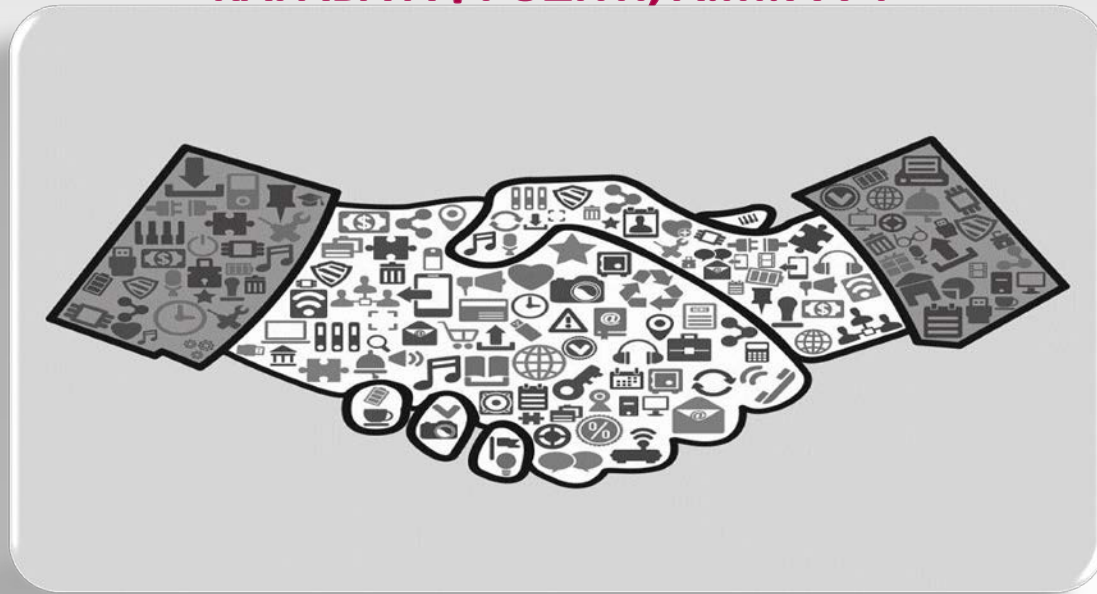


Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.

ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ:

ΑΡΒΑΝΙΤΑΚΗ ΧΡΙΣΤΙΑΝΝΑ, Α.Μ.7798

ΚΑΡΑΒΑ ΑΦΡΟΔΙΤΗ, Α.Μ.7774



ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΑΒΒΟΥΡΑ ΝΙΚΗ
ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

- Δημόσιες Σχέσεις είναι η λειτουργία μεταξύ ενός υποκειμένου δημοσίων σχέσεων (ατόμου ή ομάδας) και κοινού για τη δημιουργία και διατήρηση αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης.
- Επικοινωνία είναι η μετάδοση πληροφοριών, η ανταλλαγή ιδεών ή η διαδικασία δημιουργίας κοινής ή μοναδικής σκέψης μεταξύ ενός αποστολέα και ενός αποδέκτη.
- Ο όρος «Δημόσιες Σχέσεις» μπορεί να παρερμηνευτεί με ορισμένες άλλες παρεμφερείς λειτουργίες επικοινωνίας, όμως :
 - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Ενημέρωση
 - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Προπαγάνδα
 - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Διαφήμιση
 - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Προώθηση Πωλήσεων
 - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Marketing

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ MARKETING

Οι Δημόσιες Σχέσεις εκπληρώνουν τους στόχους του Marketing:

- ✓ Δημιουργώντας νέες προοπτικές για τα προϊόντα
- ✓ Ενημερώνοντας και προωθώντας μέσω του έντυπου τύπου
- ✓ Επεκτείνοντας τις διαφημίσεις, ακόμα και σε αθλητικά γεγονότα
- ✓ Εδραιώνοντας σχέσεις εμπιστοσύνης

Τα εργαλεία των Δημόσιων Σχέσεων σήμερα είναι:

- Δελτία Τύπου
- Ομιλίες και Παρουσιάσεις
- Ιστοσελίδες και Άλλα Διαδραστικά Μέσα
- Εταιρικές Χορηγίες
- Ετήσιες Εκθέσεις
- Εκδηλώσεις

ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η Τεχνολογία αφορά την πρακτική εφαρμογή διαφόρων θεμάτων τα οποία αναπτύχθηκαν σε θεωρητικό επίπεδο πρώτα και έπειτα εφαρμόστηκαν σε πραγματικό περιβάλλον και συνθήκες.

