



Σε αυτό το τεύχος

NEA ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ SPIRAL: ΣΕΛ

1 Το Ίντερνετ Μάρκετινγκ ως... ανασταλτικός παράγοντας επιτυχίας!

2 ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ Πως αξιολογούνται οι εταιρικές ιστοσελίδες;

3 ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ Ένα Χρηστικό Εργαλείο για την Αξιολόγηση της Απόδοσης των Εταιρικών Ιστοσελίδων

4 ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ Μία φάρμα κάτω από το έδαφος!

NEA ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ SPIRAL:

Το Ίντερνετ Μάρκετινγκ ως... ανασταλτικός παράγοντας επιτυχίας!

Ερώτημα: Γιατί η επιχείρησή σου δεν αποδίδει τα αναμενόμενα;

Συνήθειες απαντήσεις: 1. Φταίει η κρίση. 2. Φταίει ο ανταγωνισμός. 3. Δεν έχουμε χρήματα να ρίξουμε στη δουλειά.

Ισχύουν; Ίσως. Ίσως όμως να ισχύει και κάτι άλλο.

Καθοριστικό παράγοντα ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων αποτελεί σήμερα το **Ίντερνετ Μάρκετινγκ**. Δηλαδή το μάρκετινγκ που κάνει μια επιχείρηση με τη χρήση του διαδικτύου. Βάση του Ίντερνετ Μάρκετινγκ είναι, η **ιστοσελίδα της επιχείρησης**.

Τι γίνεται όμως με τις εταιρικές ιστοσελίδες στη χώρα μας; Τα αποτελέσματα σχετικής έρευνάς μας στο διαδίκτυο για την **αποδοτικότητα των εταιρικών ιστοσελίδων** είναι αποθαρρυντικά, αναδεικνύοντας συχνά τον... **ανασταλτικό ρόλο των ιστοσελίδων**, ως προς την επίτευξη του σκοπού της επιχείρησης που εκπροσωπούν:

1. Ο μέσος όρος ταχύτητας των ιστοσελίδων είναι 6,2 δευτερόλεπτα(!), όταν ο μέγιστος ανεκτός χρόνος αναμονής πριν εγκαταλείψει κάποιος τη σελίδα που φορτώνει είναι 3 δευτερόλεπτα!
2. Το 80% των ιστοσελίδων παρουσιάζουν σημαντικές αδυναμίες εντοπισμού τους στις αναζητήσεις του Google.

3. Το 22% των ιστοσελίδων δεν είναι φιλικές για συσκευές smart phone και tablet, όταν 7 στους 10 Έλληνες μπαίνουν στο ίντερνετ από τα κινητά τους τηλέφωνα.

4. Το 28% των εμπορικών ιστοσελίδων δεν προστατεύεται στη μετάδοση ευαίσθητων δεδομένων από πρωτόκολλα ασφαλείας.

5. Επιπλέον, αμέτρητα είναι τα ορθογραφικά και συντακτικά λάθη, ο αριθμός των εσωτερικών ή εξωτερικών συνδέσμων που δεν λειτουργούν, το παρωχημένο περιεχόμενο, η ασάφεια ως προς το σκοπό των ιστοσελίδων.

6. Τέλος, ακόμα και αν όλα τα παραπάνω εμπόδια δεν υφίστανται (πράγμα πολύ σπάνιο), οι στοιχειώδεις πρακτικές για τη δημιουργία πελατών μέσω του ίντερνετ εφαρμόζονται αποσπασματικά και με σημαντικές παραλείψεις.

Η όχι και τόσο κολακευτική

αυτή εικόνα του επιχειρηματικού ίντερνετ στην Ελλάδα, δημιουργεί νέες απαιτήσεις ως προς το ρόλο μας (ως Σύμβουλοι Επιχειρήσεων) στην αξιολόγηση, την καθοδήγηση και τον συντονισμό των υπηρεσιών του Ίντερνετ Μάρκετινγκ.

