



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ BLOG ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ WORDPRESS



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΣΟΥΛΟΣ

ΚΑΡΚΟΥΛΙΑΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΑΜ:13623

E-mail:theokarkoylias@hotmail.gr

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2020

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°	
1.1 . Τι είναι τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου.....	5
1.2 . Που μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα CMS.....	6
1.3 . Είδη CMS.....	6
1.4 . Χαρακτηριστικά CMS.....	7
1.5 . CMS κλειστού κώδικα αναντίον ανοιχτού κώδικα.....	10
1.5.1 . Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα ανοιχτού κώδικα.....	10
1.5.2 . Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα κλειστού κώδικα.....	11
1.6 . Ποια είναι τα επικρατέστερα CMS.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°	
2.1 . Τι είναι το WordPress.....	16
2.2 . Δυνατότητες και χαρακτηριστικά του WordPress.....	16
2.3 . Θέματα (Themes).....	19
2.4 . Πρόσθετα (Plugins).....	19
2.5 . Widgets.....	20
2.6 . Χώροι Συζητήσεων. Υποστήριξης του WordPress.....	20
2.7 . Σύγκριση WordPress.com και WordPress.org.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°	
3.1 . Τρόποι προώθησης και διαφήμισης της ιστοσελίδας.....	22
3.2 . Social media marketing.....	22
3.3 . Search engine marketing.....	23
3.4 . E-mail Marketing.....	26
3.5 . Διαφημίσεις BANNER.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°	
4.1 . Εξυπηρετητής ιστού (Web server).....	28
4.2 . Όνομα Τομέα (Domain Name).....	30
4.3 . Πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας ιστοσελίδων (Web Hosting).....	31
4.4 . Τι είναι το web hosting.....	31
4.5 . Χαρακτηριστικά web hosting.....	32
4.6 . Πως επωφελείται μία επιχείρηση από μία υπηρεσία φιλοξενίας.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°	
5.1 . Εγκατάσταση του wordpress.....	34
5.2 . Σύνδεση στο Wordpress.....	36
5.3 . Το περιβάλλον του Wordpress.....	37
5.4 . Ανάπτυξη της ιστοσελίδας.....	38
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	47
Bibliography.....	48

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1:Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου	5
Εικόνα 2: Πως δουλεύει ένα cms	6
Εικόνα 3: Διαχείριση εξειδικευμένων εργαλείων από προγραμματιστές	10
Εικόνα 4: Cms ανοιχτού εναντίων κλειστού κώδικα	12
Εικόνα 5: Τα επικρατέστερα cms	14
Εικόνα 6: Το WordPress είναι το πιο δημοφιλές cms	15
Εικόνα 7: Μερίδιο αγοράς εκατομμυρίων ιστότοπων με χρήση cms	15
Εικόνα 8: WordPress	16
Εικόνα 9: Χαρακτηριστικά και δυνατότητες στο WordPress	18
Εικόνα 10: Ασφαλής από hackers.....	19
Εικόνα 11: Σύγκριση WordPress.org με WordPress.com	21
Εικόνα12: Διαφημίσεις μέσω social media	23
Εικόνα 13: Διαφημίσεις μέσω search engine marketing	26
Εικόνα 14: Διαφήμιση μέσω e-mail marketing	27
Εικόνα 15: Διαφημίσεις μέσω banners	28
Εικόνα 16: Σύνδεση ιστότοπου-εξυπηρετητή	29
Εικόνα 17: Domain name	30
Εικόνα 18: Πακέτα φιλοξενίας	31
Εικόνα 19: Χαρακτηριστικά web hosting	33

ΔΗΛΩΣΗ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Η παρούσα εργασία αποτελεί προϊόν αποκλειστικά δικής μου προσπάθειας. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία και γίνεται ρητή αναφορά σε αυτές μέσα στο κείμενο όπου έχουν χρησιμοποιηθεί.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εποχή την οποία ζούμε ένας απλός άνθρωπος μπορεί και έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει έναν ιστότοπο με ένα πανέμορφο εργαλείο CMS (content management system). Το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η κατασκευή και η σχεδίαση ενός αθλητικού blog, με την χρήση του προγράμματος Wordpress, ενός σύγχρονου συστήματος διαχείρισης περιεχομένου CMS. Η ιστοσελίδα θα περιέχει άρθρα για τους φίλους της ομάδας, τις αγωνιστικές δραστηριότητες που θα ακολουθήσουν εβδομαδιαίως. Οι επισκέπτες θα έχουν την δυνατότητα να παρακολουθούν τα στιγμιότυπα της ομάδας καθώς θα υπάρχει και μία ιστορική αναδρομή ώστε να έχουν μία πιο σφαιρική άποψη για το σύλλογο τόσο οι μεγάλοι όσο και οι μικροί φίλοι, και άλλα πολλά. Με λίγα λόγια θα είναι μία ιστοσελίδα που θα καλύπτει πλήρως τα θέλω των επισκεπτών που ασχολούνται με αθλητικά γεγονότα. Η ιστοσελίδα θα γίνει με την χρήση της πλατφόρμας Wordpress, πρόκειται για ένα αληθινό δημιούργημα μέσα σε πολύ λίγο χρόνο, χωρίς σχεδόν καθόλου εξειδίκευση στις τεχνολογίες του web design.

Λέξεις κλειδιά: Ιστοσελίδα, CMS, Wordpress, internet, Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, διαφημίσεις, marketing.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1.1.Τι είναι τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS)

Ο όρος CMS (content management system) είναι ένα σύστημα όπου μας επιτρέπει να διαχειριστούμε μία ιστοσελίδα δίχως να έχουμε κάποια τεχνική γνώση , το μόνο που πρέπει να κάνουμε είναι να μάθουμε πως να το χρησιμοποιούμε ώστε να πετύχουμε τον σκοπό μας .Μέσα από έναν πίνακα ελέγχου και μάλιστα με πολύ εύκολο τρόπο τα CMS μας επιτρέπουν σε μία ιστοσελίδα να βάζουμε περιεχόμενο, να την επεξεργαζόμαστε και να την τροποποιούμε χωρίς ειδικές γνώσεις (όπως ανέφερα και ποιο πάνω). Οι τροποποιήσεις μίας ιστοσελίδας μπορούν να γίνουν από οποiδήποτε υπολογιστή ο οποίος είναι συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο και μάλιστα δίχως να είναι εγκατεστημένα ειδικά προγράμματα ιστοσελίδων. Ένας χρήστης μπορεί να συντάξει ένα κείμενο και να ενημερώσει άμεσα τον δικτυακό του τόπο μέσω ενός απλού φυλλομετρητή ιστοσελίδων. Αυτό αποτελεί μία δυναμική ιστοσελίδα .Δηλαδή αυτό που αποκαλούμε “δυναμικό περιεχόμενο” σε ένα website . (Τι είναι CMS - Content Management System, 2001)

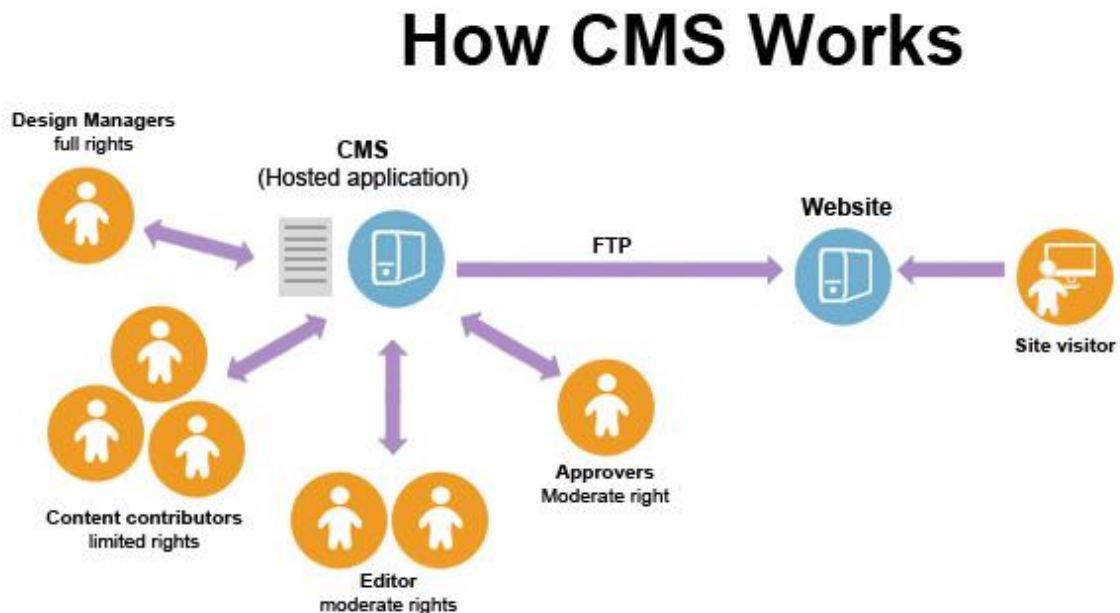


Εικόνα 1:Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου

1.2. Που μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα CMS

Αρχικά τα CMS μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να αντικαταστήσουν ένα συμβόλαιο συντήρησης επάξια. Πολύ συχνά ένα CMS χρησιμοποιείται για την δημιουργία ιστοσελίδων τόσο εμπορικού όσο και προσωπικού περιεχομένου , όπως επίσης διαφόρων ηλεκτρονικών καταστημάτων e-shop και blog .Πιο συγκεκριμένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε :

- 1) Παρουσιάσεις εταιριών και προσωπικού.
- 2) Παρουσιάσεις προϊόντων.
- 3) Ειδήσης ,διαφημίσεις και δελτία τύπου.
- 4) Online υποστήριξη.
- 5) Αγγελίες και ανακοινώσεις. (Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου, 2012)



Εικονα 2: Πως δουλεύει ένα cms

1.3. Είδη CMS

Τα CMS ανάλογα με ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά τα οποία παρουσιάζουν διακρίνονται σε ορισμένες κατηγορίες οι οποίες κατηγοριοποιούνται με βάση το χώρο αποθήκευσης και με βάση, το είδος του παρόχου. Όσον αφορά το χώρο αποθήκευσης και διαχείρισης ανήκουν τα ASP (Application Service Provider) και Licensed .

Στα ASP CMS ο κατασκευαστής τους φιλοξενεί όλα τα δεδομένα και το λογισμικό στους server της εταιρίας του. Δηλαδή μειώνονται οι ανάγκες για τεχνικούς πόρους αφού με αυτόν τον τρόπο μειώνονται τα έξοδα για μία ακριβή αγορά λογισμικού και hardware του συστήματος που θα φιλοξενεί το CMS. Σε ένα τέτοιου είδους σύστημα το επικρατέστερο

πλεονέκτημά του είναι η συνεχής εξέλιξη ,καθώς ο πάροχος προσφέρει το χαρακτηριστικό της άμεσης ανανέωσης και πρωτοπορίας της ιστοσελίδας.

Στα CMS με παροχής άδειας Licensed ο χρήστης είναι ο μόνος υπεύθυνος ώστε να ρυθμίσει και να εγκαταστήσει και όχι ο πάροχος ο οποίος πουλάει το προϊόν. Το τεχνικό τμήμα σε αυτήν την περίπτωση είναι ο διαχειριστής. Τα Licensed είναι ιδανικά για οργανισμούς οι οποίοι διατηρούν ήδη στις εγκαταστάσεις του κάποιο είδος υπηρεσίας όπως το σύστημα Διαχείρισης Εξυπηρέτησης Πελατών .

Όσον αφορά το είδος του παρόχου ανήκουν τα Commercial ,Open Source ,Managed Open Source.

Commercial: Πρόκειται για λογισμικό το οποίο προέρχεται από κερδοσκοπικές και μη κερδοσκοπικές εταιρίες. Αυτοί οι πάροχοι αναπτύσσουν το λογισμικό και στην συνέχεια υποστηρίζουν τεχνικά και πουλάνε .

Open Source: Συντηρείται και δημιουργείται από έναν ανεπίσημο συνεργάτη μίας κοινότητας χρηστών, ουσιαστικά πρόκειται για μία λύση CMS. Το κόστος για αυτά τα ανοιχτά λογισμικά συμπεριλαμβάνονται και τα έξοδα τεχνικής υποστήριξης τους ,τα οποία είναι αυξημένα. Όπως επίσης προστίθεται το εσωτερικό hardware και λογισμικό και το τεχνικό προσωπικό που θα χρειαστεί ώστε να συντηρηθεί το σύστημα .

Managed Open Source: Ο πάροχος υιοθετεί μία open-source λύση σαν τη βασική του πλατφόρμα αφού το Managed Open Source πρόκειται για έναν συνδυασμό της ελεύθερης και της εμπορικής προσέγγισης και έπειτα προσφέρει την λύση αυτή σε άλλους σε συνδυασμό με συμπληρωματικές υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης .Στην κοινότητα των μη κερδοσκοπικών παρόχων σήμερα αυτή η λύση δεν υπάρχει. Αλλά οι ειδικοί παρόλα αυτά υποστηρίζουν ότι περιμένουν να εμφανιστούν πολύ πιο έντονα καθώς οι λύσεις Open Source ωριμάζουν .Όσον αφορά τη διάκριση των CMS έχουμε δύο μορφές λογισμικού σε σχέση με τον τρόπο παράδοσης τους .Υπάρχουν αρκετές επιλογές από CMS και των δύο κατηγοριών και η κάθε επιλογή διαφέρει στην εξυπηρέτηση και στο κόστος .

1.4. Χαρακτηριστικά CMS

Στα πιο πολλά πακέτα υπάρχουν πολλά χαρακτηριστικά τα οποία έχουν αναδειχθεί πιο πλούσιες σε χαρακτηριστικά λύσεις .Τα χαρακτηριστικά των CMS αφορούν στη σύνθεση κάθε τέτοιου τύπου λογισμικού. Τα open source CMS σε σχέση με τα εμπορικά είναι αρκετά καλύτερα με το πλεονέκτημα ότι τα open source ο κώδικας προγραμματισμού είναι στο διαδίκτυο δωρεάν και μάλιστα έχουν τεράστιες δυνατότητες βελτίωσης σε αντίθεση με τα εμπορικά τα οποία δεν είναι δωρεάν και η βελτίωση των χαρακτηριστικών γίνεται αποκλειστικά από την εταιρεία δημιουργίας τους .Τα χαρακτηριστικά διακρίνονται στα βασικά και στα εξειδικευμένα .

Στα βασικά χαρακτηριστικά ανήκουν

- 1) Βάση Δεδομένων Περιεχομένου: Ιεραρχεί και συγκεντώνει όλο το περιεχόμενο όπου θα δημοσιευτεί στην ιστοσελίδα .Οι λύσεις των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου έχουν την δυνατότητα να διαχειρίζονται μία μεγάλη ποικιλία

- περιεχομένου, καθώς μπορούν να διαχειρίζονται έτσι διάφορες μορφές κειμένων και αρχείων όπως επίσης εικόνες, γραφικά, html, κτλ .
- 2) Βάση Δεδομένων Ατόμων: Εδώ αναφέρεται σε μία βάση δεδομένων ατόμων η οποία σχετίζεται με την ιστοσελίδα, την οποία διαχειρίζεται το CMS. Δηλαδή τα άτομα αυτά πιθανόν να είναι μέλη, εθελοντές ή απλά επισκέπτες .
 - 3) Βάση Διαχείρισης Χρηστών: Πρόκειται για μία βάση δεδομένων που αποτελείται από τα στοιχεία των ατόμων της ιστοσελίδας και αποθηκεύονται οι κωδικοί των ατόμων αυτών, όπως επίσης και τα καθήκοντά τους .
 - 4) Πληροφοριακή Αρχιτεκτονική: Πρόκειται για χάρτη πλοήγησης, όπου ένα CMS επιτρέπει στον διαχειριστή να την εγκαταστήσει και να την διαχειριστεί και στο τέλος να ρυθμίσει την παρουσίαση των σχετικών μενού πλοήγησης .
 - 5) Σχεδίαση Παρουσίασης: Εδώ αναφέρεται στην γραφική σχεδίαση της ιστοσελίδας, η οποία χωρίζεται σε δύο μέρη .1)Πλαίσιο όπου αναφέρεται στην εμφάνιση των δομικών χαρακτηριστικών της σελίδας .2)Γραφική προσέγγιση όπου αναφέρεται στα γραφικά στοιχεία στην χρωματική πλακέτα και στα μεγέθη των γραμματοσειρών όπου βρίσκονται σε κοινή χρήση με όλη την ιστοσελίδα .Η παρουσίαση μπορεί να είναι ενσωματωμένη στο CMS και να σχεδιαστεί από ένα πρόγραμμα γραφικού σχεδιασμού ή διαφορετικά χρειάζεται προγραμματισμό σε HTML / CSS γλώσσες για την δημιουργία script .
 - 6) Εργαλεία Ροής: Κατά την διάρκεια της παραγωγής του πρόκειται για εργαλεία τα οποία βοηθούν την αυτοματοποίηση της διαδικασίας της ροής του περιεχομένου .Σε ένα CMS εμφανίζονται συνήθως τρία στάδια τα οποία είναι 1^οο ρόλος του σχεδιαστή ,2^οο ρόλος του συντάκτη (όπως επίσης και διορθωτή) και 3^οο ρόλος του εκδότη . Ο κάθε συντάκτης δημοσιεύει ο ίδιος το περιεχόμενο του απευθείας στην ιστοσελίδα, ενσωματώνοντας στο πρόσωπο του και τους τρεις ρόλους .
 - 7) Φόρμες Βάσεων Δεδομένων : Οι φόρμες βάσεων δεδομένων χειρίζονται τις βασικές ανάγκες στην συλλογή δεδομένων όπως μία σελίδα για την εγγραφή εθελοντών. Εμφανίζονται στην δημοσιευμένη ιστοσελίδα και χρησιμοποιούνται για την επί τόπου συγκέντρωση από τους επισκέπτες της .
 - 8) Εργαλεία Αναζήτησης :Αναφέρεται σε εργαλεία που επιτρέπουν την αναζήτηση χαρακτηριστικών στοιχείων σε κάποια συγκεκριμένη περιοχή όπου καθορίζεται από τον χρήστη. Οι διαχειριστές για να βελτιώσουν τα αποτελέσματα της αναζήτησης χρησιμοποιούν συχνά ειδικά εργαλεία, όπου κατηγοριοποιούν τα κείμενα τις εικόνες και τα αρχεία με αποτέλεσμα να διευκολύνουν τον τρόπο αναζήτησής τους.
 - 9) Εργαλεία Ενσωμάτωσης: Πρόκειται για εφαρμογές οι οποίες είναι μικρές και υποστηρίζουν την γρήγορη διασύνδεση ανάμεσα στα CMS και στα συστήματα διαχείρισης οικονομικών δεδομένων .Όπως για παράδειγμα αυτών των τραπεζικών λογαριασμών .
 - 10) Αναφορές Ιστοσελίδας: Οι αναφορές αυτές αναλύουν την καθημερινή κίνηση της ιστοσελίδας ή τις ιστοσελίδες οι οποίες συνάντησαν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους επισκέπτες, δηλαδή πόσοι μπαίνουν ,και την χρονική διάρκεια των επισκέψεών τους .Με λίγα λόγια πρόκειται για στατιστικά στοιχεία τα οποία συγκεντώνονται από ένα CMS ώστε ο διαχειριστής να έχει καλύτερη αντίληψη .

