

# webarts.

---

## Πώς το content σας μπορεί να γίνει **Viral στην Κύπρο**

12 παραδείγματα για να το πετύχετε



by Christoforos Adamou  
Digital Marketing Manager



Εάν είστε **Marketing Manager, Content Manager** ή **Ιδιοκτήτης εταιρίας** στην Κύπρο τότε αυτό το eBook γράφτηκε αποκλειστικά για εσάς! Με σκοπό να βοηθήσει τις προσπάθειες σας να αποκτήσετε μεγαλύτερη προβολή μέσω του content που μοιράζετε στην ιστοσελίδα και τα social media της επιχείρησής σας, το συγκεκριμένο eBook θα σας αποκαλύψει τεχνικές με τις οποίες μπορείτε να πετύχετε το μέγιστο αποτέλεσμα.

Αν αφιερώνετε ήδη αρκετό χρόνο στη στρατηγική του content σας χωρίς το επιθυμητό αποτέλεσμα εκμεταλλευτείτε το καλύτερα και ακολουθήστε τις συμβουλές που θα βρείτε στο eBook για να το βελτιώσετε. Μάθετε πως να μετατρέψετε τα βαρετά άρθρα σε άρθρα που συγκεντρώνουν περισσότερα shares με προοπτική viral!

Ας μη ξεχνάμε ότι το content είναι εξαιρετικά σημαντικό για την επιχείρησή σας αφού ένα σταθερά ποιοτικό και καλά στοχευμένο content έχει την προοπτική να μετατρέψει τους αναγνώστες σε fans, τους fans σε πελάτες και τους πελάτες σε πιστούς υποστηρικτές.

Επενδύστε λοιπόν το χρόνο σας σωστά και κερδίστε την προβολή και το ROI που σας αξίζει!



# Περιεχόμενα

---

Πώς το content σας μπορεί να γίνει viral στην Κύπρο.....	4
Τα Viral Posts Είναι Διορατικά και Εεχωρίζουν.....	6
Πώς να Γίνετε Viral.....	8
1. Εκπλήξτε τους.....	8
2. Αξιοποιείστε Μια Τάση.....	10
3. Εμπνεύστε τους.....	11
4. Δημιουργήστε Καταπληκτικά Picture List Posts.....	13
5. Αξιοποιήστε Χαριτωμένα Ζωάκια & Μωρά.....	14
6. Να Είστε Διασκεδαστικός.....	16
7. Πείτε κάτι Αμφιλεγόμενο.....	18
10. Πείτε τους τα Μυστικά της Επιτυχίας.....	23
11. Συμβουλές για την Υγεία, τη Διατροφή και την καλή φυσική Κατάσταση.....	25
12. Πείτε τους Μυστικά Για την Αγάπη & τις Σχέσεις.....	27
Συμπεράσματα: Τα 4 Στοιχεία του Shareable Content.....	30

# Πώς το content σας μπορεί να γίνει viral στην Κύπρο

---



Εσείς τι είδους content σας αρέσει να διαβάζετε; Μήπως περιλαμβάνει ορισμένα από τα πιο shared άρθρα στην Κύπρο;

Γιατί κάποιου είδους content μοιράζεται σε τέτοιο βαθμό και γίνεται viral; Όλα όσα μάθαμε για το Content Marketing και η ανάλυσή μας δείχνει ότι τα viral posts συνεχίζουν να αποτελούν εξαιρέσεις, και, δυστυχώς, δεν υπάρχει μαγική συνταγή για να γίνει κάτι viral, ούτε για το κοινό της Κύπρου. Ορισμένα θέματα γίνονται viral ευκολότερα αλλά ακόμη και βαρετά ή brand related άρθρα μπορεί να πυροδοτήσουν το μηχανισμό του viral αν εφαρμοστούν συγκεκριμένες τακτικές.

**Υπάρχουν, ωστόσο, κάποια στοιχεία από viral content τα οποία μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να βελτιώσουμε το shareability και το engagement του content της επιχείρησής μας.** Τα posts που μας ενδιαφέρουν σε αυτόν τον απολογισμό είναι κυρίως καταναλωτικά posts.

Ο απολογισμός μας έχει προσδιορίσει τέσσερα διαφορετικά στοιχεία που εμφανίζονται συχνά σε viral content. Ο συνδυασμός αυτών των στοιχείων μπορεί να μην εγγυάται πως όντως το περιεχόμενο θα γίνει viral αλλά σίγουρα μπορούν να βελτιώσουν το shareability. Παρατηρήστε τα τέσσερα αυτά στοιχεία σε κάθε ένα από τα ακόλουθα viral posts.

Emotional element	Content Element	Topic Element	Format Element
Amusing Surprising Heart Warming Beautiful Inspiring Warning Shocking	Images Facts Charts Quotes Video Interaction	Trending topic (e.g. Zombies) Health & fitness Cats & Dogs Babies Long Life Love	List Post Quiz Story Curation Research Insights Practical Tips

Αναρωτιέστε αν η ιστοσελίδα της εταιρίας σας είχε content που έγινε shared; Ζητήστε το δωρεάν **Content Analysis Report** της Webarts για να μάθετε:

Ζητήστε το Report



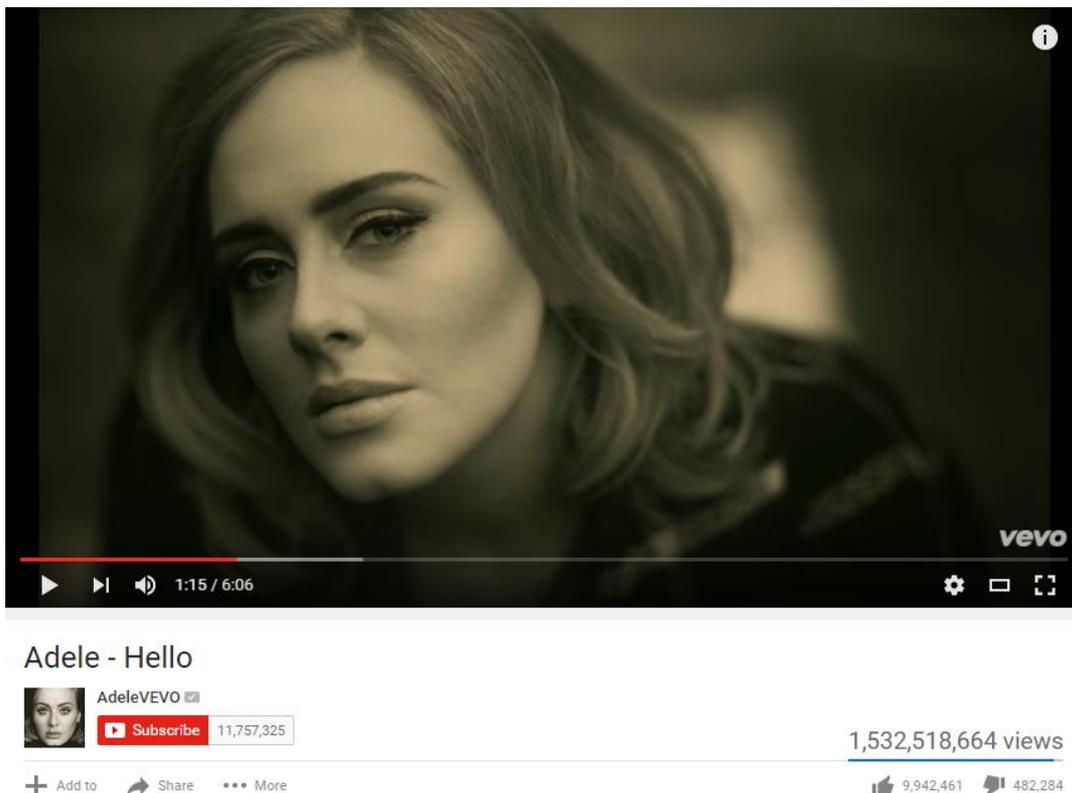
# Τα Viral Posts Είναι Διορατικά και Ξεχωρίζουν

Τα Viral posts δεν είναι κάτι το συνηθισμένο. Τα ακόλουθα παραδείγματα περιλαμβάνουν posts με χιλιάδες shares. Ωστόσο, αυτά τα viral posts αποτελούν εξαιρετικές περιπτώσεις ακόμη και για πολύ μεγάλα viral sites εταιριών.

