

ε-λεκτρονικό επιχειρείν & *marketing*



Βασικές Έννοιες



Additional Slides
created by
Dimitrios Maditinos

ε-λεκτρονικό επιχειρείν & marketing



Βασικές Έννοιες



Additional content
created by
Dimitrios Maditinos





Περιεχόμενα



- 1. Το ψηφιακό Περιβάλλον και το μάρκετινγκ
- 2. Συμπεριφορά καταναλωτή στη ψηφιακή εποχή
- 3. Έρευνα αγοράς και διαχείριση πληροφοριών
- 4. Στρατηγικός προγραμματισμός επιχειρηματικής δράσης
- 5. Καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα & μάρκετινγκ
- 6. Δημιουργία αξίας. Προϊόντα, υπηρεσίες, περιεχόμενο / e-shop
- 7. Δημιουργία εσόδων και τιμολόγηση στο διαδίκτυο
- 8. Πολυ-καναλική διανομή & πωλήσεις
- 9. Επικοινωνία-προβολή στο ψηφιακό περιβάλλον
- 10. Μέτρηση αποτελεσματικότητας ηλεκτρονικού επιχειρείν & μάρκετινγκ



Διδάσκων

Καθηγητής Δημήτριος Μαδυτινός



Αξιολόγηση

- ✓ Συμμετοχή & In class tests (20%)
- ✓ Εργασίες (4) εξαμήνου (80%)



Βασικές έννοιες

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο**

Εμπορική δραστηριότητα

που διεξάγεται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων...

συχνά μέσω του Internet...

η οποία οδηγεί σε αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών



Βασικές έννοιες

Διαδικτυακό μάρκετινγκ

Η διαδικασία δημιουργίας και διατήρησης των πελατειακών σχέσεων ...

μέσω online δραστηριοτήτων ...

για την διευκόλυνση ανταλλαγής ιδεών, προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν τους στόχους των αγοραστών και των πωλητών.



Βασικές έννοιες

Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ:

Η μεταφορά των αγαθών ή των υπηρεσιών από τον πωλητή στον αγοραστή με μία ή περισσότερες ηλεκτρονικές μεθόδους ή μέσα



Βασικές έννοιες

- Εκθετική ανάπτυξη της κάθε είδους τεχνολογίας
- Information and Communication Technologies (ΤΠΕ)
- Εξέλιξη της Ψηφιακής Τεχνολογίας
- Θεμελιώδης παράγοντας διαμόρφωσης :



Βασικές έννοιες

- Θεμελιώδης παράγοντας διαμόρφωσης περιβάλλοντος:
 - ✓ Οικονομικού
 - ✓ Επιχειρηματικού
 - ✓ Κοινωνικού
 - ✓ Πολιτικού
 - ✓ Πολιτισμικού

Βασικές έννοιες

- Η πρόσβαση στο διαδίκτυο...
- ✓ Ανοίγει κλειστές κοινωνίες και χώρες στον υπόλοιπο κόσμο
- ✓ Τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν στους πολίτες να συμμετέχουν άμεσα (μεταξύ άλλων) στην πολιτική ζωή και να διαμορφώνουν καταστάσεις



Βασικές έννοιες

- Το επιχειρηματικό περιβάλλον...
 - ✓ Αλλάζει ιδιαίτερα
 - ✓ Εξελίσσεται ραγδαία
 - ✓ Γίνεται αβέβαιο
 - ✓ Νέες ευκαιρίες
 - ✓ Ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων



Βασικές έννοιες

- Οι επιχειρήσεις & οργανισμοί...
- ✓ Μετασχηματίζουν τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν
- ✓ Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι αναπόσπαστο μέρος των δραστηριοτήτων τους



Βασικές έννοιες

- Οι επιχειρήσεις & οργανισμοί οφείλουν...
- ✓ Να κάνουν επιτυχή προδιορισμό και επιλογή της αγοράς στόχου
- ✓ Με έγκαιρη, άμεση και έγκυρη πληροφόρηση
- ✓ Με ανάπτυξη δικτύων συνεργασιών με πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες



Βασικές έννοιες

- Οι ΤΠΕ υποστηρίζουν...
- ✓ Την άντληση και το διαμοιρασμό των πληροφοριών
- ✓ Online επικοινωνίες
- ✓ Κανάλια εμπορίας, διανομής & Logistic
- ✓ Υποστήριξη των Ολοκληρωμένων Πληροφοριακών Συστημάτων Διοίκησης



Βασικές έννοιες

- Προκλήσεις από το περιβάλλον του Ιστού...
- ✓ Υιοθέτηση καινοτόμων μοντέλων
- ✓ Ανάπτυξη προϊόντων σε συνεργασία με πελάτες και τρίτους
- ✓ Διοίκηση ισχυρών επωνυμιών
- ✓ Δημιουργία αξίας μάρκας
- ✓ Προσαρμοσμένη τιμολόγηση.....



