

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ
ΕΛΛΑΔΙΚΟ ΧΩΡΟ*

Επιμέλεια: Δράκου Πηνελόπη
Λυτρίβης Κων/νος

Επιβλέπων καθηγητής: Μαρέτας Δημήτριος

Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ

Η επίτευξη των επιχειρησιακών στόχων μέσω της χρήσης ηλεκτρονικής επικοινωνιακής τεχνολογίας (internet, ψηφιακή τηλεόραση / ράδιο, mobile Marketing) σε συνδυασμό με τεχνολογικές εφαρμογές όπως το Μάρκετινγκ βάσεων δεδομένων (Data base Marketing) και η ηλεκτρονική διαχείριση σχέσεων πελατείας (e –CRM)

Σύγκριση με το παραδοσιακό

- Δυνατότητα συχνής μεταβολής και ανανέωσης των διαφημιζόμενων προϊόντων (24 ώρες το 24ωρο)
- Δυνατότητα διευρυμένης αγοράς (επικοινωνία με υποψήφιους πελάτες σε όλο τον κόσμο)
- Αλληλεπίδραση πελάτη - επιχείρησης και ανατροφοδότηση (feedback)
- Γρήγορη και άμεση μέτρηση αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής καμπάνιας
- Χαμηλότερο κόστος

Γιατί μια επιχείρηση να χρησιμοποιήσει το Διαδίκτυο ως κανάλι Μάρκετινγκ

- ✓ Πωλήσεις
- ✓ Επικοινωνία
- ✓ Δημόσιες σχέσεις
- ✓ Έρευνα αγοράς
- ✓ Εξυπηρέτηση πελατών
- ✓ Μείωση κόστους
- ✓ Έλεγχος

Χαρακτηριστικά της διαφήμισης στο WWW

- Εξατοδικευμένη διαφήμιση
- Στατιστικά στοιχεία
- Μεταφέρει το διαφημιστικό μήνυμα για το προϊόν
- Συνδέει το χρήστη με τη σελίδα της διαφημιζόμενης εταιρείας

Ηλεκτρονικές συναλλαγές

- Να παρέχουν μεγάλο βαθμό ασφάλειας και προστασίας του απορρήτου.
- Να καθιστούν εύκολη και απλή την επιστροφή προϊόντων ή υπηρεσιών που δεν είναι αρεστά ή παρουσιάζουν πρόβλημα στους αγοραστές μέσω υπολογιστή.
- Να χρησιμοποιούν λογισμικό που να κάνει τις αγορές μέσω υπολογιστή πιο γρήγορες και πιο ξεκούραστες για το χρήστη.
- Να παρέχουν όσο το δυνατόν περισσότερες οπτικοακουστικές πληροφορίες, προσφέροντας καλύτερη αισθητική στην ιστοσελίδα και ταυτόχρονα εξαντλώντας όλες τις μορφές επικοινωνίας.

Ηλεκτρονικοί καταναλωτές

- Έχουν περισσότερες επιλογές
- Πληροφορούνται καλύτερα για τα προϊόντα
- Καλύτερη ποιότητα εξυπηρέτησης και επιτυχημένες εμπορικές προσπάθειες
- Ενεργούν ταχύτερα για την αγορά των προϊόντων

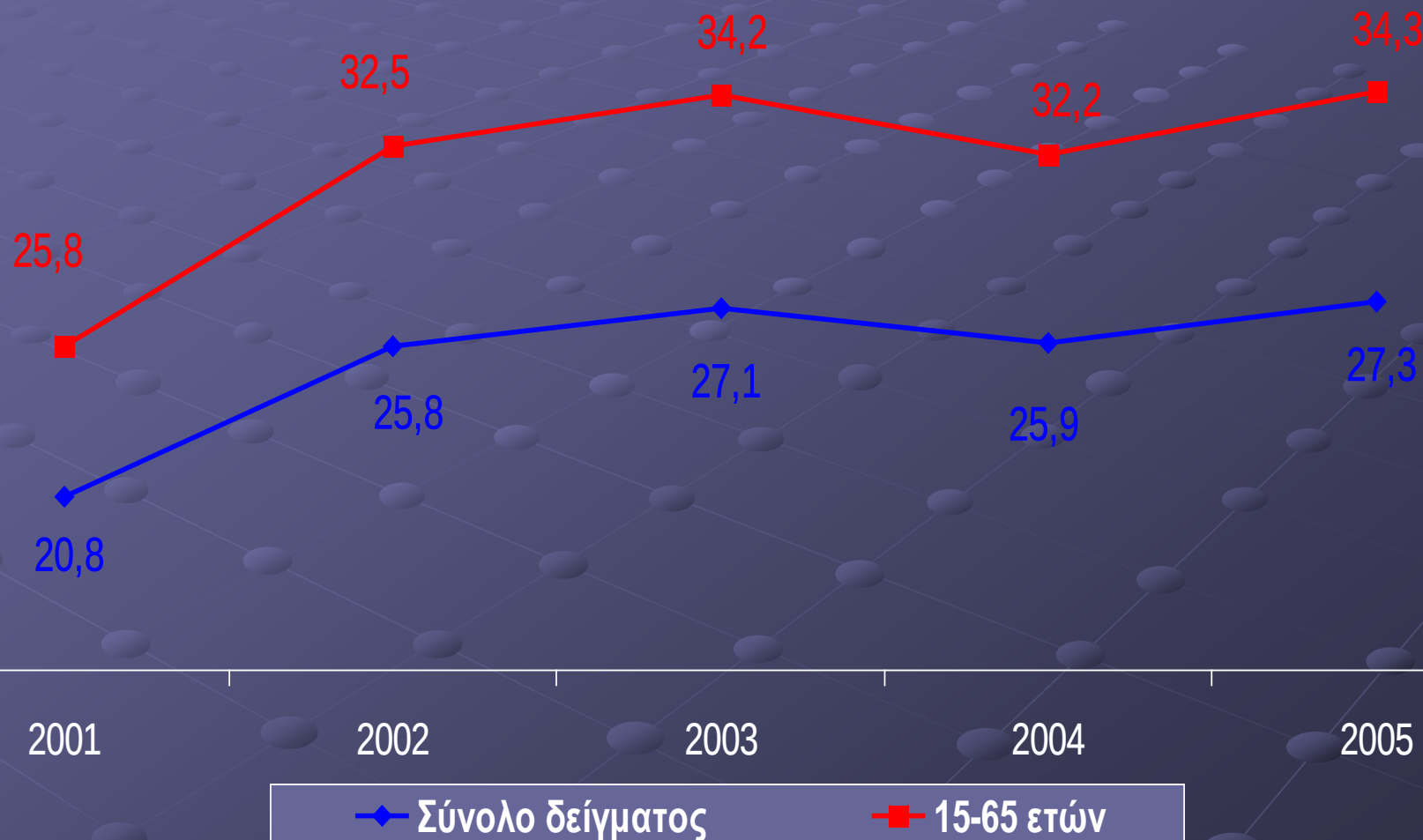
Έλληνες και Διαδίκτυο

- Συνεχής αύξηση χρηστών του Ίντερνετ
- Επιφυλακτικοί
- Φόβος για τη χρήση πιστωτικών καρτών

ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ, 2001 – 2005

Χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικό υπολογιστή;

(Σύνολο δείγματος, 2001: 6090 άτομα, 2002: 2461 άτομα, 2003: 2802 άτομα, 2004: 2804 άτομα, 2005: 2741 άτομα)