Καθώς αυξάνεται ο αριθμός των shares βλέπουμε ολοένα και λιγότερα posts. Το viral είναι σαν την αλχημεία, κι ακόμη και τα καλύτερα sites δεν μπορούν συνεχώς να επαναλαμβάνουν σε μόνιμη βάση την επιτυχία των κορυφαίων posts του (αν μπορούσαν, θα το έκαναν). Όπως κι οι περισσότεροι publishers, τα κορυφαία sites διαθέτουν άφθονο content με σταθερή απόδοση και λίγες σχετικά μεγάλες επιτυχίες. Τα τρία κορυφαία shared άρθρα στα Philenews το δείχνουν αυτό αρκετά ξεκάθαρα όπως μπορούμε να δούμε παρακάτω. Το κορυφαίο post έχει σχεδόν διπλάσια shares από ό,τι το τρίτο πιο shared post. Αυτό είναι ένα μοντέλο που το βλέπουμε να επαναλαμβάνεται ξανά και ξανά.

	FACEBOOK SHARES	LINKEDIN SHARES	TWITTER SHARES	PINTEREST SHARES	GOOGLE+ SHARES	TOTAL SHARES
<p>Πατέρας Φιλόθεος Φάρος: Οτιδήποτε δεν έχει την ποιότητα της αμφιβολίας είναι επικίνδυνο philenews.com - More from this domain Apr 8, 2015 Article</p>	16.8K	0	42	4	23	16.8K
<p>Ολόκληρη γειτονιά έμαθε νοηματική για να κάνει έκπληξη στον κωφό γείτονα (εικόνες + βίντεο) philenews.com - More from this domain Mar 10, 2015 Article</p>	11.3K	0	9	0	38	11.3K
<p>Κλάψε Ευαγόρα, κλάψε, πώς να αντέξεις τόση αηδία και όλα αυτά τα ρεζιλίκια; philenews.com - More from this domain Mar 13, 2015 Article</p>	6.3K	0	10	0	0	6.3K

Συνεπώς, τα virals αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις, και δεν υπάρχει μια απλή συνταγή για την επιτυχία στο viral – εκτός πια αν είστε μια διεθνής διασημότητα. Για την ανάλυσή μας δεν περιλάβαμε content που να σχετίζεται ή να προέρχεται από διασημότητες, μουσικούς και ταινίες, παρά το ότι μπορούν να αποφέρουν τεράστια επισκεψιμότητα. Για παράδειγμα, η πρόσφατη δημοσίευση του τραγουδιού της Adele “[Hello](#)” στο YouTube πέρασε πολύ γρήγορα τα 1,5 δισεκατομμύρια views.



Τι γίνεται όμως αν δεν είστε η Adele; (Κι αν είστε η Adele: Hello, how are you? Παρακαλώ κάντε share αυτό eBook ελεύθερα). Τι μπορείτε να κάνετε για να δημιουργήσετε πιο shareable content;

Κατά τη γνώμη μας, τα viral posts μπορούν να μας βοηθήσουν να καταλάβουμε πώς μπορούμε να κάνουμε το δικό μας content πιο shareable, ακόμη κι αν δεν γίνει viral. Να τι μάθαμε από το πιο shared content στην Κύπρο.

# Πώς να Γίνετε Viral

## 1. Εκπλήξτε τους

Στον κόσμο γενικά αρέσει να μοιράζονται content που τους προκαλεί έκπληξη. Λατρεύουν, επίσης, να μοιράζονται αποτελέσματα νέων ερευνών και τάσεις, ειδικά αν έρχονται σε αντίθεση με αυτό που γενικά είναι αποδεκτό. Η επισκόπηση της Marketo για το 2013 με τον Brian Carter σχετικά με το γιατί οι άνθρωποι μοιράζονται περιεχόμενο στο Facebook ανακάλυψε πως στους ανθρώπους αρέσει να μοιράζονται content που τους εντυπωσιάζει και τους δημιουργεί έκπληξη. Η άποψη αυτή υποστηρίζεται από ένα δικό μας απολογισμό για το ποιο ήταν το πιο shared content.

### Παράδειγμα: Ψυχοπαθείς προσωπικότητες όσοι πίνουν το καφέ τους σκέτο. (4,4k shares)

The image shows a Facebook post on the left and a Buzzsumo analytics dashboard on the right. The Facebook post features a photo of a coffee cup with a smiley face drawn in the foam. The text of the post is in Greek and discusses a study on coffee consumption and mental health. The Buzzsumo dashboard provides a detailed breakdown of the post's performance across various social media platforms.

Platform	Interactions
Total	4,456
Facebook	4,456
Twitter	0
LinkedIn	0
Pinterest	0
Google+	+1

Facebook Post Text: **Ψυχοπαθείς προσωπικότητες όσοι πίνουν το καφέ τους σκέτο...**  
16.10.2015 14:12 Περίεργα  
Signalive

Buzzsumo Analytics: **Total: 4,456**  
Interactions: 4,456  
Shares: 500  
Likes: 2,319  
Comments: 1,637

Ένα από τα πιο shared άρθρα στο Signalive αυτή τη χρονιά προκάλεσε έκπληξη. Συνδύαζε τα αποτελέσματα μιας έρευνας με έναν προκλητικό

τίτλο. Το post έστρεψε την προσοχή σε μια νέα έρευνα που υποστήριζε πως οι άνθρωποι που πίνουν τον καφέ τους δίχως ζάχαρη και γάλα είναι... ψυχοπαθείς! Το post προφανώς έβαζε σε σκέψεις και έκανε τον κόσμο να θέλει να το μοιραστεί, είτε τους αρέσει ο καφές είτε γνωρίζουν κάποιον που πίνει τον καφέ του δίχως ζάχαρη και γάλα!

Το συγκεκριμένο post έγινε viral στο Facebook όπως μπορούμε να δούμε στην παραπάνω εικόνα. Στις περισσότερες περιπτώσεις παρατηρήσαμε πως **το Facebook ήταν το βασικό δίκτυο στο να ξεκινήσει το viral content να εξαπλώνεται.**

Μια υποκατηγορία γεγονότων που προκαλούν έκπληξη είναι τα αποτελέσματα νέων ερευνών καθώς και οι νέες τάσεις.