Στα εξειδικευμένα χαρακτηριστικά ανήκουν

- 1) Αυτόματη Δημοσίευση: Σε αυτό το χαρακτηριστικό πρόκειται για την δυνατότητα που προσφέρουν τα CMS, ώστε ένα αντικείμενο να δημιουργείται μία φορά αλλά να έχει την δυνατότητα να δημοσιεύεται αρκετές φορές σε διαφορετικές ενότητες.
- 2) Διαχείριση Πολλαπλών Ιστοσελίδων: Δίνει τη δυνατότητα στον διαχειριστή να χρησιμοποιήσει τον ίδιο πίνακα ελέγχου για να χειριστεί πολλές ιστοσελίδες .
- 3) Κοινοπραξία: Αναφέρεται για την δημιουργία και διαχείριση του περιεχομένου στην κεντρική ιστοσελίδα και έπειτα την προώθηση ενός μέρους αυτού του περιεχομένου σε ιστοσελίδες τρίτων. Πάντως σε καμία περίπτωση δεν ελέγχονται από το CMS .
- 4) Δυναμικά Συστατικά: Αναφέρεται σε εξειδικευμένες ζώνες που παρέχουν περιεχόμενο σε μία ιστοσελίδα αυτόματα και δυναμικά ανάλογα με τις αποφάσεις που έχει πάρει, ο χρήστης στον οποίο απευθύνεται .
- 5) Πολυκάναλη Δημοσίευση: Αναφέρεται σε μία δημοσίευση περιεχομένου σε τρία κανάλια. Στην κύρια ιστοσελίδα ,σε μία έκδοση φιλική προς εκτύπωση , σε μία υπομονάδα του CMS ,υπεύθυνη για την αποστολή της ιστοσελίδας σε ένα προκαθορισμένο κοινό .Όπως επίσης περιλαμβάνει και την δημοσίευση του υλικού σε μορφή κατάλληλη για τα σύρματα smart phones και τα PDF .
- 6) Διαχείριση Εγγράφων: Πρόκειται για την προσαρμογή των εσωτερικών και εξωτερικών εγγράφων. Μάλιστα χρησιμοποιήθηκε από πολλούς οργανισμούς διότι είχαν χιλιάδες έγγραφα στην βάση δεδομένων τους και χρειαζόνταν γρήγορη πρόσβαση σε αρχειοθετημένες πληροφορίες .
- 7) Εσωτερικό Δίκτυο: Αναφέρεται σε μία προστατευμένη πύλη με κωδικό πρόσβασης όπου οι υπάλληλοι του οργανισμού συνεργάζονται και επικοινωνούν .
- 8) Ήχος / Βίντεο: Σε αυτήν την κατηγορία οι επισκέπτες της ιστοσελίδας μπορούν να ακούν και να βλέπουν τις μεταδόσεις των διαχειριστών της .Αυτή η εξειδικευμένη υπηρεσία έχει κάποιες απαιτήσεις οι οποίες είναι 1)Ειδικό λογισμικό 2)υψηλή ταχύτητα σύνδεσης στο διαδίκτυο και 3)μεγάλο χώρο αποθήκευσης .
- 9) Προσωποποίηση / Κατηγοριοποίηση: Όσον αφορά την προσωποποίηση και κατηγοριοποίηση πρόκειται για διαχωρισμό σελίδων εικόνων σε κατηγορίες και την δυναμική του παρουσίαση στους επισκέπτες του δικτυακού τόπου , με βάση τις κατηγορίες του προφίλ ενδιαφερόντων του επισκέπτη .
- 10) Χώρος Εργασιών Χρηστών: Αναφέρεται σε μία εικονική περιοχή όπου συντάκτες και διαχειριστές επικοινωνούν, καθώς παρουσιάζουν λίστες των απαιτούμενων ενεργειών, μηνύματα μεταξύ τους και προειδοποίησης του συστήματος , για την βελτίωση του συστήματος .
- 11) Αναζήτηση: Πρόκειται για εργαλεία όπως για την δημιουργία λειτουργιών αναζήτησης στην ιστοσελίδα σχετικά με ολόκληρο τον δικτυακό τόπο , ανάλογα με την σελίδα , με το τμήμα της ιστοσελίδας και με το είδος του περιεχομένου .

(Θεολόγης, 2013)



Εικόνα 3: Διαχείριση εξειδικευμένων εργαλείων από προγραμματιστές

1.5 CMS κλειστού κώδικα εναντίον ανοιχτού κώδικα .

Όπως όλα τα λογισμικά, έτσι και τα CMS χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες, οι οποίες είναι αυτά του τύπου κλειστού και ανοιχτού κώδικα, τα οποία και αυτά με την σειρά τους διακρίνονται σε πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αντίστοιχα.

1.5.1 Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα ανοικτού κώδικα .

Όσον αφορά στα πλεονεκτήματα οι λύσεις ανοιχτού κώδικα δίνουν στον πελάτη την ελευθερία και την ευελιξία. Επομένως το πιο σημαντικό πλεονέκτημα το οποίο προσφέρει ένα CMS τύπου ανοιχτού κώδικα είναι αναμφισβήτητα η ελευθερία. Είναι αναμφισβήτητα η ελευθερία γιατί με το να έχει κάποιο άτομο πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα του λογισμικού, δεν υπάρχουν περιορισμοί με τι μπορεί να κάνει στην ιστοσελίδα του. Υπάρχουν βέβαια άτομα τα οποία δεν έχουν γνώσεις τόσο προγραμματιστικές όσο και γενικά με τον υπολογιστή, και για αυτόν τον λόγο προσλαμβάνουν έναν προγραμματιστή ώστε να τροποποιήσει την ιστοσελίδα αυτών των ατόμων. Σε αυτήν την περίπτωση ένα πλεονέκτημα που υπάρχει στον ανοιχτό κώδικα είναι ότι αν το άτομο το οποίο έχει προσλάβει έναν προγραμματιστή δεν είναι ικανοποιημένο από την δουλειά την οποία κάνει, μπορεί να προσλάβει κάποιον άλλον προγραμματιστή από τους εκατοντάδες που

υπάρχουν στην αγορά. Βέβαια αυτό δεν γίνεται αν το άτομο επιλέξει ένα CMS τύπου κλειστού κώδικα, γιατί αν το κάνει αυτό το άτομο είναι υποχρεωμένο να μείνει με την συγκεκριμένη εταιρεία την οποία επέλεξε εξ αρχής. Αλλιώς θα πρέπει να αρχίσει από την αρχή την ιστοσελίδα του. Οι ιστοσελίδες οι οποίες φτιάχνονται με CMS ανοιχτού κώδικα είναι σχεδόν δωρεάν, ειδικότερα όταν κάποιος κατεβάζει το λογισμικό και προσπαθεί να το εγκαταστήσει. Δεν είναι όλες οι περιπτώσεις δωρεάν. Δηλαδή κάποιο άτομο το οποίο κατασκευάζει μία ιστοσελίδα και θα ήθελε να έχει μία πιο σωστά δομημένη και ασφαλής ιστοσελίδα θα πρέπει να πληρώσει κάποια χρήματα όπως για επεκτάσεις, πρόσθετα και θέματα. Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα βέβαια είναι πιο φθηνά. Επομένως τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα παρόλο που έχει κάποιο μικρό κόστος είναι πολύ πιο φθηνές από τις αντίστοιχες κλειστού κώδικα. (Πλεονεκτήματα ενός CMS ανοιχτού κώδικα, 2020)

1.5.2 Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα κλειστού κώδικα

Σε αντίθεση με τα CMS ανοιχτού κώδικα τα άτομα τα οποία επιλέγουν αυτά του κλειστού κώδικα, ουσιαστικά τα νοικιάζουν διότι δεν έχουν την ευελιξία και την ελευθερία που προσφέρουν αυτά του ανοιχτού κώδικα. Επίσης κοστίζουν αρκετά χρήματα και ουσιαστικά όταν πρόκειται για λύσεις κλειστού κώδικα υπάρχουν τόσο οι μηνιαίες όσο και οι ετήσιες πληρωμές τις οποίες αν δεν πληρωθούν το άτομο το οποίο έχει επιλέξει τα CMS του κλειστού κώδικα να χάσει την πρόσβαση στην σελίδα του. Όπως επίσης σε περίπτωση που η ιστοσελίδα του διαθέτει και e-shop πολύ πιθανόν να δίνει ποσοστό από τις πωλήσεις του. Ένα επίσης σημαντικό μειονέκτημα είναι ότι δεν ενημερώνονται τόσο συχνά όσο του ανοιχτού κώδικα. Όμως διαθέτει και κάποια πλεονεκτήματα τα οποία είναι ότι έχουν καλύτερη υποστήριξη και καλύτερη ασφάλεια, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι είναι ασφαλής. Σε περίπτωση όμως που δημιουργηθούν κάποια προβλήματα η εταιρεία η οποία δημιούργησε το CMS θα τα επιλύσει χωρίς να επιβαρύνεται το άτομο οικονομικά .

Με βάση των στατιστικών οι μεγαλύτερες εταιρίες παγκοσμίως όπως επίσης και σημαντικοί οργανισμοί για την κατασκευή των ιστοσελίδων τους εμπιστεύονται τα CMS αυτά του ανοιχτού κώδικα. (Πλεονεκτήματα ενός CMS ανοιχτού κώδικα, 2020), (Ανδρέας, 2010)



Εικόνα 4: Cms ανοιχτού εναντίων κλειστού κώδικα.

1.6 Ποια είναι τα επικρατέστερα CMS

Ποια είναι τα επικρατέστερα CMS; Αν κάνουμε μία ιστορική αναδρομή τα άτομα τα οποία ήθελαν να κατασκευάσουν την δική τους ιστοσελίδα, την προηγούμενη δεκαετία αναμφισβήτητα χρησιμοποιούσαν τη συγγραφή κώδικα HTML (βέβαια ήταν αναγκαίο να είχαν γνώση τα άτομα αυτά πάνω στο αντικείμενο συγκριτικά με σήμερα, ώστε να υλοποιήσουν την ιστοσελίδα τους) όπως επίσης για έξτρα λειτουργικότητες την χρήση JS script και CSS. Στις μέρες μας είναι φανερό ότι η λύση των html αποτελεί εδώ και πολύ καιρό παρελθόν. Ευτυχώς ή δυστυχώς το παιχνίδι έχει αλλάξει πολύ. Σήμερα η χρήση ενός Content Manager System (CMS) αποτελεί μία αναγκαία συνθήκη για μια επιτυχημένη ιστοσελίδα και αυτό μόνο θετικό μπορεί να είναι, διότι κυκλοφορούν δεκάδες υλοποιήσεις. Επομένως η ερώτηση δεν είναι ποια είναι τα επικρατέστερα CMS, αλλά ποιο CMS ταιριάζει στις ανάγκες των ατόμων. Δηλαδή τα άτομα πρέπει να μουν στην διαδικασία να θέσουν ερωτήσεις στον εαυτό τους ώστε να καλύψουν τις ανάγκες της ιστοσελίδας τους. Ερωτήσεις τύπου τι περιεχόμενο θα διαθέτει η ιστοσελίδα τους; Ποιος θα την ανανεώνει, για την συντήρηση και την ανάπτυξή του; Ποιοι θα είναι οι διαθέσιμοι πόροι; Πόσοι διαχειριστές απαιτούνται για το περιεχόμενο; Αυτές οι ερωτήσεις είναι πολύ σημαντικές για τα θέλω των ατόμων. Όπως είπαμε υπάρχουν δεκάδες υλοποιήσεις όπως επίσης ότι οι εφαρμογές ανοιχτού κώδικα λόγω απλότητας και ευκολίας που προσφέρουν στον διαχειριστή κερδίζουν συνεχώς έδαφος στην αγορά του διαδικτύου. Τα πιο δημοφιλή CMS τα οποία βρίσκονται ελεύθερα στο διαδίκτυο είναι το WordPress, το Drupal και το Joomla. Βέβαια οι εφαρμογές αυτές μπορεί να διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά, αλλά η κάθε εφαρμογή έχει κάποια δυνατά και αδύνατα σημεία.

WORDPRESS

Το Wordpress πρόκειται για το πιο δημοφιλές CMS που υπάρχει παγκοσμίως, εάν σκεφτεί κανείς ότι έχουν πραγματοποιηθεί πάνω από 160 εκατομμύρια λήψεις του. Βασικό του πλεονέκτημα για αυτήν την επιτυχία είναι αναμφισβήτητα η ευκολία στην χρήση του, αφού δεν απαιτούνται τεχνικές γνώσεις. Και γι αυτόν ακριβώς τον λόγο κάποιοι οι οποίοι δεν διαθέτουν τεχνικές γνώσεις μπορούν να πέσουν θύματα από hackers, γιατί ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα του Wordpress είναι η ασφάλειά του. (περισσότερα για το Wordpress θα αναφερθούν στο 2ο κεφάλαιο) .

JOOMLA

Μετά το WordPress το πιο δημοφιλέστερο CMS είναι το JOOMLA. Ουσιαστικά το JOOMLA δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να δουλέψουν σε πολυπλοκότερα project και έχουν αυξημένες απαιτήσεις στην οργάνωση των σελίδων. Από άποψη ευκολίας χρήσης και δυνατοτήτων, η εκμάθησή του, μας επιτρέπει να χτίσουμε αρκετά πολύπλοκες σελίδες διότι δεν είναι φοβερά επίπονη διαδικασία. Βρίσκεται ανάμεσα απο το WordPress και το Drupal.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ JOOMLA

- 1) Όπως και στο WordPress έτσι και στο JOOMLA δεν απαιτείται υψηλό επίπεδο γνώσεων ώστε κάποιο άτομο να υλοποιήσει την ιστοσελίδα του.
- 2) Το admin interface είναι εξαιρετικά φιλικό και παρέχει τεράστιες δυνατότητες .Η συντήρηση και η δημιουργία της δομής μίας ιστοσελίδας είναι πολύ απλή υπόθεση.
- 3) Σε themes υπάρχει μεγάλη διαθεσιμότητα κυρίως για επιχειρήσεις και γενικότερα για ιδιώτες, διότι εύκολα μπορούν να βρουν κάποιο theme όπου θα καλύπτουν τις ανάγκες τους. Themes τα οποία είναι είτε δωρεάν είτε έναντι μικρού και εφικτού κόστους.
- 4) Ευκολία στην αναβάθμιση για τους διαχειριστές όπως επίσης διαθέτει πολλά εμπορικά και ελεύθερα πρόσθετα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ JOOMLA

- 1) Σε μία εφαρμογή πρέπει να γίνεται πιο προσεκτική επιλογή των προσθέτων ώστε να λειτουργεί με βέλτιστο τρόπο. Διαφορετικά όσο πιο πολλά plugins εγκατασταθούν τόσο πιο ασταθής θα γίνεται.
- 2) Αποτελούν στόχο για τους χάκερ. Κάθε φορά που ανακοινώνεται μία νέα έκδοση και σε αυτή την έκδοση, υπάρχουν κενά ασφαλείας οι χάκερ προσπαθούν να την παραβιάσουν.
- 3) Ένα επίσης αρνητικό μειονέκτημα είναι ότι υπάρχουν πολλά παράπονα για το SEO του JOOMLA στο διαδίκτυο, όπου πολλοί ειδικοί υποστηρίζουν πως θα μπορούσε να είναι καλύτερο ώστε να δίνει στην εφαρμογή ακόμα πιο σημαντικές δυνατότητες.

DRUPAL

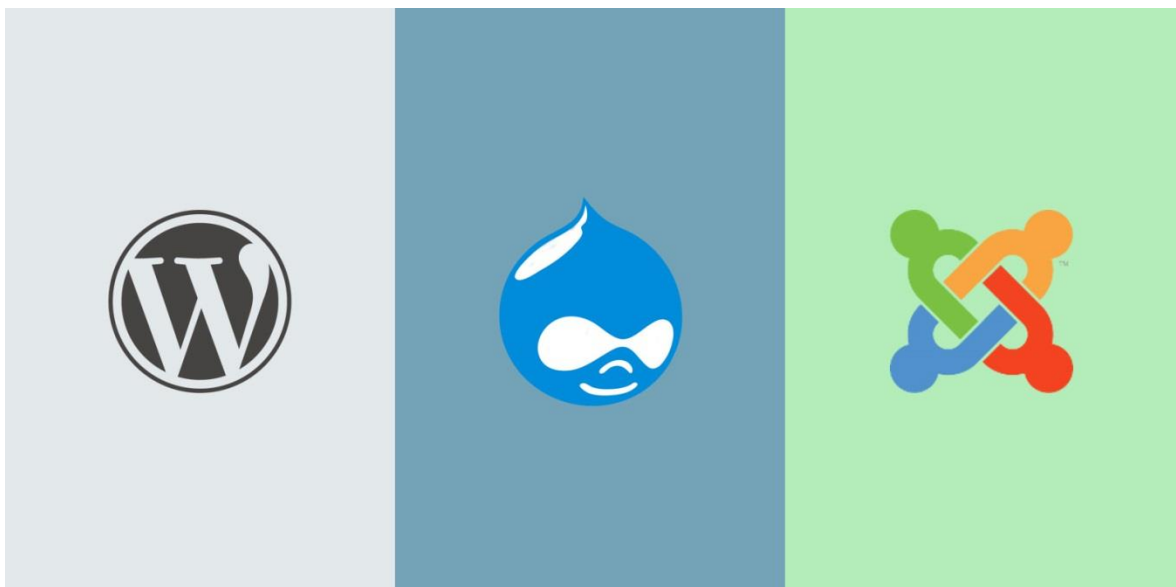
Τρίτο πιο δημοφιλέστερο CMS είναι το DRUPAL. Όσον αφορά το συγκεκριμένο CMS στην διαχείριση περιεχομένου, έχει την ίδια φιλοσοφία με το WordPress και το JOOMLA αντίστοιχα, αλλά όχι τις ίδιες δυνατότητες. Συνήθως το προτιμούν οι έμπειροι προγραμματιστές διότι απαιτούνται κατά πολύ τεχνικές γνώσεις και το θεωρούν ως κίνητρο, γιατί τους προσφέρονται δυνατότητες για επεκτασιμότητα και εύκολη παραμετροποίηση.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ DRUPAL

