξύ **Keyword** και **Search Term**, όπου το δεύτερο αποτελεί το τι **ακριβώς** θα γράψει ο χρήστης στο **Google Search Bar**.

Υπάρχουν 3 είδη Keyword: **Broad Match**, **Phrase Match**, και **Exact Match**.

- Με τα Broad Match Keywords, οι διαφημίσεις μας εμφανίζονται σε Search Terms που είναι σχετικά με το Keyword.
- Με τα Phrase Match, οι διαφημίσεις μας εμφανίζονται σε Search Terms που περιέχουν το νόημα των Keyword.
- Με τα Exact Match Keywords οι διαφημίσεις μας θα εμφανιστούν μόνο εάν ο χρήστης πληκτρολογήσει ακριβώς το ίδιο Keyword.



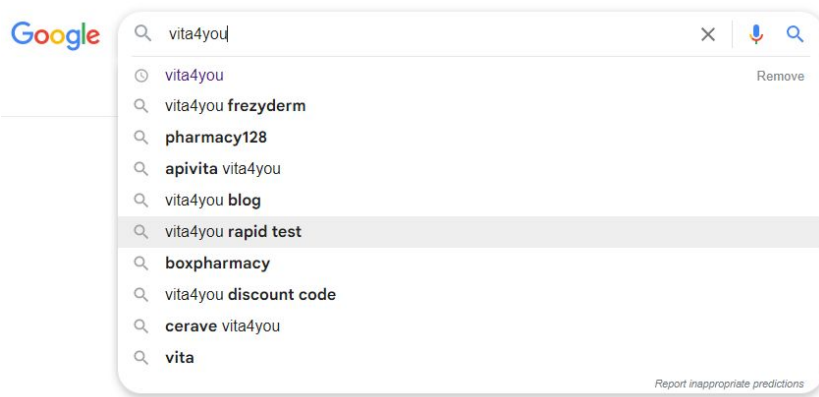
Keyword Research 2

Pay Per Click (PPC)

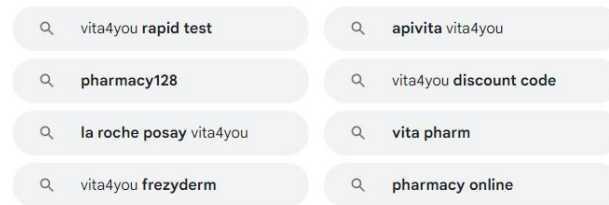


Τα βήματα που ακολουθούμε για ένα **Keyword Research** είναι τα εξής:

1. Google Search Relative Search Terms. Google-άρουμε!
2. Latent Semantic Indexing (LSI) Keywords & Bottom Page Related Searches Bar
3. Keyword Planner (from the Google Ads Platform)
4. Other paid or not paid keyword research tools like Semrush, SimilarWeb, AhRefs, Moz, and KeywordTool.io



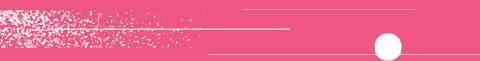
Related searches :



OMNI
CLIQ



Meta Ads





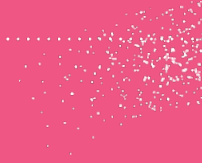
Η **Test Campaign**, στο σύνολο της έχει συγκεντρώσει 4,296 **Impressions** και 521 **Clicks**, με 56,50% **Search Impression Share**, 0,22€ **Average Cost per Click**, 13,75% **Click Through Rate**, και 51,63€ **Συνολικό Κόστος**.

Υπολογίζοντας τα πιθανά Clicks που μπορεί να μαζέψει η συγκεκριμένη καμπάνια με μια αύξηση των Bids στο ποσό του **Top Page Bid (το ποντάρισμα που πρέπει να έχουμε για να μπορέσουμε να διεκδικήσουμε μια θέση στο πάνω μέρος της σελίδας Google)**, που είναι 0,50€, και με την υπόθεση ότι το CTR % θα πέσει στο 9%-10%, ο αριθμός των πιθανών ημερήσιων Clicks βγαίνει περίπου στα 25-50 Clicks.

Αν πολλαπλασιάσουμε το Κόστος ανά Κλικ CPC= 0,50€, με τον αριθμό των Clicks= 25-50, βρίσκουμε ότι το συνολικό πιθανό **ημερήσιο κόστος** της καμπάνιας θα είναι γύρω στα Cost= 12.50€-25€.

Αν υπολογίσουμε ότι από τα 25-50 ημερήσια Clicks, ένα ποσοστό 0.50% θα προχωρήσει σε κλείσιμο θέσης για το σεμινάριο, θα έχουμε 10-25 εγγραφές τον μήνα, με συνολικό μηνιαίο κόστος Cost= 382€-762€, δηλαδή με **Κόστος ανά Εγγραφή**= 50€-45€.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν ένα **ιδανικό** σενάριο, το οποίο προϋποθέτει ότι ο ανταγωνισμός δεν θα αντιδράσει στο ανέβασμα των Bids μας με περαιτέρω ανέβασμα, και ότι ο συνολικός αριθμός των Google Searches για τις λέξεις κλειδιά που παίζουμε για τα σεμινάρια θα παραμείνει σχετικά ίδιος. Οπότε, θεωρείται το Best Case Scenario, και είναι πολύ πιθανό να είναι μεγαλύτερο το κόστος για να φέρουμε τα ίδια αποτελέσματα.



Case Studies





Case Study #1

Test Campaign



Δημιουργήστε μία **Search Καμπάνια** για ένα Brand της επιλογής σας από το Site του Vita4you.

Βήματα που πρέπει να ακολουθήσετε:

1. Διαλέξτε ένα Brand.
2. Επιλέξτε 1-2 προϊόντα του Brand που θα πιστεύατε θα είχε νόημα να τρέξουν σε διαφημίσεις αυτή την χρονική περίοδο. Λάβετε υπόψη την εποχικότητα, την ψυχολογία του καταναλωτή, τον ανταγωνισμό, και τα χαρακτηριστικά του κοινού που θέλετε να στοχεύσετε.
3. **Keyword Research** (Google Search, Latent Semantic Indexing (LSI) Keywords, Keyword Planner).
4. Δημιουργία **Search Campaign** (Sales), η οποία θα περιλαμβάνει 1 Ad Group, π.χ. "Apivita" για τα Branded Keywords (μόνο την ονομασία του brand), π.χ. "apivita", και 1-2 Ad Groups για τα προϊόντα του Brand που επιλέξατε, π.χ. "apivita cleansing foam".
5. Προσθέστε **Negative Keywords** σε κάθε Ad Group (δηλαδή σε επίπεδο Ad Group), π.χ. Στο Ad Group "Apivita", negative keyword "foam". Η λογική εδώ είναι το γενικότερο Ad Group να μην κάνει Trigger σε Search Terms του ειδικότερου Ad Group.
6. Δημιουργήστε ένα **Expanded Text Ad** για ένα από τα Ad Groups. Τα Expanded Text Ad αποτελούνται από 3 Headlines και 2 Descriptions.

Good Luck!





Case Study #2

Cross-selling



Το **cross-selling** είναι μία τεχνική προώθησης με στόχο την πώληση σχετικών ή συμπληρωματικών προϊόντων σε έναν ήδη υπάρχων πελάτη. Αποτελεί μία από τις πιο αποτελεσματικές μεθόδους μάρκετινγκ, καθώς αυξάνει το μέσο “καλάθι” του κάθε καταναλωτή σε κάθε αγορά του και προσφέρει υποκειμενική αξία στον πελάτη, δίνοντας του την ευκαιρία να συμπληρώσει την αγορά του με προϊόντα που δεν είχε σκεφτεί ότι θα του φανούν χρήσιμα. Για παράδειγμα, εάν μία πελάτισσα έχει αγοράσει μία κρέμα προσώπου, ένα είδους cross-selling θα ήταν η στοχευμένη προώθηση προϊόντων scrub προσώπου σε αυτήν.

Τα κύρια οφέλη cross-selling περιλαμβάνουν αυξημένα έσοδα από πωλήσεις, βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών, και αυξημένη αξία διάρκειας ζωής πελατών (CLV) μέσω της βαθύτερης ενσωμάτωσης στην επιχείρηση ενός πελάτη.

Μία cross-sell καμπάνια που στήθηκε στην προκειμένη περίπτωση, στοχεύει σε δύο διαφορετικά target group πελατών που έχουν ήδη αγοράσει προϊόντα από μια συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων:

Στόχευση 1: Προώθηση προϊόντων από την κατηγορία “Αντηλιακά” σε χρήστες που έχουν αγοράσει από την κατηγορία προϊόντων “Μαμά & Παιδί” τις τελευταίες 14 ημέρες. Στόχος της συγκεκριμένης στόχευσης είναι να κάνει τις μητέρες που έχουν αγοράσει προϊόντα από την κατηγορία “Μαμά & Παιδί”, να αγοράσουν και ένα αντηλιακό για να προστατέψουν το παιδί τους από τον καλοκαιρινό ήλιο.

Case Study: Παρουσιάστε μία πιθανή προσέγγιση cross-sell για προϊόντα του Vita4you που θα είχε νόημα να τρέξει αυτή την εποχή. Λάβετε υπόψη την εποχικότητα, την ψυχολογία του καταναλωτή, και τα χαρακτηριστικά του κοινού που θέλετε να στοχεύσετε.



Mysitenow | Lead Genaration



About MySiteNow

The story behind...



MySiteNow is a digital services providing business based in Thessaloniki, Greece.

It has been operating only since the start of 2022 and already has become one of the fastest growing software companies.

Their vision? That any business or professional, regardless of field of activity, to have a complete digital presence of high quality standards, with reasonable costs.

MySiteNow has built over 32.000 professional websites until today and has developed over 40 custom made template designs.

“Ελάτε να δημιουργήσουμε
δωρεάν μια ολοκληρωμένη
ιστοσελίδα για την επιχείρησή
σας, πιο γρήγορα και πιο
εύκολα από ποτέ!”





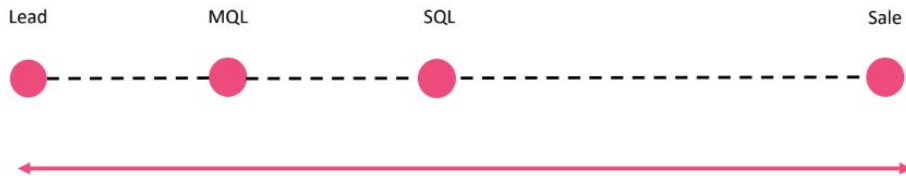
Our Shopping Funnel

The Sale Process

Contact Form

The screenshots show the following content:

- Screenshot 1:** Mysitenow logo. Text: "Σου φτιάχνουμε το δικό σου επαγγελματικό site με 10€ /μήνα. Αν δεν σου αρέσει δεν μας πληρώνεις!". Offer: "Με 120€ έχεις επαγγελματικό site, με δωρεάν την κατασκευή!". Instruction: "Συμπλήρωσε τα στοιχεία σου και θα επικοινωνήσουμε μαζί σου σύντομα.". Button: "Next →".
- Screenshot 2:** Title: "Contact information". Instruction: "Συμπλήρωσε τα στοιχεία σας:". Fields: "Email", "Enter your answer.", "Full name", "Enter your answer.", "Phone number", "Enter your answer.". Button: "Next".
- Screenshot 3:** Mysitenow logo. Title: "Ευχαριστούμε για την επικοινωνία". Text: "Μπορείς να επισκεφτείς το Website μας για περισσότερες πληροφορίες.". Confirmation: "✓ You successfully submitted your responses.". Button: "View Website".



- **Lead:** A person who shows interest in a brand's products or services, which makes the person a potential customer
- **Marketing Qualified Lead (MQL):** People who have expressed continuing interest in a company. This type of lead is also called a "warm lead."
- **Sales Qualified Lead (SQL):** People who express their willingness to make a purchase. It is also called a "hot lead."
- **Sale**



Omnicliq - MySite Now Overview

To Date Performance & Milestones

Number of Total Target Leads for 2022

- Already generated 9% of the target number of leads for 2022, in 24 days (8% of the time window).

Target Cost per Lead

- Cost per Lead is 38% less than the Target Cost per Lead

Target Qualification Rate

- Qualification Rate is 25% higher than the Target Qualification Rate

Regardless of the pre-mentioned, it is always best practice to plan for the worst case scenario in situations where you don't have the necessary historical data to make more accurate long-term predictions.





How important is it to understand what is the final service/product provided that we promote?

Promise (Mission)

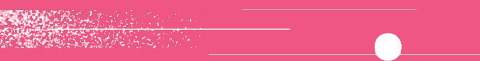
- We develop your high quality fully functional website for free and if you are happy with the end result you can keep it with 120€ / month. The only thing you have to do is to choose one of our beautiful designs and provide us your information and creatives. Leave the rest to us!

Value Proposition (Delivery)

- Competitive prices
- Free design and development
- Lots of template choices
- Website completion time
- Excellent customer support
- Customization
- Free trial
- Continuous optimization and debugging
- Fast server
- Free domain name
- SSL Certificate



Meta Ads





Meta Pixel

Tracking

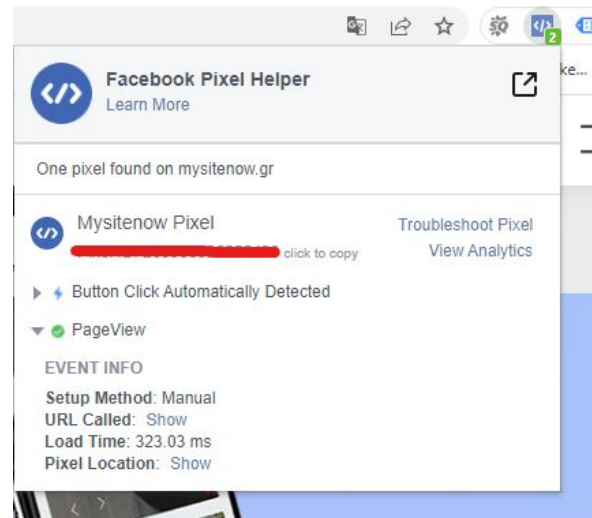
The Meta Pixel is a snippet of JavaScript code that allows you to track whenever a website visitor takes an action **(event)** that you want to track **(conversion)**. Some events examples are:

- **Page View**
- **View a product**
- **Add a product to cart**
- **Initiate Checkout**
- **Make an online purchase**

Facebook Pixel Helper: <https://bit.ly/3IJpZMi>



The Conversions API is designed to create a direct and reliable connection between marketing data (such as website events and offline conversions) from your **server**, **website platform** or **CRM** to Meta.





Campaign Types

Create new campaign

Use existing campaign

×

Choose a Campaign Objective

[Learn more](#)

Awareness

☐ Brand awareness

☐ Reach

Consideration

☐ Traffic

☐ Engagement

☐ App installs

☐ Video views

☐ Lead generation

☐ Messages

Conversion

☐ Conversions

☐ Catalog sales

☐ Store traffic

Website Contact Forms, Facebook Forms, Calls, Automated Chat

← eCommerce

Cancel

Continue



A catalog is a container that holds information about the items you want to advertise or sell across Facebook and Instagram. The platform to create and manage your catalog is Commerce Manager. You can run various types of ads that use your catalog from Ads Manager, including:

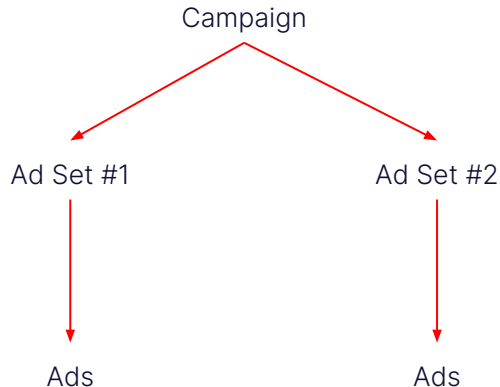
- **Dynamic Ads**
- **Collection Ads**
- **Carousel Ads**
- **Ads with product tags**
- **Collaborative Ads**

Catalog Specifications in Facebook Commerce Manager:

<https://www.facebook.com/business/help/120325381656392>



Meta Ads Account Structure



Budget Allocation Methods:

- **Campaign Budget Optimization (CBO)**
- **Ad Set Budget Optimization (ABO)**

Campaign Bidding Options:

- **Highest Volume:** Get the most results for your budget.
- **Cost per Result Goal:** Aim for a certain cost per result while maximizing the volume of the results.
- **Bid Cap:** Set the highest you want to bid in any auction.

Audiences, Conversion Methods, Catalogs, Pages, Optimization Event, Attribution Model, Locations, Demographics, and Placements are set on Ad Set Level only! Audiences that are smaller than 1.000 people will not deliver.

The screenshot shows the 'Campaign Budget Optimization' section in the Meta Ads interface. It includes a toggle switch set to 'On'. Below this, there's a 'Campaign Budget' section with a dropdown menu set to 'Daily Budget' and a value of '€20.00' in 'EUR'. A notification box states: 'Bid strategy options have changed. We renamed our bid strategy options to make them easier to understand and compare. Learn more'. At the bottom, the 'Campaign bid strategy' is set to 'Cost per result goal'.



Ad Types

Carousel Ad

Bill Cost
Sponsored · 🌐

Ανακάλυψε τα νέα fashion trends μέσα από τη νέα μας συλλογή SS22 Collection. Αγόρασε τώρα στα καταστήματα και Online!

🛒 Δωρεάν Μεταφορικά & Επιστροφές
📞 Τηλεφωνικές Παραγγελίες: 210 9961812



Bill Cost
New Arrivals

Φόρεμα midi με λεπτές τιοάντες 114,00€ [Shop now](#)

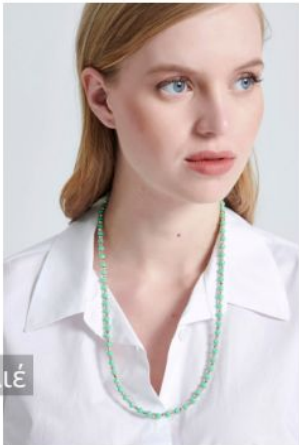
Φόρεμα κρουαζέ 108,00€

Catalog: Collection Ad

Bill Cost
Sponsored · 🌐

Ανακάλυψε τα νέα fashion trends μέσα από τη νέα μας συλλογή SS22 Collection. Αγόρασε τώρα στα καταστήματα και Online!

🛒 Δωρεάν Μεταφορικά & Επιστροφές
📞 Τηλεφωνικές Παραγγελίες: 210 9961812



Κολιέ €27

SS22 Collection | New Arrivals



More

Image Ad

Mysitenow
Sponsored · 🌐

🎁 Με μόνο 120€ έχεις επαγγελματικό Site! 📱
Σου το φτιάχνουμε ΔΩΡΕΑΝ 🌱 κι αν δε σου αρέσει, δεν το πληρώνεις!
👤 Βιάσου γιατί η Δωρεάν Δοκιμή ισχύει για περιορισμένο χρονικό διάστημα.



mysitenow

Σου φτιάχνουμε το επαγγελματικό σου site με **10€ /μήνα**

- ✓ Δωρεάν κατασκευή
- ✓ Καμία κρυφή χρέωση
- ✓ Καμία δέσμευση

[Εξέλιξη Δωρεάν](#)

FORM ON FACEBOOK
Δωρεάν Δοκιμή για Περιορισμένο Διάστημα

[Get quote](#)

Call to Action (CTA)





Performance Metrics & KPI's

Pay per Impression (PPI)

Meta's auction model: Each time there's an opportunity to show an ad to someone, an auction takes place to determine which ad to show to that person. So you Pay per Impression (PPI). This means that if your ads are attractive enough then you will get more Clicks and Conversions for your Amount Spent.

Performance Metrics

- Click-through Rate (CTR)
- Cost per Click (CPC)
- Cost per Result or Cost per Conversion (CPA) (View Content, Add to Cart, Purchase, Leads, etc.)
- Frequency that your ad is shown to each person over a given time period
- Return On Ad Spend (ROAS). This is the Conversion Value in € divided by the Cost of your Ads
- Conversion Rate %
- Value per Conversion



Performance Metrics Formulas

Pay per Impression (PPI)

mysitenow

Account Level Performance KPI's

- Return On Ad Spend (ROAS)= Revenue/Cost
- ACoS (Advertising Cost of Sale)= Cost/(Revenue/Tax)
- Cost Per Acquisition (CPA)= Cost/Conversions
- Target Cost Per Acquisition (tCPA)= Average Order Value/Target ROAS
- Cost Per Lead (or Cost Per Quote)= Cost/Leads Generated
- Cost Per Result= Cost/Result → Initiate Checkout, Add to Cart, View Content (View Product), Landing Page View, Link Click
- Conversion Rate= Conversions/Users
- Average Order Value= Value (€)/Conversion
- Transactions= Sales
- Revenue= Money generated from Transactions



Performance Metrics Formulas

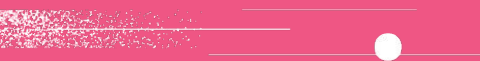
Pay per Impression (PPI)

On Website Performance KPI's

- Bounce Rate= Sessions Bounced/Sessions
- Average Session Duration
- Session Page Views= Page Views/Session
- Revenue Per Visitor= Revenue/Users
- Conversion Rate= Conversions/Sessions
- Product Detail to Add to Cart Rate= Adds to Carts/Product Views
- Exit Page Rate
- Page Load Speed
- First Contentful Paint (FCP) marks the time at which the first text or image is painted
- Time for the Page to be Interactive
- Largest Contentful Paint (LCP) is the metric that measures the time a website takes to show the user the largest content on the screen, complete and ready for interaction
- Fully Loaded Page (FLP) Time



Case Studies





Case Study

Create Lead Campaign

You have to create a Lead Generation Campaign for a new client. Your daily budget is 100€ / day and you have to generate 375 Leads in the next 30 days. Carefully calculate your target Cost per Lead. Steps:

- Create a Campaign with a Lead Generation Objective.
- Turn on the Campaign Budget Optimization (CBO) option and set a daily budget.
- Set the Campaign Bid Strategy to Cost per Result Goal.
- Create an Ad Set with Instant Forms Lead Method.
- Select a Facebook Page.
- Select Leads Optimization for ad delivery
- Set an Average Cost per Lead
- Select a Location targeting
- Select Demographics (Age, Gender, Language)
- Choose a Detailed Target
- Create a Lead Generation Ad
- Select a Facebook & Instagram Page
- Choose an Ad Format (Single image or video, Carousel)
- Fill in the Primary Text, Headline, and Description
- Choose a Call to Action (CTA) button
- Create an Instant Lead Form
- Insert a URL Parameter (UTM: Urchin Tracking Module)
`utm_source=facebook&utm_medium=cpc&utm_campaign={{campaign.name}}&utm_term={{adset.name}}`

Thank you

