

## JBR HELLAS LTD.

Business Consultants  
A member of Horwath  
Franchise Consulting Services  
Group in association with Eversheds

31, Voukourestiou str.  
106 73 Athens, Greece

Tel. +30-210-36 05 002  
Fax. +30-210-36 06 935

[www.jbrhellas.gr](http://www.jbrhellas.gr)



## Web Marketing:

### Νέα εργαλεία για καθημερινά προβλήματα

Το Web Marketing είναι marketing μέσω του διαδικτύου (internet)<sup>1</sup>. Με άλλα λόγια αφορά όλες τις δραστηριότητες μιας επιχείρησης που στόχο έχουν να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μέσω του διαδικτύου, ενδεχομένως δε και να ολοκληρώσουν και πωλήσεις σε ομάδες στόχους (target groups).

Λόγω της ευρύτητας του κοινού στο οποίο απευθύνεται, το διαδίκτυο παρέχει σημαντικές ευκαιρίες για το marketing και την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Ωστόσο, το marketing στο διαδίκτυο φαίνεται να είναι δυσκολότερο από ότι θεωρήθηκε αρχικά. Ο βασικός λόγος για αυτό είναι ότι το Web Marketing αποτελεί πολυσχιδή δραστηριότητα που βασίζεται σε 4 βασικούς άξονες:



<sup>1</sup> Όταν αναφερόμαστε στη διαδίκτυο εννοούμε την τεχνολογία και το δίκτυο που κάνει εφικτή την αλληλεπίδραση της επικοινωνίας, ανταλλαγή πληροφοριών και ηλεκτρονικών συναλλαγών. Αυτό συμπεριλαμβάνει λοιπόν Intranets και Extranets.



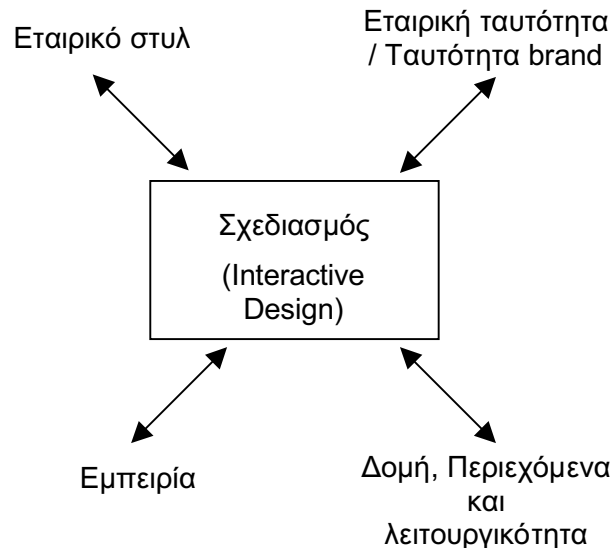
## **Marketing, Επικοινωνία και Πωλήσεις**

Το που αποσκοπεί το web marketing θα το καθορίσουν οι στόχοι marketing, επικοινωνίας και πωλήσεων. Ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν είναι για παράδειγμα:

- Τι ρόλο μπορεί να παίξει το διαδίκτυο στην υλοποίηση της στρατηγικής μας και τι θέλουμε να πετύχουμε;
- Ποιά πρόσθετη αξία μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας; Τι μπορούμε να κάνουμε για να εξυπηρετήσουμε τις κυοφορούμενες αλλαγές στην αγορά μας;
- Ποιές νέες δυνατότητες και ευκαιρίες προσφέρονται; Μπορούμε να αναγνωρίσουμε ή να δημιουργήσουμε νέες απαιτήσεις;
- Ποιές είναι οι πιθανότητες για cross selling, κοινές διαφημίσεις;
- Πως μπορούμε να εντάξουμε το διαδίκτυο στις δραστηριότητες που αυξάνουν την αφοσίωση (loyalty) των πελατών;
- Τι χρειάζεται να κάνουμε ώστε οι χρήστες να επισκέπτονται συχνά την ιστοσελίδα;
- Τι χρειάζεται να γίνει ώστε οι χρήστες πραγματικά να χρησιμοποιήσουν τις ιστοσελίδες μας καθώς και τις παρεχόμενες υπηρεσίες;
- Πώς μετατρέπουμε τους επισκέπτες της ιστοσελίδας μας σε πελάτες των καταστημάτων μας;