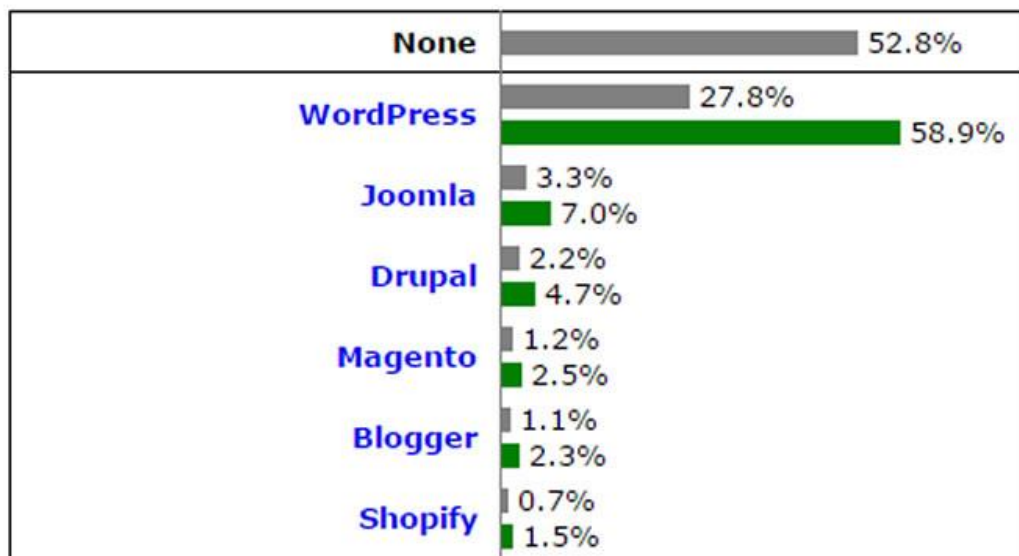
- 1) Σε θέματα ασφαλείας το Drupal χρησιμοποιείται σε κυβερνητικές ιστοσελίδες, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι υπογραμμίζει τις αυξημένες προδιαγραφές. Το DRUPAL χρησιμοποιεί componets του Symfony framework. Το HttpFoundation component έχει σχεδιαστεί από ειδικούς ασφαλείας για να παρέχει την μέγιστη διασφάλιση σε επίπεδο http request / response. Συνεπώς είναι πιο ασφαλές από το WordPress και το JOOMLA.
- 2) Οι έμπειροι χρήστες το χρησιμοποιούν γιατί οι δυνατότητές του είναι πολύ ισχυρές, και είναι η καλύτερη επιλογή για τους χρήστες που έχουν αυξημένες απαιτήσεις στην οργάνωση του περιεχομένου.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ DRUPAL

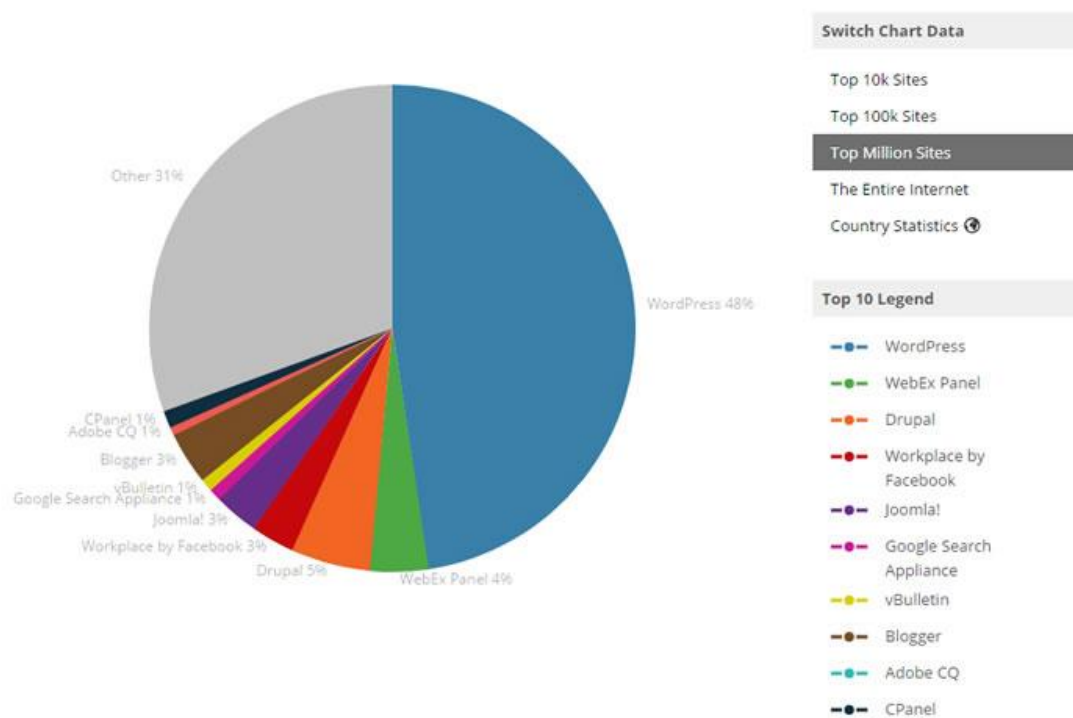
- 1) Για τον λόγο ότι οι περισσότεροι ασχολούνται περισσότερο με το WordPress και το JOOMLA και λιγότερο με το DRUPAL, κάποιος που πιθανόν θα χρειαστεί βοήθεια για την υλοποίηση της ιστοσελίδας του δεν θα είναι τόσο εύκολο να βρεθεί κάποιος Drupal Developer ώστε να τον βοηθήσει.
- 2) Συνεπώς δεν είναι τόσο φιλικό προς το χρήστη, έχει λιγότερα θέματα και όπως αναφέραμε πιο πάνω απαιτούνται τεχνικές γνώσεις, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι απαιτεί μεγάλη προσήλωση, διότι η εκμάθησή του είναι μία χρονοβόρα και επίπονη διαδικασία. Χρειάζεται πολύ υπομονή. (Joomla, Drupal και Wordpress - πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, 2001) , (Armenis, 2018)



Εικόνα 5: Τα επικρατέστερα cms



Εικόνα 6: Το WordPress είναι το πιο δημοφιλές cms



Εικόνα 7: Μερίδιο αγοράς εκατομμυρίων ιστότοπων με χρήση cms

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1 Τι είναι το WordPress.

Το Wordpress σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι χωρίς αμφιβολία το πιο δημοφιλές CMS συγκριτικά με το Joomla και το Drupal. Αν κάνουμε μία ιστορική αναδρομή, η λειτουργία του Wordpress ξεκίνησε το 2003 και ήταν απλά μία πλατφόρμα δημοσίευσης ιστολογίων. Σήμερα οι χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν το Wordpress, εκτός από δημοσιεύσεις ιστολογίων έχει εξελιχθεί σε ένα πλήρες πρόγραμμα κατασκευής ιστοσελίδων ικανό να ικανοποιήσει τους χρήστες ώστε να δημιουργήσουν και να διαχειριστούν ιστοσελίδες κάθε μορφής και είδους. Είτε αυτό πρόκειται για forum είτε για κατασκευή e-shop κτλ. Είναι ένα πολύ καλό εργαλείο το οποίο έχει δώσει πνοή σε χιλιάδες blogs που είναι ιδιαίτερα δημοφιλή. Μελλοντικά πιθανολογείται στην αγορά να γίνει μονοπώλιο, αν σκεφτεί κανείς με βάση στατιστικών ότι το 2010 το 27% στον κόσμο έτρεχαν το WordPress και σήμερα έχουμε φτάσει κάτι παραπάνω από το 50%. Την συγκεκριμένη πλατφόρμα την χρησιμοποιούν μεγάλες εταιρίες όπως η Microsoft, η Sony Music κτλ. (Διβράμης, 2019)



Εικόνα 8: WordPress

2.2 Δυνατότητες και χαρακτηριστικά του WordPress.

1) Σημαντικός παράγοντας που συμβάλει την μεγάλη επιτυχία του WordPress είναι ότι η χρήση του είναι δωρεάν. Χαρακτηρίζεται ως ένα δωρεάν λογισμικό διότι σέβεται την ελευθερία τόσο των μελών της κοινότητας όσο και την ελευθερία των χρηστών. Οι

χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν το WordPress, έχουν την δυνατότητα χωρίς να ζητήσουν άδεια να τροποποιήσουν, να αντιγράψουν και να διαχειριστούν ελεύθερα. Δεν χρειάζεται να απευθυνθούν σε καμία εταιρεία εφόσον είναι δωρεάν να το κατεβάσουν και να το εγκαταστήσουν. Το WordPress δεν ανήκει σε κάποια εταιρεία ή κάποιο άτομο, αντιθέτως είναι ένας συνδυασμός πολλών συνεργατών που εργάζονται καθημερινά πολύ σκληρά με σκοπό να το βελτιώσουν. Συνεργάτες οι οποίοι μπορεί να είναι είτε ιστολόγοι συγγραφής, είτε προγραμματιστές ή οτιδήποτε σχετίζονται με αυτό. Πρόκειται για μία πλατφόρμα ανοικτού κώδικα. Το μόνο πράγμα το οποίο χρειάζεται να κάνει ο χρήστης είναι να πληρώσει το domain name, το hosting και σε περίπτωση που δεν έχει αποκτήσει γνώση του WordPress ίσως και το κόστος της κατασκευής του site.

2) Ένας ακόμη παράγοντας που συμβάλει στην επιτυχία του WordPress είναι η ευκολία του στη χρήση. Είναι το πιο φιλικό CMS που υπάρχει και οι περισσότεροι το χρησιμοποιούν λόγω της απλότητας του. Η εκμάθησή του είναι πολύ εύκολη, δεν χρειάζεται οι χρήστες να έχουν προγραμματιστικές γνώσεις για να διαχειριστούν το WordPress. Οποιοσδήποτε μπορεί με μεγάλη ευκολία να προσαρμόσει τις ανάγκες του site του, αφού προσφέρει έναν γρήγορο και εύκολο τρόπο διαχείρισης περιεχομένου. Όπως για παράδειγμα σελιδών, βίντεο, άρθρων και φωτογραφιών. Αυτή η πλατφόρμα είναι οργανωμένη με έναν λογικό τρόπο. Υπάρχουν κάποια βασικά συστατικά στοιχεία.

1) Αρχικά η εγκατάστασή του, η οποία δεν διαρκεί κατά προσέγγιση λιγότερο από 5 λεπτά και μάλιστα είναι διαθέσιμο σε περισσότερες από 50 γλώσσες.

2) Το επόμενο βήμα είναι η επιλογή προσθήκης ενός θέματος. Σε αυτήν την περίπτωση ο χρήστης του δίνεται η δυνατότητα επιλογής, όπου του επιτρέπει να δημιουργήσει την κατάλληλη επένδυση της ιστοσελίδας του.

3) Έπειτα οι χρήστες μπορούν να επεκτείνουν τις δυνατότητες των σελιδών τους με πρόσθετα κατάλληλα ανάλογα με τις ανάγκες της ιστοσελίδας τους. Το κυριότερο είναι ότι είναι εφικτή η κάθε προσθήκη χωρίς κανένα απολύτως κόστος.

4) Το επόμενο βήμα είναι να δημιουργηθούν σελίδες κατηγοριών οι οποίες αποτελούν έναν εξαιρετικό τρόπο αύξησης του αριθμού των σελιδών και ομαδοποίησης των σελιδών.

5) Κατά τη δημιουργία των σελιδών του WordPress, εφαρμόζει μία εξαιρετικά απλή διαδικασία δημιουργίας σελιδών και ομαδοποίησης κατηγοριών. Οι σελίδες μπορούν να επεκταθούν μέσω της χρήσης προσθέτων.

3) Είναι φιλικό προς το SEO. Διαβάζεται ευκολότερα από τη Google, διότι ο κώδικας του είναι καλογραμμένος κάτι το οποίο καθιστά τις μηχανές αναζήτησης να αγαπούν λίγο περισσότερο το WordPress. Η πλατφόρμα λαμβάνει καθημερινά ενημερώσεις για να βελτιώσει τον κώδικα τον οποίο χρησιμοποιεί και να καλύψει τα κενά ασφάλειας. Καθώς υπάρχει η δυνατότητα να προσθέσει κάποιος χρήστης τα κατάλληλα plugins μπορεί να βελτιστοποιήσει τη σελίδα του.

4) Οι χάκερς πάντα προσπαθούν να εντοπίσουν κενά ώστε να αποκτήσουν μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στις σελίδες των χρηστών. Ωστόσο το WordPress έχει υψηλό επίπεδο ασφαλείας. Συνήθως στο WordPress γίνονται τακτικές ενημερώσεις με αποτέλεσμα η ιστοσελίδα του χρήστη να παραμένει ασφαλής. Επίσης οι χρήστες έχουν την δυνατότητα με plugins όπως το Conditional Captcha, το Akismet να σταματήσουν χιλιάδες spam comments. Επίσης το WordPress παρέχει όλα τα εργαλεία για την προστασία της ιδιωτικότητας των επισκεπτών καθώς είναι πλήρως συμβατό με την καινούρια νομοθεσία για την διασφάλιση των προσωπικών δεδομένων. Με λίγα λόγια όσον αφορά την ασφάλεια και ιδιωτικότητα το WordPress έχει την καλύτερη λύση. (14 οφέλη από τη χρήση του WordPress, 2020), (Σημαντικά πλεονεκτήματα του WordPress, 2020)



Εικόνα 9: Χαρακτηριστικά και δυνατότητες στο WordPress



Εικόνα 10: Ασφαλής από hackers

2.3 Θέματα (Themes)

Οι χρήστες έχουν αρκετές επιλογές ώστε να επιλέξουν το ιδανικότερο για αυτούς θέμα καθώς υπάρχει ποικιλία θεμάτων και καθώς το WordPress διαθέτει εκατομμύρια θέματα δωρεάν ή επί πληρωμή. Δηλαδή κάποια θέματα για να έχουν πρόσβαση θα πρέπει να πληρώσει οι χρήστες, ενώ σε κάποια άλλα για να έχουν την συνδρομή στο θέμα το οποίο θα επιλέξουν θα έχει μηδενικό κόστος. Θα χρεωθούν όμως την υποστήριξη. Επίσης κάποιο άτομο ποιο εξειδικευμένο έχει την δυνατότητα να ανεβάσει το δικό του θέμα φιλοξενώντας το στο WordPress.org. Έτσι το άτομο το οποίο θα ανεβάσει το θέμα του, με βάση στατιστικών θα βλέπει πόσες φορές έχει ληφθεί το θέμα του, όπως επίσης θα βλέπει το τι πιστεύουν οι χρήστες για το θέμα του.

2.4 Πρόσθετα (Plugins)

Για το ηλεκτρονικό εμπόριο, για τα social media, για την ασφάλεια υπάρχουν πάνω από 51.000 πρόσθετα, όπου οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν και να εγκαταστήσουν. Το WordPress παρέχει αυτήν την δυνατότητα στους χρήστες να χρησιμοποιούν τα plugins τα οποία έχουν σχεδιαστεί για να εκτελούν συγκεκριμένες λειτουργίες. Υπάρχουν πολλά plugins που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν e-mail campaigns και newsletters. Κάποια από τα πιο δημοφιλή plugins που χρησιμοποιούνται είναι το Yoast SEO, το Contact Form 7, το Floating Social Bar κτλ. Επίσης οι χρήστες έχουν την δυνατότητα αφαίρεσης και προσθήκης στο μέλλον.

2.5 Widgets

Ένα από τα βασικά οφέλη για την τροφοδότηση της ιστοσελίδας του χρήστη που προκύπτουν από τη χρήση του WordPress είναι οι μικροεφαρμογές (Widget). Και αυτό γιατί μέσα από το τμήμα των Μικροεφαρμογών του πίνακα ελέγχου του WordPress, είναι εφικτή η μεταφορά μίας ευρείας ποικιλίας μικροεφαρμογών, προκειμένου να υπάρξει περαιτέρω διαμόρφωση και επέκταση των δυνατοτήτων των σελιδών. Οι χρήστες επομένως ώστε να δοκιμάσουν αυτό το χαρακτηριστικό θα πρέπει να ξεκινήσουν τη χρήση των Μικροεφαρμογών του WordPress, μέσω της λήψης ενός πρόσθετου, από τον κατάλογο πρόσθετων του WordPress.

2.6 Χώροι Συζητήσεων. Υποστήριξης του WordPress

Ορισμένοι χρήστες κυρίως οι αρχάριοι χρησιμοποιούν προγράμματα λογισμικού με κακή υποστήριξη, με αποτέλεσμα αυτοί οι χρήστες κατά την προσπάθεια υλοποίησης ενός χαρακτηριστικού στην ιστοσελίδα τους στο WordPress να αντιμετωπίζουν προβλήματα. Προκειμένου να υπάρχει υποστήριξη σε συνήθη ζητήματα το WordPress έχει κάνει κάθε δυνατή προσπάθεια για να παρέχει έναν ποιοτικό μηχανισμό ανατροφοδότησης σχετικά με την ποιότητα. Πράγμα το οποίο σημαίνει ότι σε περίπτωση που κάποιος χρήστης αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα θα βρει κάποια απάντηση στους χώρους συζητήσεων με απαντήσεις οι οποίες θα προέρχονται από την παγκόσμια κοινότητα του WordPress αλλά και από το προσωπικό του ίδιου του WordPress. Έτσι σήμερα υπάρχει η ιστοσελίδα της κοινότητας Υποστήριξης του WordPress όπου διαθέτει μία ευρεία ποικιλία χώρων συζητήσεων. (Νίκα, 2018)

2.7 Σύγκριση WordPress.com και WordPress.org

Το WordPress.org είναι ο ιστότοπος όπου οι χρήστες κατεβάζουν το WordPress, όπως επίσης και μία πληθώρα δωρεάν θεμάτων και προσθέτων. Επομένως το WordPress το οποίο βρίσκετε στο WordPress.org είναι 100% δωρεάν. Το κόστος το οποίο προκύπτει, αφορά το ενοίκιο που πληρώνουν οι χρήστες κάθε μήνα σε μία εταιρεία φιλοξενίας.

Το WordPress.com είναι μία υπηρεσία που δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να χρησιμοποιήσουν το WordPress χωρίς να εγκαταστήσουν τίποτα, με πολλούς όμως περιορισμούς, τους προσφέρει δωρεάν hosting με χωρητικότητα μόλις 3GB. Παρέχει μικρό αριθμό θεμάτων και δεν παρέχει όλες τις επιλογές για να προσαρμόσουν οι χρήστες τα θέματά τους, εκτός βέβαια αν πληρώσουν. Επίσης στους χρήστες δεν τους επιτρέπεται να χρησιμοποιούν πρόσθετα. Τους παρέχετε μόνο ότι υπάρχει ήδη μέσα προεγκατεστημένο και δεν μπορούν να βάλουν έξτρα εργαλεία στο blog τους. Οι χρήστες οι οποίοι θα επιλέξουν το WordPress.com δεν μπορούν να βάλουν τις δικές τους διαφημίσεις στο blog τους, το WordPress προσθέτει τις δικές του διαφημίσεις και οι χρήστες από αυτό δεν έχουν κάποιο εισόδημα.