Βασικές έννοιες

- Προκλήσεις από το περιβάλλον του Ιστού...
- ✓ Εξατομικευμένη τιμολόγηση
- ✓ Επιλογή και συντονισμού καναλιών διανομής και επικοινωνίας
- ✓ Μέτρηση της απόδοσης των δικτυακών επιχειρηματικών ενεργειών και marketing



Βασικές έννοιες

- **Προσοχή:** Ο σύγχρονος επιχειρηματίας θα πρέπει να επιδιώκει να συνταιριάζει...
- ✓ Τις κλασικές αρχές και μεθόδους marketing & επιχειρείν
- ✓ Με τις σύγχρονες εφαρμογές καινοτόμων μοντέλων σε ψηφιακό περιβάλλον
- ✓ Μέσα από τήρηση θεσμικών κανόνων & ηθικής και κοινωνικής υπευθυνότητας



Βασικές έννοιες

- **Προσοχή:** Ο σύγχρονος επιχειρηματίας θα πρέπει να επιδιώκει να συνταιριάζει...
 - ✓ με γνώμονα
 - ✓ την πελατειακή αξία, αλλά και ...
 - ✓ την ανταπόδοση αξίας από τον πελάτη



Βασικές έννοιες

- Ο ρόλος του πελάτη μεταβάλλεται...
- ✓ Μετακινείται από το βάθρο του παθητικού αποδέκτη διαφημιστικών μηνυμάτων και προϊόντων
- ✓ Στο πεδίο της συμμετοχικής δράσης και συνεργασίας με την επιχείρηση



- **Ο πελάτης...**

- ✓ Προσεγγίζει την επιχείρηση
- ✓ Αναζητά πληροφορίες
- ✓ Παρέχει πληροφορίες για τη συμπεριφορά του
- ✓ Αλληλεπιδρά
- ✓ Αναπτύσσει μακροχρόνιες σχέσεις
- ✓ Συνεργάζεται με την επιχείρηση
- ✓ Συμμετέχει στην ανάπτυξη και προώθηση προϊόντων



- **Ο πελάτης...**
- ✓ Μιλάει για την επιχείρηση και τα προϊόντα της
- ✓ Μετατρέπεται σε 'διαφημιστή' & 'πωλητή' της
- ✓ Δημιουργείται marketing από τον ίδιο τον πελάτη! (**Consumer Generated Marketing**)
- ✓ Τα προϊόντα υποστηρίζονται δυναμικά από τον πελάτη! (**Advocacy**)
- ✓ Η παραγωγή μπορεί να γίνει με την άμεση συνέργεια του πελάτη



- **Στόχος του μαθήματος...**
- ✓ Κατανόηση, παροχή γνώσης & εξοικείωση
- ✓ Στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και βελτίωση της στρατηγικής του e-επιχειρείν & e-marketing
- ✓ Παρουσίαση και ανάλυση όλου φάσματος e-επιχειρείν & e-marketing



- ✓ Προσωπικοί Υπολογιστές – δεκαετία 1980
- ✓ Διαδίκτυο και κινητό τηλέφωνο - δεκαετία 1990
- ✓ Ραγδαία εξέλιξη
- ✓ Δύσκολη η παρακολούθηση της τεχνολογίας και των αλλαγών
- ✓ Χάσμα γενεών
- ✓ Η νέα γενιά ‘μεγαλώνει’ με τις εξελίξεις και τις αλλαγές
- ✓ Τις δέχεται ως φυσιολογική εξέλιξη



Το ψηφιακό τοπίο:

- ✓ Τεχνολογίες
- ✓ Επιχειρηματικότητα / Επιχειρησιακή δράση
- ✓ Marketing





Οι Τεχνολογίες αναμένεται να οδηγήσουν σε καινοτομίες σε επίπεδο:

- ✓ Επιχειρηματικών μοντέλων
- ✓ Συνθηκών εργασίας
- ✓ Έξυπνων προϊόντων και υπηρεσιών
- ✓ Μοντέλων αμεσότερης και πιο ενεργούς σχέσης με τους πελάτες
- ✓ Μοντέλα συνεργασίας επιχειρήσεων (συμπληρωματικά προϊόντα & υπηρεσίες)



Οι Τεχνολογίες αναμένεται να οδηγήσουν σε καινοτομίες σε επίπεδο:

- ✓ Επιχειρηματικών μοντέλων
- ✓ Συνθηκών εργασίας
- ✓ Έξυπνων προϊόντων και υπηρεσιών
- ✓ Μοντέλων αμεσότερης και πιο ενεργούς σχέσης με τους πελάτες
- ✓ Μοντέλα συνεργασίας επιχειρήσεων (συμπληρωματικά προϊόντα & υπηρεσίες)



Οι κατηγορίες Τεχνολογίας :

- ✓ Αφορούν άμεσα τον τελικό χρήστη (user interfaces, συστήματα δέσμευσης SoEs -customer engagement)
- ✓ Αισθητήρες, τηλε και ασύρματη πληροφορική (έξυπνα προϊόντα, internet of things, υπηρεσίες τοποθεσίας)
- ✓ Διαχείριση δεδομένων (Big data, business intelligence, υπηρεσίες cloud)
- ✓ Τεχνολογικές υποδομές (πλατφόρμες αποθήκευσης και επεξεργασίας μεγάλου όγκου δεδομένων, δίκτυα, cloud, συστήματα ασφαλείας και ταυτοποίησης)



3 Πυλώνες Αναδυόμενων Τεχνολογιών για το e-business & e-marketing:

1.

Καινοτόμες τεχνολογίες και εργαλεία ... συλλογής, επεξεργασίας, ανάλυσης διαμοιρασμού, διάχυσης και διανομής ... δεδομένων, πληροφοριών και γνώσεων
(εφαρμογή εξειδικευμένων τεχνολογικών λύσεων)



2.

Πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης
δεδομένων, πληροφοριών και γνώσεων &
Επιχειρηματικής ευφυΐας

(Information Systems, Knowledge Based
Systems, Business Intelligence)

*(Επέκταση των συστημάτων διαχείρισης
επιχειρησιακών πόρων ως προς συγκεκριμένες
εφαρμογές όπως Supply Chain)*



3.

Αξιοποίηση Ιστού και διαδικτύου (Web technologies & Internet) με εφαρμογή καινοτόμων μοντέλων ηλεκτρονικού και κινητού επιχειρείν και κοινωνικών μέσω marketing
(e-business, e-mobile business, e-marketing, social media marketing)



Πυλώνας 1.

- Εντάσσονται όλες οι τεχνολογίες και τα ηλεκτρονικά μέσα ...
- που αποσκοπούν στη συγκέντρωση δεδομένων και πληροφοριών ...
- που αφορούν την αγοραστική συμπεριφορά ...
- καθώς και την παρακολούθηση ...
- των πωλήσεων και των αποθεμάτων ...
- προϊόντων και υπηρεσιών



Πυλώνας 1.

- Data base marketing
- EPOS – Electronic Point Of Sales
- Smart cards
- Loyalty programs
- Barcodes
- RFID (Radio Frequency Identification)
- QR (Quick Response) codes (2D)
- NFC (Near Field Communication)
- Mobile devices, Multimedia



Πυλώνας 2.

- Αναφέρεται στην οργάνωση των δεδομένων και των πληροφοριών ...
- που συγκεντρώνονται τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης ή του οργανισμού ...
- σε βάσεις δεδομένων & data marts ...
- και την περαιτέρω επεξεργασία / ανάλυσή τους ...
- με την υποστήριξη πληροφοριακών συστημάτων



Κεφάλαιο 2. – Συστήματα

- ERPs (Enterprise Resource Planning)
- CRM (Customer Relationship Management)
- PRM (Partners Relationship Management)
- Cloud Computing
- SCM (Supply Chain Management)
- GIS (Geographical Information Systems)
- Data mining systems (Εξόρυξη γνώσης)
- Artificial Intelligence (Τεχνητή Νοημοσύνη)
- Business Intelligence (Επιχειρηματική ευφυΐα)



Πυλώνας 3.