## **Σχεδιασμός (interactive design)**

Όταν θα αποφασίσετε να δημιουργήσετε τη δική σας ιστοσελίδα θα πρέπει να απαντήσετε στην ερώτηση πώς θέλετε να φαίνεται. Ο συνηθέστερος τρόπος σχεδιασμού καλύπτει τις ανάγκες για μια αμφίδρομη σχέση με τον χρήστη και για εύκολη ανεύρεση των επιμέρους σελίδων της ιστοσελίδας (interactive and navigation function). Γενικά μπορούμε να διακρίνουμε 4 στοιχεία που επηρεάζουν το σχεδιασμό:



- Εταιρική ταυτότητα / ταυτότητα brand: Ο πρώτος σημαντικός παράγοντας είναι η εταιρική ταυτότητα της επιχείρησης. Μία ιστοσελίδα χρειάζεται να υποστηρίξει και ενισχύσει την ταυτότητα του οργανισμού και του brand.
- Εταιρικό στυλ: Το στυλ της εταιρείας βασίζεται στην ταυτότητα που θέλει να δείξει η εταιρεία στην αγορά. Συχνά το εταιρικό στυλ που έχουμε δημιουργήσει δεν λαμβάνει υπόψη τις δυνατότητες ενός αμφίδρομου μέσου (interactive medium) όπως το διαδίκτυο. Η επικοινωνία μέσω μιας οθόνης διαφέρει από την επικοινωνία μέσω εντύπων, καθώς με το διαδίκτυο, ο χρήστης αποφασίζει συνεχώς ποιά θα είναι η επόμενη κίνησή του. Το ξεφύλλισμα των χαρτιών θα αντικατασταθεί από το χτύπημα ορισμένων κουμπιών. Επιπλέον, το διαδίκτυο προσφέρει πολλές δυνατότητες εργασίας με κινούμενα σχέδια, που μπορούν να αυξήσουν την αποτελεσματικότητα του μηνύματος προς τον χρήστη. Βασική ερώτηση είναι το πως μπορούμε να μεταφέρουμε το επιθυμητό στυλ ενός οργανισμού ή προϊόντος σε μία δυναμική ιστοσελίδα;
- Εμπειρία: Τι αίσθηση θέλουμε να δώσουμε στον χρήστη; Όταν μια ιστοσελίδα περιέχει πολλές πληροφορίες υπό την μορφή κειμένου, τότε χρησιμοποιούνται συχνά τα κουμπιά, που δείχνουν τι είδους πληροφορίες μπορεί να βρει ο χρήστης και πού (πχ κουμπιά όπως 'Προφίλ', 'Προϊόντα' ή 'Ιστορία').



Οι ιστοσελίδες που σχεδιάζονται με σκοπό να παρουσιάσουν τον οργανισμό με καινούργιο τρόπο, συχνά χρησιμοποιούν επιπλέον στοιχεία όπως εικονίδια και κινούμενα σχέδια, που επιτρέπουν την ευκολότερη πρόσβαση.

- Δομή και περιεχόμενα: Η φιλικότητα μιας ιστοσελίδας θα βελτιωθεί όταν η δομή και τα περιεχόμενα των πληροφοριών που θα περιέχει ληφθούν υπόψη κατά τον σχεδιασμό της. Για παράδειγμα το πλεονέκτημα των ιστοσελίδων τύπου database είναι ότι οι πληροφορίες μπορούν να αλλαχθούν γρήγορα και οι σελίδες να σχεδιασθούν δυναμικά. Οι δομές αυτές χρησιμοποιούνται συχνά σε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως και σε ιστοσελίδες όπου η ημερήσια ενημέρωση αποτελεί σημαντική ανάγκη.

### Τεχνικά Θέματα

Τα τεχνικά θέματα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για τη σωστή λειτουργία μιας ιστοσελίδας. Δυστυχώς τα θέματα αυτά είναι πολλές φορές δυσνόητα στον επιχειρηματία που παρασύρεται σε τεχνικές λύσεις που είναι οι πλέον εξελιγμένες τεχνικά αλλά που δεν εξυπηρετούν τους σκοπούς της επιχείρησης. Συχνά δε οι λύσεις αυτές είναι και οι πλέον ακριβές. Για παράδειγμα, πολλές ιστοσελίδες που έχουν κατασκευασθεί με ακριβή τεχνολογία είναι δύσχρηστες αφού απαιτούν πολύ ισχυρούς υπολογιστές προκειμένου να «κατέβουν» γρήγορα. Στο βαθμό που ο χρήστης δεν έχει τον αντίστοιχο υπολογιστή, είναι πολύ πιθανόν να μην έχει την υπομονή μέχρι να «κατέβει» η σελίδα και να μετακινηθεί σε άλλη ιστοσελίδα, πιθανώς κάποιου ανταγωνιστή.

Η ορθή επίλυση των τεχνικών θεμάτων περιλαμβάνει την ορθή αντιμετώπιση των παρακάτω παραμέτρων:

Τεχνολογία Database: τι είδους πληροφορίες χρειάζεται να αποθηκευθούν; Ποιό είναι το μέγεθος των πληροφοριών; Ποιές είναι οι συνέπειες για το είδος της database που θα χρησιμοποιηθεί; Πως θα συνδεθεί με τα δεδομένα των εσωτερικών συστημάτων της επιχείρησης;

Τεχνολογία διαδικτύου: Για πια έκδοση browser θα δημιουργηθεί η ιστοσελίδα; Ποιά ανάλυση (resolution) και πόσα χρώματα; Χρησιμοποιούμε τεχνική κινουμένων



σχεδίων (animation); Εάν ναι, ποια; Ποιά γλώσσα προγραμματισμού θα χρησιμοποιήσουμε πέραν της HTML (JavaScript, Java, DHTML κτλ.);

Hosting and connectivity: Που θα φιλοξενήσουμε την ιστοσελίδα; Σε ποιά πλατφόρμα; Πως παίρνουμε τα στοιχεία από την ιστοσελίδα στα συστήματα της εταιρείας μας;

Ασφάλεια και πρόσβαση: Πως διασφαλίζουμε τα στοιχεία που είναι στο internet server; Πως προστατεύουμε τους εαυτούς μας ενάντια στους hackers, τους ιούς κτλ.; Ποιός έχει πρόσβαση σε συγκεκριμένες πληροφορίες;

## **Οργάνωση**

Η ενεργή δραστηριοποίηση στο Web Marketing σημαίνει αλλαγές στην οργάνωση. Πρώτη ερώτηση που προκύπτει είναι εάν υπάρχει αποδοχή για Web Marketing εντός του οργανισμού. Αυτό είναι πολύ σημαντικός παράγοντας. Συνήθως η ιδέα της ιστοσελίδας δημιουργείται από τα τμήματα marketing / επικοινωνίας και ή το τμήμα πωλήσεων. Ωστόσο η δημιουργία της ιστοσελίδας επηρεάζει όλο τον οργανισμό συμπεριλαμβανομένου και του τμήματος διοίκησης. Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία είναι βέβαια η στενή συνεργασία με το τμήμα IT.

Η γνωστοποίηση και ενημέρωση όλων των εργαζομένων για όλα τα σχετικά τμήματα είναι καίριας σημασίας για την επιτυχία της ιστοσελίδας. Αυτό υφίσταται επίσης και για τρίτους που εμπλέκονται στην παραγωγική διαδικασία, όπως προμηθευτές, πελάτες, συνεργάτες κτλ.

Συμπερασματικά, το επιτυχημένο το Web Marketing προϋποθέτει τον επιτυχημένο συνδυασμό 4 παραγόντων:

- Marketing, επικοινωνία και πωλήσεις
- Τεχνικά θέματα
- Σχεδιασμός (interactive design)
- Οργάνωση

Με άλλα λόγια, προϋποθέτει την ενσωμάτωσή του στα ευρύτερα επιχειρησιακά σχέδια της εταιρείας. Αποτελεί δηλαδή το web marketing, άλλο ένα εργαλείο για την



βελτίωση της εμπορικής πολιτικής της εταιρείας και ιδιαίτερα προκειμένου να επιτύχει μακροπρόθεσμες και βιώσιμες αλλαγές στην εμπορική της πολιτική.