Στο πλαίσιο αυτό, η Spiral δημιούργησε ένα νέο μοντέλο για την αξιολόγηση εταιρικών ιστοσελίδων: Το **Μοντέλο Αξιολόγησης Ιστοτόπων** της Spiral, αποτέλεσμα σχετικής έρευνας, που πραγματοποιήθηκε από την ίδια και τους συνεργάτες της το 2017 και που αποτελεί σύνθεση των αποδοτικότερων εργαλείων, μοντέλων και τάσεων, που εφαρμόζονται από κορυφαίους οργανισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο.

Διαβάστε στις επόμενες σελίδες το σχετικό άρθρο δημοσίευσης της έρευνάς μας και μην ξεχάσετε να αξιολογήσετε την ιστοσελίδα σας **δωρεάν** στο www.spiral.com.gr/αξιολογηση-ιστοσελιδων.

Big Problem of Business Website

1. **Poor Design** : destroy first impression.
2. **No Call to Action** : no contact us, only one way communication.
3. **No update information** information is out of date
4. **No SEO** search engine is very important, SEO can create business opportunity.
4. **No Social Media Link** It is a must for business now.
5. **No mobile Optimizarion**

Important

- Well plan for business website
- Don't forget SEO
- Open business opportunity with Social Network!
- Update information!!

ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ένα Χρηστικό Εργαλείο για την Αξιολόγηση της Απόδοσης των Εταιρικών Ιστοσελίδων

Συνθέτοντας τα κριτήρια αξιολόγησης ιστοσελίδων που προτείνουν αναγνωρισμένοι φορείς των τεχνολογιών πληροφορικής, μπορούμε να έχουμε ένα ειδικό εργαλείο αξιολόγησης, που να αποτιμά μία ιστοσελίδα ολιστικά και όχι αποσπασματικά, ειδικά και όχι γενικά, και τελικά να παρέχει συγκεκριμένες απαντήσεις και οδηγίες για τις αλλαγές, που θα πρέπει να γίνουν, ώστε να μεγιστοποιηθεί η απόδοσή της.

Το Εργαλείο Αξιολόγησης Ιστοσελίδων της Spiral, μπορεί να αποτιμήσει την αποδοτικότητα μιας ιστοσελίδας, σε 3 άξονες:

1. Ως προς την ποιότητα της πληροφόρησης, αξιολογούνται:

- Η ορθότητα της πληροφορίας: αν το περιεχόμενο είναι ενυπόγραφο, εάν βασίζεται σε αξιόπιστες πηγές, αν έχει λάθη κ.ά.
- Η αυθεντία του φορέα: αν έχει τα πνευματικά δικαιώματα, αν έχει το κατάλληλο γνωστικό υπόβαθρο κλπ.
- Η αμεροληψία της ιστοσελίδας: εξαρτάται κυρίως από το σκοπό της, αν δηλαδή είναι εμπορικός, κοινωνικός, ενημερωτικός κλπ.
- Η επικαιρότητα της πληροφορίας: το πόσο πρόσφατες είναι πληροφορίες που εμπεριέχονται στην ιστοσελίδα.
- Το εύρος των πληροφοριών και των λειτουργιών που παρέχονται: π.χ. το εύρος των θεμάτων που καλύπτεται, ο σκοπός που εξυπηρετείται, αν η σελίδα μπορεί να απαντά σε συχνές ερωτήσεις ή ακόμα και αν έχει χάρτη πλοήγησης, αν η πληροφορία είναι δωρεάν, αν η ιστοσελίδα είναι διαδραστική, αν το περιεχόμενο είναι ελεύθερο προς χρήση κλπ.

2. Ως προς την ποιότητά της από τεχνική άποψη, αξιολογούνται:

- Η προσβασιμότητα / προσιτότητα της ιστοσελίδας: η ταχύτητα φόρτωσής της, η ορατότητά της σε browsers, κινητά τηλέφωνα, λειτουργικά συστήματα, οθόνες κλπ.
- Το σχέδιο της ιστοσελίδας: να είναι αισθητικά όμορφο, ελκυστικό, αναγνώσιμο, κατανοητό στην πλοήγηση και γενικά να εξυπηρετεί το σκοπό της ιστοσελίδας με την εμφάνιση και το συναίσθημα που μεταδίδει.
- Το περιεχόμενο της ιστοσελίδας: αφορά ουσιαστικά στην ποιότητα της πληροφόρησης, που θεωρείται σκόπιμο να αξιολογηθεί ως βασικό κριτήριο (βλ. και παραπάνω).
- Η τεχνική επάρκεια της ιστοσελίδας: η δυνατότητα διαδραστικότητας, να μπορεί να λειτουργεί η ιστοσελίδα ενισχύοντας το σκοπό της, οι τεχνολογίες και τα πολυμέσα που χρησιμοποιούνται να είναι σύγχρονα και συμβατά με τις λοιπές τεχνολογίες του διαδικτύου, να δίνει στο χρήστη μία διαφορετική εμπειρία από το διάβασμα ενός βιβλίου ή εφημερίδας, να μπορεί να αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που παρέχονται από τη φύση του διαδικτύου, όπως είναι μηνύματα, online επικοινωνία, βίντεο, παιχνίδια, online tests, εικόνες και πίνακες, ήχος, φόρουμ συζητήσεων, πεδία αναζήτησης κ.ά.
- Δημιουργικότητα και πρωτοτυπία: να αποτελεί η ιστοσελίδα μία νέα και ευχάριστη εμπειρία, να ξεχωρίζει από τις άλλες και να δημιουργεί την αίσθηση στον επισκέπτη ότι δεν έχει δει κάτι παρόμοιο.

3. Ως προς την αποδοτικότητα του μάρκετινγκ, αξιολογούνται:

- Η αναγνωρισιμότητα: το domain name της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι ανα-

γνωρίσιμο, από το μεγαλύτερο δυνατό κοινό.

- Η ελκυστικότητα: η σελίδα θα πρέπει να προσελκύει το μεγαλύτερο δυνατό ποσοστό από αυτούς που τη γνωρίζουν.
- Η παραμονή των επισκεπτών: οι άνθρωποι που επισκέπτονται την ιστοσελίδα θα πρέπει να παραμένουν σ' αυτήν και να πλοηγούνται.
- Οι πωλήσεις: οι επισκέπτες θα πρέπει να πραγματοποιούν αγορές, ή στην περίπτωση που η σελίδα δεν είναι κάποιο e-shop, να οδηγήσουν τους επισκέπτες σε τηλεφωνική επικοινωνία, επίσκεψη στο κατάστημα, ή με άλλα λόγια, να οδηγήσουν στην επίτευξη του εκάστοτε σκοπού της ιστοσελίδας.
- Η διατηρησιμότητα. Οι αγοραστές τελικά, θα πρέπει να διατηρούνται ως πελάτες και να επαναχρησιμοποιούν την ιστοσελίδα, με νέες αγορές κλπ.

Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργήσαμε ένα εργαλείο αξιολόγησης, σε 3 ενότητες, βάσει του οποίου μπορούν να εντοπιστούν βασικές αδυναμίες, που ενδέχεται να παρουσιάζει μία ιστοσελίδα.

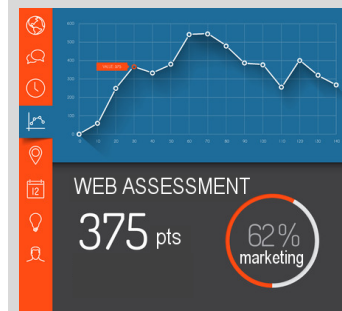
Αποκτήστε το Εργαλείο Αξιολόγησης Ιστοσελίδων της Spiral, σε μορφή Word και αυτοματοποιημένου Excell, μαζί με όλη την Εργαλειοθήκη της Spiral, από το [ηλεκτρονικό μας κατάστημα](#), στην προνομιακή τιμή των 8,1€ και αξιολογήστε μόνοι σας την ιστοσελίδα σας.

Εναλλακτικά, αποκτήστε, επίσης από το [ηλεκτρονικό μας κατάστημα](#), μία ολοκληρωμένη Αναφορά Αξιολόγησης Ιστοτόπου, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τις διορθωτικές ενέργειες, που απαιτούνται για την κορύφωση της αποδοτικότητας της ιστοσελίδας σας (τώρα από 49€, στην εκπωτική τιμή των 24,5€).

Προσφορά!