- Αναφέρεται σε δράσεις ηλεκτρονικού και κινητού επιχειρείν και marketing ...
- με χρήση καινοτόμων μοντέλων και ανάπτυξη στρατηγικής διαδικτυακού marketing ...
- με σχεδιασμό και ανάπτυξη ιστοσελίδας και ιστοτόπων ...
- με τεχνολογίες για σειρά κατάταξης σε μηχανές αναζήτησης, και...
- Στρατηγικές και εφαρμογές κοινωνικών μέσων marketing



Πυλώνας 3. – Μέσα

- Search Engine Optimization (SEO)
- Pay per Click (PPC)
- e-mail marketing
- Viral marketing (ιογενές)
- Affiliate marketing (συνεργατικό)
- Social media marketing



Πυλώνας 3.

Search Engine Optimization (SEO)





Search Engine Optimization (SEO)





Pay per Click (PPC)

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "Industrial controls". The search results are displayed under the "Web" tab, showing results 1-10 of approximately 23,000,000. A red callout bubble with the text "Pay Per Click Advertisements" is overlaid on the search results, pointing to several sponsored links on the right side of the page. The sponsored links include "Industrial Controls" from ThomasNet.com, "Manufacturing Automation" from Foster.com, "Gross Automation" from grossautomation.com, "Industrial Controls" from global-spec.com, and "Industrial Controls" from directindustry.com. The organic search results on the left include "INDUSTRIAL CONTROLS ::", "Danfoss Industrial Controls", "Hubbell Industrial Controls", "EPICS - Experimental Physics and Industrial Control System", "Allen-Bradley", and "Woodward Control Solutions for Aircraft & Industrial Engines ...".



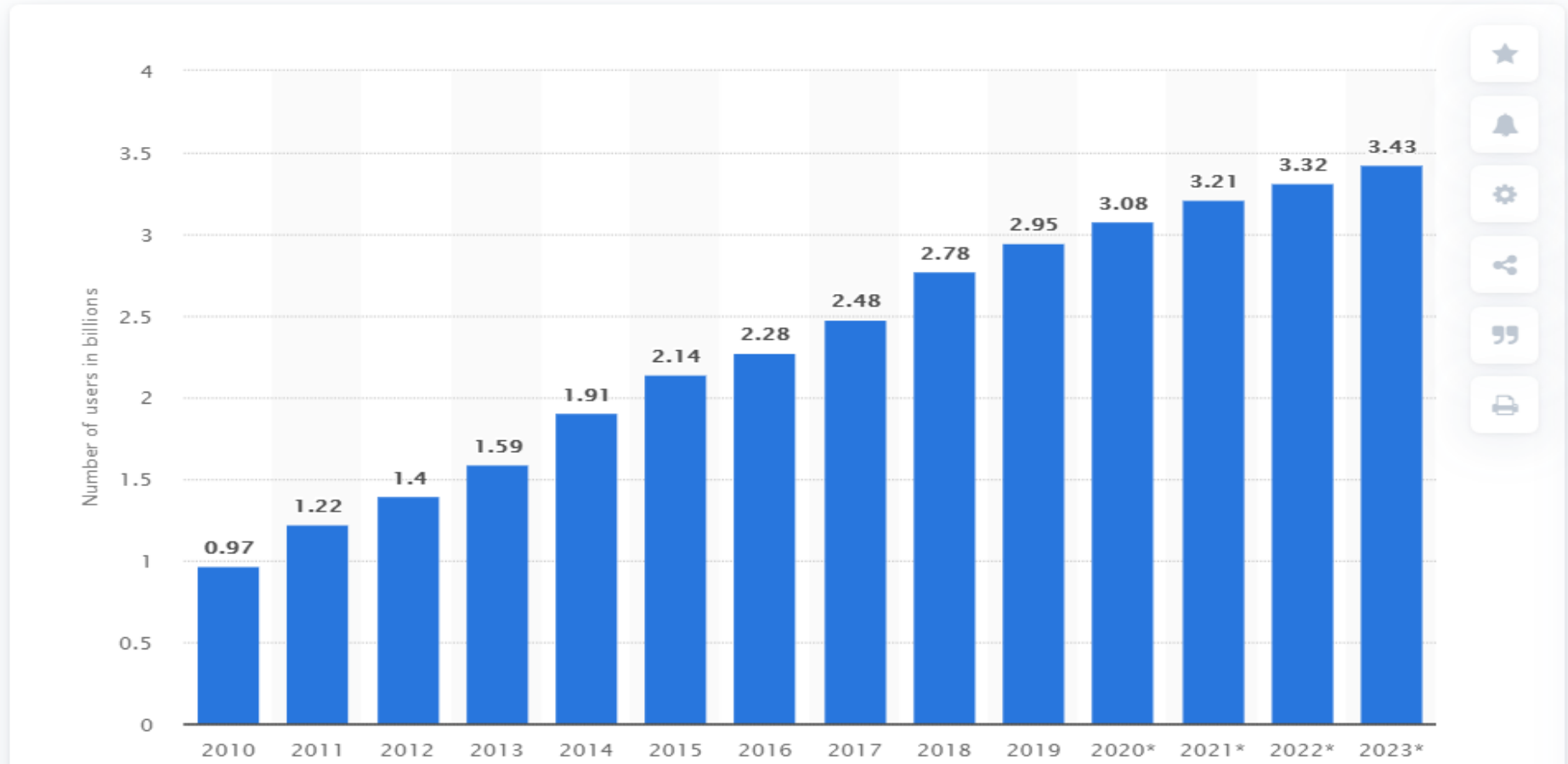
Pay per Click (PPC)





