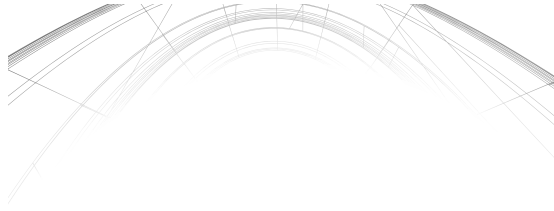


# Πίνακας περιεχομένων



Βιογραφικά συγγραφέων .....	13
Πρόλογος .....	17

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1** **ΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ** **ΚΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

1. Το ψηφιακό τοπίο: τεχνολογίες, επιχειρηματικότητα και μάρκετινγκ .....	25
1.1. Πεδία τεχνολογιών αιχμής .....	27
1.2. Οι τρεις πυλώνες αναδυόμενων τεχνολογιών για το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το μάρκετινγκ .....	29
2. Μεγέθη της αγοράς .....	48
2.1. Συμβολή της ψηφιακής οικονομίας στα συνολικά οικονομικά μεγέθη .....	49
2.2. Αριθμός χρηστών του διαδικτύου, κατόχων κινητού τηλεφώνου, μελών κοινωνικών δικτύων .....	50
2.3. Διείσδυση ΤΠΕ στις επιχειρήσεις και ηλεκτρονικό εμπόριο .....	51
3. Προοπτικές και συνέπειες σε επίπεδο επιχειρηματικότητας και μάρκετινγκ .....	56
3.1. Παράγοντες ανάπτυξης του διαδικτύου .....	56
3.2. Συνέπειες και προκλήσεις σε επίπεδο επιχειρηματικό και μάρκετινγκ .....	59

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2** **ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ**

1. Η νέα θέση του πολίτη-καταναλωτή .....	67
2. Χαρακτηριστικά των χρηστών του διαδικτύου .....	70
2.1. Κόσμος .....	70
2.2. Ελλάδα .....	72
3. Αγοραστική συμπεριφορά και διαδίκτυο .....	74
4. Κίνητρα χρήσης και αγοράς στο διαδίκτυο .....	81
4.1. Αγοραστικά κίνητρα και κριτήρια .....	81
4.2. Κίνητρα χρήσης των κοινωνικών δικτύων .....	83
5. Τμηματοποίηση .....	86

### ΚΕΦΆΛΑΙΟ 3

#### ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

1. Μέθοδοι έρευνας αγοράς στα νέα μέσα . . . . .	92
2. Διαχείριση σχέσεων με πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες . . . . .	98
2.1. Παραδοσιακή Διαχείριση Πελατών vs CRM . . . . .	103
2.2. Τυπολογία CRM συστημάτων . . . . .	113
3. Cloud computing και επιδράσεις . . . . .	129
3.1. Περιγραφή των Μοντέλων IaaS, PaaS, SaaS . . . . .	131
3.2. Cloud CRM . . . . .	132

### ΚΕΦΆΛΑΙΟ 4

#### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

1. Επιχειρηματικό πρόγραμμα ηλεκτρονικής δράσης (e-business plan). . . . .	135
1.1. Επίπεδα υιοθέτησης ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας . . . . .	137
1.2. Βασικές στρατηγικές κατευθύνσεις . . . . .	139
2. Βήματα ανάπτυξης σχεδίου ψηφιακού μάρκετινγκ . . . . .	141

#### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ένας οδηγός ετοιμασίας επιχειρηματικού σχεδίου . . . . .	165
--	-----

### ΚΕΦΆΛΑΙΟ 5

#### ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. Τυπολογία και κριτήρια ταξινόμησης καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων . . . . .	178
1.1. Κριτήρια ταξινόμησης . . . . .	181
1.2. Τυπολογίες ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μοντέλων . . . . .	184
1.3. Διαδικασία σύνθεσης-ανάλυσης και επιλογής επιχειρηματικών μοντέλων . . . . .	200
2. Ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα και διαδικτυακό Μάρκετινγκ . . . . .	204
2.1. Συνεργατικό μάρκετινγκ (affiliate marketing). . . . .	204
2.2. Ιογενές μάρκετινγκ (Viral marketing). . . . .	213
2.3. Προβολή μέσω παιχνιδιών (advergaming, gamification) . . . . .	227
2.4. Crowd funding & crowdsourcing . . . . .	232
3. Κινητά μοντέλα και εφαρμογές ψηφιακού μάρκετινγκ . . . . .	237
4. Κοινωνικά Μέσα & Μάρκετινγκ . . . . .	249
4.1. Κατηγορίες κοινωνικών μέσων . . . . .	251
4.2. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Social media marketing . . . . .	260
4.3. Μελέτες περιπτώσεων κοινωνικών μέσων . . . . .	262

**ΚΕΦΆΛΑΙΟ 6****ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΞΙΑΣ: ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ, ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ**

