Δημήτρης Ν. Πασχάλης

ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΕΙΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΕ ΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΣΟΥ

Κάνε έναν γρήγορο έλεγχο στα “κρυφά” λάθη του λογαριασμού σου πριν σε προλάβουν οι ανταγωνιστές

thepixelagency.eu

📍 Εισαγωγή: Γιατί υπάρχει αυτή η λίστα;

Αν παρέχεις υπηρεσίες και τρέχεις διαφημίσεις στη Meta (Facebook/Instagram) αλλά δεν παίρνεις σταθερά leads από υποψήφιους πελάτες, αυτή η λίστα είναι για σένα.

Οι περισσότεροι επιχειρηματίες στον κλάδο σου καίνε εκατοντάδες (και μερικές φορές χιλιάδες) ευρώ σε διαφημίσεις που δεν δουλεύουν. Όχι γιατί η πλατφόρμα είναι χαλασμένη, αλλά γιατί το στήσιμο είναι λάθος.

📍 Εισαγωγή: Γιατί υπάρχει αυτή η λίστα;

Αυτή η λίστα είναι φτιαγμένη για να σου δείξει γρήγορα κάθε «διαρροή» στη στρατηγική των διαφημίσεών σου.

Θα μάθεις ακριβώς:

- Γιατί οι διαφημίσεις σου δεν μετατρέπουν σε ραντεβού/leads
- Τι να διορθώσεις αμέσως
- Πώς να σταματήσεις να πετάς χρήματα και να αρχίσεις να φέρνεις leads όπως κάνουν οι κορυφαίοι επιχειρηματίες στον κλάδο σου

💼 Ποιος το έφτιαξε αυτό (και γιατί να σε νοιάζει)

Γεια σου, είμαι ο Δημήτρης.

Βοηθάω επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών να αποκτούν σταθερά, ποιοτικά leads με αυτοματοποιημένα συστήματα μάρκετινγκ.

Αυτό το checklist είναι ένα μικρό δείγμα από τη δουλειά που κάνουμε στην Pixel.

Αν σε βοηθήσει να εξοικονομήσεις χρήματα ή να φέρεις έστω ένα καλό lead, τότε έκανε τη δουλειά του.

Έτοιμος/η;

Δες το checklist τώρα και μάθε τι πραγματικά σε κρατά πίσω στις διαφημίσεις σου.

🔹 Μέρος 1 – Η Διαφήμιση

Στόχος: Να δεις αν η διαφήμισή σου είναι ξεκάθαρη και σωστά στημένη.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
1.	Η διαφήμιση έχει έναν συγκεκριμένο σκοπό (π.χ. να κλείσει ραντεβού ή να φέρει αιτήσεις);	☐	☐
2.	Έχω επιλέξει το σωστό είδος διαφήμισης για αυτόν τον σκοπό;	☐	☐
3.	Λέω καθαρά τι θα γίνει μόλις κάποιος κάνει click στην διαφήμιση;	☐	☐

🔹 Μέρος 1 – Η Διαφήμιση

Στόχος: Να δεις αν η διαφήμισή σου είναι ξεκάθαρη και σωστά στημένη.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
4.	Ο τίτλος και η εικόνα της διαφήμισης ταιριάζουν με αυτά που βλέπει μετά στη σελίδα;	☐	☐
5.	Μπορώ να βλέπω πόσοι έγιναν πραγματικά υποψήφιοι πελάτες και όχι μόνο πόσοι πάτησαν κλικ;	☐	☐

💡 *Αν έχεις πάνω από 2 "Όχι", τότε η διαφήμισή σου ίσως φέρνει μόνο κλικ, όχι υποψήφιους πελάτες.*

🔹 Μέρος 2 — Η Σελίδα που Ανοίγει (Landing Page)

Στόχος: Να δεις αν η σελίδα βοηθά ή μπερδεύει τον επισκέπτη.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
6.	Η σελίδα έχει μόνο έναν ξεκάθαρο σκοπό (π.χ. ένα κουμπί ή μια φόρμα);	☐	☐
7.	Ο τίτλος λέει τι κερδίζει ο πελάτης, όχι απλώς τι κάνω εγώ;	☐	☐
8.	Η σελίδα φορτώνει γρήγορα στο κινητό (σε 2–3 δευτερόλεπτα);	☐	☐

🔹 Μέρος 2 — Η Σελίδα που Ανοίγει (Landing Page)

Στόχος: Να δεις αν η σελίδα βοηθά ή μπερδεύει τον επισκέπτη.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
9.	Φαίνονται λίγα αποδεικτικά στοιχεία (κριτικές, λογότυπα, στατιστικά);	☐	☐
10.	Μετά τη φόρμα, ο πελάτης βλέπει καθαρά το επόμενο βήμα (π.χ. μήνυμα “ευχαριστούμε” ή ραντεβού);	☐	☐

💡 *Αν έχεις 3 ή περισσότερα “Όχι”, τότε η σελίδα σου μάλλον κάνει τους ανθρώπους να φεύγουν πριν προλάβουν να δράσουν.*

🔹 Μέρος 3 — Η Σύνδεση Μεταξύ τους

Στόχος: Να δεις αν η διαφήμιση και η σελίδα “δουλεύουν μαζί”.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
11.	Η διαφήμιση και η σελίδα λένε την ίδια υπόσχεση;	☐	☐
12.	Οι εικόνες και τα χρώματα ταιριάζουν;	☐	☐
13.	Δεν υπάρχουν περιττά κουμπιά ή σύνδεσμοι που μπερδεύουν;	☐	☐

🔹 Μέρος 3 — Η Σύνδεση Μεταξύ τους

Στόχος: Να δεις αν η διαφήμιση και η σελίδα “δουλεύουν μαζί”.

#	Ερώτηση	Ναι	Όχι
14.	Ξέρω πόσοι πάτησαν και πόσοι έστειλαν στοιχεία;	☐	☐
15.	Οι νέες επαφές παίρνουν αμέσως απάντηση (π.χ. email ή μήνυμα);	☐	☐

💡 Αν έχεις 2 ή περισσότερα “Όχι”, τότε δεν έχεις ένα “σύστημα διαφήμισης → πελάτη”, αλλά απλώς επισκέπτες χωρίς συνέχεια.

🧮 Υπολόγισε το σκορ σου

✅12–15 “Ναι” → Είσαι σε καλό δρόμο! Μπορείς να προσθέσεις αυτοματοποίηση και παρακολούθηση.

⚠️ 7–11 “Ναι” → Κάνεις δουλειά, αλλά λείπει δομή και καθαρό μήνυμα.

❌ 0–6 “Ναι” → Χάνεις πολλές ευκαιρίες. Χρειάζεσαι νέο, πιο σωστό σύστημα (διορθώνεται εύκολα).

🧭 Επόμενα Βήματα

Οι περισσότερες επιχειρήσεις παίρνουν σκορ μεταξύ 6 και 10 και αυτό είναι φυσιολογικό.

Σημαίνει ότι οι διαφημίσεις σου φέρνουν κόσμο, αλλά το σύστημά σου δεν είναι έτοιμο να τους μετατρέψει σε πελάτες.

Και εδώ ξεκινά το πραγματικό πρόβλημα 👇

Αν το μήνυμά σου δεν ξεχωρίζει, ο κόσμος σε βλέπει όπως όλους τους άλλους.

Και τότε κάνει το μόνο που του μένει, διαλέγει με βάση την τιμή.

🧭 Επόμενα Βήματα

Έτσι οι επιχειρήσεις μπαίνουν σε έναν ατελείωτο πόλεμο προσφορών, (αν μπορούν να κάνουν) όχι γιατί οι διαφημίσεις τους δεν δουλεύουν, αλλά γιατί δεν έχουν κάτι που να τις κάνει διαφορετικές.

Παρακάτω σου έχω ετοιμάσει ένα δωρεάν Mini Masterclass με το μεγαλύτερο *μυστικό* μου.

Αν ξαναξεκινούσα από την αρχή και επέλεγα μία γνώση μόνο θα ήταν αυτή.

Αν θες να μάθεις ποιο είναι αυτό το μυστικό κάνε κλικ..