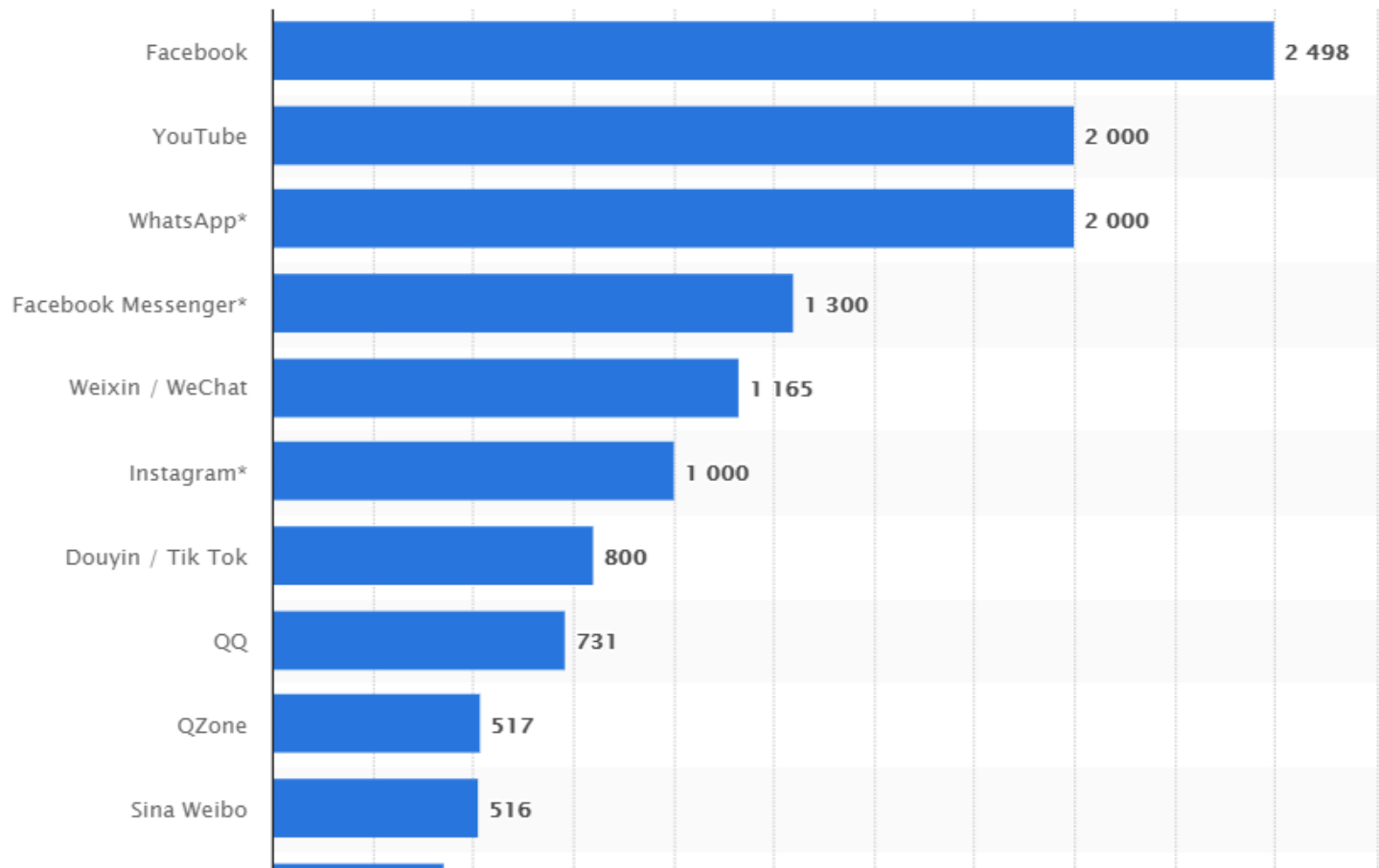
Internet > Social Media & User-Generated Content

