

Όσον αφορά το digital marketing, οι περισσότεροι ιδιοκτήτες και διευθυντές λογιστικών εταιρειών τείνουν να στρέφονται προς τις καθιερωμένες υπηρεσίες. Ωστόσο, οι διαφημίσεις σε μηχανές αναζήτησης όπως η Google, η προβολή στα social media, οι διαφημίσεις σε εφημερίδες και περιοδικά και η ραδιοφωνία ήρθαν να αλλάξουν τον τρόπο που οι λογιστικές εταιρείες να ρίξουν μία πιο διεξοδική ματιά στο digital marketing αναλύοντας τα δεδομένα της διαδικτυακής δραστηριότητας. Όταν το digital marketing γίνεται σωστά είναι το «δώρο» που συνεχίζει να προσφέρει νέες συνεργασίες και ανάπτυξη στον κλάδο των λογιστικών υπηρεσιών.

Ανάλυση των μετρήσεων digital marketing Λογιστικών Εταιρειών

Υπάρχει μια κοινή παρανόηση ότι έχοντας μία ιστοσελίδα και κάνοντας διαφήμιση στη Google ή στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η αλήθεια είναι ότι θα υπάρξουν τηλεφώνηματα ή e-mails που θα λάβετε. Όμως, το ζητούμενο είναι εκτός από το ποσοτικό αποτέλεσμα και το ποιοτικό αποτέλεσμα είναι εφικτό όταν καταρχήν αναλύσουμε τις -μέχρι σήμερα- μετρήσεις απόδοσης του digital marketing. Όλες οι προσεγγίσεις

- την ανάλυση επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας σας,
- την καταγραφή των μηνυμάτων ή των τηλεφώνων που λάβατε
- και την αποτίμηση των ενεργειών προβολής που πραγματοποιήσατε.

Στόχος της ανάλυσης μετρήσεων digital marketing είναι η παρακολούθηση και η αποκρυπτογράφηση του τρόπου με τον οποίο το κοινό αλληλεπιδρά με την εταιρεία. Οι μετρήσεις αυτές μπορούν να οδηγήσουν τις λογιστικές εταιρείες σε αναθεώρηση της στρατηγικής τους για κάποιες δράσεις που στάθηκαν ανεπιτυχείς. Οι σημερινές υπηρεσίες digital marketing μπορούν να προσαρμοστούν απόλυτα στις ανάγκες και τους στόχους των εταιρειών, υποστηρίζοντάς τις.

Η απόδοση των trends στο digital marketing

Στην αγορά των λογιστικών και φοροτεχνικών υπηρεσιών σημαντικό ρόλο -για να ξεχωρίσει μία λογιστική εταιρεία- διαδραματίζει η διαρκής ανάλυση των δεδομένων. Από την άλλη η αξιοποίηση των φορολογικών νόμων προς όφελος κάθε συνεργαζόμενης επιχείρησης είναι το «κλειδί» για τη διατήρηση ευχέρειας. Αντίστοιχα, στο χώρο του digital marketing, σημαντικό ρόλο παίζει η παρακολούθηση των trends τα οποία αλλάζουν συνεχώς, και απαιτείται να παρακολουθούμε τα trends είναι οι τρόποι που οι χρήστες του διαδικτύου αναζητούν -εν τη προκειμένη- λογιστικές υπηρεσίες ή και άλλες υπηρεσίες καθώς και οι λόγοι. Στο χώρο των φορολογικών υπηρεσιών ένα από τα διαχρονικά trends είναι η εξέλιξη-κλειδί «φορολογικοί έλεγχοι». Όμως, κατά περιόδους οι χρεώσεις. Επίσης, στα trends παρακολουθούμε και τις νέες ανάγκες - τάσεις σε υπηρεσίες που έχει το κοινό του διαδικτύου. Η ανάλυση των τάσεων μπορεί να γίνει περισσότερο κατανοητή η χρησιμότητα της παρακολούθησης των trends θα σας δώσουμε ένα παράδειγμα ή καλύτερα ένα σύντομο. Πρόσφατα εντοπίσαμε ένα νέο, πολύ συγκεκριμένο trend αναζήτησης στην Αγγλική Google, που αφορούσε σε συγκεκριμένες λογιστικές υπηρεσίες. Σε συνεννόηση με τον πελάτη μας και συνεργαζόμενοι στενά μαζί του προσθέσαμε στην ιστοσελίδα της λογιστικής εταιρείας, μία νέα υπηρεσία. Ακολουθώντας τη στρατηγική SEO (<https://bluemind.gr/afxiste-to-seo-score-tis-istoselidas-sas/>) στα αγγλικά είδαμε τα πρώτα αποτελέσματα. Άλλο παράδειγμα είναι, η αυξημένη αναζήτηση τον Απρίλιο και το Μάιο 2023 για ελεγκτικές υπηρεσίες στην ελληνική Google με τη λέξη-κλειδί «ΑΡΑ». Άρα, αν στο χώρο των λογιστικών - φορολογικών υπηρεσιών πρέπει να παρακολουθούμε στενά τις αλλαγές στη φορολογική νομοθεσία και να ενημερώνουμε τον πελάτη μας. Η επανεξέταση του digital marketing από τις λογιστικές εταιρείες φαίνεται να είναι μία αναγκαιότητα και ειδικά για εκείνες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο. Η γνώση της αγοράς των λογιστικών, φορολογικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών από εξειδικευμένο σύμβουλο στο ψηφιακό μάρκετινγκ, η παρακολούθηση των trends δεν είναι να σας δουν οι ενδιαφερόμενοι κάπου στο διαδίκτυο. Σημαντικό είναι να βρουν σε εσάς αυτό που αναζητούν.