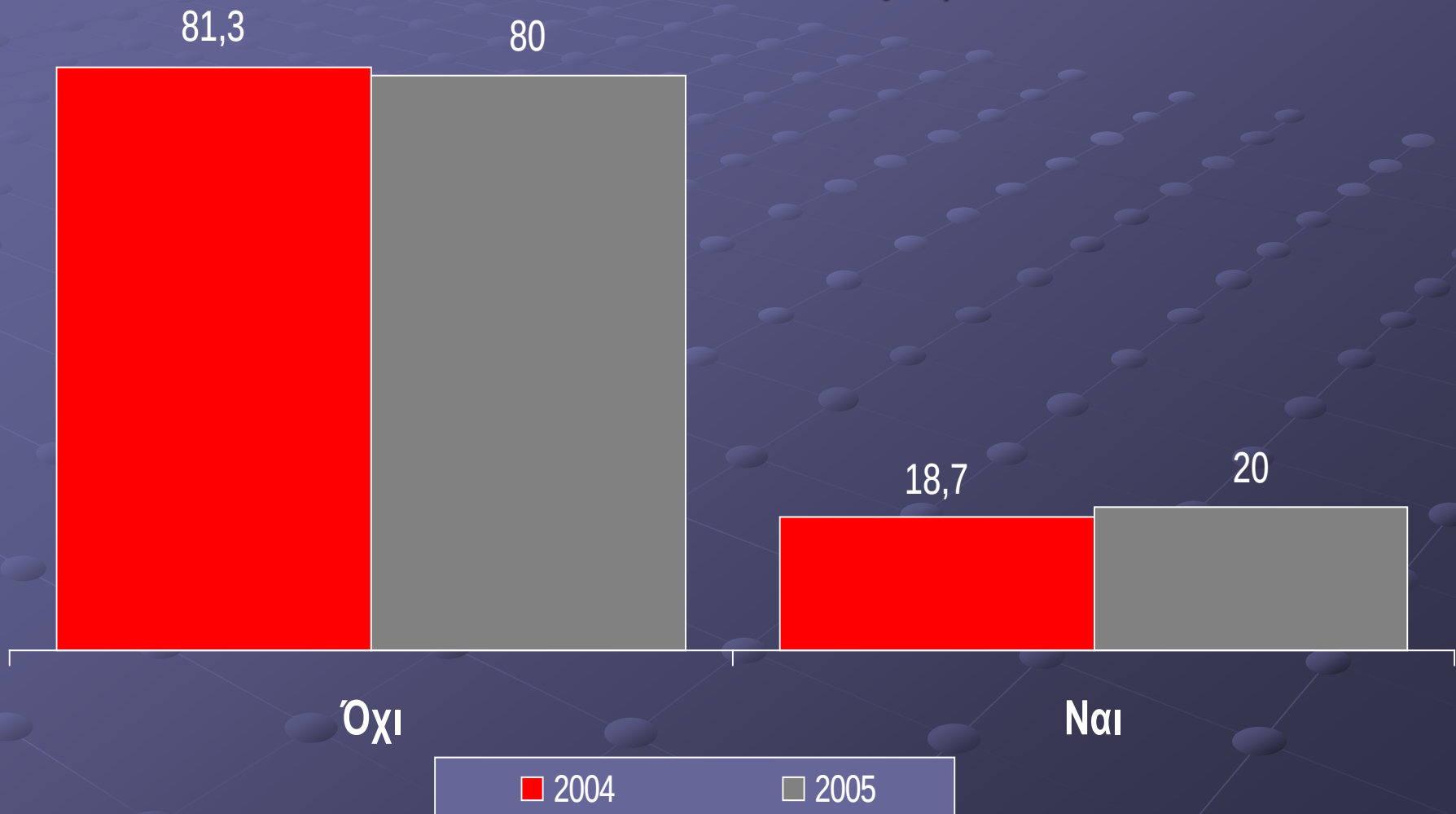


ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ (E-SHOPPING), 2004 - 2005

Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο προϊόν, ή υπηρεσία μέσω Ίντερνετ;

(Απαντούν όσοι χρησιμοποιούν Ίντερνετ, 2004: N = 552 άτομα,

2005: N = 535 άτομα)



Τεχνικές Ενσύρματης Διαφήμισης

- Banners
- Πληρωμένες παραπομπές σε μηχανές αναζήτησης
- Διαγωνισμοί και κληρώσεις
- Promotional Web Sites
- Advergames

Τεχνικές Διαφήμισης στο κινητό τηλέφωνο

- SMS
- EMS
- MMS
- Premium rate SMS

Προβλήματα Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ

- Η μη πρόσβαση όλων των υποψηφίων πελατών
- Ο δέκτης επιλέγει να επικοινωνήσει με την επιχείρηση
- Μειώνεται η επικοινωνία ανθρώπου με άνθρωπο
- Η έλλειψη ενός απόλυτα ασφαλούς μοντέλου συναλλαγών
- Κίνδυνος για τα προσωπικά δεδομένα του χρήστη
- Δεν έχει θεσπιστεί πλήρης νομοθετική κάλυψη σε θέματα ηλεκτρονικών συναλλαγών

Προοπτικές

Η εξοικείωση των Ελλήνων με τις νέες τεχνολογίες σε συνδυασμό με τις διεθνείς τάσεις ενισχύουν την άποψη ότι το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ ως ένα σύγχρονο και δυναμικό κανάλι επικοινωνίας προάγει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και οδηγούν στον βασικό στόχο, τη μεγιστοποίηση των κερδών μιας επιχείρησης.

Σήμερα μια επιχείρηση που δεν έχει εκσυγχρονιστεί ηλεκτρονικά δυσκολεύεται να ανταγωνιστεί και γενικά να λειτουργήσει.

Γενικότερα για να απευθυνθεί στη διεθνή αγορά μια επιχείρηση χρειάζεται το Διαδίκτυο. Για να είναι μια ιστοσελίδα επιτυχημένη στο Διαδίκτυο χρειάζεται να υπάρχει ένας σωστός συνδυασμός πρακτικών από πλευράς της επιχείρησης και ταυτόχρονα δημιουργικής εκμετάλλευσης των τεχνολογιών .

Προτάσεις

- Μείωση της φορολογίας στον ευρύτερο τομέα της τεχνολογίας και του Internet (Πολιτικές για την αύξηση της διείσδυσης του πληθυσμού στο Internet).
- Φιλελευθεροποίηση της αγοράς (Μικρότερη ανάμιξη). Κανόνες δεοντολογίας και αυτοδέσμευσης από τις εμπλεκόμενες εταιρείες.
- Εκπαίδευση των χρηστών Internet στα δικαιώματά τους αναφορικά σε πρακτικές ηλεκτρονικής διαφήμισης και δημιουργία σημείων επικοινωνίας του χρήστη με την πολιτεία σε περιπτώσεις παραβίασης αυτών.
- Καμπάνιες ενημέρωσης και εκπαίδευσης των Ελλήνων για τη χρήση του internet και τη σημαντικότητά του στην καθημερινή τους ζωή (τηλεπικοινωνίες, εκπαίδευση, ενημέρωση, ψυχαγωγία κ.α) και απενεχοποίηση του Internet από διάφορους φόβους και αρνητικά σχόλια και πρακτικές.
- Μέτρα υποστήριξης των πολιτών για την αγορά και χρήση συνδέσεων Internet κάθε μορφής.