**Τα Viral Στοιχεία** - Περιεχόμενο που προκαλεί έκπληξη και βασίζεται σε έρευνα, με προκλητικούς τίτλους.

**Συμβουλή:** Προσπαθήστε να προσθέσετε το στοιχείο της έκπληξης στο περιεχόμενό σας (ειδικά στον τίτλο) ώστε να αυξηθούν οι πιθανότητες να γίνει viral.

*Διαβάστε το άρθρο μας [“Πώς να γράφετε τους πιο πιασάρικους τίτλους στα blog posts σας”](#).*



## 2. Αξιοποιείστε Μια Τάση

Όλοι γνωρίζουμε πως οι όποιες τάσεις είναι φίλοι μας. Ο σχολιασμός ή η προσθήκη in-vogue θεμάτων στο content σας μπορεί να αυξήσει το engagement με το κοινό σας. Τα Flashmobs (και ειδικά τα Ελληνικά!) είναι πάντοτε ένα δημοφιλές θέμα στην Κύπρο.

### Παράδειγμα: Οι Έλληνες και Κύπριοι φοιτητές του Manchester χορεύουν Ζορμπά! (3,8k shares)

Οι Έλληνες και Κύπριοι φοιτητές του Manchester χορεύουν Ζορμπά!



ΜSc  
Computer Science

Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου [Μάθε περισσότερα](#)

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

 **Ξένια Τούρκη**  
Οι καμένες ελπίδες μιας επανάστασης  
[02/02/2016]

 **Χρήστος Μικηλίδης**  
Πρόσωπα και προσώπεια  
[02/02/2016]

 **Πάνικος Χαραλάμους**  
Περί άλλων τυρβάζουν...  
[02/02/2016]

 **Γ. Σέρτης**  
Προς... Δυστροπούνας  
[02/02/2016]

 **Άρθρο του "Φ"**  
Το προσφυγικό και η Ελλάδα  
[02/02/2016]

Αποστολή με email [Εκτυπώστε την σελίδα](#) Like 3.8k [f](#) [g+](#) [t](#) [in](#) [i](#)

Η μεγαλύτερη ιστοσελίδα εξεύρασης ακινήτων από τον **Φιλελεύθερο**  
**inCyprusproperty.com**

Με αφορμή τον εορτασμό της Εθνικής μας Επετείου, σας παρουσιάζουμε το πρώτο Flash mob που διοργανώθηκε στο Manchester από Έλληνες και Κύπριους φοιτητές. Ενώσαμε όλες τις δυνάμεις μας, χορογράφοι, χορευτές και διοργανωτές με σκοπό να δώσουμε μία γεύση στην Αγγλική κοινότητα, από την παράδοση και τον τόπο μας.

Η διοργάνωση του Flash mob ήταν μία τεράστια επιτυχία, καθώς μας έδωσε την αφορμή να γνωριστούμε καλύτερα, να συνεργαστούμε, αλλά πάνω απ' όλα να νιώσουμε περήφανοι για την κοινή μας καταγωγή.

Πέρυσι, Έλληνες και Κύπριοι μαθητές χόρεψαν «Ζορμπά» και το σχετικό άρθρο στο Philenews μοιράστηκε 3800 φορές! Αυτή δεν ήταν η πρώτη φορά που Έλληνες και Κύριοι χόρεψαν «Ζορμπά» σε ένα flashmob που έγινε viral. Παλιότερα, φοιτητές στο Birmingham είχαν προσπαθήσει το ίδιο, με το δικό τους video στο YouTube να ξεπερνάει τα 1,8 εκατομμύρια views. Συνεπώς,

είναι προφανές πως στον κόσμο αρέσει να βλέπουν τους συμπατριώτες τους να τους κάνουν υπερήφανους χορεύοντας παραδοσιακούς χορούς και αυτό είναι απόδειξη ότι τα Ελληνικά Flashmobs είναι πάντοτε ένα καυτό θέμα.

**Τα Viral Στοιχεία:** Content για ένα δημοφιλές θέμα ή τάση - ειδικά αν περιλαμβάνει Ελληνικά και Κυπριακά στοιχεία. Αλλά να θυμάστε πως δεν μπορούμε να εγγυηθούμε για τίποτε.

**Συμβουλή:** Αναζητήστε trending θέματα στο Google News, [Google Trends](#) ή στα δημοφιλή hashtags του Twitter, για να πάρετε έμπνευση και να αναπτύξετε αντίστοιχο content.

### 3. Εμπνεύστε τους

Ιστορίες που εμπνέουν, σε μορφή βίντεο έχουν γίνει πολύ δημοφιλές content στο διαδίκτυο. Περιεχόμενο που εμπνέει στο ακόλουθο παράδειγμα παρουσιάζεται μέσω μιας αληθινής ιστορίας σε ένα βίντεο, με πρωταγωνιστή ένα κουφό άνθρωπο στον οποίο έκανε έκπληξη ολόκληρη η γειτονιά μαθαίνοντας τη νοηματική γλώσσα. Πράγματι υπήρξε μια από τις πιο συγκινητικές και ενθαρρυντικές ιστορίες.



## Παράδειγμα: Ολόκληρη γειτονιά έμαθε νοηματική για να κάνει έκπληξη στον κωφό γείτονα (εικόνες + βίντεο) (11,3k shares)

Ολόκληρη γειτονιά έμαθε νοηματική για να κάνει έκπληξη στον κωφό γείτονα (εικόνες + βίντεο)



✉ Αποστολή με email ✉ Εκτυπώστε την σελίδα Like 11k     

**Like.com.cy**  
Το γυναικείο ηλεκτρονικό περιοδικό, από το [phileneews.com](http://phileneews.com)

Ο Τούρκος Μοχάρεμ είναι κωφός και έμελλε να ζησει μια μέρα χωρίς εμπόδια και δυσκολίες να συνεννοηθεί στην καθημερινότητα, είτε αυτό είναι στο φούρνο της γειτονιάς, είτε στο μανάβικο.

Μεγάλη εταιρία κινητών τηλεφώνων διοργάνωσε στην Τουρκία μια μεγάλη έκπληξη για τον νεαρό Τούρκο. Σε συνεννόηση με την αδερφή του, προσέγγισε τους γείτονες του Μοχάρεμ, οι οποίοι δέχτηκαν να συμμετέχουν στο πρότζεκτ.

**MSc Computer Science**

 **Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου** [Μάθε περισσότερα](#)

**ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**

-  **Ξένα Τούρκη**  
Οι χαμένες ελπίδες μιας επανάστασης  
[02/02/2016]
-  **Χρήστος Μιχαηλίδης**  
Πρόσωπα και προσωπεία  
[02/02/2016]
-  **Πάνικος Χαραλάμπος**  
Περί άλλων τυρβάζουν...  
[02/02/2016]
-  **Γ. Σέρρης**  
Προς... Δυστροπούτας  
[02/02/2016]
-  **Άρθρο του "Φ"**  
Το προσφυγικό και η Ελλάδα  
[02/02/2016]

Κρατήστε σημειώσεις! Στον κόσμο αρέσει να μοιράζονται ιστορίες που εμπνέουν, και το βίντεο είναι ένα ταχύτατα αυξανόμενο format στο Facebook.

**Τα Viral Στοιχεία:** Ιστορίες που εμπνέουν σε μορφή βίντεο.

**Συμβουλή:** Ψάξτε στο διαδίκτυο για πραγματικές ιστορίες σχετικά με ανθρώπους που μπορούν να εμπνεύσουν τους άλλους και να γράψουν μια ιστορία για αυτούς.

## 4. Δημιουργήστε Καταπληκτικά Picture List Posts

Προηγουμένως προσδιορίσαμε τα picture list posts ως ένα ιδανικό format για viral content. Οι εικόνες είναι πολύ ισχυρές στο διαδίκτυο και τα picture list posts ενισχύουν αυτή τη δύναμη με το shareability των curation και των list posts.

Στο ακόλουθο παράδειγμα, βλέπουμε ένα list post με όμορφες εικόνες από την Κύπρο που ελκύουν όσους απολαμβάνουν τα ταξίδια και φυσικά όποιον αγαπά την Κύπρο.

**Παράδειγμα: Τα 10 καλύτερα χωριά για αγροτουρισμό στην Κύπρο (1,3k shares)**

Τα 10 καλύτερα χωριά για αγροτουρισμό στην Κύπρο

Επιμέλεια Μαρία Στυλιανού 24/10/2015 17:18



Από τα Λεόκαρα στον Κόθρα: Αυτά είναι τα 10 καλύτερα χωριά για αγροτουρισμό στην Κύπρο

Να θυμάστε, θέματα που αφορούν την Κύπρο, κάνουν πάντοτε το content πιο σχετικό με το κοινό, βελτιώνοντας το shareability.

**Τα Viral Στοιχεία:** Πλούσια οπτικά posts με γραφικά που εμπνέουν δέος, και καλοπροσεγμένα list posts.

**Συμβουλή:** Συνδυάστε θέματα που σχετίζονται με την Κύπρο με όμορφες εικόνες σε ένα list-format και είστε έτοιμοι! Αυξάνετε άμεσα τις πιθανότητές σας να γίνετε viral! Μπορείτε να ψάξετε για εικόνες google και για φωτογραφίες με **ελεύθερα δικαιώματα χρήσης** (labeled for reuse) στην Κύπρο σε περίπτωση που δεν διαθέτετε δικές σας.

## 5. Αξιοποιήστε Χαριτωμένα Ζώακια & Μωρά

Ναι, καλά το διαβάσατε. Τα posts με θέμα τις γάτες έχουν γίνει κάτι πολύ συνηθισμένο στο διαδίκτυο. Ρίξτε ένα αποκριάτικο κουστούμι σε μια γάτα και έχετε ήδη τις βάσεις για ένα shareable post. Και δεν είναι μόνο οι γάτες - άλλα κατοικίδια και μωρά μπορούν να τα καταφέρουν εξίσου καλά.

Στο ακόλουθο παράδειγμα, από το Reporter, βλέπουμε εικόνες και ένα βίντεο από εγκαταλελειμμένα ζώα τα οποία μαζεύει και φροντίζει μια γυναίκα στην Αραδίππου. Ποιος θα μπορούσε να αντισταθεί και να μη μοιραστεί αυτά τα αξιαγάπητα πλάσματα και να ενημερώσει τον κόσμο για το συγκεκριμένο πρόβλημα (αλλά και να γεμίσει με λίγη ομορφιά την καθημερινότητά μας!);



## Παράδειγμα: Ένα καταφύγιο στην Αραδίππου για ζώα που δεν τα θέλει κανείς (2,6k shares)

ΤΟΠΙΚΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

### Ένα καταφύγιο στην Αραδίππου για ζώα που δεν τα θέλει κανείς (βιντεο)

Αιμίλια Αγκαστινιώτου 03/01/2016 09:23



Σημειώστε ότι τα μωρά είναι καλό υποκατάστατο των κατοικίδιων - ή μήπως ισχύει το αντίστροφο;

**Τα Viral Στοιχεία:** Γάτες, σκυλιά, κατοικίδια και μωρά.

**Συμβουλή:** Ψάξτε το διαδίκτυο για χαριτωμένα μωρά ή ζώα και βασίστε το content σας σε αυτά. Χρησιμοποιήστε την εικόνα ενός χαριτωμένου ζώου (ή μωρού!) ως thumbnail για να κεντρίσετε την προσοχή των χρηστών σας.

## 6. Να Είστε Διασκεδαστικός

Στον κόσμο αρέσει να μοιράζονται διασκεδαστικό content. Μια μελέτη των New York Times ανακάλυψε έναν από τους πιο συνηθισμένους λόγους για τον οποίο οι άνθρωποι μοιράζονται περιεχόμενο είναι για να προσφέρουν πολύτιμο, διασκεδαστικό content στους φίλους τους. Κάντε τους να γελάσουν, και είστε σε καλό δρόμο για να γίνετε viral.

Όλοι θυμόμαστε εκείνες τις απαίσιες, σκονισμένες μέρες του Σεπτεμβρίου του 2015 που έκαναν την Κύπρο να μοιάζει με Σαχάρα, έτσι δεν είναι; Βέβαια, οι Κύπριοι δεν χάνουν ποτέ την ευκαιρία να ανακαλύψουν την διασκεδαστική πλευρά κάθε κατάστασης. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, content που είχε παραχθεί από τους χρήστες ήταν παντού στο διαδίκτυο, με τους Κύπριους να ανταποκρίνονται στο καιρικό αυτό φαινόμενο με αστεία memes, tweets και «πειραγμένες» εικόνες της Κύπρου με καμήλες! Τα posts γίνονταν viral από μόνα τους, συνεπώς αυτό που έκανε το Ant1iwo ήταν απλά να συγκεντρώσει κάποια από τα πιο πετυχημένα και να τα περιλάβει σε ένα άρθρο που επίσης έγινε viral με 5800 shares!



## Παράδειγμα: 18 κυπριακές αντιδράσεις για τη σκόνη (5.8k shares)

### 18 κυπριακές αντιδράσεις για τη σκόνη

Οι Κύπριοι προσπαθούν να βλέπουν τη χιουμοριστική πλευρά του θέματος.



Μπορεί η κατάσταση με την σκόνη να έχει αρχίσει να χειροτερεύει, το χιούμορ όμως από τους συνήθεις ύποπτους στα social media δεν λείπει να κοπάζει. Ρίξτε μια ματιά στις δημοσιεύσεις που μας άρεσαν τις τελευταίες ώρες!

Η θέση του "παιζόμενου αγρινού"



Αγρινό παιζόμενο @taeidaola · 20h

Ναι Λευκωσία, εν σε κανεί ο πύρουλλος, εν σε κανεί που εν έχεις θάλασσα, η σκόνη σου έλειπε. #worst\_city\_ever\_sior

2 3

**Τα Viral Στοιχεία:** Διασκεδαστικά posts που κάνουν τον κόσμο να γελάει.

**Συμβουλή:** Να έχετε πάντοτε το νου σας για δημοφιλή θέματα και ειδήσεις και να χρησιμοποιείτε το χιούμορ σας και τη δημιουργικότητά σας για να αναπτύσσετε σχετικό content που κάνει τους ανθρώπους να γελάνε. Πώς σας φαίνεται η ιδέα ενός video parody; Χρησιμοποιείστε εργαλεία όπως το [mention.com](http://mention.com) για να ανακαλύψετε real time topics. Να θυμάστε ότι σε περίπτωση που χρησιμοποιήσετε content άλλων θα πρέπει να ζητήσετε την άδειά τους πρώτα και πάντοτε να αναφέρετε την πηγή!