50% off

ΑΝΑΦΟΡΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΙΣΤΟΤΟΠΙΟΥ

€ 24,50
€ 49,00

Το Εργαλείο Αξιολόγησης Ιστοσελίδων της Spiral, αποτιμά την απόδοση της εταιρικής σας ιστοσελίδας αναφορικά με το περιεχόμενο, την τεχνολογία και το μάρκετινγκ

ΠΗΓΕΣ

1. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, Θεσσαλονίκη, 2017, <http://orion.lib.teithe.gr/index.php?page=evsource-criteria>
2. University of Washington, Washington D.C., 2017, <http://depts.washington.edu/trio/trioquest/resources/web/assess.php>
3. Alison Company, Ireland, 2017, <https://alison.com/course/E-Commerce-Fundamentals-of-Online-Customer-Communication-Strategies>

SPIRAL

business solutions

Αδαμάντιου Κοραή 9
55132

Καλαμαριά
Θεσσαλονίκη

Τηλέφωνο: 2314-033-909
e-mail: spiral@spiral.com.gr
Web: www.spiral.com.gr



Επιμέλεια: [Γιάννης Χαρολαμπίδης](#)

Η Spiral είναι το μέσο επιχειρηματικής ανάπτυξης και προόδου των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Εστιασμένη στη μάθηση και την καινοτομία, στηρίζει την επιχειρηματική σας προσπάθεια, παρέχοντας συμβουλές και υπηρεσίες αξίας, καθοδηγώντας σας στο δρόμο για την επιτυχία.

Επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας στο:

www.spiral.com.gr

Για περισσότερη επιχειρηματική ενημέρωση και μάθηση συνδεθείτε μαζί μας:

 www.facebook.com/spiralonline

ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ

Μία φάρμα κάτω από το έδαφος!

Μία υπόγειο φάρμα, που δημιουργήθηκε από τη Cycloponics, κάτω από ένα παλιό πάρκινγκ αυτοκινήτων στην La Chapelle, στο Παρίσι, παράγει μαρούλια, χόρτα και μανιτάρια, με υδροπονικές μεθόδους. Τα φυτά μεγαλώνουν μέσα σε εμπλουτισμένο με θρεπτικά συστατικά νερό, κάτω από φως led χαμηλής κατανάλωσης, χωρίς τη χρήση εδάφους ή του ηλιακού φωτός. Η 330 τετραγωνικών μέτρων φάρμα, ονομάστηκε La Caverne, και προτίθεται να πουλά τα προϊόντα της σε καταστήματα και εστιατόρια του Παρι-

σιού, μεταφέροντάς τα με ποδήλατο.

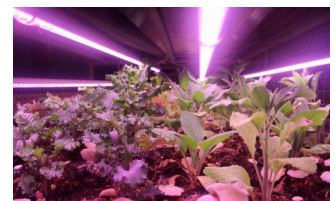
Η ιδέα αυτή ήρθε από δύο επιχειρηματίες που θέλησαν να αξιοποιήσουν τις εγκαταλειμμένες αστικές περιοχές, προς όφελος των κατοίκων της περιοχής, που υποστηρίζουν ότι η συνταγή της επιτυχίας βρίσκεται στην αγάπη και την προσοχή που πρέπει να έχουν οι καλλιεργητές για τα φυτά τους.

Η La Caverne δεν είναι η πρώτη φάρμα της Cycloponics σε εγκαταλειμμένες περιοχές, αφού έχουν δημιουργήσει άλλη μία σε ένα παλιό πολεμικό οχυρό

στο Στρασβούργο και άλλη μία σε ένα υπόγειο στο Μπορντώ.

Η αστική καλλιέργεια αναπτύσσεται όλο και περισσότερο και μπορεί να βρει εφαρμογή σε πάρα πολλά μέρη, ακόμα και σε εγκαταλειμμένα κτήρια και υπόγεια, που διατίθενται σχεδόν δωρεάν.

Η επιχειρηματική ιδέα αυτή, διακρίθηκε για την πρωτοτυπία και την καινοτομία της, ως μία από τις πιο πετυχημένες ιδέες παγκοσμίως, την 2η εβδομάδα του φετινού Ιανουαρίου.



Γνωρίστε τη φάρμα
La Caverne
στο
www.lacaverne.co