Οι επιλογές των χρηστών για το τι θα επιλέξουν ανάμεσα στο WordPress.org και WordPress.com έχει να κάνει με το τι θέλουν να κάνει το site τους. Πιο συνοπτικά το WordPress.org είναι η ιδανική επιλογή για τους επαγγελματίες bloggers ή για τους

χρήστες που θέλουν να ανοίξουν μία ιστοσελίδα ή ένα e-shop για την επιχείρησή τους. Από την άλλη πλευρά το WordPress.com προτείνεται στους χρήστες για τα προσωπικά τους blogs και ιστοσελίδες που θέλουν απλά να δημοσιεύουν άρθρα ή να παρέχουν πληροφορίες χωρίς οι χρήστες να έχουν την δυνατότητα να βγάλουν εισόδημα ή γενικά να φτιάξουν κάτι επαγγελματικό. (Σακαλάκης, 2015)



Εικόνα 11: Σύγκριση WordPress.org με WordPress.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 Τρόποι προώθησης και διαφήμισης της ιστοσελίδας.

Καθημερινά εκατομμύρια χρήστες στον κόσμο, ψάχνουν για προτάσεις αγορών και αγορές μέσω του διαδικτύου, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι η διαφήμιση στο internet έχει μεγάλη απήχηση. Οι διαφημιστικές καμπάνιες στο web είναι πιο αποτελεσματικές από τις συμβατικές διαφημίσεις και αυτό διότι σχεδιάζονται από έμπειρους επαγγελματίες. Σήμερα η δύναμη της διαφήμισης στο web είναι μεγαλύτερη από τα μέσα διαφήμισης, όπως τηλεόραση, περιοδικά και φυλλάδια και αυτό διότι αυτοί που θα επιλέξουν τις διαφημίσεις από το διαδίκτυο θα έχουν την δυνατότητα να ελέγχουν οποιαδήποτε στιγμή την απόδοση των διαφημίσεών τους, να κάνουν αλλαγές και να μειώνουν ή να αυξάνουν το budget αναλόγως. Σίγουρα υπάρχουν πολλοί τρόποι διαφήμισης στο web, όπως και λύσεις προώθησης της κάθε εταιρίας. (Διαφήμιση στο ίντερνετ – Τρόποι διαφήμισης & προώθησης στο web, 2019)

3.2 Social media marketing

Ένας από τους πιο οικονομικούς και αποτελεσματικούς τρόπους διαφήμισης είναι η προώθηση στα social media. Οι επαγγελματικές σελίδες στα social media όπως το youtube, το facebook, instagram και άλλα μεγάλα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν την επιχείρηση των ατόμων κοντά σε ένα τεράστιο κοινό και γίνονται μελλοντικοί πελάτες.

1) Διαφήμιση στο Facebook

Τα άτομα τα οποία θέλουν να προωθήσουν και να διαφημίσουν την επιχείρησή τους, θα ήταν μεγάλο λάθος να παραλήψουν κατά τη δημιουργία της ψηφιακής τους στρατηγικής το facebook, γιατί το facebook διαθέτει εκατομμύρια χρήστες. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσελκύσουν τους χρήστες οι οποίοι έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα. Επίσης οι επιχειρήσεις μέσω της πλατφόρμας του facebook μπορούν να στέλνουν στο κοινό την ιστοσελίδα τους, να στέλνουν διάφορα διαφημιστικά μηνύματα, διαφημίσεις με πολλές εικόνες ή βίντεο ή να αυξάνουν συνεχώς την αναγνωρισιμότητά τους μέσω διαφημιστικών banners. Για την δημιουργία όλων αυτών οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Facebook Business Manager όπου μπορούν να στήσουν μία διαφημιστική καμπάνια.

2) Διαφήμιση στο Instagram

Οι επιχειρήσεις αναλόγως με αυτό που προσφέρουν το instagram μπορεί να αποτελέσει το ιδανικό εργαλείο προώθησης για το brand name της εταιρείας τους. Η προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους στο instagram μέσω φωτογραφιών ή βίντεο διαφημίζει την εταιρεία τους σε ένα τεράστιο κοινό, αφού εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως χρησιμοποιούν το instagram καθώς μοιράζονται φωτογραφίες και βίντεο. Η διαφήμιση

γίνεται μέσω της πλατφόρμας του Business Manager όπως και στο facebook. Η διαφήμιση μέσω instagram είναι ιδανικό για τομείς όπως fashion και ένδυση.

Οι επιχειρήσεις ανάλογα με τις ανάγκες ορίζουν την στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν και χρησιμοποιούν πλατφόρμες που αρμόζουν στην επιχείρησή τους, με σκοπό πάντα την ενίσχυση της online παρουσία τους και του brand name της επιχείρησής τους. Το ερώτημα όμως είναι τι επιτυγχάνει η εταιρική παρουσία και διαφήμιση στα social media; Η εταιρική παρουσία και διαφήμιση στα social media επιτυγχάνει.

- 1) Την άμεση επικοινωνία με το κοινό.
- 2) Ευκαιρίες για αύξηση του κοινού.
- 3) Αύξηση της φήμης.
- 4) Λήψη πληροφοριών.
- 5) Χαμηλό κόστος διαφήμισης. (Χατζημιχαηλίδης, 2020) , (Social Media Marketing, 2020)



Εικόνα12: Διαφημίσεις μέσω social media

3.3 Search engine marketing

Όπως η Yahoo και η Google, έτσι και το search engine marketing αποτελεί μία προσπάθεια προώθησης ιστοσελίδων μέσω των μηχανών αναζήτησης. Μπορεί να

αποδεχθεί πολύτιμη για κάθε επιχείρηση μία αποτελεσματική search engine marketing, και αυτό διότι οι μηχανές αναζήτησης αποτελούν το κύριο μέσο με το οποίο οι χρήστες του internet ψάχνουν websites και για πληροφορίες. Το search engine marketing χωρίζεται σε τρεις στρατηγικές, στο search engine optimization (SEO), στο pay per click advertising (PPC) και στο pay for inclusion (PFI).

Search Engine Optimization (SEO)

Η πρώτη στρατηγική είναι αυτή του search engine optimization. Τα οφέλη της είναι τεράστια, καθώς δημιουργεί μία μεγάλη ροή επισκεπτών προς την ιστοσελίδα. Η τεχνική του αφορά την προσπάθεια κατάταξης μιας ιστοσελίδας για συγκεκριμένες λέξεις – κλειδιά όσον το δυνατόν υψηλότερα στα αποτελέσματα μηχανής. Όμως από τις search engine optimization τεχνικές που εφαρμόζεται από κάποιο άτομο, μπορεί να περάσουν αρκετοί μήνες μέχρι να δει αποτελέσματα και αυτό διότι είναι αρκετά χρονοβόρο.

Pay Per Click Advertising (PPC)

Η δεύτερη στρατηγική είναι αυτή του pay per click advertising και η ονομασία του προκύπτει από το γεγονός, ότι οι διαφημιζόμενοι πληρώνουν κάποιο αντίτιμο στην Google, μόνο όταν κάποιος κάνει click στην διαφήμισή τους. Το αντίτιμο ορίζεται με την μορφή της δημοπρασίας. Αυτός ο οποίος πληρώνει περισσότερα, σε όλες τις μηχανές αναζήτησης, θα βρίσκεται και ψηλότερα στην κατάταξη. Η Google ανταμείβει με μία υψηλότερη θέση στην κατάταξη τις διαφημίσεις οι οποίες αποδίδουν καλά. Ενώ όταν κάποιος πληρώνει 0.50 λεπτά το click και βρίσκεται σε καλύτερη κατάταξη από αυτόν που πληρώνει περισσότερα 0.70 λεπτά. Αυτό είναι κάτι το οποίο ανταμείβει η Google επειδή έχει αρκετά μεγαλύτερο click through ratio (CTR) από αυτόν που βρίσκεται στην πιο κάτω κατάταξη. Υπάρχουν και άλλες pay per click advertising πλατφόρμες εκτός του Google Adwords οι οποίες είναι σελίδες που ακολουθούν και είναι αφιερωμένες διότι στην Ελλάδα σχεδόν το 90% των αναζητήσεων γίνεται μέσω της Google και είναι σαν πλατφόρμα πιο απαιτητική. Υπάρχουν δύο μέρη του Adwords.

1) To Search Network

Το search network για τις επιχειρήσεις αποτελεί τον σπουδαιότερο και αποτελεσματικότερο τρόπο διαφήμισης για την προώθηση της επιχείρησής τους, διότι με αυτού του είδους διαφήμισης εμφανίζονται κατά προσέγγιση στην πρώτη σελίδα της Google. Με αποτέλεσμα να τους φέρνει μεγάλα έσοδα και αρκετή επισκεψιμότητα. Η δημιουργία τους γίνεται από την πλατφόρμα Google Ads όπου μπορούν να βλέπουν τα στατιστικά των διαφημίσεών τους και γενικότερα να έχουν τον έλεγχο. Μεγαλύτερη αξία θα έχει όμως κάποιος να κλικάρει στην διαφήμιση που έχει δημιουργηθεί, παρ' όλο που υπάρχει η δυνατότητα προβολής στο Google Ads στην πρώτη σελίδα της Google.

2) To Display Network

Όπως και το search network έτσι και στο display network η δημιουργία των διαφημίσεων γίνεται από την πλατφόρμα Google Ads χρησιμοποιώντας βίντεο και εικόνες για την προώθηση μιας επιχείρησης. Οι μεγάλες επιχειρήσεις ως μέσο διαφήμισης έχουν αρχίσει

να δραστηριοποιούνται στην δημιουργία βίντεο, καθώς το βίντεο είναι πλέον από τους πιο διάσημους και αποτελεσματικούς τρόπους διαφήμισης. Σίγουρα έχει παρατηρηθεί σε διάφορα websites όταν μπαίνει κάποιος είτε αριστερά είτε δεξιά, διαφημίσεις από εταιρίες με διάφορα banners ή μικρά βίντεο. Αυτά είναι αποτελέσματα της διαφήμισης στο display network. Συγκριτικά πάντα με το search network αυτό το είδος επισκέψεων είναι λιγότερο ποιοτικό, όμως είναι αρκετά φθηνότερο και με λιγότερο ανταγωνισμό.

Pay For Inclusion (PFI)

Η τρίτη στρατηγική είναι αυτή του pay for inclusion η οποία πρόκειται για την καταχώρηση ενός website σε online καταλόγους. Σε κάποια από αυτά για την καταχώρηση απαιτείται αντίτιμο εγγραφής, ενώ σε κάποια άλλα η καταχώρηση είναι δωρεάν. Το pay for inclusion είναι κάτι πολύ σημαντικό για το search engine optimization γιατί η καταχώρηση ενός website σε κάποιον online directory, θα δημιουργήσει μια νέα ροή επισκεπτών και θα ενισχύσει το link bulding του website.

Γενικότερα το κύριο πλεονέκτημα του search engine marketing είναι ότι έχει εντυπωσιακά αποτελέσματα και η εφαρμογή του δεν κοστίζει ιδιαίτερα σε χρήματα παρά μόνο χρόνο, ώστε αυτοί οι οποίοι το χρησιμοποιούν να εφαρμόζουν κάποιες search engine optimization τεχνικές, για να βελτιώσουν την θέση τους στις μηχανές αναζήτησης. Όπως επίσης στο pay per click advertising μπορούν να δηλώσουν το ποσό που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για κάθε click, εφόσον είναι πολύ εύκολο να ελέγξουν το διαφημιστικό κόστος καθώς και το ημερήσιο budget. Τέλος όσον αφορά για τα online directories τα περισσότερα για την εγγραφή είναι δωρεάν και σε αυτά που υπάρχουν αντίτιμο εγγραφής είναι αρκετά φθηνά.



Εικόνα 13: Διαφημίσεις μέσω search engine marketing

3.4 E-mail Marketing

Αυτός ο τρόπος διαφήμισης έχει ιδιαίτερη επιτυχία ειδικότερα στα e-shop, καθώς ενημερώνει τους πελάτες για προσφορές του καταστήματος. Σε αυτόν τον τρόπο διαφήμισης το δύσκολο κομμάτι το οποίο ακολουθεί είναι να αποκτηθούν τα e-mail των πελατών. Το πρώτο βήμα είναι η δημιουργία μίας φόρμας εγγραφής για το newsletter στο site των επιχειρήσεων. Το σημαντικό είναι ότι οι ίδιοι έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για την εταιρεία, επομένως οι εγγεγραμμένοι χρήστες θα αποτελέσουν τη λίστα για το πρώτο newsletter. Οι πελάτες θα είναι εγγεγραμμένοι θα τους στέλνονται e-mail σχετικά με τα προϊόντα, τα νέα της εταιρείας και τις προσφορές και γενικότερα ότι θέλουν να προωθήσουν για την εικόνα της εταιρείας. Με λίγα λόγια το E-mail marketing είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να έρθει μία επιχείρηση σε επαφή με τους πελάτες ή τους μελλοντικούς πελάτες και με οικονομικό τρόπο να προωθήσουν την επιχείρησή του. (Digital Marketing, 2020)



Εικόνα 14: Διαφήμιση μέσω e-mail marketing

3.5 Διαφημίσεις BANNER

Τα banners είναι εικόνες και γραφικά συγκεκριμένων διαστάσεων που τοποθετούνται σε επιλεγμένες θέσεις σε ιστοσελίδες και παρουσιάζουν τη διαφήμιση, η οποία μπορεί να είναι είτε κινούμενη είτε σταθερή. Είναι ένας παραδοσιακός τρόπος διαφήμισης που καθημερινά αυξάνεται. Τα banners τοποθετούνται σε μεγάλα site που επισκέπτεται το συγκεκριμένο κοινό και αναλόγως το κοινό στο οποίο απευθύνονται οι επιχειρήσεις θα πρέπει τα banners να είναι κατάλληλα σχεσιασμένα. Σε σχέση με το αποτέλεσμα το οποίο φέρνει είναι ένας από τους πιο οικονομικούς τρόπους διαφήμισης. Επομένως με ένα προκαθορισμένο κόστος η διαδικασία είναι η εξής. Περιλαμβάνει την ενοικίαση ενός χώρου σε διαφορά site και την προβολή εικόνων και βίντεο της επιλογής του συγκεκριμένου ατόμου για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. (TSAMOURAS, 2020)



Εικόνα 15: Διαφημίσεις μέσω banners

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.1 Εξυπηρετητής ιστού (Web server)

Ο εξυπηρετητής είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής που τρέχει κατάλληλο λογισμικό ώστε να εξυπηρετεί τους χρήστες οι οποίοι συνδέονται. Είναι ηλεκτρονικοί υπολογιστές αυξημένων δυνατοτήτων σε επεξεργαστική ισχύ (CPU), μνήμη RAM, χωρητικότητα και ταχύτητα δίσκων και αυτό επειδή η δουλειά του server είναι να εξυπηρετεί τους χρήστες που τον επισκέπτονται και μάλιστα ανάλογα με το τι εργασίες πρέπει να εκτελέσει ο server για κάθε επισκέπτη, όπως και με το πόσο μεγάλη είναι αυτή η επισκεψιμότητα.

1) Χωρητικότητα και ταχύτητα δίσκων

Όσο μεγαλύτερης χωρητικότητας είναι οι δίσκοι ενός server, τόσο μεγαλύτερη χωρητικότητα για αποθήκευση αρχείων θα έχει. Στην ταχύτητα απόκρισης ενός server σημαντικό ρόλο έχει η ταχύτητα των δίσκων. Αν η ταχύτητα των δίσκων δεν είναι γρήγορη, ο server από την μεριά του θα εξυπηρετεί αργά τους χρήστες οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι. Άλλη μία περίπτωση είναι ότι αν επισκέπτονται πολλοί χρήστες ταυτόχρονα, οι χρήστες θα διαπιστώσουν μία πλήρη αδυναμία εξυπηρέτησης των σελιδών.

2) Μνήμη RAM

Η μνήμη RAM του server σχετικά θα πρέπει να είναι γρήγορη αλλά και αρκετά μεγάλη. Αν όντως είναι αρκετά μεγάλη, τότε μέρος των δεδομένων του server θα αποθηκεύονται

στην RAM μιας και είναι πολύ γρήγορη απ' ότι οι δίσκοι θα σερβίρονται απευθείας στους χρήστες.

3) Επεξεργαστικοί ισχύ (CPU)

Συνολικά ρόλο στην ταχύτητα εξυπηρέτησης σε έναν server παίζει η επεξεργαστική ισχύ, διότι είναι το κεντρικό σημείο όπου επεξεργάζονται όλες οι πληροφορίες πριν τον διαμοιρασμό στους χρήστες.

4) Χωρητικότητα δικτύου

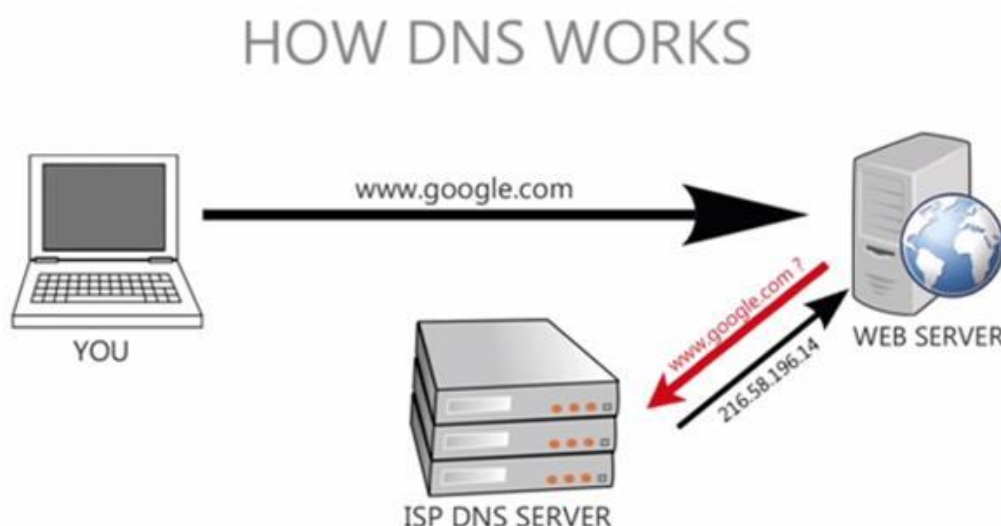
Για να εξυπηρετηθούν όλοι οι χρήστες που θα συνδεθούν, η χωρητικότητα του δικτύου θα πρέπει να είναι μεγάλη, μιας και ο ρόλος ενός server είναι να εξυπηρετεί πολλούς χρήστες ταυτόχρονα. Επομένως σε έναν server η χωρητικότητα του δικτύου του είναι πολύ σημαντική.

5) Αξιοπιστία Υλικών

Εξαιρετικά σημαντικό ώστε ο server να μην αντιμετωπίζει προβλήματα λειτουργίας είναι η κατασκευή ενός server με αξιοπιστία και υλικά πολύ καλής ποιότητας.