Η Ψηφιακή Επανάσταση είναι η μετάβαση από την αναλογική στην ψηφιακή τεχνολογία.

Ορισμένες συσκευές που έχουν αντικατασταθεί είναι:

- ✓ Μαγνητική κασέτα – CD
- ✓ Βιντεοταινία – DVD
- ✓ Αναλογικό σήμα – Ψηφιακό Σήμα
- ✓ Γραφομηχανή – Ηλεκτρονικός Υπολογιστής
- ✓ Βιβλίο – Ηλεκτρονικό βιβλίο
- ✓ Ραδιοκασετόφωνο – Οπτικός επεξεργαστής CD player
- ✓ Floppy Disc – CD – USB Stick

ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΑΝ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Με την χρήση δικτυακών τεχνολογιών οι επιχειρήσεις μπορούν να:

Προσεγγίσουν με την ταχύτερη δυνατή υπηρεσία τους πελάτες

Δώσουν υπηρεσία και να πουλήσουν προϊόντα 24ωρου βάσεως χωρίς τα αυξημένα έξοδα λειτουργίας

Η επιχειρηματική αξία των Δικτυακών Τεχνολογιών έχει ως αντίκτυπο:

- Την αύξηση ικανοποίησης πελατών
- Την αύξηση της γεωγραφικής και δημογραφικής επιρροής
- Την αύξηση του μεριδίου αγοράς

- Την αύξηση παραγωγικότητας
- Και την αύξηση των εσόδων και της κερδοφορίας.

ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ



Μετάβαση από την «ένας-προς-έναν», στην «πολλοί-προς-πολλούς» επικοινωνία.

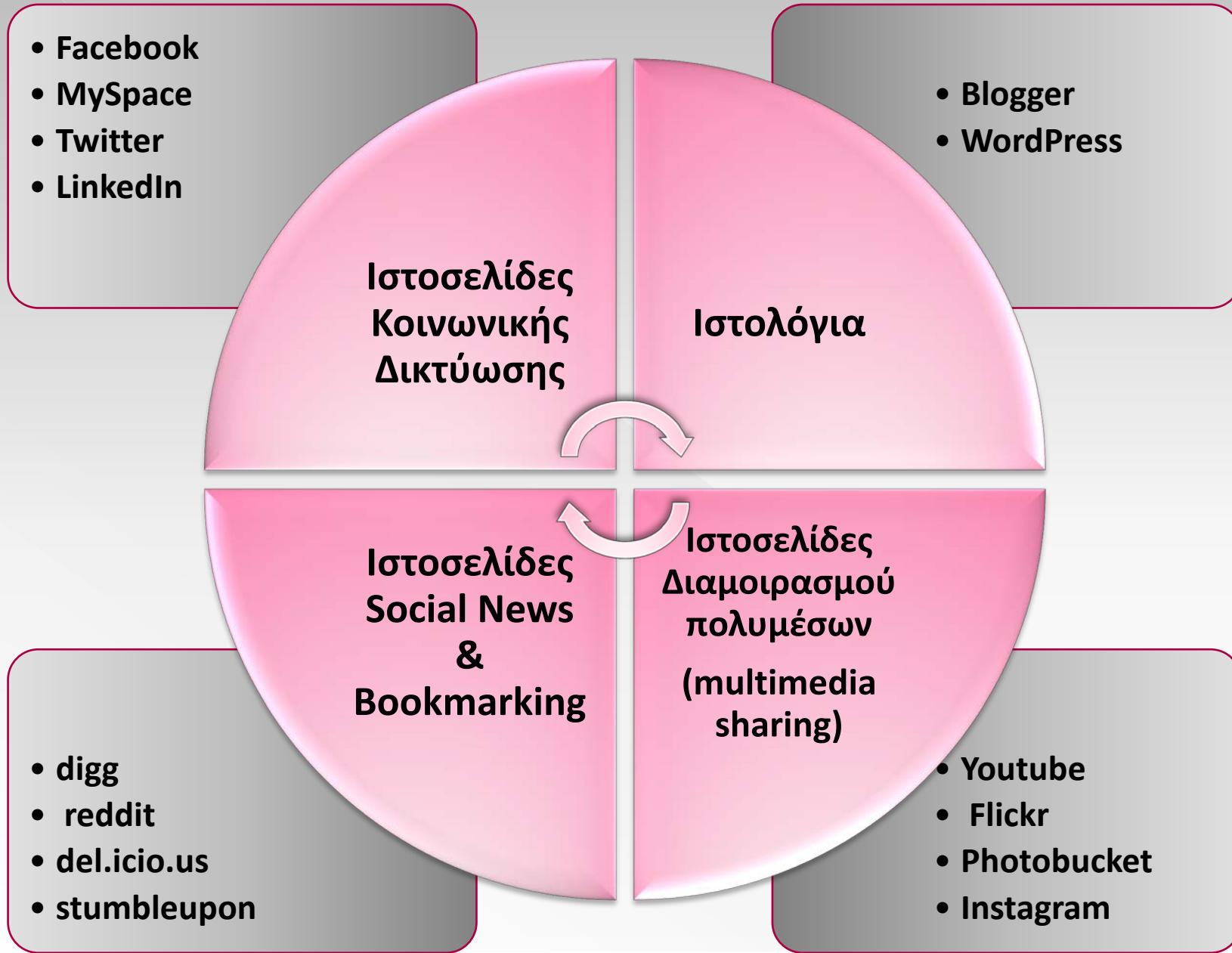
Εμπλεκόμενοι όροι :

- Τεχνολογία Web 2.0
- User Generated Content

Social Media

- Ένα είδος από online μέσα επικοινωνίας τα οποία υποστηρίζουν την αμφίδρομη επικοινωνία
- Μετατροπή «μονόλογου» των παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας σε έναν ευρύτερο διάλογο.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ SOCIAL MEDIA



ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

- Τηλεδιάσκεψη με σύνδεση στο διαδίκτυο
- Smartphones
- Tablets
- Applications

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (E-COMMERCE)

Κάθε εμπορική συναλλαγή εκτελούμενη αποκλειστικά σε ηλεκτρονικό επίπεδο με σύνδεση μέσω τηλεφωνικών γραμμών.

ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΗΣΤΗ

- ✓ Χρόνος
- ✓ Κόστος

ΣΥΝΗΘΙΣΜΕΝΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

- ✓ Παρουσίαση προϊόντων στους καταναλωτές
- ✓ Ενέργειες διαφήμισης για την προσέλκυση νέων πελατών
- ✓ Διεκπεραίωση παραγγελιών και πωλήσεων
- ✓ Ηλεκτρονική υποστήριξη πελατών
- ✓ Επικοινωνία με τους προμηθευτές

ΚΙΝΗΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (M – COMMERCE)

- Κάθε χρηματική συναλλαγή που πραγματοποιείται διαμέσου ενός ασύρματου δικτύου τηλεπικοινωνιών Durlacher (1999)
- Ο συνδυασμός του διαδικτύου, των ασυρμάτων τεχνολογιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου Kalakota & Robinson (2002)

Η εμφάνιση της ασύρματης και κινητής τεχνολογίας έχει δημιουργήσει νέες ευκαιρίες αλλά και νέες προκλήσεις για την επιχειρησιακή κοινότητα, διαμορφώνοντας έτσι την τάση του αιώνα, **«επικοινωνία οποιαδήποτε στιγμή»**.

Πλεονεκτήματα για την επιχείρηση:

- η αύξηση των πωλήσεων
- η ταχύτερη εξυπηρέτηση πελατών
- η αύξηση της παραγωγικότητας των στελεχών
- η ελαχιστοποίηση της γραφειοκρατίας
- συντονισμένος έλεγχος μείωσης του λειτουργικού κόστους της.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Επικοινωνιακά
Εργαλεία
Website

Home Page

Email

Newsletters

Τύποι Διαφημίσεων

- Banners
- Floating ad ή Shoshkele
- Pop-under
- Pop-up windows
- Interstitial ή Superstitial
- Text ad
- Subsites
- Surround session

Οφέλη της ηλεκτρονικής διαφήμισης

- Άυξηση πωλήσεων και πελατειακής βάσης
- Ενίσχυση εμπορικού σήματος
- Άμεση σύνδεση του σλόγκαν με την επιχείρηση
- Μείωση κόστους προβολής μηνυμάτων σε διαφορετικές ομάδες-στόχους

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

Λόγοι ανάπτυξης ενός δικτυακού τόπου

- Αναγνώριση της εταιρίας και επέκταση σε νέες αγορές
- Πληροφόρηση πελατών και συνεργατών για νέα προϊόντα, αλλαγές τιμών κτλ
- Δημιουργία ενός ακόμα καναλιού διανομής
- Αύξηση πωλήσεων
- Μείωση κόστους στρατηγικής marketing, διαφήμισης και διακίνησης προϊόντων
- Προσφορά υψηλότερου επιπέδου υπηρεσιών προς τους πελάτες και τους συνεργάτες

Επιδιώξεις της εταιρίας από το website της

- Δημιουργία ενός ακόμα καναλιού προβολής και προώθησης του προϊόντος.
- Η καλύτερη κατανόηση του καταναλωτικού κοινού.
- Ανάπτυξη μιας στρατηγικής e-CRM.
- Ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce).
- Δημιουργία ενός δικτυακού τόπου ο οποίος θεωρείται σημείο αναφοράς για το χώρο.

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Πλεονεκτήματα

Μειονεκτήματα

Πληροφόρηση

Διεθνής Αγορά

Ηλεκτρονικό
Μάρκετινγκ

Ηλεκτρονικό
Εμπόριο

Εκπαίδευση

Επιφυλακτικότητα

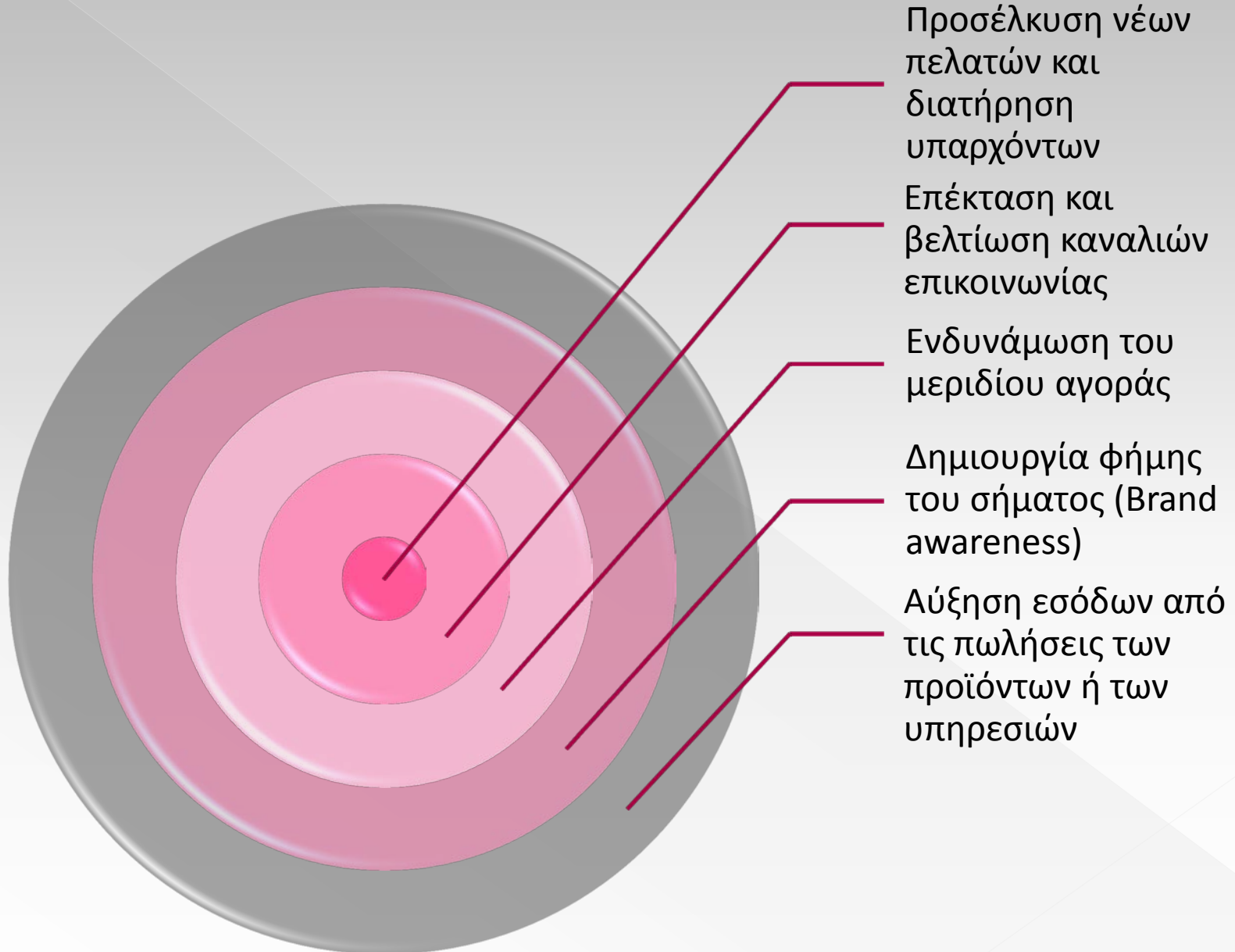


ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ SOCIAL MEDIA

Οι Safko & Brake στο βιβλίο “The Social Media Bible” αναφέρουν πως για να ξεχωρίσει μια επιχείρηση στα Social Media θα πρέπει:

- ✓ *Να αναζητά την επιρροή αλλά όχι τον έλεγχο*
- ✓ *Να πειραματίζεται*
- ✓ *Να δημιουργήσει μια «κοινότητα»*
- ✓ *Να γνωρίζει τους ανταγωνιστές της*
- ✓ *Να διαφοροποιηθεί*
- ✓ *Να δημιουργήσει ένα περιεχόμενο*
- ✓ *Να γνωρίσει το ακροατήριό της*
- ✓ *Να συμπεριφερθεί σαν εκδότης*

SOCIAL MEDIA MARKETING

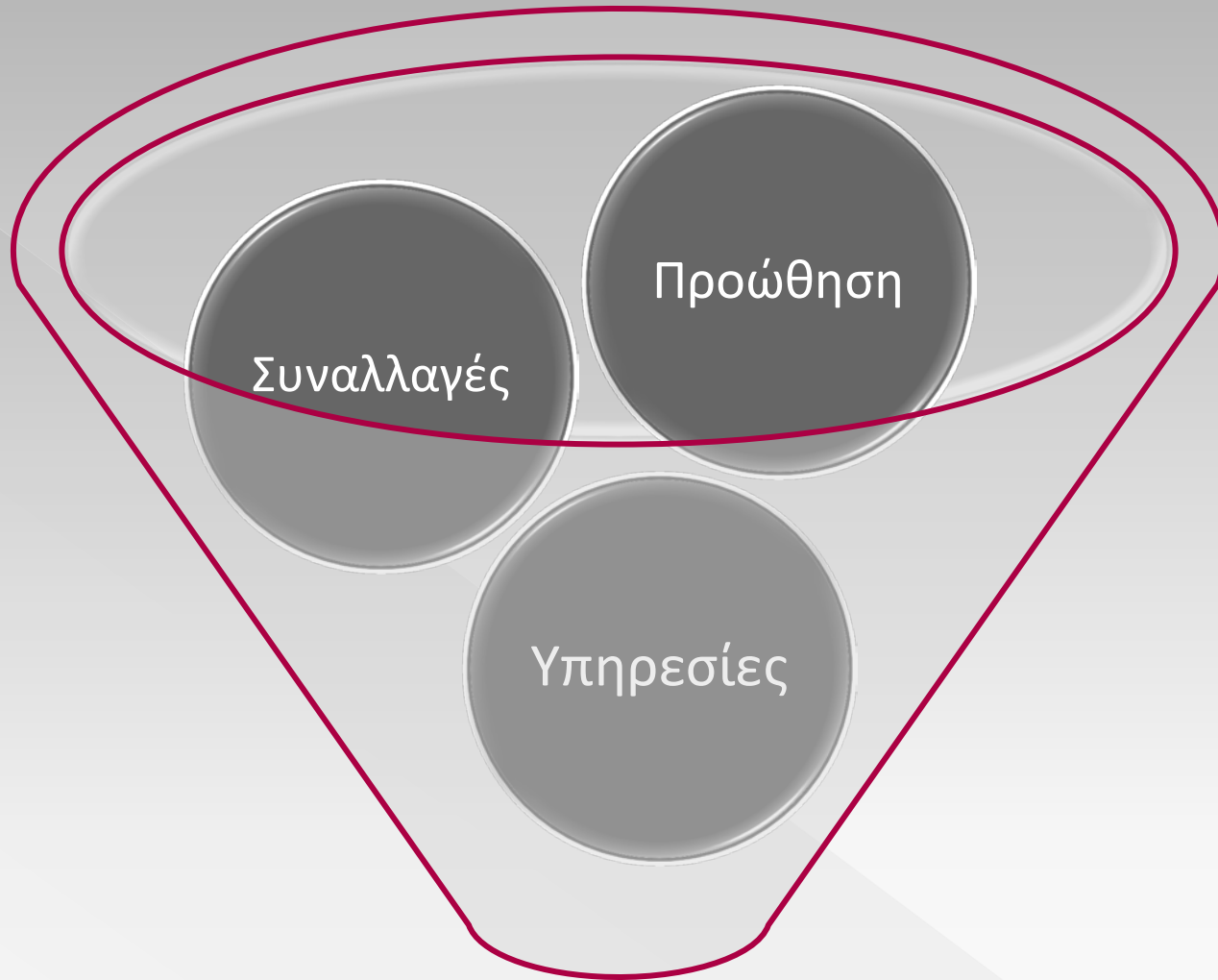


SOCIAL MEDIA ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΚΟΠΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ⦿ Επιχείρηση ως θεατής
- ⦿ Επιχείρηση με συμμετοχή σε συζητήσεις για δημιουργία διαλόγου με χρήστες – πελάτες
- ⦿ Ζητούμενο επιχείρησης να χτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης και πιστότητας με το αγοραστικό κοινό

SOCIAL MEDIA ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΚΟΠΙΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ

- ⦿ Δέκτης της νεοφερμένης τακτικής **pull**
- ⦿ Ανάγκη των καταναλωτών για αποτελεσματικότερη επικοινωνία (από εμπορικής άποψης) με τις εταιρίες