*Αναρωτιέστε αν η ιστοσελίδα σας είχε content που έγινε shared; Ζητήστε το δωρεάν **Content Analysis Report** της Webarts για να μάθετε:*

Ζητήστε το Report

## 7. Πείτε κάτι Αμφιλεγόμενο

Η αντιπαράθεση κεντρίζει το ενδιαφέρον αν και περιλαμβάνει ένα βαθμό επικινδυνότητας. Εκ φύσεως, τα αμφιλεγόμενα posts μπορούν να αποκτήσουν αποφασιστική σημασία. Ωστόσο, συχνά οι άνθρωποι μοιράζονται κάτι για να αποτελέσουν μέρος μιας κοινότητας που υποστηρίζει μια συγκεκριμένη άποψη και για να καταδείξουν την οσιότητά τους ή το πού ανήκουν.

Στο ακόλουθο παράδειγμα, διαβάζουμε για ένα συμβάν στην Πάφο, στο οποίο ένα εστιατόριο χρέωσε τους πελάτες του με το εξωφρενικό ποσό των €41,15 για ένα μπουκάλι νερού, καναδυό καφέδες και μερικά σάντουιτς! Φυσικά, αυτό ήταν κάτι που ξεσήκωσε μια θύελλα από αντιδράσεις καταναλωτών. Ως αποτέλεσμα, περισσότερα από χίλια άτομα μοιράστηκαν αυτό το άρθρο στα κοινωνικά δίκτυα για να εκφράσουν το θυμό τους σχετικά με αυτό το γεγονός.



## Παράδειγμα: «Προκλητική» απόδειξη σε εστιατόριο της Πάφου (1,3k shares)

### "Προκλητική" απόδειξη σε εστιατόριο της Πάφου

07/01/2016 11:30



**Το Viral στοιχείο:** Αμφιλεγόμενα και προκλητικά θέματα που κάνουν τον κόσμο να αντιδράσει και να παραπονεθεί.

**Συμβουλή:** Ψάξτε τα κοινωνικά δίκτυα, τα groups και τα forums και ανακαλύψτε αμφιλεγόμενα θέματα για τα οποία συζητά ο κόσμος. Αρπάξτε την ευκαιρία να αναπτύξετε content που βασίζεται σε αυτά και μοιραστείτε το στον ιστότοπό σας και στα κοινωνικά σας δίκτυα. Μην ξεχάσετε να περιλάβετε και τη δική σας γνώμη σας!

*Εάν είστε ιδιοκτήτης ή υπεύθυνος μάρκετινγκ εστιατορίου, καφετεριών και μπαρ κατεβάστε επίσης δωρεάν το eBook μας [Facebook για Εστιατόρια](#) με 15 συμβουλές και πρακτικές για την διαδικτυακή παρουσία του εστιατορίου σας στην Κύπρο.*

## 8. Προειδοποιήστε

Η έρευνα του Marketo και του Carter για το 2014 ανακάλυψε ότι οι άνθρωποι μοιράζονται content για να προειδοποιήσουν άλλους ανθρώπους σχετικά με κινδύνους, όπως, λόγου χάρη, μια απάτη. Αυτό εξακολουθεί να ισχύει, καθώς ανακαλύψαμε ένα αριθμό από τα πλέον shared posts που αποτελούσαν βασικά προειδοποιήσεις.

Σε αυτό το παράδειγμα, δεν βλέπουμε κάποια προειδοποίηση για κάποιον κίνδυνο ή απάτη, αλλά βλέπουμε ένα θέμα για την αστυνομία στην Κύπρο η οποία ξεκίνησε επιτέλους να κόβει πρόστιμα σε ασυνείδητους οδηγούς που παρκάρουν παράνομα τα οχήματά τους σε θέσης στάθμευσης που προορίζονται για άτομα με ειδικές ανάγκες. Ως αποτέλεσμα, χιλιάδες άνθρωποι μοιράζονταν τα νέα για να ενημερώσουν τους φίλους τους σχετικά με αυτό και να εκφράσουν τη χαρά τους που επιτέλους τιμωρούνται οι ασυνείδητοι οδηγοί.



## Παράδειγμα: Άρχισαν τα εξώδικα για παράνομη στάθμευση σε χώρους αναπήρων (4,9k shares)

News/ Local/ Άρχισαν τα εξώδικα για παράνομη στάθμευση σε χώρους αναπήρων

**Άρχισαν τα εξώδικα για παράνομη στάθμευση σε χώρους αναπήρων**

18.06.2015 13:49 Κύπρος  
SigmaLive



Facebook  
Twitter  
Google+  
Email  
Print  
Zoom  
4 Comments

**Σταθμεύετε σε θέση αναπήρων; Ξανασκεφτείτε το! Η αστυνομία Κύπρου, ήδη μοιράζει πρόστιμα σε όσους σταθμεύουν παράνομα σε χώρους στάθμευσης αναπήρων.**

**Το Viral στοιχείο:** Έγκαιρες προειδοποιήσεις ή συστάσεις μπορούν να κερδίσουν για χάρη σας ένα κοινό, καθώς αποτελούν υποβοηθητικό content που μπορεί να μοιραστεί.

**Συμβουλή:** Να ελέγχετε προγνωστικά καιρού, θέματα της επικαιρότητας και καθημερινές ειδήσεις για να ανακαλύψετε οποιεσδήποτε προειδοποιήσεις τις οποίες θα μπορούσατε να μοιραστείτε με το κοινό σας. Φροντίστε να ενημερώνεστε για νέους κανόνες ή για άλλα επανεμφανιζόμενα θέματα. Προσπαθήστε να το κάνετε αυτό έγκαιρα, προτού τα νέα παλιώσουν!



## 9. Συγκινητικό Content

Τους ανθρώπους πάντοτε τους αγγίζουν οι αισθηματικές ιστορίες. Το ακόλουθο παράδειγμα δεν αποτελεί εξαίρεση. Η ιστορία ενός τυφλού μαθητή που παρήλασε ως σημαιοφόρος στην παρέλαση στη Λεμεσό πέρυσι ήταν τόσο συγκινητική και συνάμα ενθαρρυντική που έκανε περήφανο τον κάθε Κύπριο. Ως αποτέλεσμα, περισσότερα από 9300 άτομα μοιράστηκαν αυτή την ιστορία στα κοινωνικά τους δίκτυα, καθιστώντας την ένα από τα πιο shared άρθρα στην Κύπρο.

**Παράδειγμα: Λεμεσός - Συγκίνηση προκάλεσε στην παρέλαση ο τυφλός μαθητής (9,3k shares)**



The image shows a screenshot of a Facebook post. On the left, there is a vertical sidebar with social media sharing icons: Facebook, Twitter, Google+, Email, Print, Zoom, and Comments (with a '4' icon). The main content of the post includes the text 'News/ Local/ Λεμεσός: Συγκίνηση προκάλεσε στην παρέλαση ο τυφλός μαθητής', the title 'Λεμεσός: Συγκίνηση προκάλεσε στην παρέλαση ο τυφλός μαθητής', the date and time '25.03.2015 16:23 Κύπρος', and the source 'SigmaLive'. Below the text is a video player showing a group of students in school uniforms marching in a parade. A play button is visible in the center of the video. At the top of the video frame, there is a subtitle: «Αντρέα μπορείς, εσύ μας οδηγείς» - Ο τυφλός μαθητής που συγκίνησε.

Τίποτα δεν είναι ακατόρθωτο, τίποτα δεν είναι αδύνατο, αρκεί να προσπαθήσεις, δήλωσε σήμερα ο τελειόφοιτος μαθητής του Λυκείου Αγίου Νικολάου Ανδρέας Σολωμού, ο οποίος αν και εκ γενετής τυφλός, παρέλασε με το σχολείο του.

**Το Viral στοιχείο:** Συγκινητικό content που εμπνέει τους άλλους.

**Συμβουλή:** Ψάξτε το διαδίκτυο για συγκινητικές ιστορίες και αναπτύξτε content που βασίζεται σε αυτές. Αν βρείτε οποιεσδήποτε ιστορίες που

μπορούν να συσχετιστούν και να συνδυαστούν με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας, ακόμη καλύτερα. Ωστόσο προσπαθήστε να μην προβάλετε υπερβολικά την επιχείρησή σας. Επικεντρωθείτε στην ιστορία και ταυτόχρονα να τη συσχετίσετε, αν είναι δυνατό, με τα προϊόντα σας.

*Αν έχετε μια ιστοσελίδα με eShop τότε αξίζει να διαβάσετε το eBook μας [Οδηγός E-Commerce](#) με 6 συμβουλές για την ιδανική Landing page των προϊόντων σας.*

Εντάξει, τώρα, ας προχωρήσουμε και ας εξετάσουμε ορισμένα παραδείγματα από διεθνή sites όπως αυτά των New York Times και της BuzzFeed, που είναι οι άρχοντες του viral content και πιθανότατα μπορούν να μας διδάξουν περισσότερα για τα στοιχεία που μπορούν να βελτιώσουν το shareability.

## **10. Πείτε τους τα Μυστικά της Επιτυχίας**

Οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν να είναι επιτυχημένοι. Στους ανθρώπους αρέσει επίσης να μοιράζονται content που είναι πολύτιμο ή υποβοηθητικό για τους άλλους. Επομένως, posts που είναι σχεδιασμένα να βοηθούν άλλους να έχουν επιτυχία σε κάτι έχουν τη δυνατότητα να γίνουν viral, αν το content αποδειχτεί πράγματι αποτελεσματικό.

### **Παράδειγμα: Πώς Παραμένουν Ήρεμοι Επιτυχημένοι Άνθρωποι (127.000 shares)**

Αυτό είναι το πρώτο μας B2B παράδειγμα, που ήταν ένα από τα κορυφαία shared posts στο LinkedIn φέτος. Είχε περισσότερα από 3,6 εκατομμύρια views στο LinkedIn.

Βάσει των όσων έχουν παρατηρήσει σε content που έχει επιτυχία στο LinkedIn, είναι προφανές πως η λέξη «επιτυχημένος» στο τίτλο βοηθάει πολύ. Αυτός ο συγκεκριμένος τίτλος αξιοποιεί επίσης τις τρέχουσες τάσεις και το ενδιαφέρον του κόσμου να έχει επίγνωση.



**Dr. Travis Bradberry**

Coauthor Emotional Intelligence 2.0 & President at TalentSmart

Follow

## How Successful People Stay Calm

Aug 5, 2014 | 3,656,426 views 35,608 Likes 4,575 Comments |

The ability to manage your emotions and remain calm under pressure has a direct link to your performance. **TalentSmart** has conducted research with more than a million people, and we've found that 90% of top performers are skilled at managing their emotions in times of stress in order to remain calm and in control.

How Successful People Stay Calm | Dr. Travis Bradberry

linkedin.com - More from this domain

By Dr. Travis Bradberry - Jan 10, 2015

Article

View Backlinks

View Sharers

Share

3.3k

120.1k

741

1

2.9k

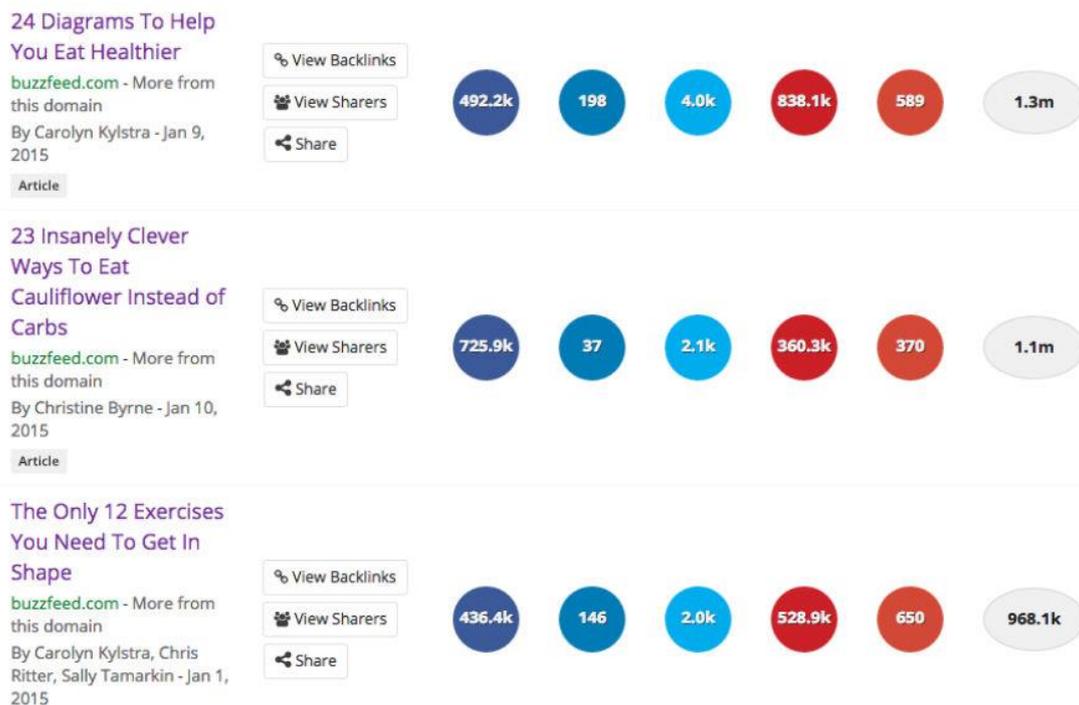
127.0k

**Το Viral στοιχείο:** Συμβουλές για το πώς μπορεί να γίνει κάποιος επιτυχημένος. Πρακτικό, υποβοηθητικό περιεχόμενο και αξιοποιείστε το ενδιαφέρον του κόσμου να αποκτά επίγνωση για διάφορα θέματα.

**Συμβουλή:** Κάντε καλή έρευνα για αυτό το θέμα ή ζητήστε συμβουλές από ένα ψυχολόγο και συμβουλές για ζητήματα ζωής, προσωπικής ευτυχίας και ανακούφισης από το άγχος. Οι άνθρωποι πάντοτε βρίσκουν ενδιαφέροντα αυτά τα θέματα και τείνουν να τα μοιράζονται με φίλους τους.

## 11. Συμβουλές για την Υγεία, τη Διατροφή και την καλή Φυσική Κατάσταση

Ποιος δεν θέλει καλύτερη υγεία; Η υγεία πάντα αποτελεί δημοφιλές θέμα. Κάτι πολύ ενδιαφέρον είναι πως τα πιο shared posts στο BuzzFeed φέτος αφορούσαν την υγεία, όπως φαίνεται παρακάτω.



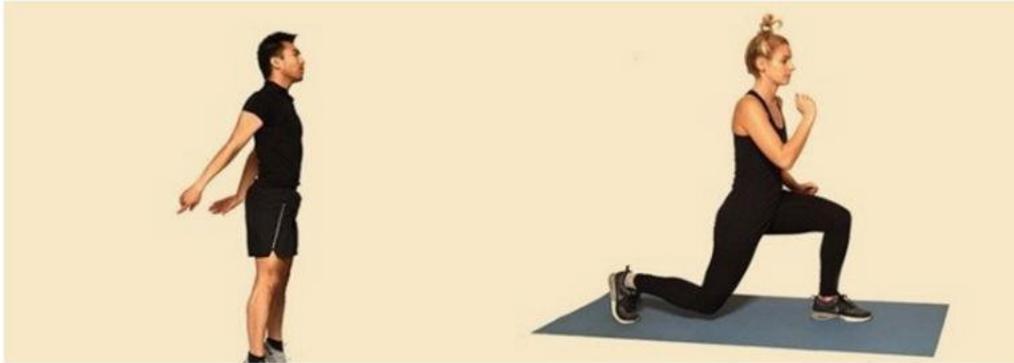
### Παράδειγμα: Το Μόνο που Χρειάζεστε είναι Αυτές οι 12 Ασκήσεις (968.000 shares)

Αυτό το post έκανε έκκληση όχι μόνο στην επιθυμία να είστε υγιής αλλά και να περιορίσετε τα έξοδά σας. Ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό ήταν ότι το post περιλάμβανε ατομικές εικόνες που είχαν διαμορφωθεί στο μέγεθος και

στα υπόλοιπα χαρακτηριστικά ειδικά για το Pinterest. Το post έγινε pinned για περισσότερες από 500.000.

## The Only 12 Exercises You Need To Get In Shape

Learn these moves and you'll never need to pay for a gym membership again.



**Τα Viral Στοιχεία:** Συμβουλές για την υγεία, τη διατροφή και την καλή φυσική κατάσταση, καλή χρήση εικόνων, μια μορφή picture list post, posts τύπου «κάν'το μόνος σου» που θα βοηθήσει τους ανθρώπους να βελτιωθούν.

**Συμβουλή:** Ζητήστε από έναν προσωπικό γυμναστή ή από ένα διατροφολόγο συμβουλές υγείας και για μυστικά που μπορείτε να τα προβάλετε στο άρθρο σας. Σε μια εποχή που κάθε εταιρεία προσπαθεί να είναι φιλική προς το περιβάλλον και να προωθεί την υγεία, ποιος δεν θα ήθελε η δική του επιχείρηση να συσχετιστεί με τον υγιή τρόπο ζωής και την καλή φυσική κατάσταση;

## 12. Πείτε τους Μυστικά Για την Αγάπη & τις Σχέσεις

Η αγάπη είναι ναρκωτικό, όπως είπε ο Bryan Ferry, και φαίνεται πως το σωστό content όσον αφορά την αγάπη ή τις σχέσεις έχει πολλές προοπτικές να γίνει viral.

### Παράδειγμα: Κάντε Αυτό για να Ερωτευτείτε με Κάποιον. (885.000 shares)

Τα πιο shared posts στους New York Times φέτος ήταν ξεχωριστές περιπτώσεις, κερδίζοντας πολύ περισσότερα shares από άλλα posts, και τα περισσότερα από αυτά τα άρθρα στην πραγματικότητα δεν ήταν ειδήσεις. Το δεύτερο πιο shared post στους New York Times κέντρισε την προσοχή μας γιατί μιλούσε για την αποτυχία σε ζητήματα αγάπης.

	FACEBOOK SHARES	LINKEDIN SHARES	TWITTER SHARES	PINTEREST SHARES	GOOGLE+ SHARES	TOTAL SHARES
<a href="#">In Zimbabwe, We Don't Cry for Lions</a> nytimes.com - More from this domain By Goodwell Nzou - Aug 4, 2015 Article	879.8k	378	13.6k	112	515	894.4k
<a href="#">To Fall in Love With Anyone, Do This</a> nytimes.com - More from this domain By Mandy Len Catron - Jan 9, 2015 Article	859.6k	924	16.5k	6.8k	2.0k	885.9k
<a href="#">The Moral Bucket List</a> nytimes.com - More from this domain By David Brooks - Apr 11, 2015 Article	506.4k	9.2k	16.9k	2.9k	1.4k	536.8k
<a href="#">52 Places to Go in 2015</a> nytimes.com - More from this domain By Search Nytimes.com - Jan 9, 2015 Article	461.3k	3.8k	29.0k	25.0k	3.8k	522.9k

Το post αμφισβητούσε την κοινή αντίληψη περί αγάπης, καθώς υποστήριζε πως μπορείτε να ερωτευτείτε τον οποιονδήποτε, όχι μόνο την «αδελφή - ψυχή» σας. Αυτό το post κέρδισε πολύ περισσότερα shares από ό,τι το 3ο και το 4ο πιο shared post στους New York Times και σχεδόν τα διπλά από ό,τι το 5ο πιο shared post. Είναι επίσης γραμμένο σε μορφή «κάν' το μόνος

σου», και έχει έναν υπέροχο τίτλο με τη φράση «δεν μπορείς να μην αγαπήσεις».



The screenshot shows the top navigation bar of The New York Times website. It includes a menu icon, 'SECTIONS', 'HOME', and 'SEARCH'. The main header features the newspaper's name, 'The New York Times'. Below the header are several article teasers: 'SKIN DEEP: Molly Ringwald Shares Her Beauty Routine, Likes Her Freckles', 'CRITIC'S NOTEBOOK: The Deities of Men's Style', 'Is That Cappuccino You're Drinking Really a Cappuccino?', and 'ENCOUNTERS: Driving to Work With Keith Hernandez, the Mr. Met'. The main article is in the 'STYLE' section, titled 'To Fall in Love With Anyone, Do This'. It has links to read in Korean and Chinese. The date is 'JAN. 9, 2015'. There is an illustration of a person in a red dress looking into a large eye. An update notice states: 'Updated, Feb. 13, 2015 | To try the 36 questions described below, download our free app for your phone, tablet or other device.' The article text begins: 'More than 20 years ago, the psychologist Arthur Aron succeeded in making two strangers fall in love in his laboratory. Last summer, I applied his technique in my own life, which is how I found myself standing on a bridge at midnight, staring into a man's eyes for'.

### Παράδειγμα: Έτσι Κάνουμε Σχέση στις Μέρες μας (1,6m shares)

Αυτή είναι μια παραλλαγή του θέματος της αγάπης και των «αδελφών - ψυχών». Αυτό το post είχε απήχηση στο κοινό και ήταν το πιο shared post στο Thoughtcatalog.com φέτος με διαφορά περισσότερων από 1,6 εκατομμύρια shares.

# This Is How We Date Now

By **Jamie Varon** · View Comments · 

1.6m



**Τα Viral Στοιχεία:** Διορατικές παρατηρήσεις σε θέματα αγάπης και σχέσεων. Υπέροχες επικεφαλίδες και ένα ήταν post τύπου «κάν' το μόνος σου» που περιείχε έναν ενδιαφέροντα ισχυρισμό.

