



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Διάλεξη #12

11/01/2021

Διδάσκουσα: Δρ. Ελένη Καρφάκη
Τμήμα: Ψηφιακών Συστημάτων
2020 – 2021



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





Εν κινήσει marketing

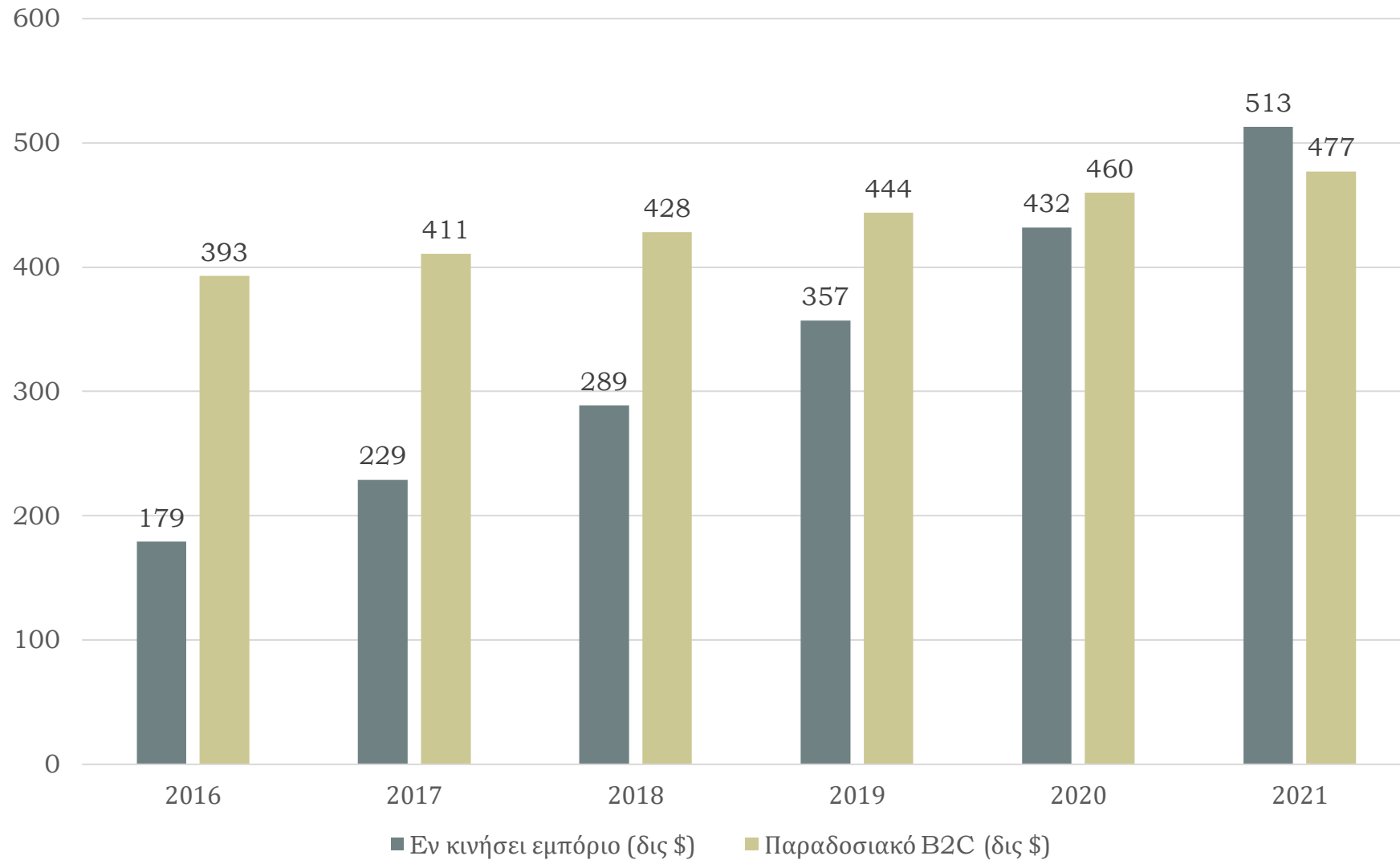


Εν κινήσει marketing

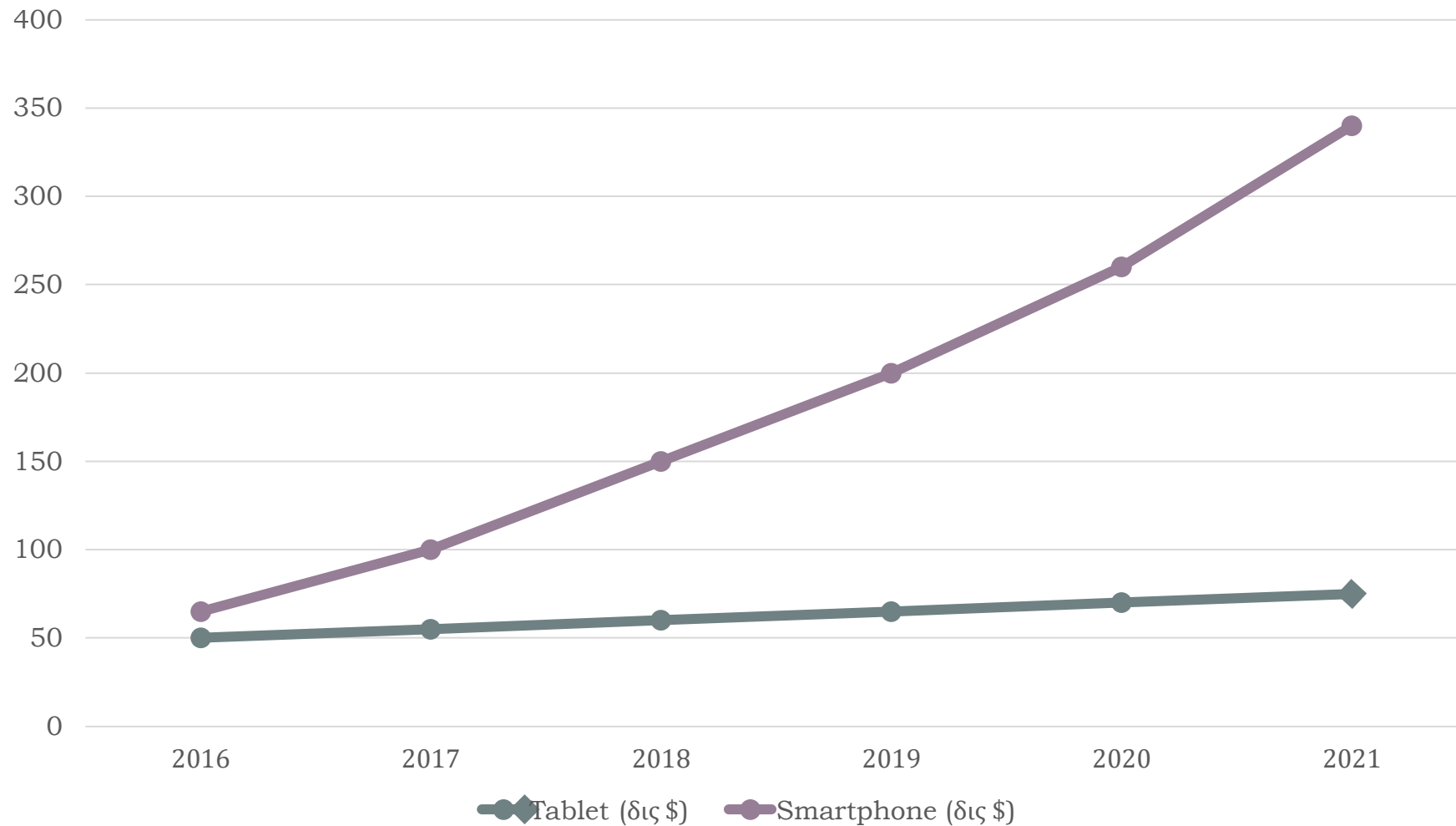
- Περιλαμβάνει τη χρήση φορητών συσκευών όπως smartphone και tablet για προβολή διαφημιστικών πλαισίων, πολυμέσων, παιχνιδιών, e-mail, διαφήμισης σε μηνύματα κειμένου, διαφήμισης εντός καταστήματος, κωδικούς γρήγορης απόκρισης (QR) και κουπόνια.



Εν κινήσει marketing



Πωλήσεις μέσω Tablet VS Smartphone



Μερικές παρατηρήσεις

- Για να σχεδιάσουμε μία εκστρατεία εν κινήσει marketing είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τον τρόπο που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα κινητά τους.
- Πχ θεωρούμε ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα κινητά εν κινήσει, ωστόσο σύμφωνα με μελέτες το 70% της χρήσης γίνεται στο σπίτι.



Διαφημίσεις σε Apps

- 57% της χρήσης κινητών γίνεται μέσω εφαρμογών
- 50% του συνολικού ψηφιακού χρόνου αφορά στις εφαρμογές για smartphone
- Ο χρόνος που αφορά στα tablet μειώνεται, όσο αυξάνεται το μέγεθος και η ανάλυση στα smartphone
- Κατά μέσο όρο οι χρήστες χρησιμοποιούν 25 εφαρμογές τον μήνα
- Μόνο 3 εφαρμογές καταναλώνουν το 75% του χρόνου που αφιερώνει ένας χρήστης σε εφαρμογές:
 1. Facebook
 2. Youtube
 3. Facebook Messenger
- Η Google έχει 4 στις 10 κορυφαίες εφαρμογές
 1. Google Search
 2. Google Maps
 3. Google Play
 4. Gmail
- Ελάχιστες από τις εκατομμύρια εφαρμογές που χρησιμοποιούν οι χρήστες έχουν χρησιμότητα για τη διαφήμιση



Πολλαπλές οθόνες

Πολλαπλές οθόνες

- TV
- Tablet
- Mobile
- Laptop
- PC



Διάφορες οθόνες είναι αποτελεσματικές για διαφορετικούς στόχους marketing: ένα site για την προώθηση των πωλήσεων, social media apps για αύξηση της απήχησης.



Εμπειρικά δεδομένα

- Το 90% των χρηστών πολλαπλών συσκευών μετακινούνται μεταξύ οθονών καθώς επιτελούν διαφορετικές δραστηριότητες όπως παρακολούθηση μιας τηλεοπτικής διαφήμισης, αναζητώντας το συγκεκριμένο προϊόν σε smartphone και αγοράζοντας μέσω tablet.
- Κινούνται εναλλάξ μεταξύ συσκευών είτε ταυτόχρονα είτε διαδοχικά.
- Όσο περισσότερες οθόνες χρησιμοποιούν τόσο περισσότερες αγορές κάνουν.



Συμπέρασμα:

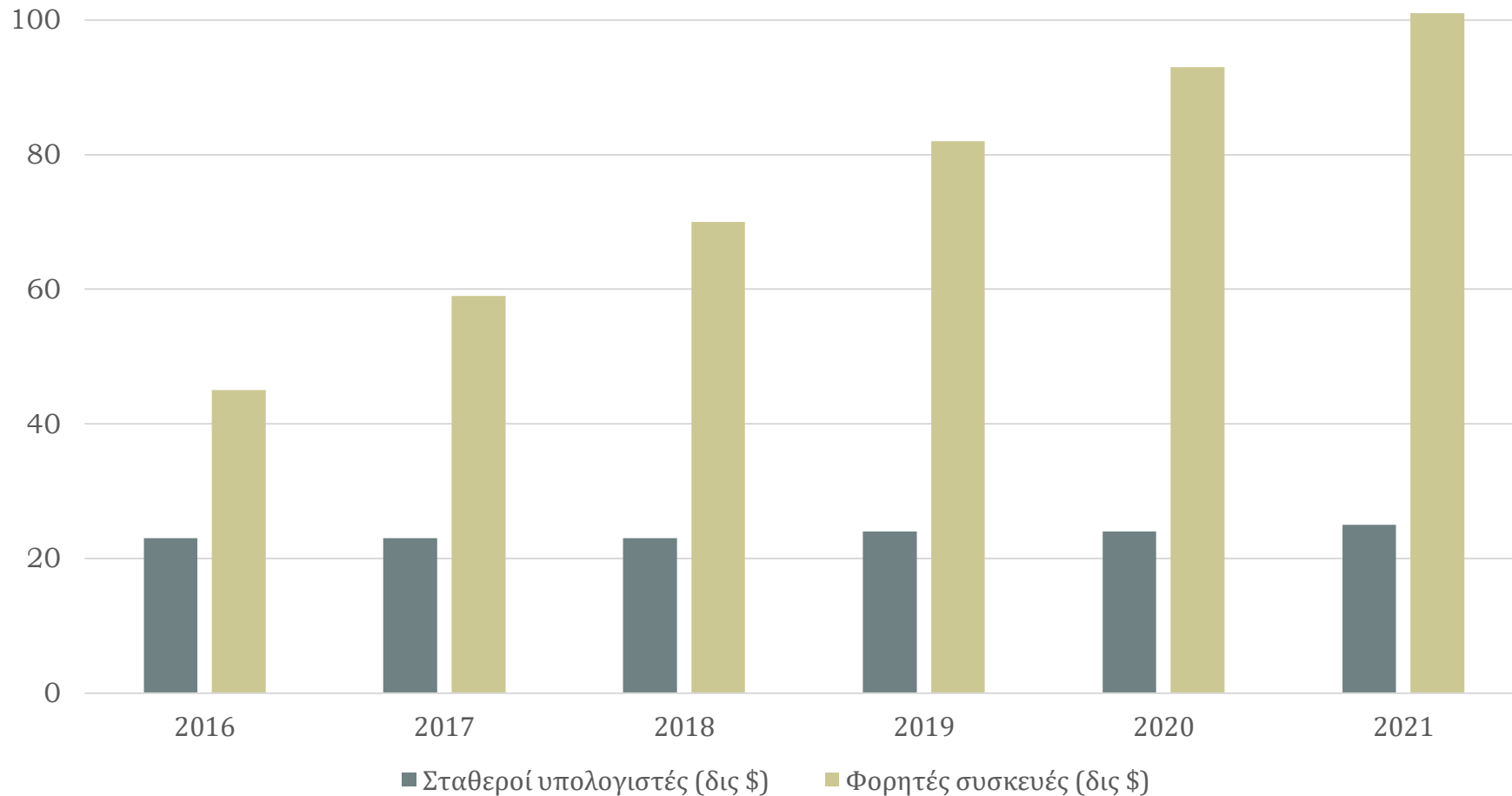
όσες περισσότερες οθόνες χρησιμοποιούν οι καταναλωτές τόσο περισσότερα καταναλωτικά σημεία ή διαφημιστικές ευκαιρίες δημιουργούν



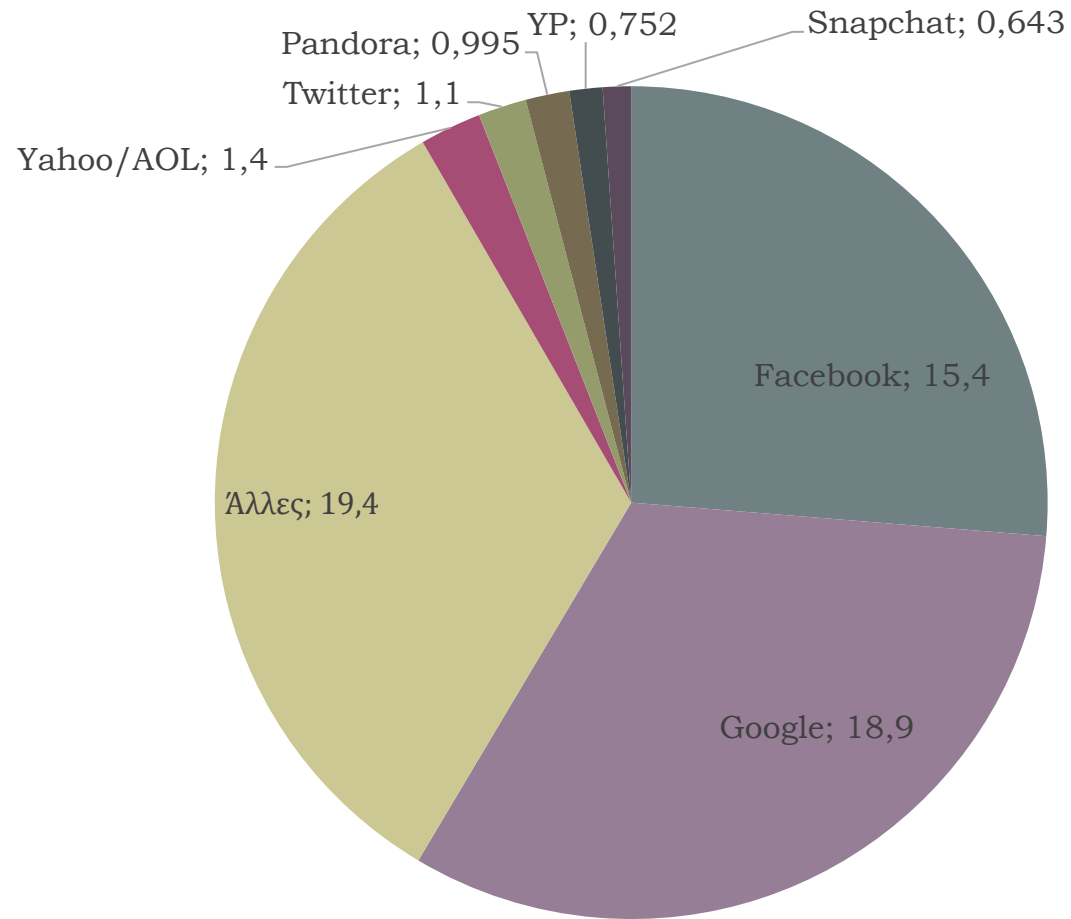
Είναι σημαντική η **ομοιομορφία του εμπορικού σήματος** σε όλα τα μέσα




Έσοδα από marketing Σταθερές VS φορητές συσκευές



Πωλήσεις μέσω Tablet VS Smartphone



Χαρακτηριστικά φορητών συσκευών και διαφήμιση

- Προσωπική επικοινωνία και οργάνωση (ημερολόγια, ρολόγια, κλήσεις κοκ)
 - Μέγεθος και ανάλυση οθόνης
 - Εντοπισμός θέσης με GPS
 - Πρόγραμμα περιήγησης
 - Εφαρμογές (>1 εκατ.)
 - Εξαιρετικά φορητό και προσωπικό
 - Δυνατότητα πολυμέσων, βίντεο, ήχος, κείμενο
 - Απτική τεχνολογία
- 
- Διαφημίσεις αναζήτησης (44%)
 - Διαφημίσεις προβολής (42%)
 - Μέσω βίντεο και πολυμέσων (10%)
 - Αποστολή μηνυμάτων
 - E-mail
 - Καταχωρισμένες αγγελίες