1. Ανάπτυξη προϊόντικού χαρτοφυλακίου . . . . .	272
2. Δημιουργία περιεχομένου . . . . .	277
3. Προσωποποίηση . . . . .	290
3.1. Αντικείμενο και εφαρμογές προσωποποίησης . . . . .	291
3.2. Διαδικασία και μέθοδοι προσωποποίησης . . . . .	295
3.3. Οφέλη της προσωποποίησης και κρίσιμα θέματα . . . . .	298

**ΚΕΦΆΛΑΙΟ 7****ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΣΟΔΩΝ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

1. Πηγές εσόδων και μοντέλα τιμολόγησης . . . . .	
2. Θέματα διαμόρφωσης τιμολογιακής πολιτικής . . . . .	304
2.1. Μείωση κόστους . . . . .	313
2.2. Ευκολία σύγκρισης τιμών, διαφάνεια τιμών . . . . .	315
2.3. Διαπραγμάτευση τιμής . . . . .	317
2.4. Έλεγχος και διαχείριση τιμής στην άμεση και πολυ-καναλική πώληση . . . . .	319
2.5. Επιλογή μεταξύ «δωρεάν», «με πληρωμή» και «freemium» τιμολόγησης . . . . .	321
3. Ηλεκτρονικές δημοπρασίες . . . . .	322
3.1. Βασικοί τύποι ηλεκτρονικών δημοπρασιών . . . . .	324
3.2. Βασικοί παράγοντες επιτυχίας μιας ηλεκτρονικής δημοπρασίας . . . . .	330
3.3. Οφέλη και περιορισμοί για κάθε συμμετέχοντα . . . . .	332

**ΚΕΦΆΛΑΙΟ 8****ΠΟΛΥ-ΚΑΝΑΛΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ**

1. Άμεση ηλεκτρονική πώληση . . . . .	338
1.1. Η απόφαση περί απευθείας ηλεκτρονικής πώλησης στον πελάτη . . . . .	338
1.2. Σύγχρονα θέματα ηλεκτρονικών καταστημάτων . . . . .	345
1.2.1. Social shopping & commerce . . . . .	345
1.2.2. Εικονικοί κόσμοι και τρισδιάστατα ηλεκτρονικά καταστήματα . . . . .	348
2. Πολυ-καναλική διανομή και χρήση παράλληλων δικτύων . . . . .	351
3. Νέοι μεσάζοντες . . . . .	359

**ΚΕΦΆΛΑΙΟ 9**  
**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ - ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

1. Χαρακτηριστικά των νέων ψηφιακών μέσων .....	375
2. Μέσα και μορφές ψηφιακής επικοινωνίας (media-mix) .....	380
2.1. Ιστότοποι εταιρείας .....	382
2.2. Διαφήμιση “προβολής” (display) στο διαδίκτυο (banners & rich media).....	385
2.3. Χρήση μηχανών αναζήτησης (Search Engine Marketing & Search Engine Optimization) .....	389
2.4. Κοινωνικά δίκτυα, ιστολόγια, κοινότητες.....	397
2.5. E-mail και e-newsletters .....	410
2.6. Διαφήμιση σε δίκτυο συνεργαζόμενων ιστότοπων (affiliation) .....	414
2.7. Ιογενής επικοινωνία και προώθηση πωλήσεων .....	414
2.8. Διαφήμιση μέσω κινητού τηλεφώνου .....	415
2.8.1. Τυπολογία και μορφές διαφήμισης σε κινητά τηλέφωνα .....	416
2.8.2. Υπηρεσία με Βάση την Τοποθεσία (Location Based Service – LBS) .....	421

**ΚΕΦΆΛΑΙΟ 10**  
**ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

1. Μετρικές και αναλύσεις στο διαδίκτυο - Web Metrics & Analytics .....	424
1.1. Διαδικασία μέτρησης διαδικτυακής απόδοσης .....	425
1.2. Δείκτες διαδικτυακής απόδοσης .....	427
1.3. Μεθοδολογίες – Τεχνολογίες web analytics .....	431
1.4. Εργαλεία για διαδικτυακή ανάλυση – web analytics tools .....	434
2. Μετρικές και αναλύσεις κοινωνικών μέσων – social media metrics & analytics .....	436
2.1. Πλατφόρμες Ενιαίας Διαχείρισης Κοινωνικών Μέσων - Enterprise (Social) Listening Platforms (ELP).....	437
2.2. Εξόρυξη και Ανάλυση Κειμένου - Text Mining Partners.....	438
2.3. Εργαλεία μέτρησης κοινωνικών δικτύων σε πλατφόρμες API - Platform API (Application Programming Interface) tools.....	439
2.4. Εργαλεία ανάλυσης ιστοσελίδων - Site Analytics Solution.....	441
2.5. Κατηγοριοποιήσεις μετρικών σε κοινωνικά δίκτυα .....	442
Βιβλιογραφία .....	447