**Συμβουλή:** Δώστε συμβουλές σε ζητήματα αγάπης και σχέσεων. Κάντε το να ακούγεται ρομαντικό και ιδιαίτερο!



# Συμπεράσματα: Τα 4 Στοιχεία του Shareable Content

---

Ωραία, τι μάθαμε λοιπόν από το πιο shared content; Και - το πιο σημαντικό - μπορεί να μας βοηθήσει στη δημιουργία shareable content; Αξίζει να αρχίσουμε ξεκαθαρίζοντας πως δεν υπάρχει μυστική συνταγή για να κάνουμε πάντοτε τα posts μας viral. Δεν είναι πάντοτε ξεκάθαρο τι θα εκτοξεύσει ένα post και θα πυροδοτήσει ένα σημαντικό αριθμό από sharing. Ακόμη κι αν τα μεγάλα sites έχουν κάποιες μεμονωμένες ξεχωριστές περιπτώσεις άρθρων, τα posts που παράγουν μεγάλους αριθμούς από shares δεν μπορούσε να τα προβλέψει κανείς. Οι αποδείξεις, επίσης, υποδηλώνουν πως δεν έχει να κάνει απλά με το content αλλά και με το amplification. Στην έρευνά μας, απλά το sharing από 5 influencers μπορεί να είναι αρκετό για να πυροδοτήσει το content sharing. Το πληρωμένο amplification μπορεί, επίσης, να βοηθήσει σε ένα καλό ξεκίνημα αν έχετε στη διάθεσή σας ένα εν δυνάμει viral post.

Επιπλέον, πολύ σημαντικό είναι το promotion του κάθε άρθρου στα social media όπως το Facebook. Μην αφήνετε ποτέ τα άρθρα σας να "κάθονται" στο blog σας, αλλά μοιραστείτε τα με τους fans σας. Όπως και ο τίτλος, έτσι και οι περιγραφές του κάθε άρθρου στα social media είναι εξίσου σημαντικό στοιχείο για να τραβήξετε την προσοχή. Βεβαιωθείτε λοιπόν ότι γνωρίζετε πώς να γράφετε τις καλύτερες περιγραφές στο Facebook.

*Εάν είστε καινούργιοι στον "κόσμο" του ψηφιακού μάρκετινγκ, πιθανόν να σας φανεί χρήσιμο το eBook μας [Facebook για επιχειρήσεις](#) με εισαγωγή και πρακτικές.*

Αυτό που μπορούμε να δούμε από τα παραπάνω posts είναι ότι συχνά συνδυάζουν διάφορα στοιχεία για να κάνουν το περιεχόμενό τους πιο shareable. Για παράδειγμα:

- Ένα picture list post που συνδυάζει τρία πολύ shareable στοιχεία, συγκεκριμένα μια λίστα, το curation και εικόνες.

Ας επανέλθουμε λοιπόν στον πίνακα που αναφέραμε στην αρχή του οδηγού με τα βασικά στοιχεία ο οποίος θα μας φανεί εξαιρετικά χρήσιμος.

Emotional element	Content Element	Topic Element	Format Element
Amusing Surprising Heart Warming Beautiful Inspiring Warning Shocking	Images Facts Charts Quotes Video Interaction	Trending topic (e.g. Zombies) Health & fitness Cats & Dogs Babies Long Life Love	List Post Quiz Story Curation Research Insights Practical Tips

Αυτός δεν είναι φυσικά ένας πλήρης κατάλογος, αλλά απλά ένας τρόπος να δείτε όλα αυτά τα στοιχεία. Ένα viral post πιθανότατα θα συνδυάζει κάποια από αυτά τα στοιχεία. Τίποτε δεν εγγυάται ότι το content σας θα γίνει viral αλλά το να περιλάβετε ένα ή περισσότερα από αυτά τα στοιχεία μπορεί να σας βοηθήσει να κάνετε το content σας πιο shareable. Επομένως, όταν δημιουργείτε content αναρωτηθείτε:

- Έχει το content συναισθηματικό στοιχείο;
- Περιλαμβάνει το post τύπους shareable content, όπως γεγονότα, εικόνες και παραθέσεις;
- Είναι το θέμα τέτοιο που να έχει απήχηση στο κοινό σας; Είναι στην επικαιρότητα;
- Είναι η μορφή του τέτοια που να έχει αποτέλεσμα με το κοινό σας, όπως πρακτικές συμβουλές ή κάποιο κουίζ;

Παρακάτω, σας παρουσιάζουμε πώς πρέπει να δείχνει ένα καλό άρθρο για να έχει τη σωστή δομή και να είναι αρκετά σαφές και ευανάγνωστο για το κοινό σας. Να θυμάστε, όσο πιο ελκυστικό δείχνει ένα άρθρο, τόσο περισσότερες πιθανότητες έχει να κερδίσει shares.

## Πώς να δομήσετε ένα viral άρθρο

---

Ένα σωστά δομημένο άρθρο συμπεριλαμβάνει μεταξύ άλλων μια δυνατή επικεφαλίδα, εισαγωγή, παράγραφοι, τίτλος seo, share buttons και cta buttons.

- ✓ **Τίτλος Άρθρου (Κεντρίστε το ενδιαφέρον)**
- ✓ **Εισαγωγή**
- ✓ **Παράγραφος 1 (τοποθετήστε μια σημαντική πληροφορία)  
+Εικόνα**
- ✓ **Παράγραφος 2 – Επικεφαλίδα  
+Εικόνα**
- ✓ **Παράγραφος 3 – Επικεφαλίδα  
+Εικόνα**
- ✓ **Αποδείξεις/Αποτελέσματα/ Παραθέσεις/ Δηλώσεις**
- ✓ **Συμπέρασμα**
- ✓ **Ενέργεια για τον αναγνώστη (ερώτηση, share, σχόλιο)**

## **Μπορείτε λοιπόν να γίνετε viral;**

Με το οργανικό reach στο Facebook να είναι χαμηλότερο από ποτέ, το να πετύχετε να γίνετε viral έχει γίνει κι αυτό δυσκολότερο από ποτέ. Αν το οργανικό σας reach είναι χαμηλό, προσπαθήσετε να δώσετε έμφαση σε posts που έχουν την προοπτική να γίνουν viral. Αυτή μπορεί να είναι μια καλή αρχή. Αν κάτι πραγματικά αξίζει τότε θα γίνει δημοφιλές στον κόσμο.

Δεν μπορούμε να υποσχεθούμε κάτι αλλά μαθαίνοντας κάποια πράγματα από προηγούμενα παραδείγματα viral content ίσως τώρα να είμαστε σε θέση να κάνουμε το content μας πιο shareable.

Τέλος, το να γνωρίζουμε ποιο content της ιστοσελίδας μας έχει μεγαλύτερη απήχηση είναι απαραίτητο για τη δημιουργία μελλοντικού viral content αφού μπορούμε να βγάλουμε σημαντικά συμπεράσματα και να βασιστούμε σε αυτά. Αναρωτιέστε λοιπόν αν η ιστοσελίδα σας είχε content που έγινε shared; Ποιο ήταν άραγε το πιο δημοφιλές άρθρο σας και πόσες φορές έγινε shared;

***Μάθετε μέσα από το δωρεάν Content Analysis Report της Webarts:***

[Ζητήστε το Report](#)