Υπάρχουν αρκετά πλεονεκτήματα χρήσης εξυπηρετητή. Κάποια από αυτά είναι τα εξής:

- 1) Μεγάλη αξιοπιστία δίνει στην επιχείρηση ο εξυπηρετητής
- 2) Στην επιχείρηση παρέχει ασφάλεια δικτύου
- 3) Βοηθά στη σωστή διαχείριση των αρχείων
- 4) Μέσω καταγραφής γίνεται καλύτερος έλεγχος
- 5) Παρέχει στην επιχείρηση μία κεντρική υπηρεσία δημιουργίας αντιγράφων ασφαλείας. (Τι είναι ο Server (Web Server / Διακομιστής / Εξυπηρετητής), 2019)



Εικόνα 16: Σύνδεση ιστότοπου-εξυπηρετητή

4.2 Όνομα Τομέα (Domain Name)

Τα άτομα τα οποία θέλουν να καθιερώσουν μία διαδικτυακή παρουσία για την επιχείρησή τους όπως έχουμε πει είναι σημαντικό να έχουν μία ιστοσελίδα, ώστε να γίνει πιο αξιόπιστη και να εδραιώσουν το εμπορικό τους όνομα. Επομένως πολύ σημαντικό είναι να καταχωρήσουν ένα όνομα τομέα (domain name). Ένα καλό όνομα τομέα πολύ πιθανόν να έχει μια θετική επίδραση, αφού το πρώτο πράγμα που βλέπουν οι επισκέπτες είναι το URL τους. Το σωστό domain name μπορεί να αυξήσει την αναγνώριση της μάρκας τους, επομένως το όνομα τομέα είναι μία ευκαρία branding. Το ερώτημα είναι πως θα γίνει αυτό; Για να καταχωρήσει κάποιο άτομο ένα όνομα τομέα στην ιστοσελίδα του θα πρέπει να μεταβεί στη σελίδα διαχείριση του project και να επιλέξει “Καταχώρηση νέου τομέα”. Η διαδικασία θα ολοκληρωθεί αυτόματα εφόσον έχει επεξεργαστεί η πληρωμή και λάβουν την παραγγελία. Το όνομα τομέα με την σελίδα θα συνδεθεί εντός 24 ωρών. Πολύ σημαντικό επίσης είναι ότι για να μείνει στη μνήμη εύκολα το όνομα τομέα δεν θα πρέπει να ξεπερνά τις δύο με τρεις λέξεις. Για παράδειγμα μπορεί να καταχωρηθεί σαν όνομα εφόσον πληροί τα κριτήρια .eu ή .eu. Υπάρχει χρονική προτεραιότητα, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι το όνομα που μπορεί να θέλει κάποιος να μην είναι διαθέσιμο. Ο λόγος ο οποίος μπορεί να μην είναι διαθέσιμο είναι είτε γιατί έχει μπλοκαριστεί κατόπιν κοινοποίησης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, είτε το όνομα τομέα να έχει καταχωρηθεί από κάποιον άλλο. (Πως να κατοχυρώσετε ένα όνομα τομέα, 2020), (Συμβουλές για να Πάρετε Ένα Όνομα Τομέα (Domain Name), 2020)



Εικόνα 17: Domain name

4.3 Πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας ιστοσελίδων (Web Hosting)

Εφόσον έχει ολοκληρωθεί η δημιουργία της ιστοσελίδας, το άμεσο επόμενο βήμα είναι να αναζητηθεί ο πάροχος φιλοξενίας ιστοσελίδων. Στην αγορά υπάρχουν πολλές εταιρίες web hosting οι οποίες αναλαμβάνουν τη φιλοξενία ιστοσελίδων. Είναι μία απόφαση η οποία δεν πρέπει να είναι τυχαία και αυτό διότι πρέπει να επιλέξει σωστά με ποια εταιρεία θα συνεργαστεί. Για να επιλέξει σωστά θα πρέπει να υπάρχουν κάποια κριτήρια και χαρακτηριστικά, που θα κάνει το άτομο να κάνει την σωστή επιλογή. Κριτήρια και χαρακτηριστικά όπως για την ταχύτητα, για την αναβάθμιση και το σημαντικότερο την αξιοπιστία που θα πρέπει να έχει για θέματα ασφαλείας. (ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ: ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ WEB HOSTING, 2020)

White Mask Media Group
THE FUTURE OF DIGITAL HOSTING

Hosting Packages

Classic Hosting	Business Hosting	Top Hosting
60€/1 ΕΤΟΣ	80€/1 ΕΤΟΣ	110€/1 ΕΤΟΣ
3 GB SSD χωρητικότητα	5 GB SSD χωρητικότητα	10 GB SSD χωρητικότητα
Φιλοξενία 1 website	Φιλοξενία 3 website	Φιλοξενία 5 website
Δωρεάν μεταφορά	Δωρεάν μεταφορά	Δωρεάν μεταφορά
Δωρεάν εγκατάσταση	Δωρεάν εγκατάσταση	Δωρεάν εγκατάσταση
Speed Optimised	Speed Optimised	Speed Optimised
Δωρεάν Antivirus	Δωρεάν Antivirus	Δωρεάν Antivirus
Δωρεάν SSL	Δωρεάν SSL	Δωρεάν Antispam
Έως 100GB traffic	Έως 200GB traffic	Δωρεάν SSL
Περιβάλλον Cpanel	Περιβάλλον Cpanel	400GB traffic
FTP Access	FTP Access	Περιβάλλον Cpanel
Εως 2 λογαριασμοί email	Εως 4 λογαριασμοί email	FTP Access
Πρόσβαση από webmail	Πρόσβαση από webmail	Εως 6 λογαριασμοί email
Manage & Monitoring	Manage & Monitoring	Πρόσβαση από webmail
Στατιστικά χρήσης μέσω cpanel	Στατιστικά χρήσης μέσω cpanel	Manage & Monitoring
Ασφάλεια Δεδομένων	Ασφάλεια Δεδομένων	Στατιστικά χρήσης μέσω cpanel
Γρήγορη Υποστήριξη	Γρήγορη Υποστήριξη	Ασφάλεια Δεδομένων
Δωρεάν έως 2 subdomains	Δωρεάν έως 4 subdomains	Γρήγορη Υποστήριξη
		Δωρεάν έως 6 subdomains

whitemaskmedia.gr

Εικόνα 18: Πακέτα φιλοξενίας

4.4 Τι είναι το web hosting

Τι είναι όμως το web hosting; Είναι μία υπηρεσία που επιτρέπει σε οργανισμούς, προγραμματιστές να δημοσιεύσει έναν ιστότοπο στο Διαδίκτυο. Αποθηκεύονται σε ειδικούς υπολογιστές οι οποίοι ονομάζονται διακομιστές. Επομένως το μόνο που χρειάζεται για να δει κάποιος την ιστοσελίδα είναι να πληκτρολογήσει σωστά τη

διεύθυνση ιστότοπου στο πρόγραμμα περιήγησης. Έπειτα ο υπολογιστής θα συνδεθεί με τον διακομιστή και έτσι θα εμφανιστεί η ιστοσελίδα. (Τι είναι ο web server;, 2020)

4.5 Χαρακτηριστικά web hosting

Ορισμένα χαρακτηριστικά του web hosting είναι τα εξής:

1) Ταχύτητα

Όταν κάποιος επιλέγει έναν πάροχο φιλοξενίας, το πιο σημαντικό είναι να σκεφτεί το πόσο αξιόπιστος θα είναι και το uptime score του. Δηλαδή πόση ώρα θα μένει σταθερός. Σίγουρα κανένας πάροχος φιλοξενίας δεν μπορεί να εγγυηθεί ότι οι servers θα είναι 100 % ενεργεί.

2) Αναβάθμιση

Καθώς η ιστοσελίδα θα μεγαλώνει, σίγουρα θα χρειαστεί περισσότερο bandwidth, χώρο για διάφορες πηγές και τα e-mail. Γενικότερα θα πρέπει να αναζητηθεί μία εταιρεία φιλοξενίας η οποία θα προσφέρει χώρο ώστε να αναπτυχθεί.

3) Ασφάλεια

Ιστοσελίδες οι οποίες έχουν να κάνουν με τραπεζικές κάρτες και γενικότερα με δεδομένα θα πρέπει να λάβουν σοβαρά στα υπόψιν τους τα χαρακτηριστικά ασφαλείας. Επομένως η εταιρεία θα πρέπει να διαθέτει firewalls και προστασία εναντίων των κακόβουλων λογισμικών στους servers τους. Τα δεδομένα για να παραμείνουν ασφαλή και κρυπτογραφημένα θα πρέπει να αναζητηθεί πάροχος ο οποίος θα προσφέρει πιστοποιητικό SSL. Παρ' όλα αυτά όσον αφορά για θέματα ασφαλείας, αυτό δεν σημαίνει ότι η ιστοσελίδα έχει προστατευθεί πλήρως και δεν μπορεί να χακαριστεί. Για να εξασφαλιστεί ότι η ιστοσελίδα θα είναι ακέραια ο πάροχος θα πρέπει να προσφέρει υπηρεσίες backup μετά από οποιοδήποτε κρίσιμο γεγονός.

4) Πρόσβαση FTP

Η χρήση του είναι να επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν αρχεία από τον τοπικό υπολογιστή στο διακομιστή τους χρησιμοποιώντας δικά τους αρχεία HTML, μπορούν να μεταφέρουν τα αρχεία από τον υπολογιστή τους στον κεντρικό υπολογιστή μέσω FTP.

5) Υποστήριξη WordPress

Όπως ήταν αναμενόμενο είναι συμβατό με το WordPress καθώς αποτελεί ένα βολικό τρόπο δημιουργίας και διαχείρισης ιστοσελίδων.

6) Λογαριασμοί ηλεκτρονικού εμπορίου

Όπως αναφέραμε και στην αρχή του κεφαλαίου οι περισσότεροι πάροχοι φιλοξενίας απαιτούν να έχουν το δικό τους domain name οι χρήστες. Όπως για παράδειγμα όνομα

τομέα (www.yourwebsite.com) και δημιουργία λογαριασμού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (yourname@yourwebsite.com).

7) Perl

Έχει απεριόριστες δυνατότητες, χρησιμεύει για πολύ απλές και σύνθετες εφαρμογές. Η perl γενικότερα επιτρέπει στους προγραμματιστές να λάβουν με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους το ίδιο αποτέλεσμα.

8) Εγγύηση επιστροφής χρημάτων

Για πλήρη ικανοποίηση των πελατών για της υπηρεσίες της η Vistoweb προσφέρει εγγύηση επιστροφής χρημάτων. (Web Hosting - Αναλυτικά Χαρακτηριστικά, 2020)



Εικόνα 19: Χαρακτηριστικά web hosting

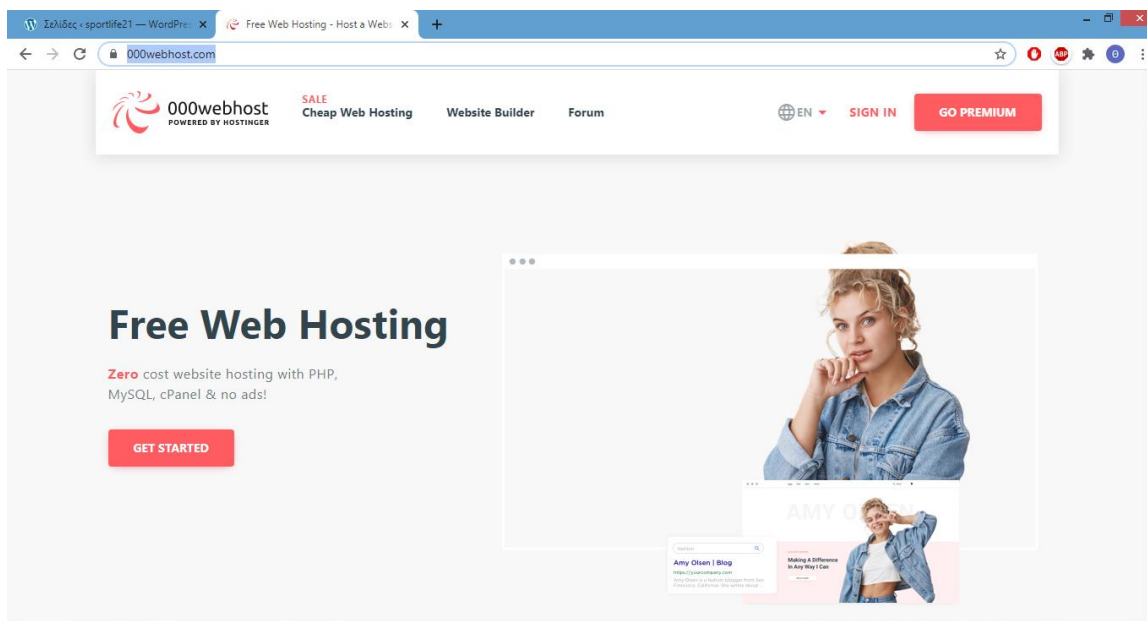
4.6 Πως επωφελείται μία επιχείρηση από μία υπηρεσία φιλοξενίας.

Ο ιστότοπος της επιχείρησης απαιτεί μία υπηρεσία φιλοξενίας. Οι εταιρείες φιλοξενίας συνήθως χρησιμοποιούν τεχνικούς για να βεβαιωθούν ότι η ιστοσελίδα λειτουργεί κανονικά και ορθά. Επομένως εξασφαλίζουν μία ιστοσελίδα χωρίς προβλήματα για τους ιδιοκτήτες, όπως αρμόζει μία επαγγελματική υπηρεσία φιλοξενίας, ώστε να εστιάσουν αποτελεσματικά το χρόνο και την προσπάθεια τους στις επιχειρήσεις τους. (Διακομιστές, 2014)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1 Εγκατάσταση του wordpress

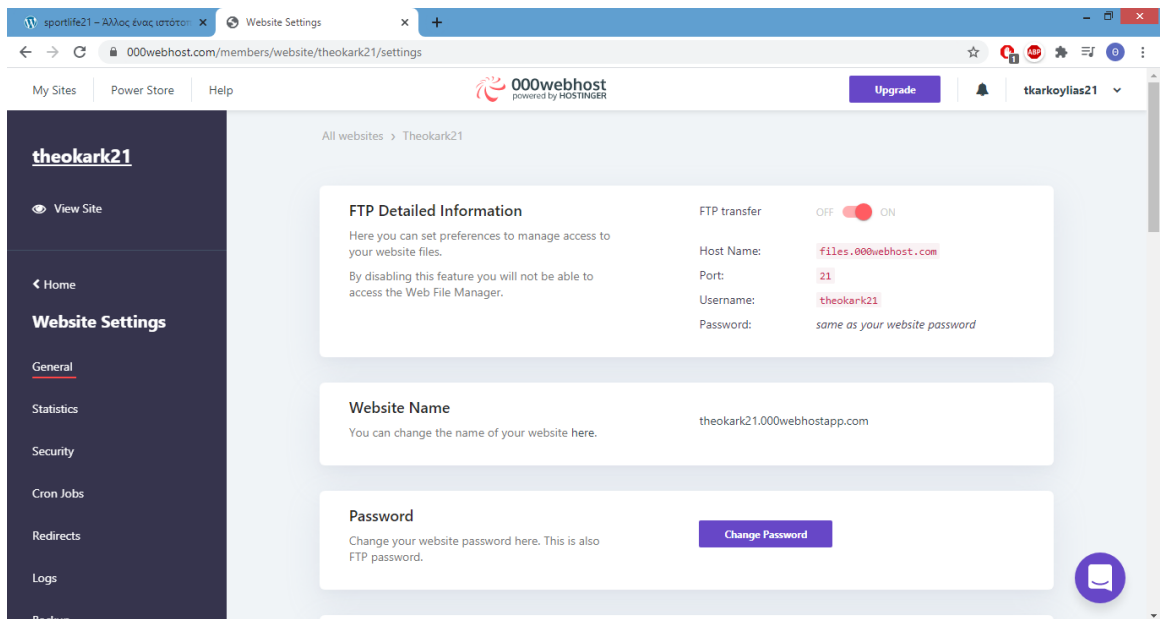
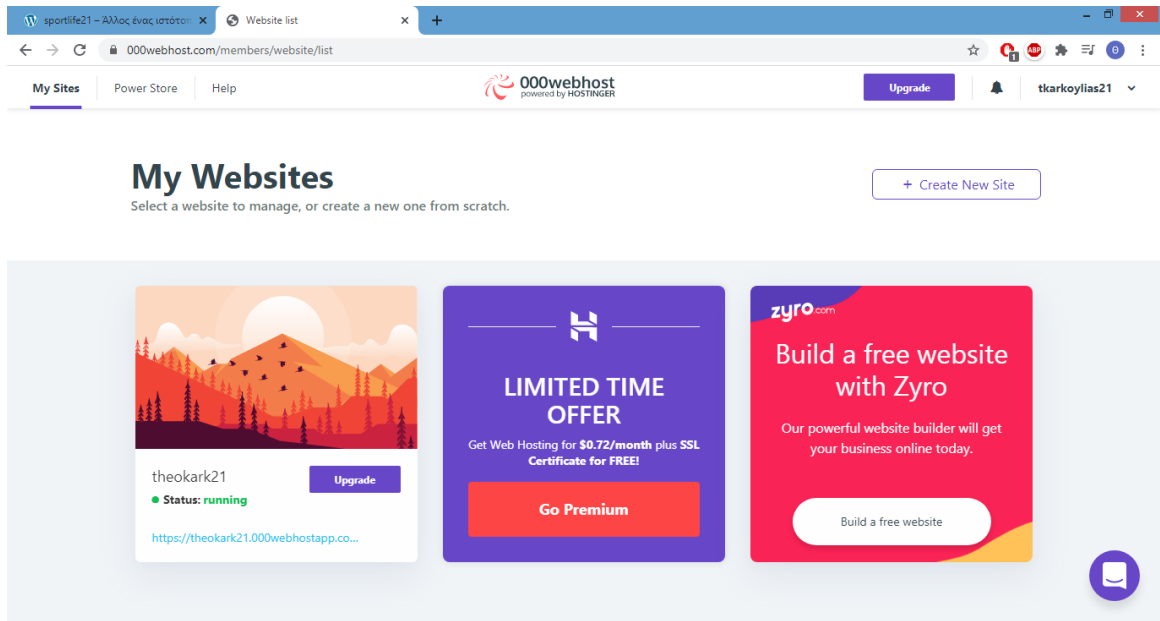
Όπως έχουμε πει το Wordpress είναι από τα πιο δημοφιλή εργαλεία για να φτιάξει κανείς μία ιστοσελίδα. Το ένα τρίτο παγκοσμίως είναι φτιαγμένο σε αυτό. Αρχικά χρειαζόμαστε κάποιο διακομιστή. Έπειτα από έρευνα έχει βρεθεί μία εταιρεία φιλοξενίας εντελώς δωρεάν <https://www.000webhost.com/> . Πρώτο βήμα είναι να κάνουμε εγγραφή με το e-mail μας.