M-MARKETING

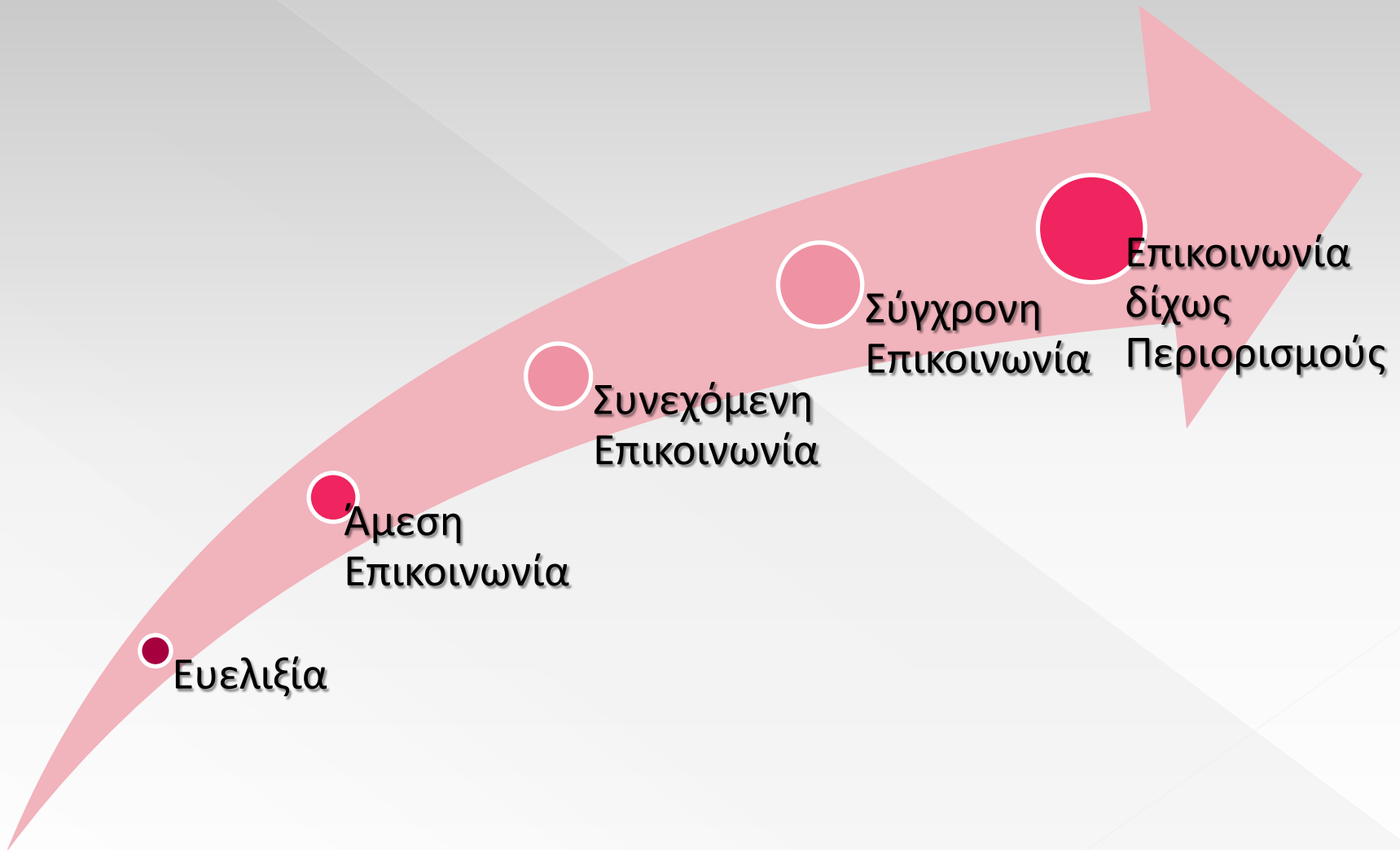
ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΟΥ M- MARKETING

- ⊙ SMS Marketing
- ⊙ MMS Marketing
- ⊙ Push notifications
(Άμεσες ειδοποιήσεις)
- ⊙ Παιχνίδια (mobile
advergaming/ Ad-
funded mobile game)
- ⊙ Mobile Web Marketing
- ⊙ QR codes (Quick
Response codes)

ΟΦΕΛΗ M-MARKETING ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΚΛΑΣΣΙΚΟ MARKETING

- ⊙ Φορητότητα
(Accessibility)
- ⊙ Ευελιξία (Flexibility)
- ