



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (DIGITAL MARKETING)

ΕΡΓΑΣΙΑ

SMM.P3 Στρατηγικός Σχεδιασμός
Καμπάνιας στο Google Search Network
& Ανάλυση Αποτελεσματικότητας με τη
χρήση Google Analytics 4

ΤΩΝ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

Ζωή-Όλγα Καραγιάννη

Δήμητρα Περδίκη

Καβάλα 2025

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	3
Ερώτημα 1 – Επιλογή Προϊόντος για Προώθηση	3
Περιγραφή Προϊόντος	3
Ανάλυση Απόδοσης Προϊόντος	3
Ανάλυση Κατηγορίας Συσκευής	4
Ανάλυση Φύλου Χρηστών	5
Ανάλυση Ηλικιακής Ομάδας Χρηστών	5
Γεωγραφική ανάλυση των χρηστών	6
Συμπεράσματα	7
Ερώτημα 2. Στρατηγικός Σχεδιασμός Καμπάνιας	7
AD GROUP 1: Branded Product Searches	7
AD GROUP 2: Gift & Seasonal Searches	8
AD GROUP 3: Generic Mug Shoppers	9
Ερώτημα 3. Πιθανοί εξωγενείς παράγοντες οι οποίοι θα μπορούσαν να έχουν επηρεάσει το performance	10
Ανάλυση Εποχικότητας μέσω Google Trends	11
Ερώτημα 4 – Στρατηγική Αξιοποίηση των Ευρημάτων	13
1. Προληπτικός Σχεδιασμός Καμπανιών σε Περίόδους Αιχμής	13
2. Αξιοποίηση Remarketing Λιστών & Αγορών Προθέσεων.....	14
3. Δημιουργία Θεματικών Προτάσεων & Bundles	14
4. Παρακολούθηση Συνεχών Τάσεων & Δυναμική Στόχευση	14
Τελικό Συμπέρασμα	14

Πίνακας εικόνων

ΕΙΚΟΝΑ 1 Επισκόπηση Απόδοσης Google Harkness Mug (GA4).....	4
ΕΙΚΟΝΑ 2 Διαχρονική Εξέλιξη Προβολών Προϊόντος στο Google Merchandise Store...4	
ΕΙΚΟΝΑ 3 Ανάλυση Συσκευών Πρόσβασης Χρηστών (GA4).	5
ΕΙΚΟΝΑ 4 Κατανομή Χρηστών ανά Φύλο (GA4).	5
ΕΙΚΟΝΑ 5 Ανάλυση Χρηστών ανά Ηλικιακή Ομάδα (GA4).	6
ΕΙΚΟΝΑ 6 Γεωγραφική Ανάλυση Χρηστών (GA4).	6
ΕΙΚΟΝΑ 7 Εβδομάδα 24–30 Νοεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100	11
ΕΙΚΟΝΑ 8 Εβδομάδα 1–7 Δεκεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100	11
ΕΙΚΟΝΑ 9 Εβδομάδα 22–28 Δεκεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100.....	12

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία εντάσσεται στο πλαίσιο του μαθήματος " Μάρκετινγκ στα κοινωνικά δίκτυα και στα φορητά μέσα (Social and Mobile Marketing)" και έχει ως στόχο την εφαρμογή θεωρητικών και πρακτικών γνώσεων σχετικά με τον στρατηγικό σχεδιασμό καμπανιών στο Google Search Network (GSN), αξιοποιώντας τα εργαλεία του Google Analytics 4 (GA4) και του Google Trends. Μέσα από την ανάλυση πραγματικών δεδομένων από το demo account του Google Merchandise Store, επιχειρείται η τεκμηριωμένη επιλογή προϊόντος προς προώθηση, η διαμόρφωση στοχευμένων διαφημιστικών ομάδων (ad groups), και η αποτίμηση εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν την απόδοση. Η εργασία ακολουθεί το ολοκληρωμένο Framework Ανάπτυξης Καμπάνιας στο GSN, με έμφαση στην αναγνώριση του αγοραστικού σκοπού και την αξιοποίηση δεδομένων απόδοσης για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Μέσα από την περίπτωση του προϊόντος Google Harkness Mug, αναλύεται πώς οι εποχικές τάσεις, οι λέξεις-κλειδιά και η αγοραστική ψυχολογία μπορούν να συνδυαστούν για τη βελτιστοποίηση της διαφημιστικής απόδοσης.

Ερώτημα 1 – Επιλογή Προϊόντος για Προώθηση

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας ζητείται η τεκμηριωμένη επιλογή ενός προϊόντος του Google Merchandise Store, το οποίο θα αποτελέσει αντικείμενο στρατηγικής προώθησης μέσω διαφημιστικής καμπάνιας στο Google Search Network. Η επιλογή βασίζεται σε ανάλυση δεδομένων από το Google Analytics 4 demo account, καθώς και σε εμπορικά και επικοινωνιακά κριτήρια, ώστε να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα της προώθησης. Μετά από ενδελεχή μελέτη των δεδομένων, επιλέχθηκε το προϊόν Google Harkness Mug.

Περιγραφή Προϊόντος

Το Google Harkness Mug είναι ένα κεραμικό ποτήρι με λιτό, μοντέρνο σχεδιασμό και έντονο μπορντό χρώμα, φέροντας διακριτικά το λογότυπο της Google. Ανήκει στην κατηγορία Drinkware > Mugs και συνδυάζει χρηστικότητα με brand ταυτότητα, γεγονός που το καθιστά ιδιαίτερα ελκυστικό τόσο ως αντικείμενο προσωπικής χρήσης όσο και ως δώρο για συναδέλφους ή φίλους που σχετίζονται με τον χώρο της τεχνολογίας. Η προστιμή του τιμή, η γενική αισθητική και η συναισθηματική σύνδεση με την Google το καθιστούν ιδανικό προϊόν για προώθηση σε ευρύ κοινό.

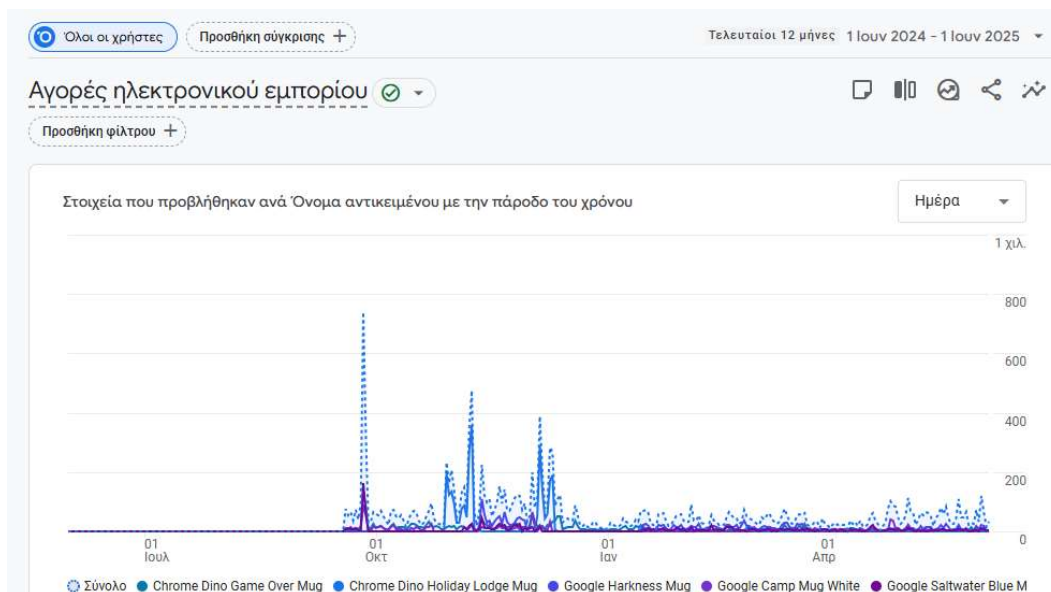
Ανάλυση Απόδοσης Προϊόντος

Από την επισκόπηση των δεδομένων Google Analytics 4 για την περίοδο Ιουνίου 2024 έως Ιουνίου 2025, προκύπτει ότι το Google Harkness Mug παρουσιάζει εξαιρετικά αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, καταγράφονται 2.102 προβολές προϊόντος, με 2.250 προσθήκες στο καλάθι και 807 ολοκληρωμένες αγορές. Το ποσό των συνολικών εσόδων για το προϊόν ανέρχεται στα \$7.191,80, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 12,34% του συνόλου των εσόδων από την κατηγορία των mugs. Η μετατροπή από προβολή σε αγορά (conversion rate) ξεπερνά το 38%, αποδεικνύοντας ότι πρόκειται για προϊόν υψηλής αποδοτικότητας και αγοραστικής πρόθεσης.

	Όνομα αντικειμένου	↓ Στοιχεία που προβλήθηκαν	Στοιχεία που προστέθηκαν στο καλάθι	Αντικείμενα που αγοράστηκαν	Έσοδα από στοιχείο
✓	Σύνολο	15.883 2,53% του συνόλου	15.961 <0,01% του συνόλου	4.871 2,66% του συνόλου	58.299,80 \$ 2,4% του συνόλου
✓	1 Chrome Dino Game Over Mug	2.775 (17,47%)	1.728 (10,83%)	471 (9,67%)	5.518,80 \$ (9,47%)
✓	2 Chrome Dino Holiday Lodge Mug	2.499 (15,73%)	2.059 (12,9%)	774 (15,89%)	9.330,00 \$ (16%)
✓	3 Google Harkness Mug	2.102 (13,23%)	2.250 (14,1%)	807 (16,57%)	7.191,80 \$ (12,34%)
✓	4 Google Camp Mug White	1.438 (9,05%)	1.770 (11,09%)	495 (10,16%)	6.063,00 \$ (10,4%)
✓	5 Google Saltwater Blue Mug	1.375 (8,66%)	1.948 (12,2%)	648 (13,3%)	7.324,80 \$ (12,56%)

ΕΙΚΟΝΑ 1 Επισκόπηση Απόδοσης Google Harkness Mug (GA4).

Η διαχρονική πορεία των προβολών του προϊόντος στο GA4 αποκαλύπτει ότι οι κορυφώσεις εμφανίζονται κυρίως σε εμπορικές περιόδους, όπως η Black Friday και τα Χριστούγεννα. Αυτό υποδηλώνει ότι πρόκειται για προϊόν με έντονη εποχική απήχηση, ιδιαίτερα κατά τις περιόδους που συνδέονται με δώρα και προσφορές. Η σταθερότητα της απόδοσης εκτός εποχών δείχνει και μια συνεχιζόμενη ζήτηση που δεν περιορίζεται αποκλειστικά στις εορταστικές περιόδους.



ΕΙΚΟΝΑ 2 Διαχρονική Εξέλιξη Προβολών Προϊόντος στο Google Merchandise Store.

Ανάλυση Κατηγορίας Συσκευής

Όσον αφορά τις συσκευές πρόσβασης, η πλειοψηφία των επισκεπτών (50,69%) συνδέεται μέσω desktop, ενώ οι χρήστες κινητών καταλαμβάνουν το 44,2%. Οι χρήστες desktop εμφανίζουν μεγαλύτερη αφοσίωση, με ποσοστό 60,64%, σε σύγκριση με τους χρήστες κινητών (44,64%), γεγονός που δείχνει ότι οι χρήστες desktop έχουν υψηλότερη τάση για εμπλοκή και πιθανότητα αγοράς. Τα παραπάνω ενισχύουν τη στρατηγική στόχευση σε desktop χρήστες, κυρίως για καμπάνιες με στόχο τις αγορές.

Απεικόνιση σειρών		Αναζήτηση...		Σειρές ανά σελίδες: 10		1-4 από 4
☒	Κατηγορία συσκευής	↓	Ενεργοί χρήστες	Νέοι χρήστες	Περίοδοι σύνδεσης από κοινωνικά δίκτυα	Ποσοστό αφοσίωσης
☒	Σύνολο		783.846 100% του συνόλου	795.533 100% του συνόλου	651.730 100% του συνόλου	51,9% Μέσος όρος 0%
☒	1 desktop		397.311 (50,69%)	370.014 (46,51%)	437.892 (67,19%)	60,64%
☒	2 mobile		346.446 (44,2%)	390.030 (49,03%)	197.788 (30,35%)	44,44%
☒	3 tablet		37.281 (4,76%)	35.412 (4,45%)	19.398 (2,98%)	29,33%
☒	4 smart tv		97 (0,01%)	77 (<0,01%)	63 (<0,01%)	60,58%

ΕΙΚΟΝΑ 3 Ανάλυση Συσκευών Πρόσβασης Χρηστών (GA4).

Ανάλυση Φύλου Χρηστών

Από τα δημογραφικά δεδομένα βάσει φύλου, προκύπτει ότι οι άνδρες χρήστες εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό αφοσίωσης (66,36%), ακολουθούμενοι από τις γυναίκες (59,31%). Η παρατήρηση αυτή ενισχύει την υπόθεση ότι το προϊόν είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για άτομα που ταυτίζονται με το τεχνολογικό προφίλ του brand. Παρόλα αυτά, και τα δύο φύλα δείχνουν θετική συμπεριφορά, γεγονός που καθιστά το Harkness Mug κατάλληλο για καμπάνιες με ευρύ και μικτά χαρακτηριστικά κοινού.

Απεικόνιση σειρών		Αναζήτηση...		Σειρές ανά σελίδες: 10		1-3 από 3
☒	Φύλο	↓	Ενεργοί χρήστες	Νέοι χρήστες	Περίοδοι σύνδεσης από κοινωνικά δίκτυα	Ποσοστό αφοσίωσης
☒	Σύνολο		783.846 100% του συνόλου	795.533 100% του συνόλου	651.730 100% του συνόλου	51,9% Μέσος όρος 0%
☒	1 unknown		551.481 (70,36%)	578.379 (72,7%)	353.793 (54,29%)	46% Μέσος όρος 0%
☒	2 male		143.420 (18,3%)	126.797 (15,94%)	171.159 (26,26%)	66,36%
☒	3 female		105.374 (13,44%)	90.357 (11,36%)	120.773 (18,53%)	59,31%

ΕΙΚΟΝΑ 4 Κατανομή Χρηστών ανά Φύλο (GA4).

Ανάλυση Ηλικιακής Ομάδας Χρηστών

Η ανάλυση του κοινού με βάση τις ηλικιακές ομάδες, όπως παρουσιάζεται στο Google Analytics 4 demo account, αποκαλύπτει ενδιαφέροντα ευρήματα σχετικά με τη συμπεριφορά των χρηστών. Παρότι ένα μεγάλο ποσοστό καταγράφεται ως 'Άγνωστο', τα διαθέσιμα δεδομένα δείχνουν ότι οι ηλικίες 25–34 και 35–44 εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά αφοσίωσης, 66,8% και 67,72% αντίστοιχα, γεγονός που τις καθιστά ιδιαίτερα δεκτικές στην επικοινωνιακή και διαφημιστική προώθηση του προϊόντος.

Επιπλέον, οι ηλικίες 18–24 παρουσιάζουν επίσης αξιοσημείωτο ποσοστό εμπλοκής (63,45%), ενώ οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες 45–54 και 65+ εμφανίζουν φθίνουσα αφοσίωση, με ποσοστά 66,75% και 39,72% αντίστοιχα. Το κοινό 25–44 είναι

εκείνο που συνδυάζει ισχυρή αγοραστική πρόθεση, ενδιαφέρον για τεχνολογικά προϊόντα και online αγορές, γεγονός που το καθιστά τον βασικό στόχο της καμπάνιας.

	Ηλικία	Ενεργοί χρήστες	Νέοι χρήστες	Περίοδοι σύνδεσης από κοινωνικά δίκτυα	Ποσοστό αφοσίωσης	Περίοδοι σύνδεσης αφοσίωσης ανά ενεργό χρήστη
☒	Σύνολο	783.846 100% του συνόλου	795.533 100% του συνόλου	651.730 100% του συνόλου	51,9% Μέσος όρος 0%	0,83 Μέσος όρος 0%
☒	1 unknown	582.583 (74,32%)	602.801 (75,77%)	388.370 (59,59%)	46,49%	0,67
☒	2 18-24	82.360 (10,51%)	70.808 (8,9%)	91.649 (14,06%)	63,45%	1,11
☒	3 25-34	62.818 (8,01%)	50.818 (6,39%)	73.518 (11,28%)	66,8%	1,17
☒	4 35-44	37.293 (4,76%)	29.931 (3,76%)	42.165 (6,47%)	67,72%	1,13
☒	5 45-54	27.269 (3,48%)	21.651 (2,72%)	30.484 (4,68%)	66,75%	1,12
☒	6 65+	12.327 (1,57%)	10.185 (1,28%)	9.123 (1,4%)	39,72%	0,74

ΕΙΚΟΝΑ 5 Ανάλυση Χρηστών ανά Ηλικιακή Ομάδα (GA4).

Γεωγραφική ανάλυση των χρηστών

Η γεωγραφική ανάλυση των χρηστών του ηλεκτρονικού καταστήματος Google Merchandise Store, μέσω των δεδομένων του Google Analytics 4, αποκαλύπτει κρίσιμες πληροφορίες για τη διαμόρφωση της στρατηγικής προώθησης. Η πλειονότητα των επισκεπτών προέρχεται από τις Ηνωμένες Πολιτείες, με 28.798 ενεργούς χρήστες, δηλαδή σχεδόν το 30% του συνόλου. Ακολουθούν η Κίνα, η Ινδία, ο Καναδάς και η Ιαπωνία, επιβεβαιώνοντας την παγκόσμια αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας Google.

	Χώρα	Ενεργοί χρήστες	Νέοι χρήστες	Περίοδοι σύνδεσης από κοινωνικά δίκτυα	Ποσοστό αφοσίωσης	Περίοδοι σύνδεσης αφοσίωσης ανά ενεργό χρήστη
☒	Σύνολο	97.643 100% του συνόλου	97.069 100% του συνόλου	50.188 100% του συνόλου	39,92% Μέσος όρος 0%	0,51 Μέσος όρος 0%
☒	1 (not set)	41.109 (42,1%)	46.788 (48,2%)	496 (0,99%)	1,2%	0,01
☒	2 United States	28.798 (29,49%)	23.191 (23,89%)	27.789 (55,37%)	62,79%	0,96
☒	3 China	6.737 (6,9%)	7.962 (8,2%)	4.165 (8,3%)	48,3%	0,62
☒	4 India	3.799 (3,89%)	3.544 (3,65%)	3.023 (6,02%)	61,36%	0,80
☒	5 Canada	2.154 (2,21%)	1.786 (1,84%)	1.998 (3,98%)	55,61%	0,93
☒	6 Japan	1.539 (1,58%)	1.415 (1,46%)	1.312 (2,61%)	55,01%	0,85

ΕΙΚΟΝΑ 6 Γεωγραφική Ανάλυση Χρηστών (GA4).

Η συγκεκριμένη γεωγραφική κατανομή καθιστά τις ΗΠΑ τον βασικό πυρήνα-στόχο για κάθε διαφημιστική ενέργεια. Εκτός από το μερίδιο επισκεψιμότητας, οι χρήστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες παρουσίασαν και τον υψηλότερο αριθμό παραπομπών μέσω κοινωνικών δικτύων, με 27.789 περιόδους σύνδεσης (55,37% των συνολικών referrals). Το ποσοστό αποχώρησης για την αγορά των ΗΠΑ διαμορφώνεται στο 62,79%, τιμή

ελαφρώς αυξημένη αλλά εντός των αποδεκτών ορίων για online εμπορικές πλατφόρμες. Η έντονη παρουσία από χώρες όπως η Κίνα και η Ινδία, με ενεργούς χρήστες 6.737 και 3.799 αντίστοιχα, αποδεικνύει το διεθνές ενδιαφέρον που παρουσιάζει το brand της Google. Ωστόσο, λόγω της περιορισμένης διείσδυσης υπηρεσιών Google σε ορισμένες περιοχές, η πιο ασφαλής και στρατηγικά ωφέλιμη αγορά στόχευσης παραμένει η αμερικανική. Αυτό το εύρημα υποστηρίζει περαιτέρω την επιλογή του Google Harkness Mug ως προϊόν προώθησης, καθώς πρόκειται για ένα εύχρηστο, αναγνωρίσιμο και ελκυστικό branded αντικείμενο για το αγοραστικό κοινό των ΗΠΑ.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, η επιλογή του Google Harkness Mug για προώθηση στο Google Search Network ενισχύεται περαιτέρω από τα δημογραφικά δεδομένα των χρηστών. Το προϊόν παρουσιάζει υψηλές αποδόσεις σε πωλήσεις, υψηλό ποσοστό εμπλοκής από desktop χρήστες και ανταπόκριση τόσο από άνδρες όσο και από γυναίκες, με σημαντική υπεροχή στις ηλικίες 25–44. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να στοχευτεί με μεγάλη ακρίβεια σε κοινό με θετική προδιάθεση προς το brand της Google, καταναλωτική ωριμότητα και ευκολία στην online πλοήγηση και αγορές. Πρόκειται, συνεπώς, για ένα προϊόν με ιδανικά χαρακτηριστικά για στοχευμένη, αποδοτική και εμπορικά επιτυχημένη καμπάνια.

Συμπεράσματα

Με βάση την αναλυτική αξιολόγηση των δεδομένων του GA4 και των χαρακτηριστικών του προϊόντος, το Google Harkness Mug αποτελεί μια εξαιρετικά στοχευμένη επιλογή για διαφημιστική καμπάνια στο Google Search Network. Ο συνδυασμός υψηλής αποδοτικότητας, ευκολίας στόχευσης μέσω λέξεων-κλειδιών, ευρείας εμπορικής απήχησης και θετικής ανταπόκρισης από διαφορετικά δημογραφικά προφίλ χρηστών, καθιστά το προϊόν άριστη βάση για στρατηγική προώθηση. Επιπλέον, η δυνατότητα αξιοποίησης του σε εποχικές περιόδους και η ενισχυμένη απόδοσή του μέσω desktop ενισχύουν περαιτέρω την επιλογή αυτή ως βέλτιστη απόφαση marketing.

Ερώτημα 2. Στρατηγικός Σχεδιασμός Καμπάνιας

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης στοχευμένης καμπάνιας στο Google Search Network για το προϊόν Google Harkness Mug, σχεδιάστηκαν τρία (3) Ad Groups με στόχο την κάλυψη διαφορετικών κατηγοριών χρηστών και προθέσεων αναζήτησης. Κάθε Ad Group περιλαμβάνει τρεις λέξεις-κλειδιά (keywords) με τρεις λέξεις η καθεμία, δεκαπέντε ελκυστικά headlines και τέσσερις περιγραφές, όπως προβλέπεται από τις βέλτιστες πρακτικές των responsive search ads. Παρακάτω παρουσιάζεται η ανάλυση των Ad Groups:

AD GROUP 1: Branded Product Searches

Αυτό το Ad Group στοχεύει χρήστες που αναζητούν συγκεκριμένα branded προϊόντα της Google ή σχετικούς όρους. Η πρόθεσή τους είναι ξεκάθαρη και σχετίζεται με την επιθυμία αγοράς επίσημου merchandise.

Στόχος: Χρήστες που αναζητούν απευθείας το προϊόν ή το brand Google.

Keywords (3 λέξεις):

1. google ceramic mug
2. official google merch
3. branded coffee mug

Headlines (max 30 χαρακτήρες):

1. Google Ceramic Mug
2. Official Google Mug
3. Unique Branded Gift
4. Perfect Tech Present
5. Quality Coffee Mug
6. Limited Edition Mug
7. Great Gift Idea
8. Shop Google Merch
9. Order Yours Today
10. Great for Gifting
11. Mug for Tech Fans
12. Stylish Office Mug
13. From Google Store
14. Under \$20 Deal
15. Holiday Gift Option

Descriptions:

1. Discover the official Google Harkness Mug. Minimal design, premium quality.
2. Looking for a smart gift? This mug is perfect for tech lovers and Google fans.
3. Ideal for coffee at work or home. A simple yet bold branded experience.
4. Order now from the official Google Store. Free shipping on select orders.

AD GROUP 2: Gift & Seasonal Searches

Το δεύτερο Ad Group επικεντρώνεται σε χρήστες που αναζητούν δώρα ή εποχιακές προσφορές, ιδίως σε περιόδους Black Friday και Χριστουγέννων. Είναι ιδανικό για αξιοποίηση αυξημένης ζήτησης σε εποχές υψηλής αγοραστικής πρόθεσης.

Στόχος: Χρήστες που ψάχνουν δώρα για γιορτές (Black Friday, Christmas, Cyber Monday).

Keywords (3 λέξεις):

1. tech gift idea
2. christmas coffee mug
3. mug holiday gift

Headlines:

1. Holiday Mug Deal
2. Gift for Colleague
3. Unique Tech Gift
4. Stylish Xmas Mug
5. Christmas Coffee Mug
6. Black Friday Special

7. Under \$20 Gift
8. Fun Google Mug
9. Branded Xmas Present
10. Cyber Monday Offer
11. Great for Gifting
12. Festive Mug Choice
13. Techie Gift Idea
14. Best Budget Mug
15. Mug That Impresses

Descriptions:

1. Celebrate the season with a smart, useful and branded Google coffee mug.
2. Ideal for gift exchanges, colleagues or anyone who loves Google.
3. Limited holiday edition – Order before Christmas for delivery on time.
4. Affordable and elegant – The perfect seasonal tech accessory.

AD GROUP 3: Generic Mug Shoppers

Το τρίτο Ad Group απευθύνεται σε χρήστες που αναζητούν ποιοτικές, καθημερινές επιλογές για κούπες, χωρίς να γνωρίζουν εκ των προτέρων το brand. Εστιάζει στη λειτουργικότητα, την αισθητική και την αξία του προϊόντος ως έξυπνη επιλογή δώρου.

Στόχος: Χρήστες που αναζητούν γενικά “κούπες” ή εναλλακτικές προτάσεις.

Keywords (3 λέξεις):

1. stylish coffee mug
2. best ceramic mug
3. fun branded mug

Headlines:

1. Not Just a Mug
2. Fun & Functional
3. Mug with Style
4. Top Quality Mug
5. Designer Coffee Mug
6. Brand That Matters
7. Make Coffee Better
8. Great Mug Gift
9. Sleek & Simple
10. Better Than Others
11. For Coffee Lovers
12. Choose Smart Mug
13. Minimalist Mug Gift
14. Impress with Google
15. Durable and Elegant

Descriptions:

1. This mug stands out from the rest – stylish, branded, and durable.

2. A perfect gift for anyone who loves simplicity and smart design.
3. Not just another coffee mug – it's a Google experience.
4. Order yours today and make your coffee moments better.

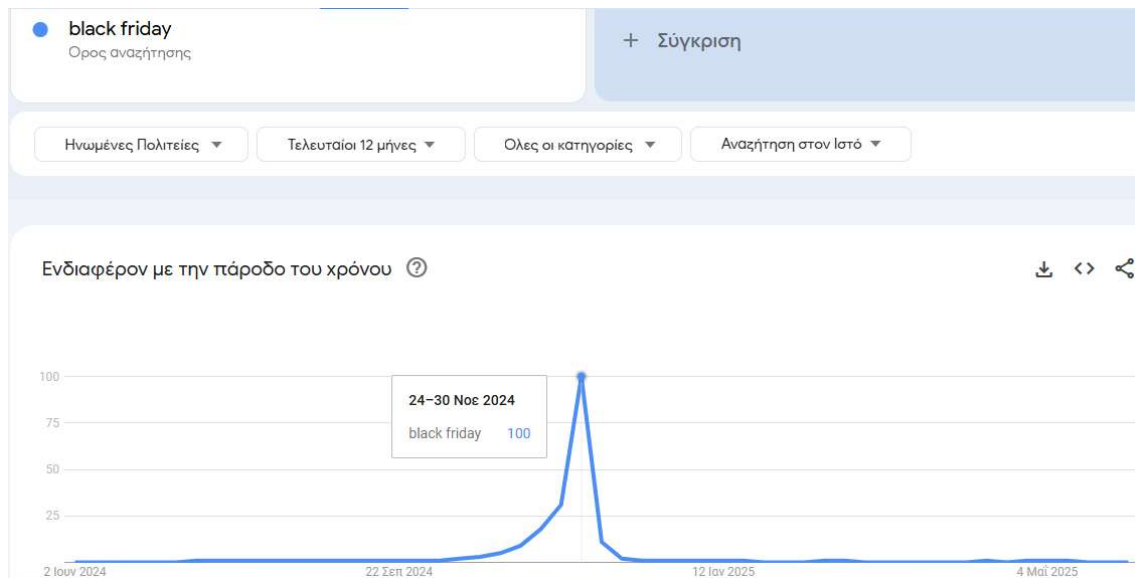
Ερώτημα 3. Πιθανοί εξωγενείς παράγοντες οι οποίοι θα μπορούσαν να έχουν επηρεάσει το performance

Η εντυπωσιακή αύξηση της κερδοφορίας του Google Merchandise Store κατά 29% την περίοδο 28 Νοεμβρίου – 8 Δεκεμβρίου 2024, σε σύγκριση με το προηγούμενο δεκαήμερο (17–27 Νοεμβρίου), συνιστά ένα φαινόμενο που δεν μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά σε ενδογενείς παράγοντες, όπως η αλλαγή στην πολιτική τιμών ή η βελτιστοποίηση των προϊόντων. Αντίθετα, πρόκειται για απόδοση που συνδέεται κυρίως με εξωγενείς και εποχικούς παράγοντες, όπως είναι η παγκοσμίως γνωστή καταναλωτική περίοδος Black Friday, καθώς και η είσοδος στη χριστουγεννιάτικη περίοδο αγορών.

Η ανάλυση των δεδομένων αυτών, σε συνδυασμό με τις τάσεις αναζήτησης που καταγράφει το Google Trends, βοηθά στην τεκμηρίωση αυτής της σύνδεσης. Μέσω της λέξης-κλειδιού "Black Friday", μπορούμε να παρατηρήσουμε την εκρηκτική αύξηση των αναζητήσεων που συμβαίνει κάθε χρόνο στα τέλη Νοεμβρίου. Το 2024, η κορύφωση σημειώθηκε μεταξύ 24–30 Νοεμβρίου, χρονικό διάστημα που συμβαδίζει πλήρως με την καταγεγραμμένη αύξηση εσόδων του ηλεκτρονικού καταστήματος στο Google Analytics 4. Η συγκεκριμένη τάση δείχνει με σαφήνεια ότι οι καταναλωτές έχουν αυξημένη πρόθεση για διαδικτυακή αναζήτηση και αγορές σε συγκεκριμένα διαστήματα, τα οποία οφείλουν να αξιοποιούνται από τις επιχειρήσεις μέσω προσεκτικά σχεδιασμένων καμπανιών.

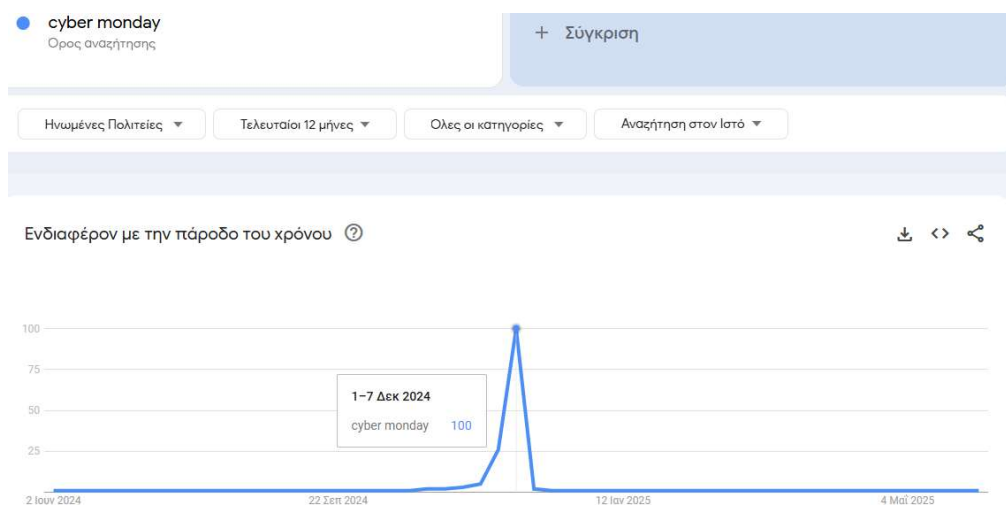
Date Comparison	↓ Purchase revenue
% change	29.38%
Nov 28 - Dec 8, 2024	\$160,750.03
Nov 17 - Nov 27, 2024	\$124,248.37

Ανάλυση Εποχικότητας μέσω Google Trends



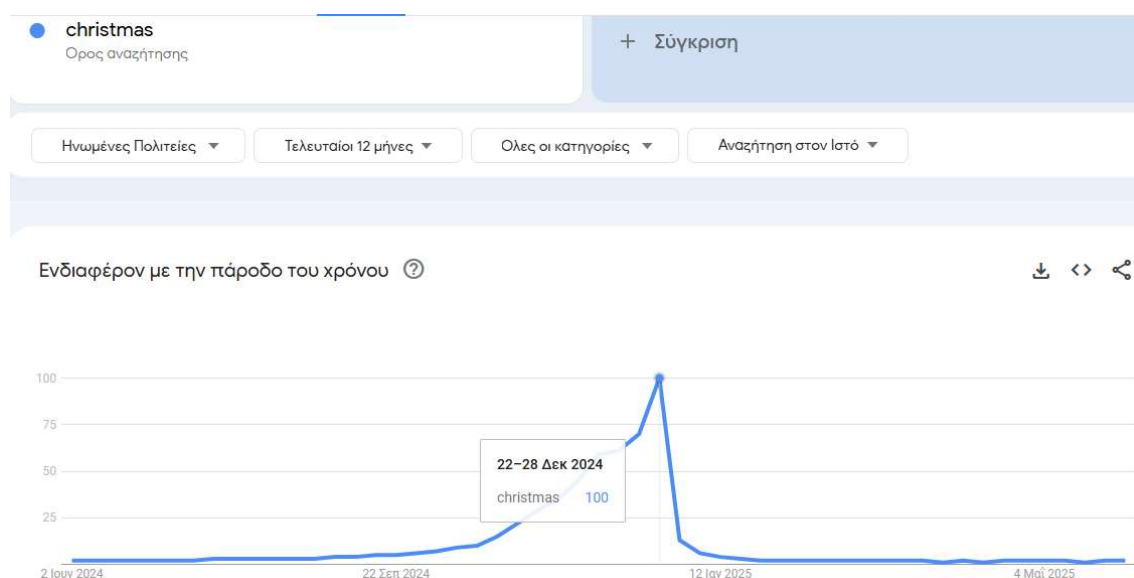
ΕΙΚΟΝΑ 7 Εβδομάδα 24–30 Νοεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100

Ο όρος “Black Friday” παρουσιάζει μία εντυπωσιακά απότομη και ευδιάκριτη κορύφωση στο Google Trends την εβδομάδα 24–30 Νοεμβρίου 2024, φτάνοντας στο μέγιστο ενδιαφέρον (100/100). Η αυξημένη αναζήτηση αποτελεί αδιαμφισβήτητο δείκτη υψηλής πρόθεσης για έρευνα και αγορές εκ μέρους των χρηστών. Πρόκειται για μία περίοδο που αποτελεί θεσμό του παγκόσμιου ηλεκτρονικού εμπορίου και κατά την οποία οι χρήστες αναμένουν ενεργά προσφορές, κουπόνια και ευκαιρίες από e-shops. Η ταύτιση του peak του ενδιαφέροντος στο Google Trends με την καταγεγραμμένη άνοδο της κερδοφορίας στο Google Analytics 4 (περίπου +29%) ενισχύει την άποψη ότι η επιχείρηση επωφελήθηκε συγκεκριμένα από την Black Friday. Επιπλέον, το απότομο πέρας του ενδιαφέροντος από 1η Δεκεμβρίου και μετά δείχνει πως αυτή η καταναλωτική δυναμική είναι έντονα χρονικά περιορισμένη, πράγμα που κάνει τον ακριβή χρονισμό των διαφημιστικών ενεργειών κρίσιμο.



ΕΙΚΟΝΑ 8 Εβδομάδα 1–7 Δεκεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100

Η Cyber Monday, που παραδοσιακά έρχεται ακριβώς μετά την Black Friday και επικεντρώνεται κυρίως σε ηλεκτρονικά καταστήματα, επιβεβαιώνει τη συνέχιση του αυξημένου ενδιαφέροντος για online αγορές. Το γράφημα στο Google Trends δείχνει το απόλυτο peak ενδιαφέροντος (100/100) την εβδομάδα 1–7 Δεκεμβρίου 2024, δηλαδή ακριβώς μετά το peak της Black Friday. Αυτό αποδεικνύει ότι η αγοραστική πρόθεση δεν εξαντλείται στο Black Friday, αλλά μεταφέρεται και επεκτείνεται στο αμέσως επόμενο κύμα, με τους καταναλωτές να συνεχίζουν τη σύγκριση τιμών και τις αγορές online, ειδικά για είδη τεχνολογίας και branded προϊόντα — όπως τα είδη του Google Merchandise Store. Η Cyber Monday λειτουργεί στην ουσία ως δεύτερη ευκαιρία, κάτι που η επιχείρηση μπορεί να αξιοποιήσει με καμπάνιες παράτασης προσφορών ή νέες δυναμικές εκπτωτικές προτάσεις. Από τα διαθέσιμα analytics, προκύπτει πως η αύξηση στα έσοδα διατηρείται έως περίπου τις 8 Δεκεμβρίου, επιβεβαιώνοντας την επίδραση αυτής της ημέρας.



ΕΙΚΟΝΑ 9 Εβδομάδα 22–28 Δεκεμβρίου 2024 Μέγιστο ενδιαφέρον: 100

Το τρίτο ισχυρό εποχικό γεγονός που καταγράφεται είναι το Christmas. Το peak αναζητήσεων εμφανίζεται κατά την εβδομάδα 22–28 Δεκεμβρίου 2024, φτάνοντας και πάλι την κορυφή του διαγράμματος (100/100). Αυτό καταδεικνύει ότι ακόμη και μετά τη Black Friday και την Cyber Monday, η πρόθεση αγοράς δεν εξαφανίζεται — αλλά μεταλλάσσεται σε αναζήτηση για δώρα. Η σημαντικότητα της περιόδου των Χριστουγέννων για την επιχειρηματική στρατηγική είναι τεράστια. Οι χρήστες αναζητούν πλέον περισσότερο προσωπικά, θεματικά ή ελκυστικά branded δώρα, και όχι απλώς προσφορές. Εδώ ακριβώς τοποθετούνται ιδανικά προϊόντα όπως το Google Harkness Mug, που ενσωματώνουν στοιχεία αναγνωρίσιμου brand, απλότητας και χρηστικότητας. Η χρονική διασπορά των peaks δείχνει ότι οι επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται ολόκληρο το εύρος από τέλη Νοεμβρίου έως τέλη Δεκεμβρίου, μπορούν να χτίσουν συνεχή στρατηγική online καμπάνιας και όχι αποσπασματικές ενέργειες.

Συμπέρασμα

Η ανάλυση των τάσεων στο Google Trends για τους όρους “Black Friday”, “Cyber Monday” και “Christmas” κατέδειξε με απόλυτη σαφήνεια τη χρονική συγκέντρωση της

αγοραστικής πρόθεσης των καταναλωτών στην περίοδο από τέλη Νοεμβρίου έως τέλη Δεκεμβρίου. Κάθε μία από τις παραπάνω αναζητήσεις παρουσίασε μέγιστο ενδιαφέρον (100/100) μέσα σε αυτή τη χρονική περίοδο, στοιχείο που αποδεικνύει την ισχυρή επίδραση της εποχικότητας στη συμπεριφορά των χρηστών. Η Black Friday, συγκεκριμένα, αποτέλεσε το αρχικό σημείο εκκίνησης ενός έντονου καταναλωτικού κύματος, στο οποίο οι χρήστες έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για προσφορές και εκπτώσεις. Η Cyber Monday συνέχισε αυτή τη δυναμική, ιδίως για προϊόντα τεχνολογικού χαρακτήρα, ενώ η χριστουγεννιάτικη περίοδος επικεντρώθηκε σε αναζητήσεις σχετικές με δώρα, με αυξημένο συναισθηματικό και συμβολικό περιεχόμενο. Η χρονική ταύτιση αυτών των κορυφώσεων με την αύξηση της κερδοφορίας στο Google Analytics 4 δεν αφήνει περιθώρια αμφιβολίας: η επιχείρηση επωφελήθηκε άμεσα από τους εξωγενείς παράγοντες της εποχής και κατάφερε να μετατρέψει την αυξημένη αναγνωρισιμότητα και πρόθεση αγοράς σε μετρήσιμα έσοδα.

Αναμφίβολα, οι παραπάνω εξωγενείς παράγοντες δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζονται αποσπασματικά ή συγκυριακά. Αντίθετα, αποτελούν ευκαιρίες στρατηγικής σημασίας, γύρω από τις οποίες η Google μπορεί να σχεδιάσει προληπτικές καμπάνιες, να ενισχύσει τη στοχευμένη διαφήμιση, και να δημιουργήσει θεματικό περιεχόμενο που αξιοποιεί τις αγοραστικές ψυχολογίες της εποχής.

Ερώτημα 4 – Στρατηγική Αξιοποίηση των Ευρημάτων

Η σημαντική αύξηση των εσόδων του Google Merchandise Store κατά 29% την περίοδο 28 Νοεμβρίου έως 8 Δεκεμβρίου 2024, σε σύγκριση με το αμέσως προηγούμενο δεκαήμερο, αποτελεί ένα ουσιαστικό σήμα απόδοσης που δεν πρέπει να εκληφθεί ως τυχαίο γεγονός. Η ανάλυση του Ερωτήματος 3 αποκάλυψε ξεκάθαρα τη συσχέτιση της αύξησης αυτής με εξωγενείς παράγοντες, κυρίως την εμπορική περίοδο της Black Friday, όπως επιβεβαιώθηκε και από τα δεδομένα του Google Trends. Αυτή η περίοδος προσφέρει εξαιρετικές ευκαιρίες από πλευράς προώθησης, αγοραστικής ψυχολογίας και αυξημένης πρόθεσης αγοράς. Στο πλαίσιο αυτό, η επιχείρηση καλείται να μετατρέψει τα αναλυτικά ευρήματα σε στρατηγικές αποφάσεις, ενισχύοντας τη μακροπρόθεσμη αποτελεσματικότητα των ενεργειών της. Η αξιοποίηση μπορεί να δομηθεί γύρω από τέσσερις βασικούς στρατηγικούς άξονες:

1. Προληπτικός Σχεδιασμός Καμπανιών σε Περιόδους Αιχμής

Η περίοδος Black Friday – Χριστουγέννων δεν πρέπει να προσεγγίζεται μεμονωμένα, αλλά να ενσωματώνεται σε έναν ετήσιο χάρτη ενεργειών. Οι καμπάνιες θα πρέπει να ξεκινούν τουλάχιστον 10 ημέρες πριν από την Black Friday, ώστε να «χτίζεται» αναγνωρισιμότητα, ενώ η καμπάνια θα πρέπει να συνεχίζεται τουλάχιστον έως τα μέσα Δεκεμβρίου, καλύπτοντας και τα early holiday buyers. Η εμπειρία του 2024 υποδεικνύει ότι η προληπτική διαφήμιση αποδίδει πολύ περισσότερο από την όψιμη αντίδραση. Η Google μπορεί να επενδύσει σε search ads που περιλαμβάνουν όρους όπως:

- “tech gifts under 20”
- “Google mug Christmas gift”
- “official Google merchandise”

2. Αξιοποίηση Remarketing Λιστών & Αγορών Προθέσεων

Οι χρήστες που επισκέφθηκαν το e-shop κατά την περίοδο 1–27 Νοεμβρίου αποτελούν θερμό κοινό, το οποίο, αν στοχευθεί ξανά, έχει σημαντικά μεγαλύτερη πιθανότητα μετατροπής. Η Google μπορεί να δημιουργήσει Remarketing Audiences στο Google Ads, βασισμένα σε:

- users που πρόσθεσαν στο καλάθι
- users που επισκέφθηκαν σελίδες συγκεκριμένων προϊόντων
- users που εγκατέλειψαν πριν ολοκλήρωση αγοράς

Αξιοποιώντας αυτά τα κοινά, μπορεί να ενεργοποιηθεί προσαρμοσμένο μήνυμα με προσωρινή έκπτωση ή δωρεάν μεταφορικά, αυξάνοντας έτσι τις μετατροπές κατά την καμπάνια.

3. Δημιουργία Θεματικών Προτάσεων & Bundles

Ένα μεγάλο μέρος της αποτελεσματικότητας της Black Friday έγκειται στην προώθηση απλών προϊόντων ως “δώρων”. Η Google μπορεί να δημιουργήσει ειδικές ενότητες στο e-shop με ετικέτες όπως:

- “Gifts for coworkers”
- “Under \$25 tech merch”
- “Best of Google 2024”

Η χρήση των προϊόντων με συναισθηματική τοποθέτηση (π.χ. “κέρδισε ένα χαμόγελο με το mug της Google”) μπορεί να αυξήσει τον συναισθηματικό δεσμό και να βελτιώσει το conversion rate.

4. Παρακολούθηση Συνεχών Τάσεων & Δυναμική Στόχευση

Η χρήση του Google Trends δεν θα πρέπει να περιορίζεται στην ανάλυση παρελθοντικών περιόδων. Αντίθετα, η Google μπορεί να ορίσει ένα σχήμα “early signal”, δηλαδή να παρακολουθεί λέξεις-κλειδιά σχετικές με δώρα, branded items και tech products, ώστε να ενεργοποιείται αυτόματα ή γρήγορα μια καμπάνια μόλις αυξηθεί η πρόθεση αγοράς. Η χρήση έξυπνης υποβολής προσφορών (smart bidding) και real-time keyword performance είναι κρίσιμα για να διατηρείται υψηλό ROAS (Return on Ad Spend).

Τελικό Συμπέρασμα

Η αύξηση της απόδοσης κατά την περίοδο Black Friday 2024 αποδεικνύει ότι η επιτυχία μιας online καμπάνιας δεν βασίζεται μόνο στο προϊόν, αλλά κυρίως στη στρατηγική αξιοποίηση δεδομένων, τη χρονική ακρίβεια, και τη βαθιά κατανόηση της αγοραστικής ψυχολογίας. Το Google Harkness Mug αποτέλεσε μια κατάλληλη επιλογή, καθώς συνδυάζει εμπορική απήχηση, σταθερή απόδοση, και συμβολικό χαρακτήρα, ιδανικό για περιόδους προσφορών και δώρων. Η εργασία απέδειξε ότι τα εργαλεία GA4 και Google Trends, όταν αξιοποιούνται σωστά, μπορούν να αποκαλύψουν κρίσιμες ευκαιρίες και να υποστηρίξουν evidence-based marketing αποφάσεις. Μέσα από τη

διαμόρφωση στοχευμένων ad groups και την επιλογή κατάλληλων λέξεων-κλειδιών, είναι εφικτό να μεγιστοποιηθεί η απόδοση της καμπάνιας, ενώ η ανάλυση εξωγενών παραγόντων προσφέρει τη δυνατότητα προβλεπτικού σχεδιασμού. Συνολικά, η εργασία ανέδειξε την αξία ενός οργανωμένου search campaign framework και ενίσχυσε την κατανόηση της σχέσης μεταξύ δεδομένων, timing, και απόδοσης — στοιχεία καθοριστικά για την επιτυχία στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.