Πακέτο φιλοξενίας εντλώς δωρεάν

Την επιλέγουμε διότι μας δίνει το domain και το hosting, το πακέτο το οποίο θα μας φιλοξενήσει. Το domain είναι η διεύθυνσή μας. Στην παρούσα ιστοσελίδα το όνομα του domain είναι <https://theokark21.000webhostapp.com/>

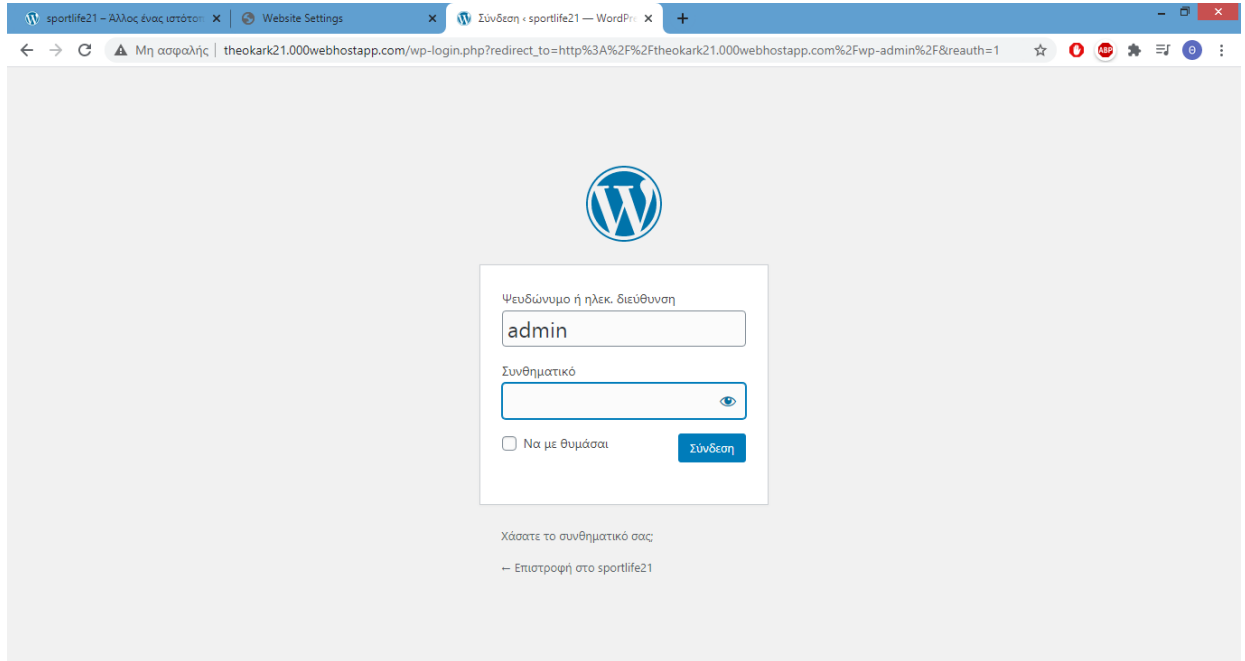
Τώρα για το Wordpress μέσα από την εταιρεία φιλοξενίας μπορούμε να πάμε στο Applications, πατάμε το Install στο Wordpress και γίνεται η εγκατάσταση. Αυτό είναι το βήμα λίγο πριν συνδεθούμε στο Wordpress.



Website settings

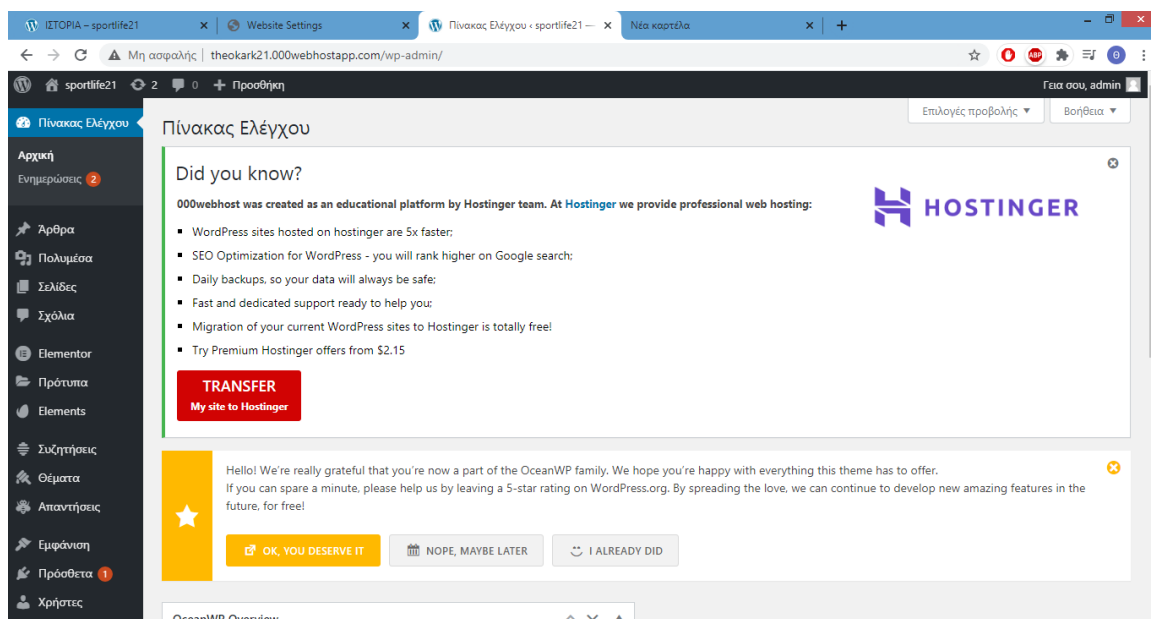
5.2 Σύνδεση στο Wordpress

Όταν θέλουμε να μπούμε στον πίνακα ελέγχου του Wordpress για να επεξεργαστούμε το site μας, το μόνο το οποίο έχουμε να κάνουμε είναι να πληκτολογήσουμε το όνομα domain του site μας (yourdomain.com/wp_admin) και να συνδεθούμε με το όνομα χρήστη και τον κωδικό που έχουμε δηλώσει προηγουμένως.



Σύνδεση Wordpress

5.3 Το περιβάλλον του Wordpress

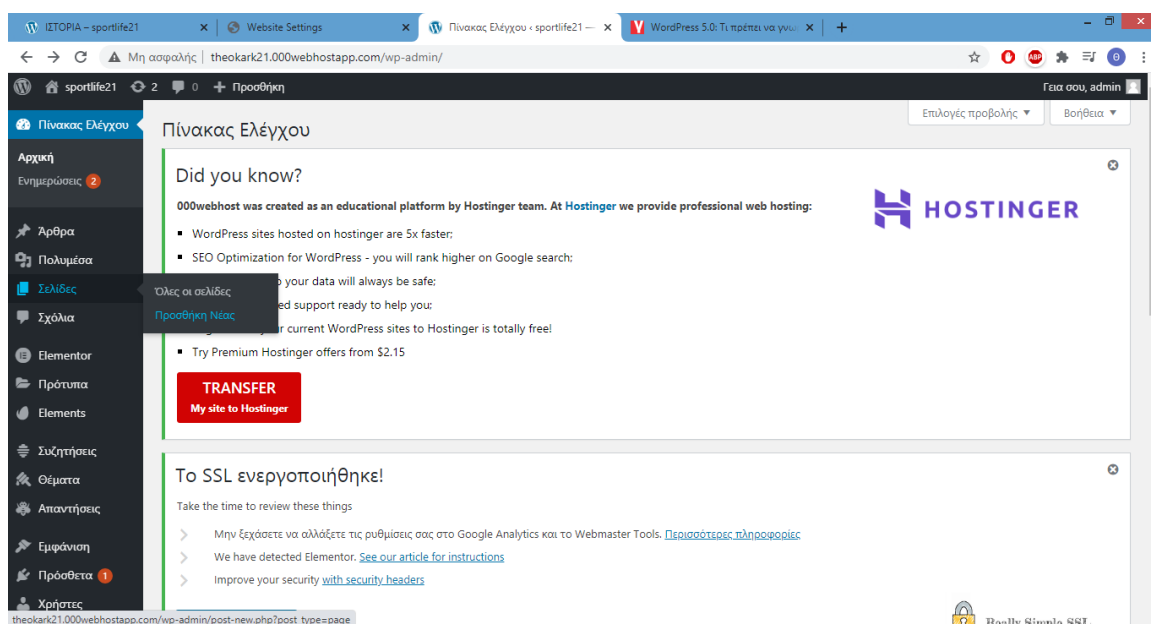


Εδώ βλέπουμε τον γραφικό χαρακτήρα του Wordpress. Οι λειτουργίες του είναι οι εξής

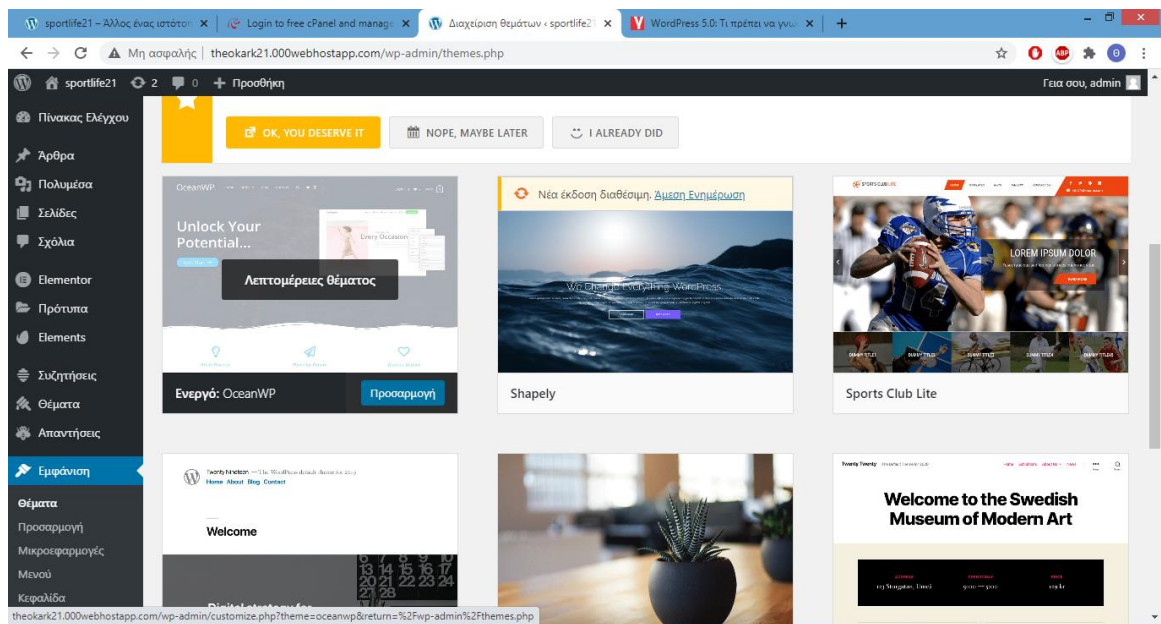
- 1) Πίνακας ελέγχου: Εδώ έχουμε πρόσβαση στα σημεία που αφορούν την διαχείριση.
- 2) Άρθρα: Μπορούμε να κάνουμε επεξεργασία παλαιότερων άρθρων, να δημιουργήσουμε καινούρια και να επεξεργαστούμε τις κατηγορίες.
- 3) Πολυμέσα: Μέσα από αυτήν την επιλογή μπορούμε να διαχειριστούμε τα αρχεία που ανεβάζουμε και έχει να κάνει με τις εικόνες και τα βίντεο.
- 4) Σελίδες: Με αυτήν την επιλογή μπορούμε να δημιουργήσουμε νέες σελίδες, να τις επεξεργαστούμε και να δούμε τις ήδη υπάρχουσες.
- 5) Σχόλια: Εδώ διαχειριζόμαστε και βλέπουμε τα σχόλια στην ιστοσελίδα μας από τους χρήστες.
- 6) Εμφάνιση: Εδώ ελέγχουμε την εμφάνιση της ιστοσελίδας μας. Μπορούμε να δημιουργήσουμε μενού να προσθέσουμε κάποιο θέμα και γενικότερα να αλλάξουμε τον φόντο του site μας.
- 7) Πρόσθετα: Εδώ διαχειριζόμαστε και έχουμε την δυνατότητα να εγκαταστήσουμε νέα πρόσθετα απαραίτητα για το site μας.
- 8) Χρήστες: Εδώ βλέπουμε τους χρήστες του site μας.
- 9) Εργαλεία: Εδώ κάνουμε εισαγωγή και εξαγωγή αρχείων για την ιστοσελίδα μας.
- 10) Ρυθμίσεις: Εδώ διαχειριζόμαστε όλες τις ρυθμίσεις του περιβάλλοντος του Wordpress.

5.4 Ανάπτυξη της ιστοσελίδας

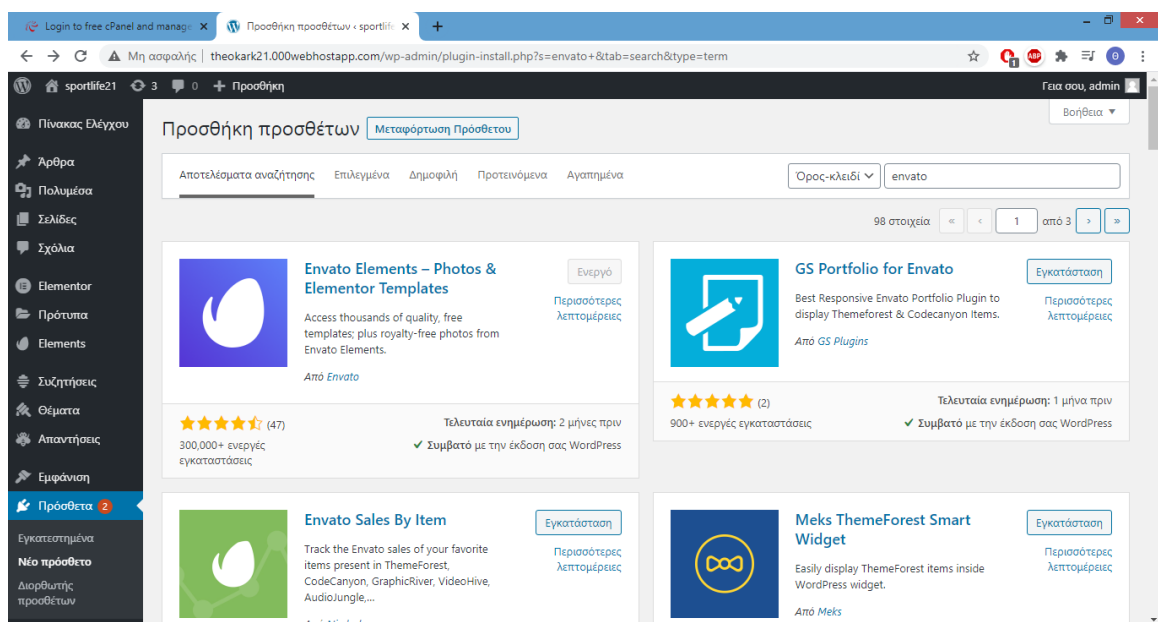
Πριν αρχίσουμε να κατασκευάσουμε την ιστοσελίδα μας, θα πρέπει να έχουμε ξεκαθαρίσει ποιες θα είναι οι βασικές λειτουργίες τις οποίες θα κάνει. Σκοπός μας είναι να κατασκευάσουμε ένα αθλητικό blog, το οποίο να εξυπηρετεί τις ανάγκες του χρήστη και να είναι φιλικό προς αυτό. Το site μας θα το ονομάσουμε sportlife21. Για να το αλλάξουμε αυτό θα πάμε στις ρυθμίσεις στα γενικά και θα αλλάξουμε τον τίτλο ιστότοπου σε sportlife21. Έπειτα πατάμε αποθήκευση αλλαγών. Ύστερα θα δημιουργήσουμε την αρχική μας σελίδα. Για να γίνει αυτό θα πάμε στην κατηγορία σελίδες και θα κλικάρουμε πάνω στο προσθήκη νέας.



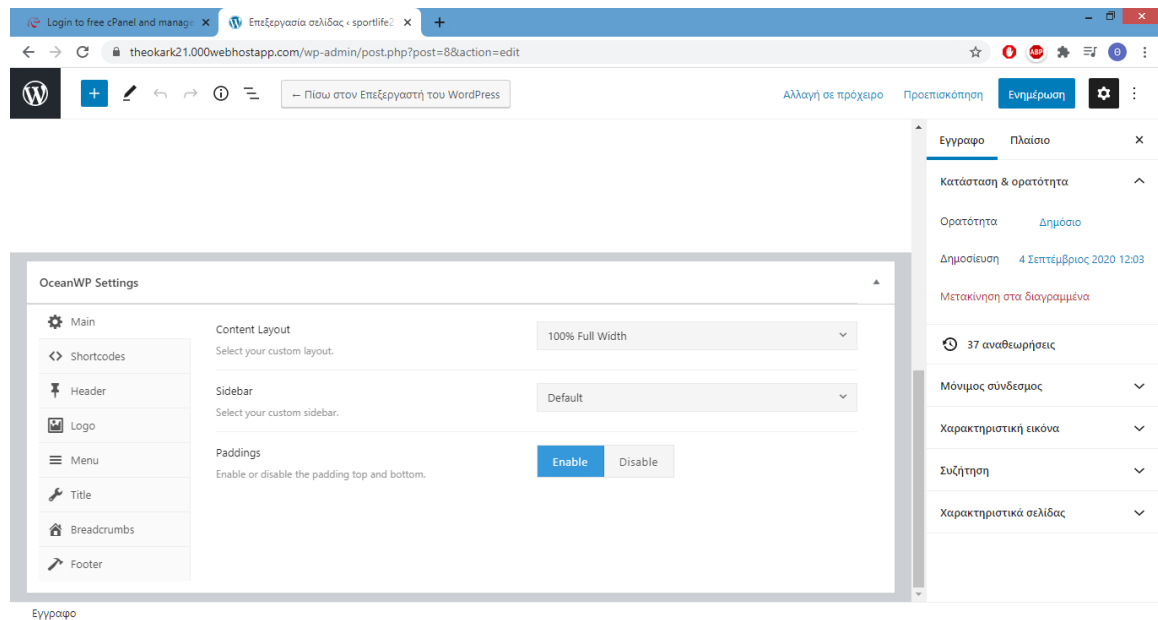
Αφού την δημοσιεύσουμε θα την ορίσουμε ως αρχική, επομένως θα πάμε στις ρυθμίσεις και θα πατήσουμε ανάγνωση. Θα πατήσουμε σελίδα και στην αρχική σελίδα θα γράψουμε Αρχική. Τέλος θα πατήσουμε αποθήκευση αλλαγών. Το επόμενο και βασικό βήμα είναι να εγκαταστήσουμε ένα θέμα. Επομένως θα πάμε στην εμφάνιση και θα πατήσουμε θέματα. Αν πατήσουμε προσθήκη νέου θα δούμε ότι μας βγάζει πολλά θέματα τα οποία είναι πάρα πολύ καλά και δωρεάν, αλλά δεν μας αφήνουν να κάνουμε και πάρα πολλές αλλαγές. Αν θέλουμε να φτιάξουμε ένα πολύ καλό site σίγουρα δεν θα μας βολέψει. Βέβαια υπάρχει ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο που θα μας βοηθήσει να φτιάξουμε το site μας όπως θέλουμε, το οποίο ονομάζεται elementor page builder. Θα πρέπει να εγκαταστήσουμε το θέμα με όνομα OceanWP. Πρόκειται για ένα δωρεάν θέμα και είναι από τα καλύτερα διότι μας επιτρέπει να αλλάξουμε τα πάντα, κάτι το οποίο είναι πολύ καλό για ένα δωρεάν θέμα και σε συνδυασμό με το elementor page builder μπορούμε να κάνουμε πολλά πράγματα.