Number of social network users worldwide from 2010 to 2023 (in billions)



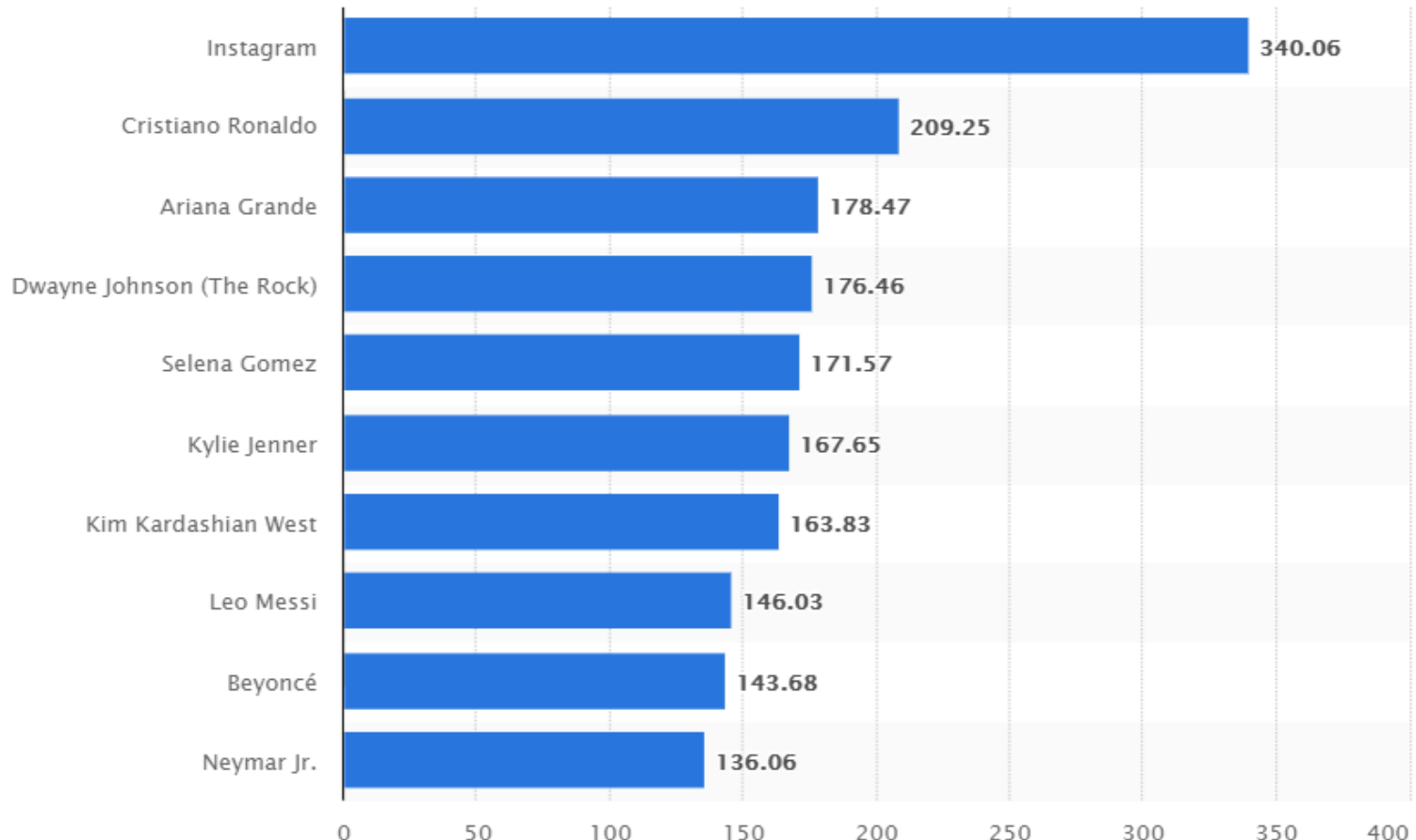


Most popular social networks worldwide as of April 2020 *(in millions)*