Έναρξη εκστρατείας εν κινήσει marketing

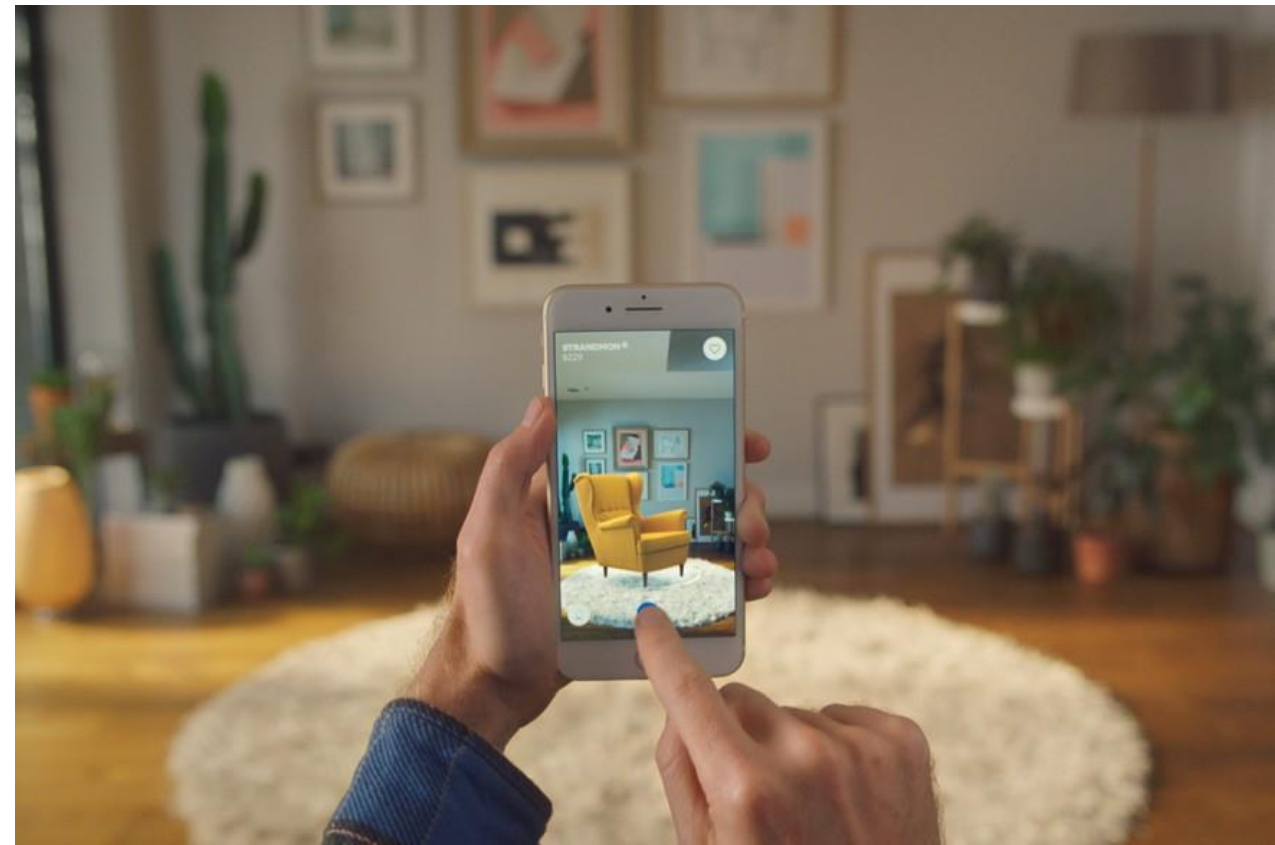
1. Αναπτύξτε μια διαδικτυακή σελίδα για κινητά ώστε όσοι αγοράζουν μέσω κινητού να μπορούν να δουν και να αγοράσουν τα προϊόντα σας. Η τοποθεσία πρέπει να γίνει κοινωνική μέσω Facebook, Twitter, Pinterest κ.α. κοινωνικών δικτύων.
2. Αναπτύξτε μια εταιρική σελίδα στο Facebook ώστε να ενσωματώσετε τις εκστρατείες marketing σε κινητά.
3. Αναπτύξτε μια εταιρική σελίδα στο Twitter, ώστε οι πελάτες σας να μπορούν να ακολουθούν τις δημοσιεύσεις.
4. Εάν χρησιμοποιείτε ήδη ένα πρόγραμμα διαφήμισης προβολής (πχ Google AdWorks ή τον λογαριασμό διαφ. προβολής Facebook) μπορείτε να δημιουργήσετε μία νέα εκστρατεία χρησιμοποιώντας τις ίδιες διαφημίσεις σχεδιασμένες ειδικά για κινητές συσκευές.
5. Ανοίξτε έναν λογαριασμό AdMob, εν μέρει επειδή αυτά τα διαφημιστικά δίκτυα μπορούν να δημοσιεύσουν και να εντοπίσουν τις διαφημίσεις σε πολλαπλές πλατφόρμες ταυτόχρονα.
6. Σχεδιάστε διαφημιστικό περιεχόμενο που θα στοχεύει ειδικά στον χρήστη κινητού με βίντεο και υψηλά επίπεδα διαδραστικότητας για την οθόνη του κινητού.
7. Υπολογίστε και διαχειριστείτε την εκστρατεία σας μέσα από τις μετρικές των διαφημιστικών δικτύων, αποφασίζοντας για μείωση των δαπανών διαφήμισης που δεν αποφέρουν έσοδα.



Επιλεγμένες εν κινήσει εκστρατείες: ΙΚΕΑ

- Παρουσίασε μια διαδραστική εφαρμογή για κινητά για τον κατάλόγό της, επιτρέποντας στους χρήστες να βλέπουν κρυμμένο περιεχόμενο σαρώνοντας συγκεκριμένες σελίδες και να βλέπουν πώς ταιριάζουν τα έπιπλα στο δικό τους σπίτι με τις δυνατότητες της επαυξημένης πραγματικότητας.

<https://www.architectmagazine.com/technology/ikea-launches-augmented-reality-application>



Επιλεγμένες εν κινήσει εκστρατείες: Target

- Λανσάρισε διαφημίσεις στο site για κινητά της Huffington Post με τα οποία οι χρήστες μπορούσαν να περιηγούνται σε προϊόντα για μαλλιών της Procter & Gamble και να αγοράζουν πατώντας ένα κουμπί.



Επιλεγμένες εν κινήσει εκστρατείες: Just for Men

- Προϊόντα φροντίδας για άντρες σε μια σειρά από διαφημίσεις για κινητά με διαδραστικά quiz, παράγοντας ενίσχυση του εμπορικού σήματος κατά 24%.