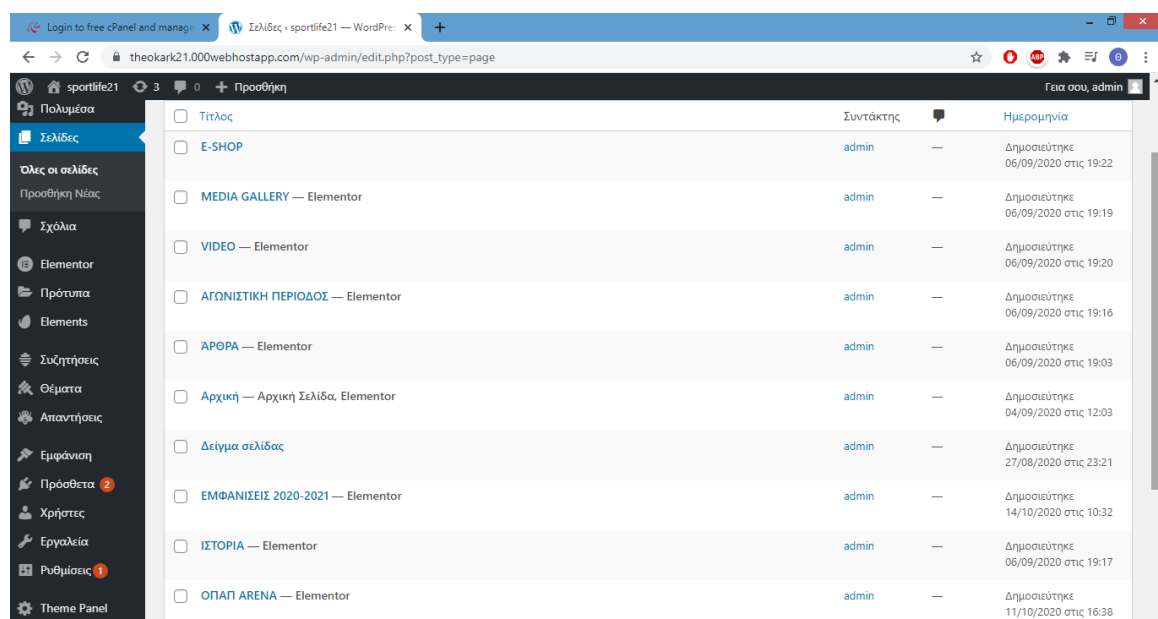
Αφού το εγκαταστήσουμε θα πατήσουμε ενεργοποίηση. Το επόμενο βήμα είναι να εγκαταστήσουμε κάποια plugins τα οποία είναι απαραίτητα. Αυτά τα απαραίτητα plugins ώστε να καλύψουμε τις ανάγκες και να κάνουμε πιο εύκολη τη ζωή μας για την ιστοσελίδα είναι το elementor, ocean extra και το envato elements. Για να τα εγκαταστήσουμε πρέπει να πάμε στα Πρόσθετα->νέο πρόσθετο και στην αναζήτηση να πληκτρολογήσουμε το plugin το οποίο θέλουμε.



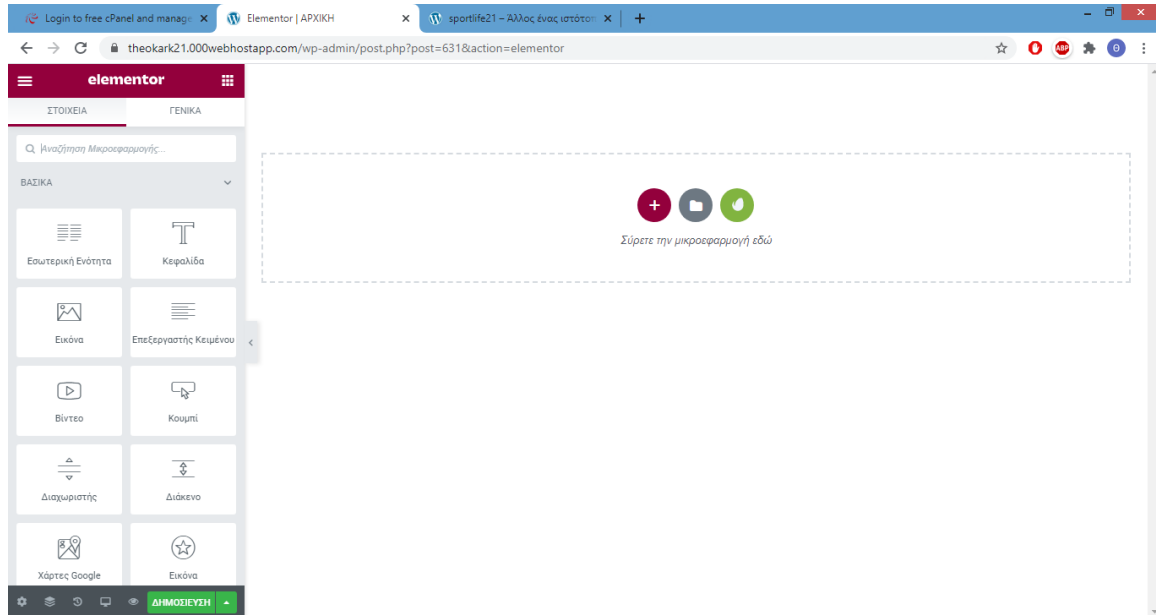
Αυτό το οποίο θα κάνουμε είναι να χτίσουμε τον κορμό και το υποσέλιδο της ιστοσελίδας με το elementor page builder και την επικεφαλίδα θα την χτίσουμε με το OceanWp, το οποίο είναι το θέμα που εγκαταστήσαμε προηγουμένως. Θα επιλέξουμε την αρχική σελίδα και καθώς έχουμε εγκαταστήσει το πρόσθετο oceanextra έχουμε κάποιες extra ρυθμίσεις όπως φαίνεται και στην παρακάτω εικόνα.



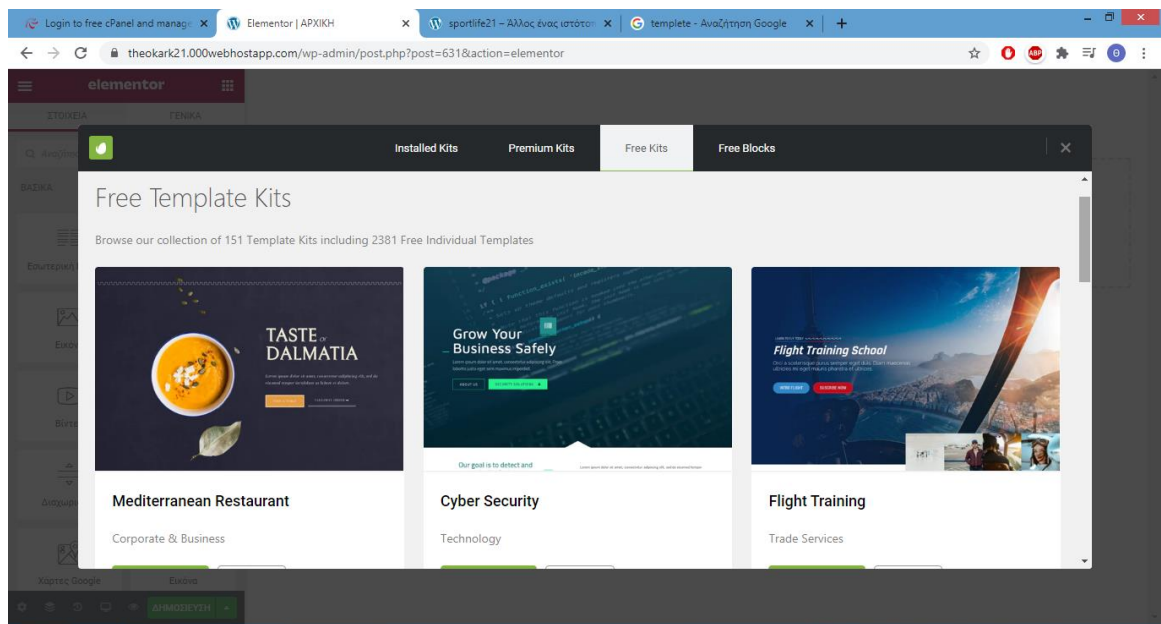
Με αυτές τις επιλογές διαμορφώνουμε την σελίδα όπως εμείς επιθυμούμε. Αυτό που θα κάνουμε τώρα είναι να προσθέσουμε περισσότερες σελίδες και θα κάνουμε τις ίδιες ρυθμίσεις για oceanextra. Οι σελίδες οι οποίες θα προσθεθούν είναι οι εξής: ΑΡΘΡΑ, MEDIA GALLERY, VIDEO, ΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ, ΕΜΦΑΝΙΣΕΙΣ 2020-2021, ΙΣΤΟΡΙΑ, ΟΠΑΠ ARENA, E-SHOP. Επίσης θα κάνουμε τις ίδιες ρυθμίσεις που κάναμε και με την αρχική σελίδα.



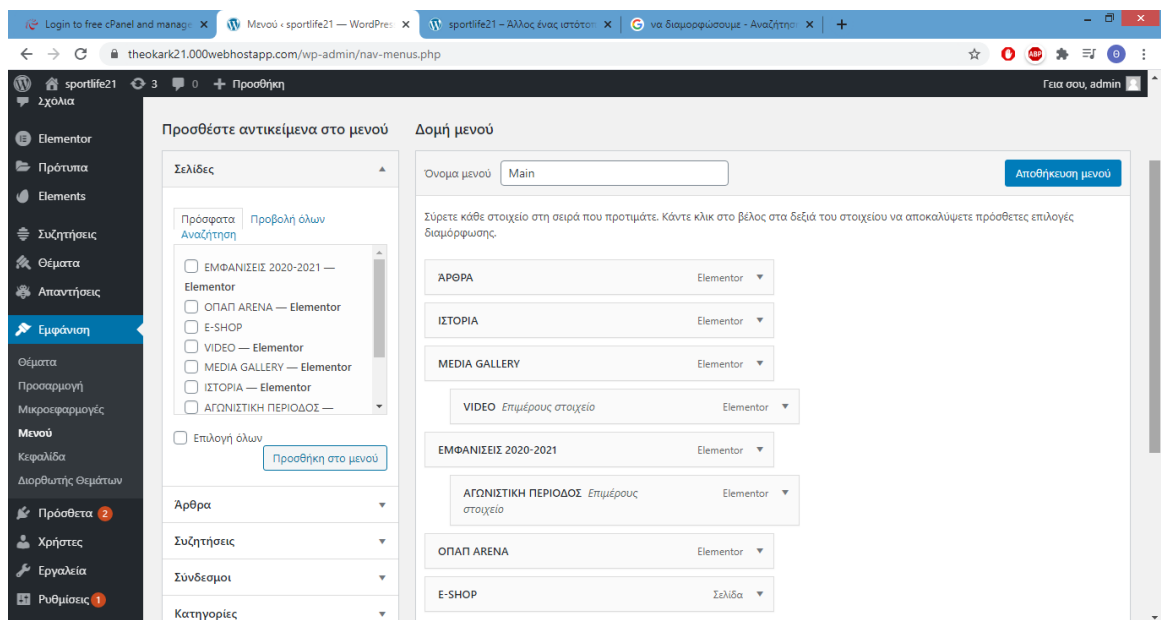
Το επόμενο βήμα είναι η εκκίνηση του elementor page builder. Αυτό το οποίο πρέπει να κάνουμε για να επεξεργαστούμε τις σελίδες, είναι να πάμε στις σελίδες που διαμορφώσαμε προηγουμένως και πηγαίνουμε επεξεργασία. Καθώς θα κλικάρουμε στην επεξεργασία αμέσως μετά θα δούμε στην κορυφή το κουμπί επεξεργασία με το elementor.



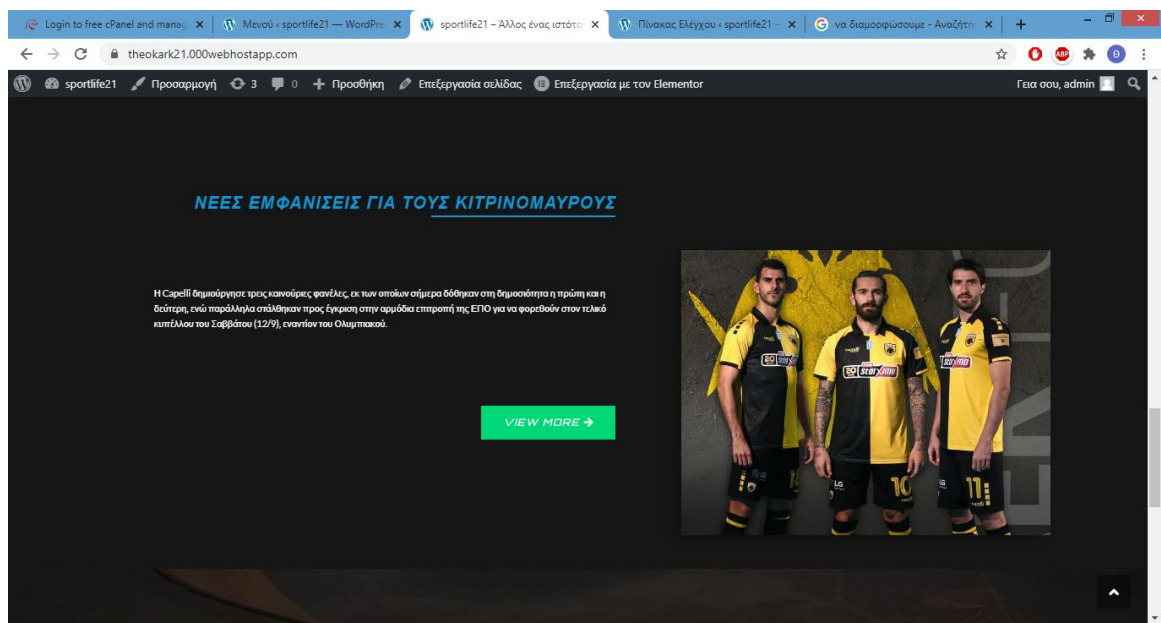
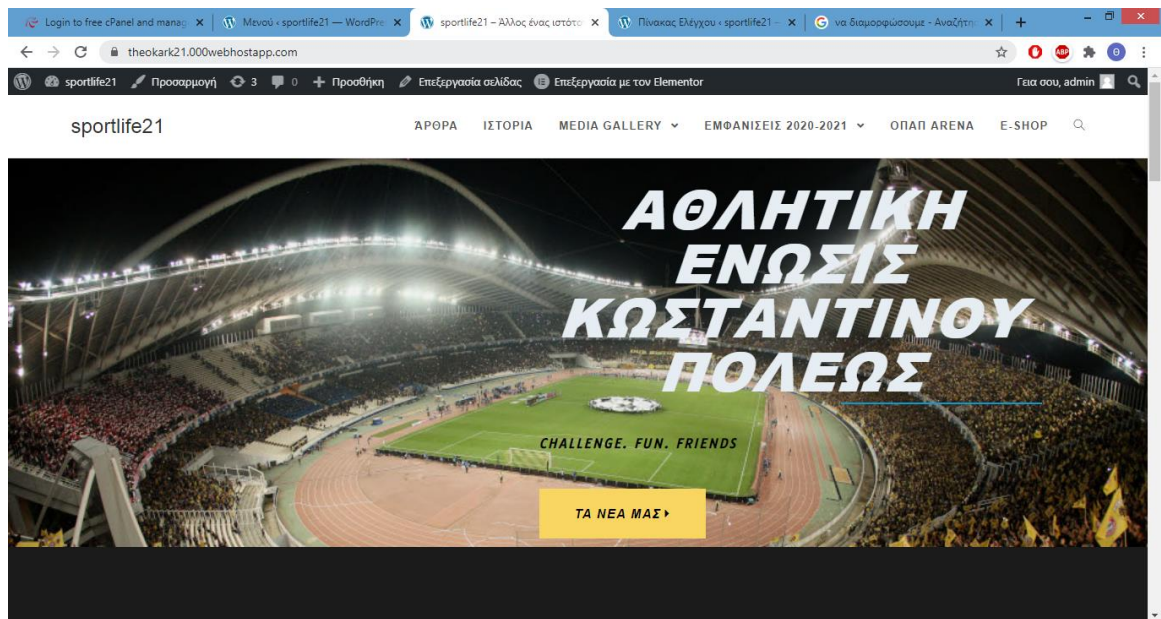
Αυτός είναι ο elementor page builder και μας κάνει την ζωή πιο εύκολη. Στην αριστερή πλευρά όπως φαίνεται και στην παραπάνω εικόνα είναι όλες οι επεξεργασίες που μπορούμε να κάνουμε. Το καλό με το elementor είναι ότι υπάρχουν πολλές ρυθμίσεις που μπορούμε να κάνουμε ώστε να φαίνεται ωραίο το site μας και οι περισσότερες από αυτές είναι επαναλαμβανόμενες. Πέρα από τις ρυθμίσεις που υπάρχουν στην αριστερή πλευρά, υπάρχουν και κάποια έτοιμα templates. Αυτό για να το κάνουμε πατάμε πάνω στο πράσινο εικονίδιο του envato elements και καθώς πατήσουμε πάνω στο Free Kits βλέπουμε όλα τα δωρεάν templates που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για την σελίδα μας.



Μέσα από αυτά τα εργαλεία τα οποία μας προσφέρει το elementor μπορούμε να επεξεργαστούμε τις σελίδες και να προσθέσουμε άρθρα , να επεξεργαστούμε βίντεο να προσθέσουμε βίντεο και γενικότερα να διαμορφώσουμε ένα πανέμορφο site που θα καλύπτει τους επισκέπτες στην ιστοσελίδα μας. Εφόσον επεξεργαστούμε όλες τις σελίδες μας, αμέσως μετά θα φτιάξουμε το μενού. Για να το κάνουμε αυτό θα πάμε στην εμφάνιση ->Μενού θα δημιουργήσουμε ένα νέο μενού το οποίο θα το ονομάσουμε Main.



Στα αριστερά μπορούμε να δούμε όλες τις σελίδες που έχουμε φτιάξει. Τις επιλέγουμε όλες και θα πατήσουμε προσθήκη στο μενού και κάνουμε τις απαραίτητες ρυθμίσεις. Καθώς έχουμε δει όλες τις επιλογές για να δημιουργήσουμε το site μας οι οποίες όπως είπαμε οι περισσότερες είναι επαναλαμβανόμενες, θα παρουσιάσουμε παρακάτω ένα δείγμα εικόνων από το site.



theokark21.000webhostapp.com/ap8pa/

παρατηρήσεις Καρέρα

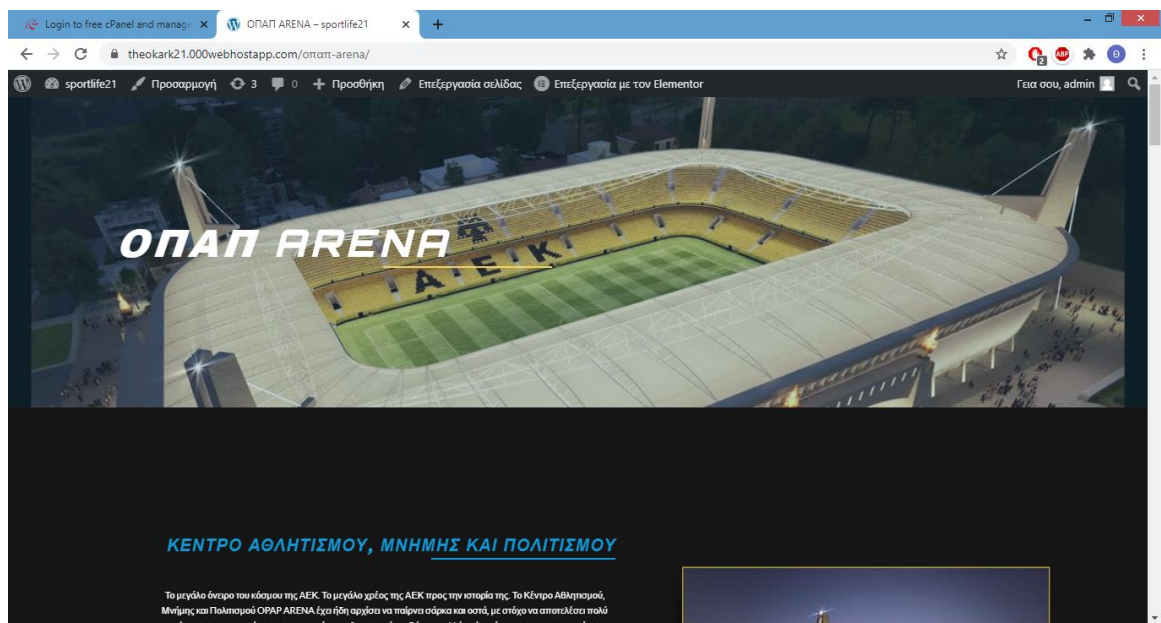
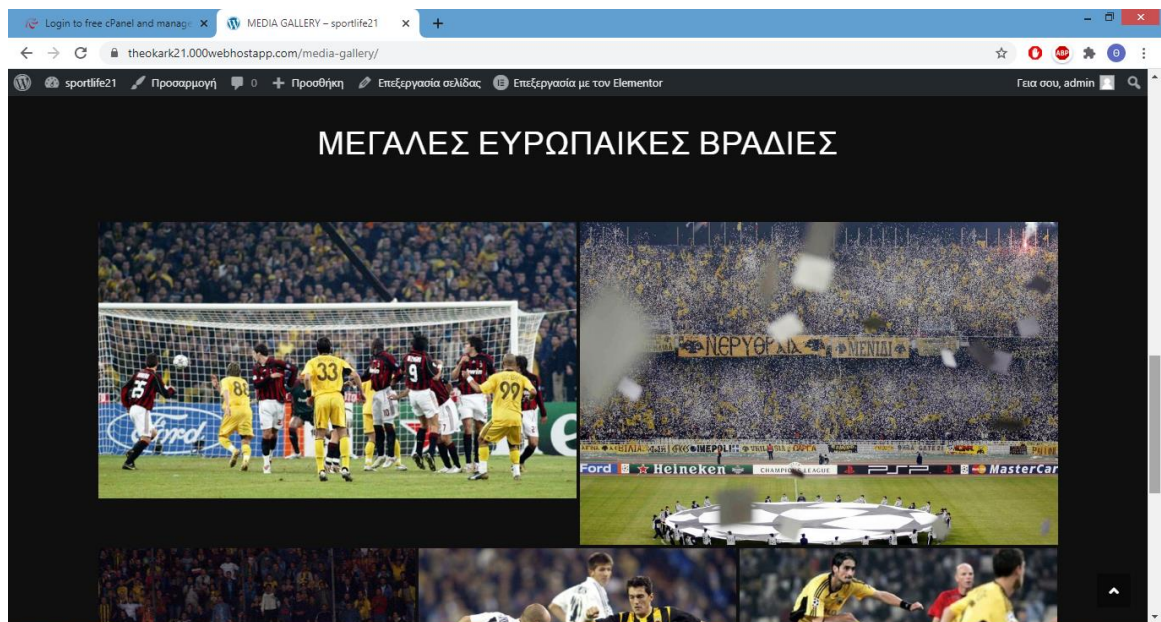


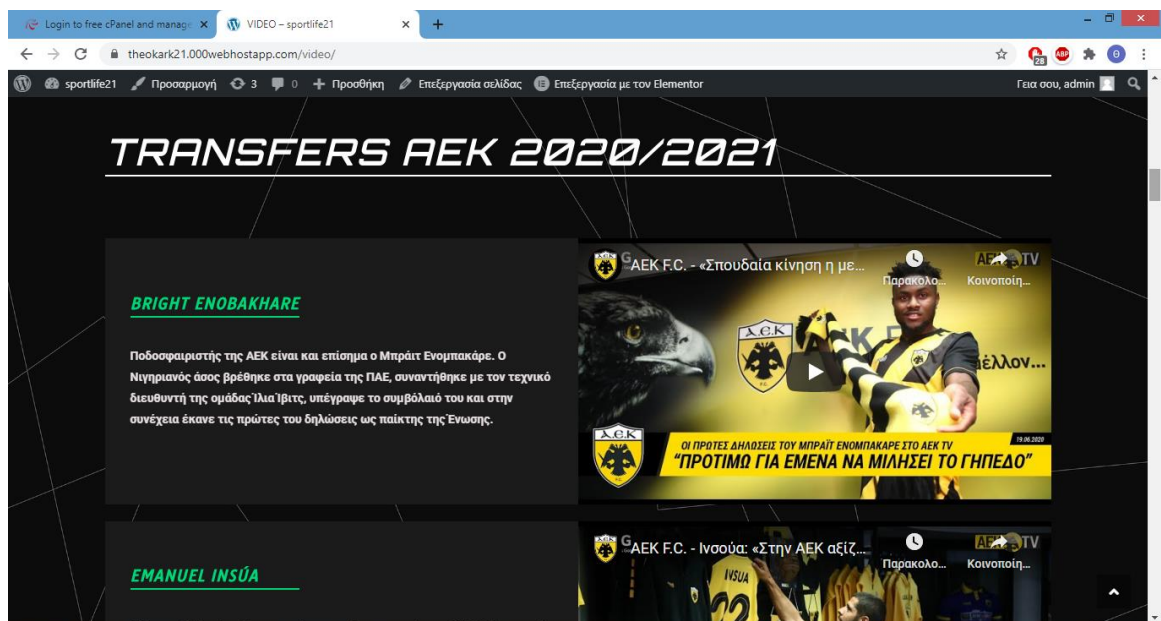
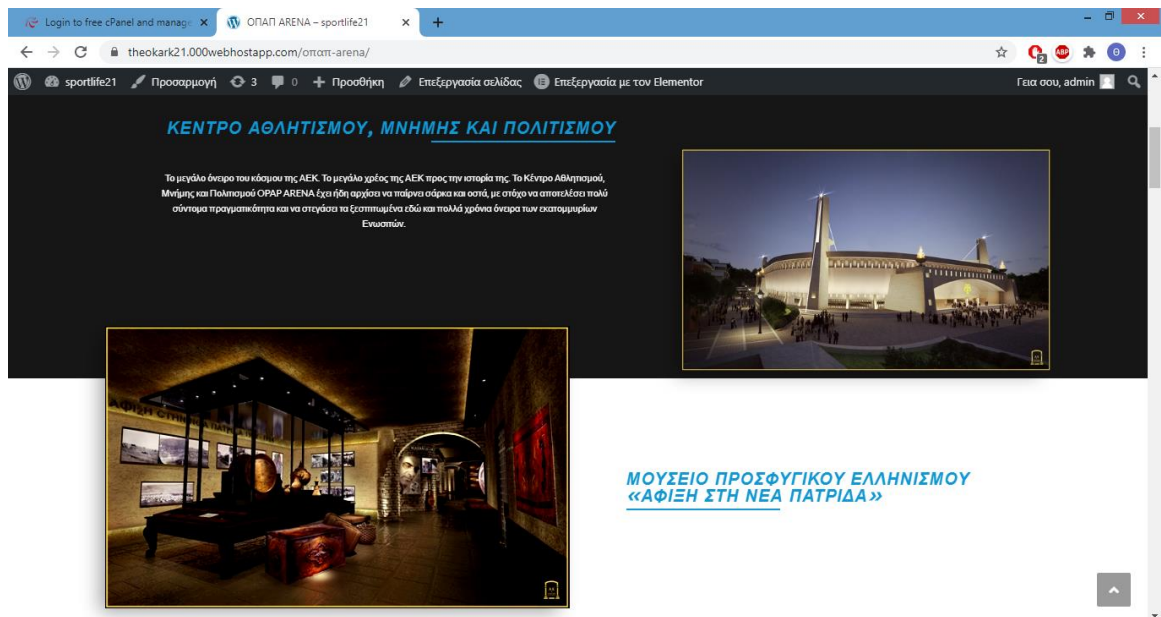
Στο χθεσινό φιλικό με τον Ιωνικό, σημείο αναφοράς μεσοεπιθετικά για την ΑΕΚ και κορυφαίος ποδοσφαιριστής της, ήταν ο Μάρκο Λιβάνια. Ο οποίος, στο πρώτο ημίχρονο κινούνταν ως ελεύθερος πίσω από τον Καρίμ, ενώ στην επανάληξη πέρασε στην κορυφή της επίθεσης. Ο Κροάτης, ήταν αυτός που έκανε και τη διαφορά ουσιαστικά, καθώς έχει μια ασίστ όταν με εκτέλεση φάουλ σερβίρει το 1-0 βρίσκοντας το κεφάλι του Χιντι που κυριαρχούσε στον αέρα, ενώ διαμόρφωσε και το τελικό σκορ, με εύστοχη εκτέλεση πέναλτι. Γενικά, ο Μάρκο, είχε πολλά κέφια παίζοντας και ως ελεύθερος και στην κορυφή, πήρε πρωτοβουλίες και δημιούργησε πολλά προβλήματα στον αντίπαλο, τότε φιλάχοντας φάσεις για τους συμπαίκτες του και τότε απειλώντας ο ίδιος με κάποια ατομική προσπάθεια-πρωτοβουλία. Πάντως, δεν έλειψαν και οι παρατηρήσεις από τον Μάσιμο Καρέρα. Συγκεκριμένα όταν το ματς... αγρίεψε με κάποια μαρκιόρματα από τους αντιπάλους, ο Λιβάνια αντέδρασε με τον ήπαλο τεχνικά να παρεμβαίνει άμεσα και να λείει στον Κροάτη να ηρεμήσει αλλιώς καλύτερα να βγει. Πράγματι, ο Μάρκο, από εκεί και πέρα κοίταξε μόνο το παιχνίδι του, ήταν απόλυτα ήρεμος και συγκεντρωμένος και όποτε έπαιρνε την μπάλα στα πόδια του δημιουργούσε πολύ μεγάλα προβλήματα στην αντίπαλη άμυνα.

[Learn More](#)

theokark21.000webhostapp.com/istopia/

	GREEK CHAMPIONS 17/18, 93/94, 92/93, 91/92, 88/89, 78/79, 77/78, 70/71, 67/68, 62/63, 39/40, 38/39 12
	GREEK CUP WINNER 15/16, 10/11, 01/02, 99/00, 96/97, 95/96, 82/83, 77/78, 65/66, 63/64, 55/56, 49/50, 48/49, 38/39, 30/31 15
	GREEK SUPER CUP WINNER 95/96, 88/89, 70/71 3





ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας τα συμπεράσματα τα οποία βγαίνουν είναι, ότι τα cms είναι πολύ ενδιαφέρον και καινοτόμα τεχνολογία η οποία είναι αρκετά διαδεδομένη και δημοφιλής και αυτό γιατί έχει αποδειχθεί κατάλληλο για κάθε χρήση. Η διαδικασία κατασκευής ενός αθλητικού blog που είναι και το αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας, δηλαδή η επεξεργασία και η δημιουργία των σελιδών, η παραμετροποίηση των plugins, το μενού έγινε πολύ πιο εύκολα απ' ότι θα γινόταν με άλλο cms. Όπως αναφέραμε στην αρχή υπάρχουν και κάποια πλεονεκτήματα όπως επίσης και μειονεκτήματα. (Στην παρούσα πτυχιακή θα μπορούσαμε να την ολοκληρώσουμε με την κατασκευή e-shop, η οποία θα γίνει αργότερα μετά το προπτυχιακό).

Κατά προσωπική μου άποψη τα cms καθώς σε όλον τον τεχνολογικό κόσμο έχουν κατακτήσει μεγάλη αξία, θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια με γρήγορο ρυθμό. Γενικά έχουν πολύ μέλλον μπροστά τους και με αυτό το υπέροχο εργαλείο ένας απλός χρήστης μπορεί να δημιουργήσει μία ιστοσελίδα από το μηδέν μέσα σε πολύ λίγο χρόνο και χωρίς ιδιαίτερες γνώσεις. Με βάση τα παραπάνω, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το Wordpress είναι το πιο κατάλληλο cms για την υλοποίηση ενός αθλητικού blog.

Bibliography

- Joomla, Drupal και Wordpress - πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.* (2001). Ανάκτηση από IP.GR:
https://www.ip.gr/Web_Development/joomla_drupal_wordpress_%CF%80%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1_%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-375.html
- Τι είναι CMS - Content Management System.* (2001). Ανάκτηση από IP.GR:
https://www.ip.gr/el/dictionary/390-CMS___Content_Management_System
- Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου.* (2012). Ανάκτηση από
<http://www.kepa.gov.cy/Diktiothite/>:
<http://www.kepa.gov.cy/diktiothite/Portal/PortalDocuments.aspx?DocumentId=a5d27b95-5b46-4a56-a535-0c2324141d42>
- Διακομιστές.* (2014). Ανάκτηση από www.aiotech.gr: <https://www.aiotech.gr/diakomistes-servers/>
- Διαφήμιση στο ίντερνετ – Τρόποι διαφήμισης & προώθησης στο web.* (2019). Ανάκτηση από
Make my Web: <https://www.makemyweb.gr/diafimisi-internet-tropoi-diafimisis-proothisis-web>
- Τι είναι ο Server (Web Server / Διακομιστής / Εξυπηρετητής).* (2019). Ανάκτηση από
[philoxenos.com](http://www.philoxenos.com): <https://www.philoxenos.com/ti-ine-o-server-web-server-diakomistis-exipiretitis/>
- ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ: ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ WEB HOSTING.* (2020).
Ανάκτηση από [seo.org.gr](http://www.seo.org.gr): <https://www.appgene.net/blog/filoksenia-istoselidon-tips-gia-web-hosting/>
- 14 οφέλη από τη χρήση του WordPress.* (2020). Ανάκτηση από Hellenic Technologies :
<https://hellenictechnologies.com/14-ofeli-apo-ti-chrisi-toy-wordpress/>
- Digital Marketing.* (2020). Ανάκτηση από Pavla SA :
https://pavla.gr/el/digitalmarketing/?gclid=Cj0KCQjwsuP5BRCoARIsAPtX_wH4TqBp-rstbMtl9gcWpxNiriybvnJ8wKacDGOV1UMN6ySONIY2RbUaAv4UEALw_wcB
- Social Media Marketing.* (2020). Ανάκτηση από eshoped.gr: https://eshoped.gr/social-media-marketing/?gclid=Cj0KCQjwyJn5BRDrARIsADZ9ykHrws-zv61dIFzrUq5fLAESISsM23z229CVotcmXy9jqrtalS69GXsaAtbxEALw_wcB
- Web Hosting - Αναλυτικά Χαρακτηριστικά.* (2020). Ανάκτηση από vistoweb.gr:
<http://www.vistoweb.gr/hosting/features.html>
- Πλεονεκτήματα ενός CMS ανοιχτού κώδικα.* (2020). Ανάκτηση από Proteasoft Solutions:
<https://www.proteasoft.com/el/istologio/pleonektimata-enos-cms-anoixtoy-kodika>
- Πλεονεκτήματα ενός CMS ανοιχτού κώδικα.* (2020). Ανάκτηση από Proteasoft Solutions:
<https://www.proteasoft.com/el/istologio/pleonektimata-enos-cms-anoixtoy-kodika>

- Πως να κατοχυρώσετε ένα όνομα τομέα. (2020). Ανάκτηση από eurid.eu:
<https://eurid.eu/el/katoxyrwste-ena-onoma-tomea-eu/>
- Σημαντικά πλεονεκτήματα του WordPress. (2020). Ανάκτηση από botlane.gr:
<https://botlane.gr/pleonektimata-wordpress/>
- Συμβουλές για να Πάρετε Ένα Όνομα Τομέα (Domain Name). (2020). Ανάκτηση από techteam.gr:
<https://www.techteam.gr/domain-name/>
- Τι είναι ο web server;. (2020). Ανάκτηση από SEO.ORG.GR: <https://seo.org.gr/ti-einai-o-web-server/>
- Armenis, T. (2018, 01 10). Ποιο είναι το καλύτερο CMS;. Ανάκτηση από contactopen-techgr:
<https://open-tech.gr/poio-einai-to-kalytero-cms/>
- TSAMOURAS, V. (2020). Πως να φτιάξω banner για επιτυχημένη online διαφήμιση. Ανάκτηση από impressi.gr: <https://www.impressi.gr/blog/276-pos-na-ftiakso-banner-gia-epityximeni-online-diafimisi>
- Ανδρέας, Κ. (2010). Ανοικτού ή Κλειστού κώδικα cms. Ανάκτηση από Market 2 web:
<http://market2web.gr/open-vs-closed-source-cms/>
- Διβράμης, Γ. (2019). Τι είναι το WordPress και γιατί πρέπει να το χρησιμοποιήσετε;. Ανάκτηση από ParaMarketing.GR: <https://paramarketing.gr/wordpress-and-why-to-use-it/>
- Θεολόγης, Β. (2013). Είδη Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου. Ανάκτηση από http://pacific.jour.auth.gr/content_management_systems/eidi.htm
- Νίκα, Μ. (2018, 05 8). WordPress: Γιατί είναι τόσο δημοφιλές; Τα χαρακτηριστικά που το κάνουν να ξεχωρίζει! Ανάκτηση από dezitech.com: <https://www.dezitech.com/wordpress-giati-einai-dimofiles-xarakteristika-pou-to-kanoun-na-xechorizei/>
- Σακαλάκης, Π. (2015, 12 13). WordPress.org vs WordPress.com – Ποια είναι η διαφορά;. Ανάκτηση από Inkstory.gr: <https://inkstory.gr/wordpress-org-vs-wordpress-com-pia-ine-diafora/>
- Χατζημιχαηλίδης, Δ. (2020). Διαφήμιση στο ίντερνετ - 6+1 τρόποι προώθησης της επιχείρησής σας. Ανάκτηση από dicha.gr: <https://www.dicha.gr/blog/diafimisi-sto-internet>