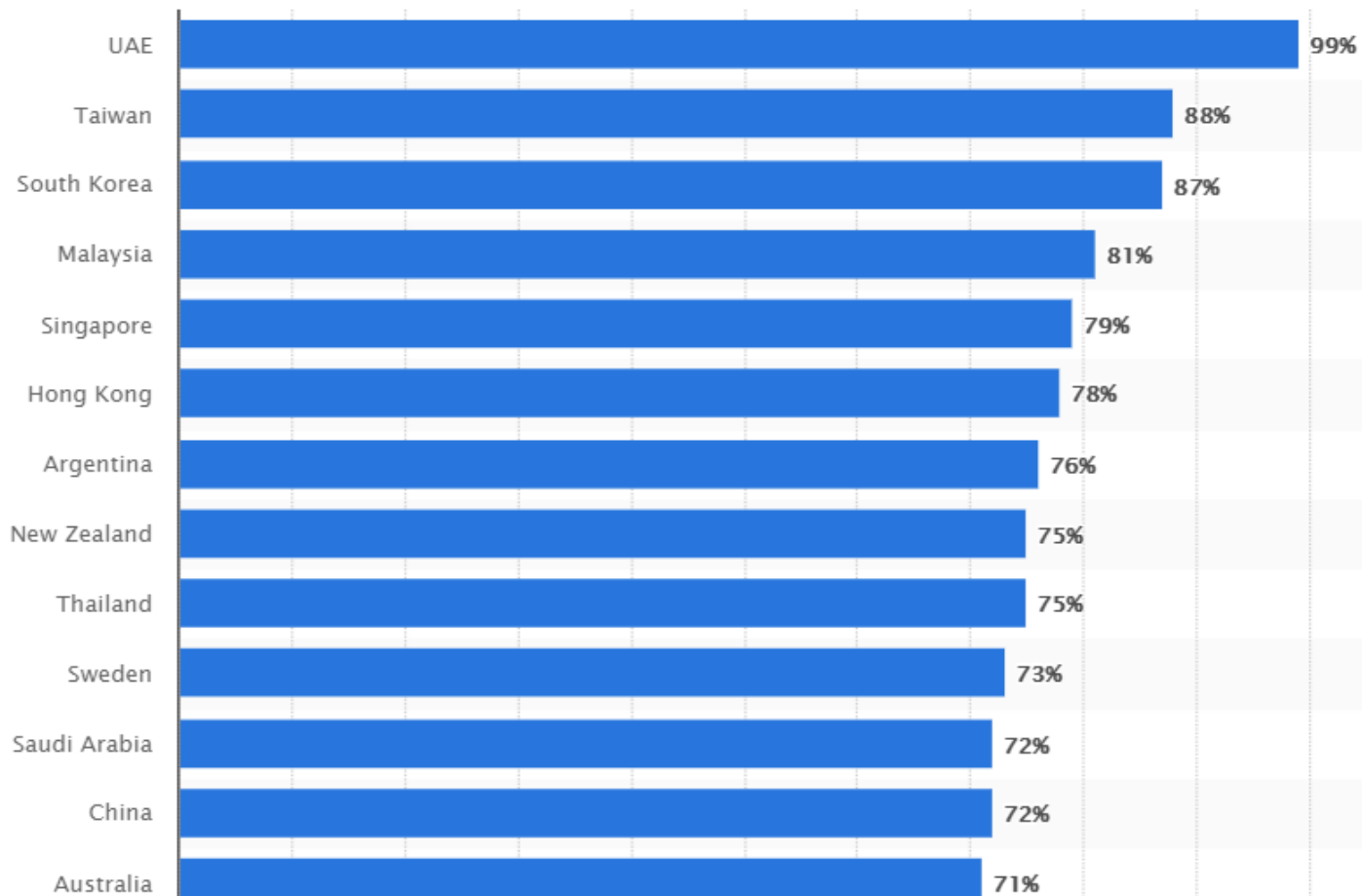


Instagram accounts with the most followers worldwide *(in millions)*





Active social network penetration in selected countries





Το ψηφιακό περιβάλλον & το marketing (1)