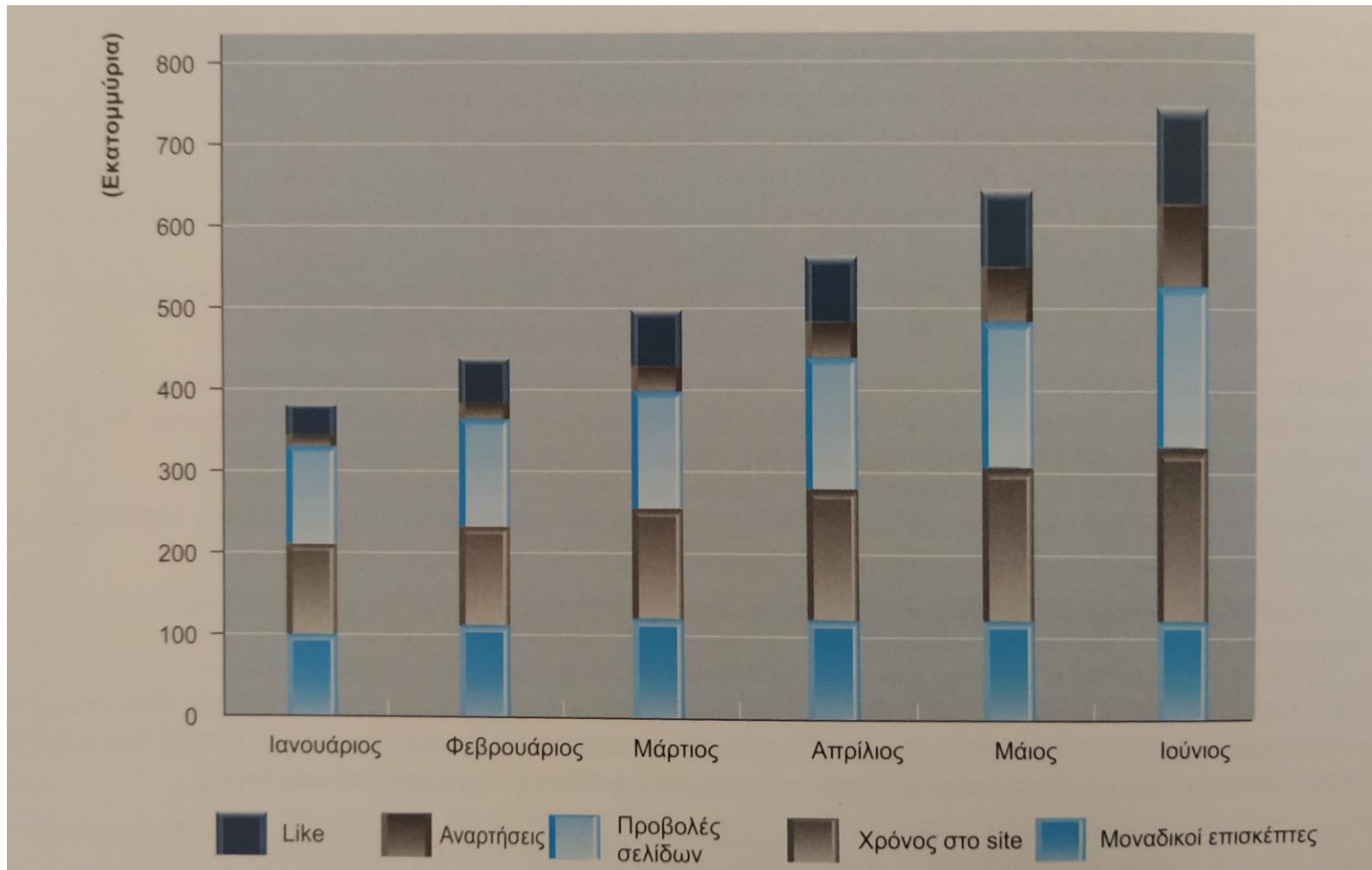


Επιλεγμένες εν κινήσει εκστρατείες: Mc Donald's

- Δημιούργησε την ψυχαγωγική δυνατότητα «Fry Defender» στις εφαρμογές της για κινητά, μετατρέποντας το κινητό σε αισθητήρα κίνησης που ενεργοποιείται αν κάποιος πλησιάσει τις πατάτες σας!



