

# Επαναληπτικό Μάθημα e-Marketing

---

# Τι είναι το ψηφιακό Marketing?

---

- Η χρήση ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας (internet) για την εφαρμογή του marketing mix της επιχείρησης, του προϊόντος/υπηρεσίας μας.
- Μεγάλες δυνατότητες **διαδραστικότητας, προσωποποιημένης σχέσης** και **αμεσότητας** με τους υπάρχοντες και δυνητικούς καταναλωτές μας
- Internet και Διαφήμιση: το νέο πεδίο. (Όχι όμως και το μονο!)
- **Δύο ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσω:**
  - Είναι οι πελάτες μου online?
  - Είναι τα προϊόντα μου κατάλληλα για να τα προωθήσω μέσω του ψηφιακού Marketing

# Έννοια και σημασία marketing

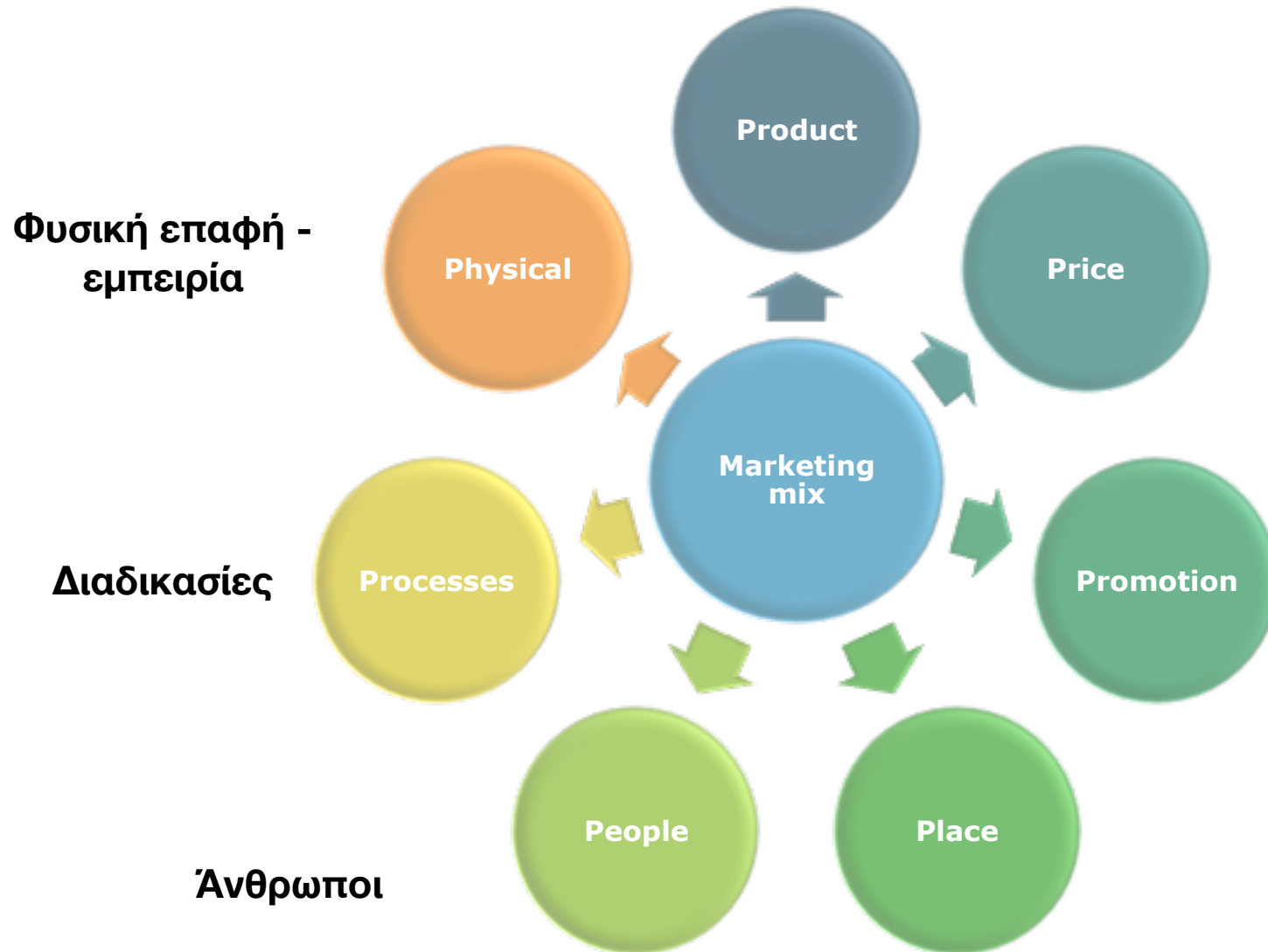
---

**Marketing είναι η διαδικασία με την οποία εντοπίζονται προβλέπονται και ικανοποιούνται οι ανάγκες του καταναλωτή, με κέρδος για την επιχείρηση.**

- Συνδύαζει τα μέσα-προϊόντα της επιχείρησης για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του καταναλωτή καλύτερα από τους ανταγωνιστές μας.
- Ανιχνεύει αλλά και **δημιουργει** ανάγκες
- Ο πελάτης στο κέντρο των προσπαθειών μας.
- Δημιουργία αξίας για τον πελάτη μας
- Ποιος είναι πλέον ο καταναλωτής μας? ο ανταγωνισμός μας?
- Marketing ακόμη πιο σημαντικό λόγω της παγκοσμιοποίησης των αγορών.

# Επεκτείνοντας το μοντέλο - 7 Ps

---



# Internet και αγορές

---

- Επίδραση στη λειτουργία της αγοράς
  - αντιστοίχιση πωλητών - καταναλωτών
  - διευκόλυνση ροών (πληροφορίες, αγαθά, πληρωμές)
  - πλαίσιο λειτουργίας
- Επίδραση στο προϊόν
  - εξατομίκευση προϊόντων/υπηρεσιών.
  - Πληροφορίες για καταναλωτές
- Επίδραση στο κόστος αναζήτησης
- Επίδραση στο κόστος της συναλλαγής
  - μείωση του κόστους συναλλαγής

# Ψυχολογικά Χαρακτηριστικά καταναλωτή

---

- **Ανάγκη** → **Κίνητρο**
  - Κατευθυνση - Ένταση
  - Διάρκεια-επιμονή
  - Υπάρχουσες - νέες (**δημιουργία αναγκών**)
- **Αντίληψη**  
Η διαδικασία με την οποία επιλέγουμε, οργανώνουμε και εξηγούμε τις πληροφορίες που διαθέτουμε
- **Μάθηση**  
Εμπειρίες που αλλάζουν την μελλοντική μας συμπεριφορά
- **Μνήμη**
  - Βραχυπρόθεσμη-Μακροπρόθεσμη μνήμη
  - Συνειρμοί
  - Διαδικασία ανακτήσης μνήμης



Η πυραμίδα του Maslow

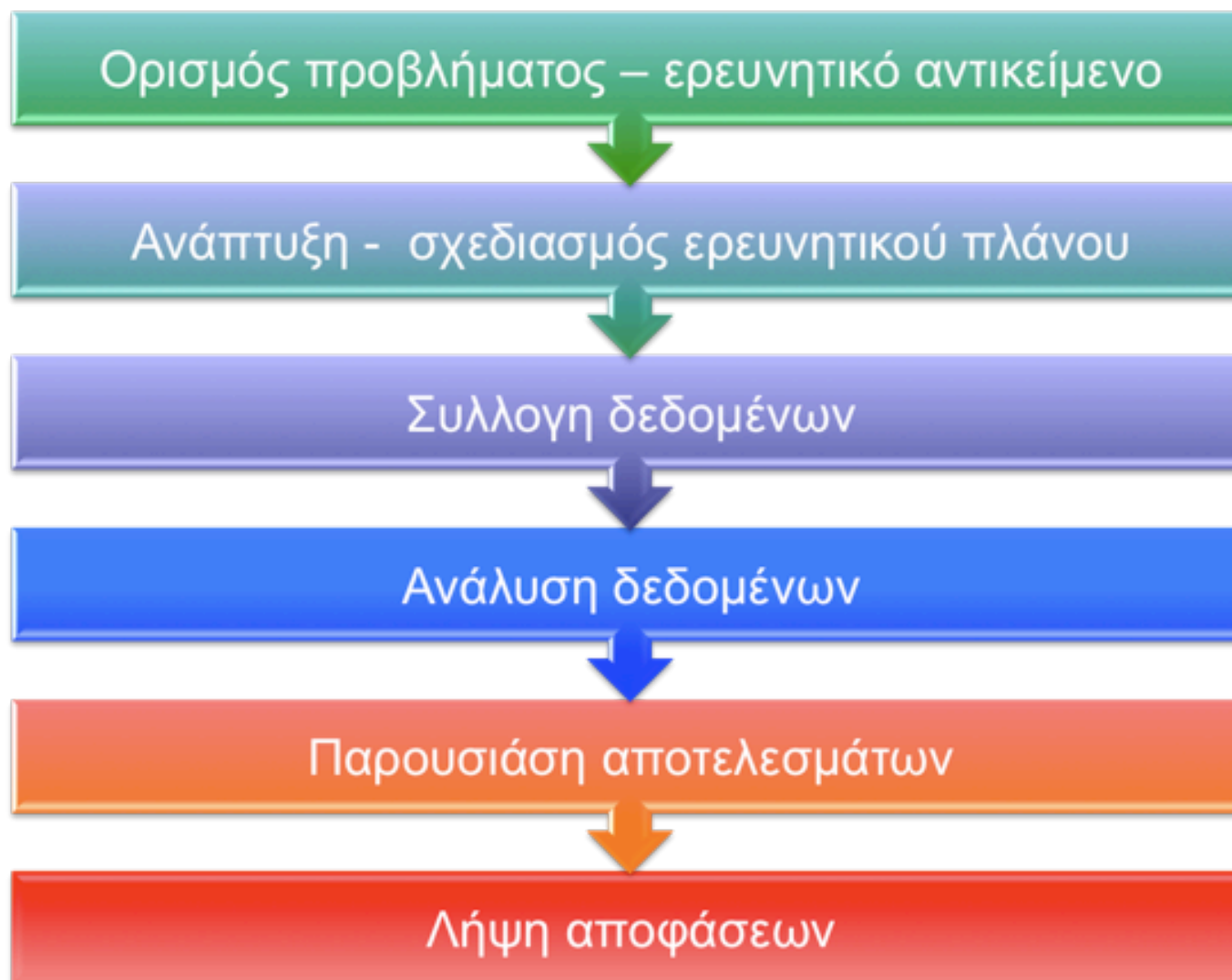
# Συμπεριφορά καταναλωτή στο internet

---

- Ετερογένεια καταναλωτών
- ... αλλά και Εξατομίκευση
- Πρόσβαση σε αντικειμενικές πληροφορίες
  - information overflow?
  - ορθολογικά μοντέλα αποφάσεων?
- Ενδυνάμωση καταναλωτή
  - γνωστοποίηση προτιμήσεων
  - ενεργός ο ρόλος των καταναλωτών στη δημιουργία αξίας
- Απλοποίηση διαδικασιών (one stop shopping)
  - καταναλωτές σε ... fast forward
  - **Αρχή των 3 clicks**

# Διαδικασία έρευνας Αγοράς

---



# Οφέλη από εφαρμογή CRM

---

- Αυξηση αποτελεσματικότητας προγραμμάτων marketing
- μείωση κόστους
- Ταχύτερες αντιδράσεις σε αλλαγές της αγοράς
- Τμηματοποίηση αγοράς
- Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών
- δημιουργία και διατήρηση μακροχρόνιας σχέσης με τον πελάτη
- Προσωποποίηση υπηρεσιών (one to one marketing)
- Χρήση τεχνολογιών πληροφορικής - διαδικτύου.

# Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού marketing

---

Affiliate Marketing

Viral Marketing

Advergaming  
Gamification

Crowdfunding  
Crowdsourcing

# Πλεονεκτήματα Social Media Marketing

---

- σημαντικότερος και πιο αναπτυσσόμενος κλάδος του marketing
- ευρεία διάδοση των social media - ταχύτατη πρόσβαση
- αμφίδρομη σχέση ενημέρωσης επιχειρήσεων - καταναλωτών με άμεση ανατροφοδότηση
- αύξηση αξιοπιστίας επιχείρησης - βελτίωση εικόνας προϊόντος - brand
- δημιουργία δικτύου πελατών - κοινωνικό κεφάλαιο.
- χαμηλό κόστος με μεγάλη επίδραση.