Facebook

86.02%

Pinterest

5.53%

Instagram

4.01%

Twitter

2.86%

YouTube

1.13%

Tumblr

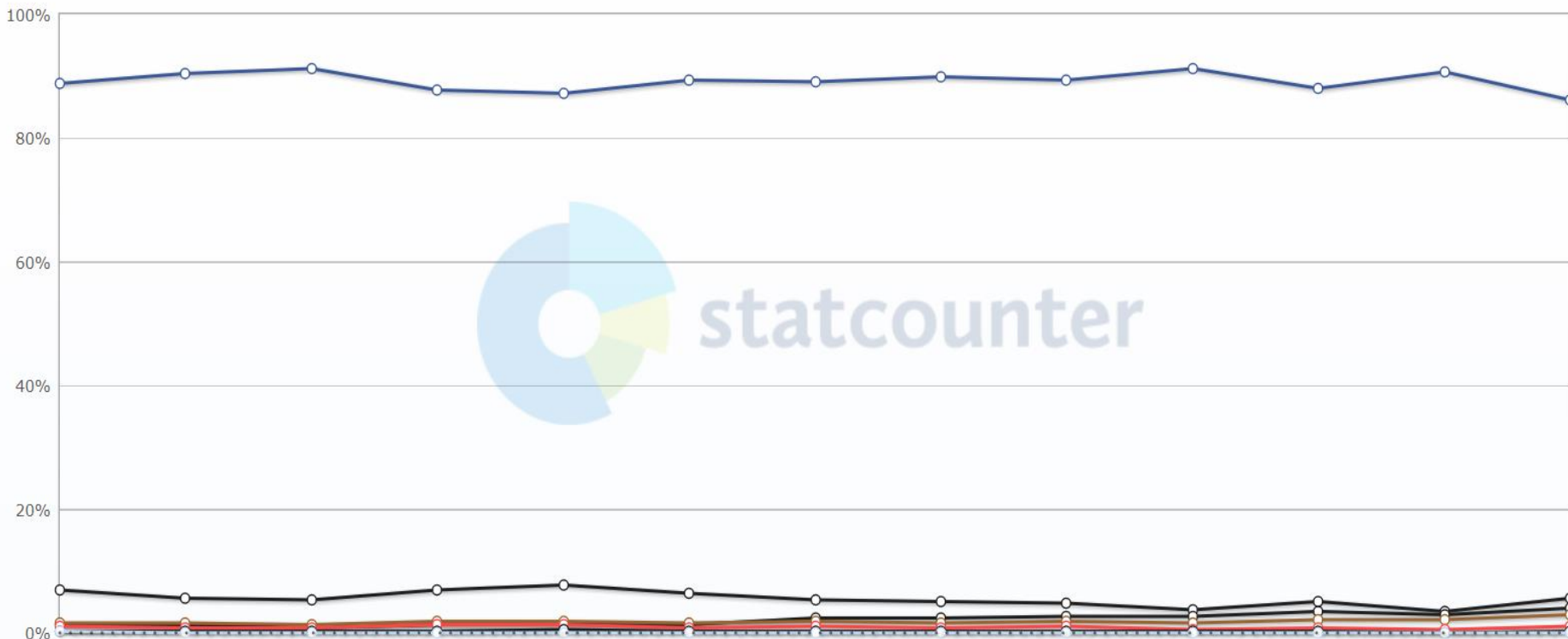
0.25%

Social Media Stats in Greece - April 2020

Social Media Stats Greece

Apr 2019 - Apr 2020

[Edit Chart Data](#)





Μορφές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- B2B
- B2C
- B2G
- C2C
- G2B
- G2C



Συνύπαρξη Κλασικού & διαδικτυακού marketing – Κλασικό παραμένουμε!

- Βασικές αρχές μάρκετινγκ
- Κατανόηση, εξυπηρέτηση & διευκόλυνση του πελάτη
- Προϊόντα & ποιότητα, Επωνυμία – branding!
- Διαφοροποίηση έναντι των ανταγωνιστών
- Επιλογή επιχειρηματικού μοντέλου
- Αρχές management



Συνύπαρξη Κλασικού & διαδικτυακού marketing – Digital ακολουθούμε!

- Νέες τεχνολογίες, e-services
- Εφαρμογή ΤΠΕ, εκπαίδευση
- Συστήματα διαχείρισης Σχέσεων, Γνώσης
- Συνεργατικότητα, συνέργεια
- Προσαρμογή, συμμετοχή του πελάτη, διεύρυνση αγοράς
- Ολοκλήρωση Εφοδιαστικής αλυσίδας
- Επιχειρηματικά μοντέλα (νέα...)
- Κοινωνική δικτύωση



Ευχαριστώ για την παρακολούθηση και τη συμμετοχή σας!