Μέτρηση αποτελεσματικότητας διαφ. εκστρατείας σε κινητά

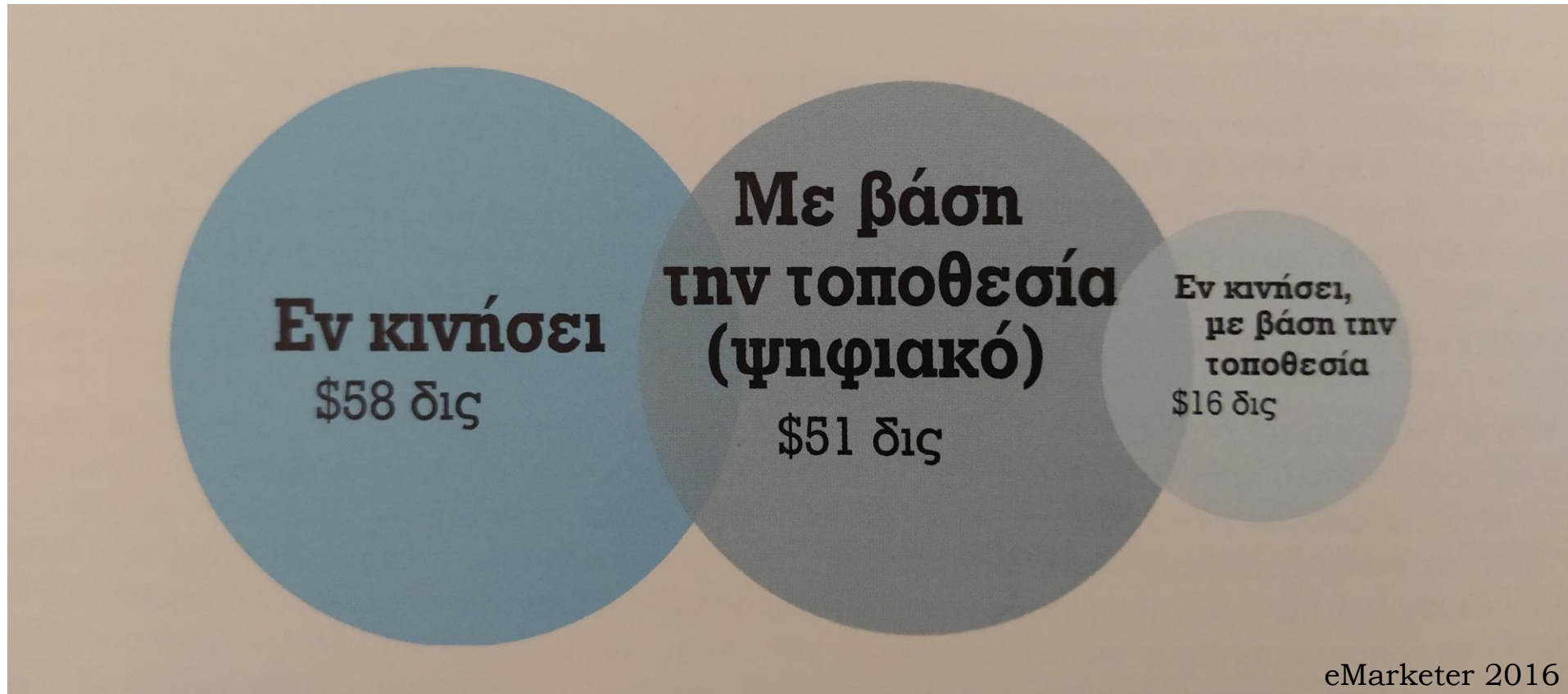


Marketing με βάση την τοποθεσία

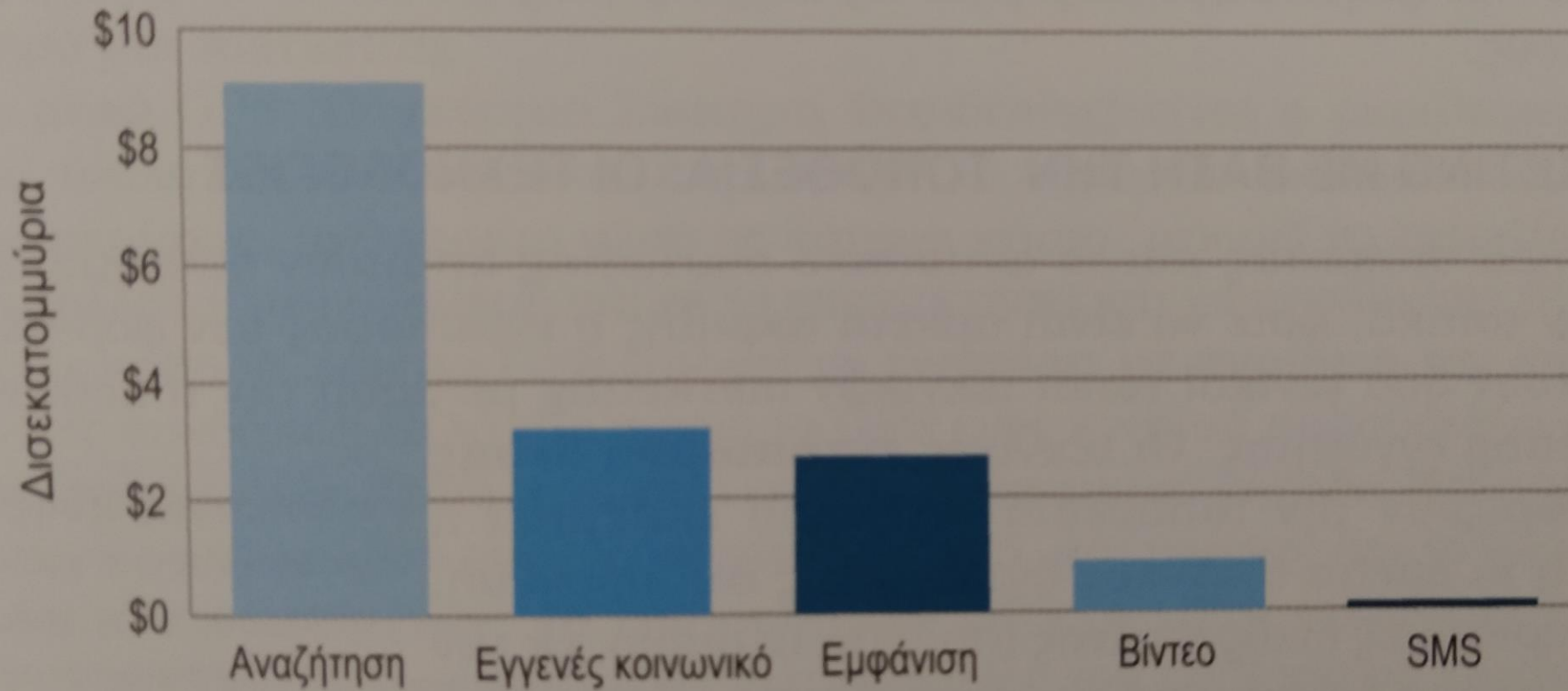
- Στοχευμένα προωθητικά μηνύματα σε χρήστες με βάση την θέση τους.
- Βασίζονται στις υπηρεσίες τοποθεσίας που εξυπηρετούν τους χρήστες ανάλογα με την τοποθεσία τους, πχ:
 - Προσωπική πλοήγηση (πώς πηγαίνω εκεί;)
 - Σημείο ειδικού ενδιαφέροντος (τι είναι αυτό;)
 - Κριτικές (ποιο είναι το καλύτερο εστιατόριο στη γειτονιά;)
 - Αναζήτηση φίλων
 - Υπηρεσίες εντοπισμού οικογένειας
- Οι καταναλωτές ανταποκρίνονται καλύτερα στις τοπικές διαφημίσεις.
- Ραγδαία ανάπτυξη μετά το λανσάρισμα του Googlemaps και την άφιξη του smartphone το 2007.
- Απογείωση με τους δέκτες gps στα κινητά δεύτερης γενιάς από το 2008 και μετά.