# Μειονεκτήματα Social Media Marketing

---

- Βαθμός ελέγχου υλικού χρηστών - βαθμός ελευθερίας παρέμβασης καταναλωτών
- Διάλογος με τους πελάτες μπορεί να κρύβει κινδύνους
- Αρνητικές κριτικές - επικοινωνιακές κρίσεις.
- Συνεχής ενημέρωση - απάντηση - έλεγχος
- Σημασία administrators - συνεχής παρακολούθηση

# Περιεχόμενο και e-Marketing

---

- Δημιουργία, Δημοσίευση, Διάδοση υλικού σε συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό στόχο.
- Γιατι είναι σημαντικό για το marketing:
  - πληροφοριακό
  - δημιουργία - διακίνηση ψηφιακής πληροφορίας με πολλά μέσα-μορφές και απίστευτη ταχύτητα
  - βασική χρήση η αναζήτηση πληροφοριών
  - μεγαλύτερο μέρος προσφερόμενης αξίας βασίζεται στο περιεχόμενο που διαθέτουμε στον καταναλωτή

**Πιο σημαντική στρατηγική marketing για την προσφορά αξίας!**

# Το e-shop συμβάλλει στο marketing

---

- Ενδυνάμωση εικόνας επιχείρησης - κύρος
- Ενδυνάμωση παρουσίας στην αγορά με ένα ακόμη κανάλι διανομής
- Άμεση επαφή με τον πελάτη
- Συλλογή στοιχείων από τον καταναλωτή
- Δημιουργία και αποτελεσματική διαχείριση σχέσης με τον πελάτη
- Δυνατότητες πολλων ενεργειών άμεσου marketing - διεύρυνση marketing mix.

# Μείωση Κόστους

---

- Κόστος διαχείρισης παραγγελιών (ERP-CRM) - εφοδιασμού e-shop
- Εργαλεία προσωποποίησης - εξατομίκευσης
- Χαμηλότερο κόστος διαφήμισης στο internet
  
- Λειτουργικές δαπάνες site - eshop
  - Εξοδα συντήρησης - παρακολούθησης και ανάλυσης
  - Δημιουργία περιεχομένου
  - Εξοδα αποστολής
  - Αμοιβές ηλεκτρονικών μεσαζόντων
  - εξυπηρέτηση πελατών

# Μηχανές Αναζήτησης (SEM και SEO)

---

- ***Search Engine Marketing (SEM)***

- εμφάνιση ανάλογα με τις λέξεις κλειδιά αναζήτησης
- απλή μορφή - link σε σελίδα
- εμφάνιση κοντα σε ανταγωνιστικές σελίδες
- AdWords (CPC)

- ***Search Engine Optimisation (SEO)***

- Καταχώρηση της διεύθυνσης στη μηχανή αναζήτησης
- Συνάφεια περιεχομένου φράσεων/λέξεων - εντοπισμός κατάλληλων λέξεων κλειδιά
- Αξιοπιστία και εγκυρότητα ιστότοπου
- ακρίβεια περιεχομένου (metadata σελίδων)

# Σχεδιασμός καμπάνιας στα social media

---

- **Σχεδιασμός:**

1. Καθορισμός Στόχων
2. Επιλογή κοινωνικών δικτύων και καταμερισμός στόχων
3. Επιλογή ενεργειών
4. Παρακολούθηση - αξιολόγηση

- **Σημαντικά σημεία επιτυχίας:**

- ✓ Ενδιαφέρον - χρήσιμο - επίκαιρο
- ✓ διάλογος και αλληλεπίδραση με κοινό (engagement) - όχι μόνο buzz marketing
- ✓ διαδραστικές - πρωτοτυπες εφαρμογές και ενέργειες
- ✓ ολοκληρωμένη αντιμετώπιση με αξιοποίηση όλων των μέσων επικοινωνίας
- ✓ ανοικτή κουλτούρα προς τους καταναλωτές