Marketing με βάση την τοποθεσία



Δαπάνες μορφών διαφήμισης για κινητά με βάση την τοποθεσία



Σημαντικότερες τεχνολογίες εντοπισμού

- GPS: κατέβασμα δεδομένων από δορυφόρο, που εισήχθη το 2008 στην αγορά με το iPhone 3G της Apple.
- Wi-Fi: υπολογίζει το στίγμα του χρήστη μέσα σε μια ακτίνα στην οποία βρίσκεται γνωστό και προσβάσιμο σημείο wi-fi
- Bluetooth χαμηλής ενέργειας: χρησιμοποιείται από την Apple στο iBeacon. Χρησιμοποιεί μικρότερη ισχύ από το παραδοσιακό και είναι πιο ακριβές στη στόχευση τριγωνισμού wi-fi.
- Location – εντοπισμός θέσης: με βάση τις έρευνες του χρήστη έπειτα από κάποιο ερώτημα.
- Πύργος κινητής τηλεφωνίας: Οι πάροχοι βρίσκονται μέσω κεραιών σε στενή επαφή με τις συσκευές τους και η τοποθεσία βρίσκεται μέσω gps και τριγωνισμού wi-fi.
- Σύνδεση/εγγραφή: υπολογίζει τη γεωγραφική θέση όταν κάποιος δηλώνει την παρουσία του, χρησιμοποιώντας υπηρεσίες σύνδεσης και εφαρμογές social media.



Διαφήμιση εν κινήσει με βάση την τοποθεσία

- 50% των χρηστών smartphone επισκέφτηκε ένα κατάστημα εντός μιας ημέρας από την αναζήτησή του
- 18% των χρηστών πραγματοποίησε μία αγορά εντός μιας ημέρας
- Πάνω από το 60% των χρηστών smartphone ήθελε διαφημίσεις βασισμένες στον ταχυδρομικό κώδικα
- Σχεδόν 80% των επαγγελματιών marketing στις ΗΠΑ αύξησαν τις δαπάνες για εν κινήσει διαφήμιση βάσει τοποθεσίας.



Εργαλεία Marketing με βάση την τοποθεσία

- Υπηρεσίες γεωγραφικού και κοινωνικού marketing
- Υπηρεσίες marketing με βάση την τοποθεσία
- Εν κινήσει με βάση την τοποθεσία marketing κοινωνικών δικτύων με βάση τον γεωγραφικό στίγμα του χρήστη
- Marketing εγγύτητας
- Μηνύματα εντός καταστήματος
- Εφαρμογές αποστολής μηνυμάτων με βάση την τοποθεσία



Μέτρηση αποτελεσμάτων

Απόκτηση κοινού	Εμφανίσεις, κλικ, μεμονωμένοι επισκέπτες, σε ένα website μέσω κινητού ή PC, σελίδες που βλέπει ο επισκέπτης, διάρκεια επίσκεψης σε site.
Συμμετοχή	Έρευνα, κράτηση παραγγελίας, επίσκεψη σε κανονικό κατάστημα, κλικ και τηλέφωνο, αναζήτηση οδηγιών μέσω χάρτη, εγγραφή, αίτημα για περισσότερες πληροφορίες, αναρτήσεις και σχόλια, επισκέπτες που ανταποκρίνονται σε προσφορές, like ανά επισκέπτη.
Ενίσχυση	SMS σε φίλους, ειδοποίηση φίλων για ένα μέρος, ενημέρωση φίλων για την περιοχή και συμμετοχή τους σε προσφορές.
Κοινότητα	Περιεχόμενο που ενεργοποιούν οι επισκέπτες ή όσοι ανταποκρίθηκαν, κριτικές, αναρτήσεις, θετικά σχόλια, που προκλήθηκαν.
Πωλήσεις	Αγορές, αύξηση % στις πωλήσεις, % πελατών που προσήλθαν μέσω τοπικού κινητού.





Ζητήματα

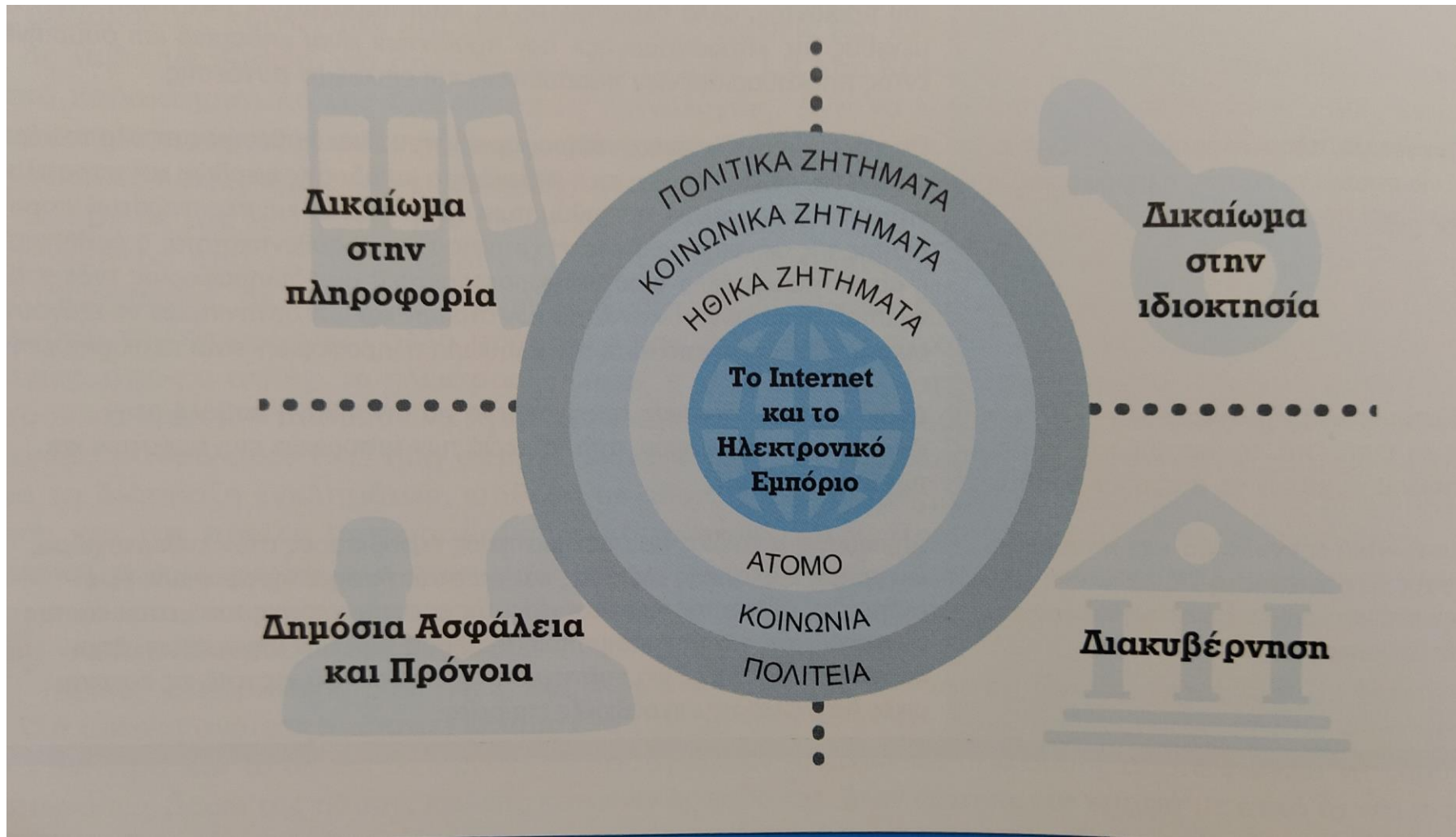
Ηθική

Ιδιωτικότητα

Πνευματική ιδιοκτησία

Πατέντες και εμπορικά σήματα

Ηθικές διαστάσεις



Δικαιώματα στην Κοινωνία της Πληροφορίας

- <https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/ICSD116/%CE%94%CE%B9%CE%B4%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%20%CE%A0%CE%B1%CE%BA%CE%AD%CF%84%CE%BF/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AC%CE%BD%CE%B5%CE%B9%CE%B5%CF%82%20%CE%9C%CE%B1%CE%B8%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/KANONI%CE%A3%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F-%20%CE%98%CE%95%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9D%CE%9F%CE%A4%CE%97%CE%A4%CE%91%20-2-%20%CE%9A%CE%A5%CE%92%CE%95%CE%A1%CE%9D%CE%9F%CE%95%CE%93%CE%9A%CE%9B%CE%97%CE%9C%CE%91.pdf>



Δικαιώματα Ιδιωτικότητας

- <https://saferinternet4kids.gr/gdpr/>
- <https://www.dpa.gr/>



Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας

- https://www.youtube.com/watch?v=F_8hKfVgwzg
- <https://www.youtube.com/watch?v=RQOJgEA5e1k&list=PL8dPuuaLjXtMwV2btpcij8S3YohW9gUGN>



Πατέντες και εμπορικά σήματα

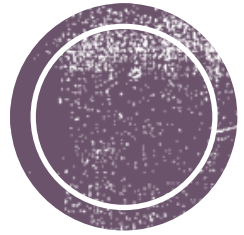
- <https://www.youtube.com/watch?v=RrN7IxxvAJto>
- <https://www.youtube.com/watch?v=3gWaAJR5L18&list=PLi8bQQag6UxK7oXhbQkJhwvfBZopNWKj&index=63>



Πατέντες και εμπορικά σήματα

- <https://www.youtube.com/watch?v=bleme1yyLgk>
- <https://www.youtube.com/watch?v=QJheM-nIQD0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=3gWaAJR5L18>





Προς την ηλεκτρονική ολοκλήρωση μιας επιχείρησης

Ηλεκτρονικό κατάστημα < ηλεκτρονική επιχείρηση

Υπενθύμιση

- Στο πρώτο μάθημα αναφερθήκαμε στην διάκριση του ηλεκτρονικού καταστήματος από την έννοια της ηλεκτρονικής επιχείρησης.
 - Ηλεκτρονική επιχείρηση είναι οποιαδήποτε επιχείρηση έχει ενσωματώσει ΤΠΕ στην λειτουργία της, μερικώς δηλαδή σε κάποιες δραστηριότητες ή στο σύνολό της.
 - Ηλεκτρονικό κατάστημα είναι η επιχείρηση που έχει αποφασίσει να διεξάγει τις συναλλαγές και αγοραπωλησίες της μέσω του διαδικτύου. Είναι μια ειδική μορφή ηλεκτρονική επιχείρησης.



Επισήμανση

- Κλείνοντας τις διαλέξεις του μαθήματος Ηλεκτρονικό Επιχειρείν σημειώνουμε ξανά αυτή τη διάκριση αλλά και αλληλένδετη σχέση με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
- Ειδικά σήμερα που η ζήτηση και οι συνθήκες της αγοράς έχουν μεταβληθεί και δημιουργούν νέες καταναλωτικές συμπεριφορές, οι επιχειρήσεις καλούνται να ανταποκριθούν στη νέα κατάσταση με τη δημιουργία ηλεκτρονικού εμπορίου.



Απαιτήσεις ηλεκτρονικής ολοκλήρωσης

- Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα σε μικρό ή μεγάλο βαθμό είναι ηλεκτρονικές, αφού ενσωματώνουν από πολύ απλές ψηφιακές εφαρμογές πχ office μέχρι ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα και site.
- Οι εμπορικές επιχειρήσεις καλούνται να επενδύσουν χρήματα τόσο για το στήσιμο, τη λειτουργία και τη συντήρηση του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Απαραίτητο είναι αυτό να συνοδεύεται από επένδυση στη διαφήμιση του ηλεκτρονικού καταστήματος προκειμένου να μπορέσει αυτό να ξεχωρίσει στον διαδικτυακό ανταγωνισμό. Όσα περισσότερα χρήματα επενδύουμε σε στοχευμένη διαφήμιση, τόσα περισσότερα έσοδα θα έχουμε.



Απαιτήσεις ηλεκτρονικής ολοκλήρωσης

- Απαραίτητο είναι επίσης να συνδέσουμε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα με ένα σύστημα διαχείρισης πελατών (CRM) το οποίο θα μας επιτρέψει την αποτελεσματική διαχείριση των παραγγελιών και καλύτερη στόχευση των διαφημίσεων.

<https://www.youtube.com/watch?v=hnEQq7kNFWo&list=PLiI8bQQag6UxK7oXhbQkJhwvfBZopNWKj&index=50>

- Τέλος, ένας σύστημα ERP, διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων συνδυάζει τις επιμέρους λειτουργικότητες διαφόρων εφαρμογών (πχ excel, εφοδιαστικής αλυσίδας, CRM, παραγγελιών, λογιστικής παρακολούθησης) σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα που παρέχει μοντέρνα και πολύτιμα εργαλεία για την αποτελεσματική διαχείριση της επιχείρησης και την οικονομική της ανάπτυξη.

<https://www.youtube.com/watch?v=6qys-562kp4&list=PLiI8bQQag6UxK7oXhbQkJhwvfBZopNWKj&index=51>

- Το ζητούμενο είναι πλέον πώς και πότε ο επιχειρηματίας θα λάβει αυτές τις σημαντικές τεχνολογικές αποφάσεις...



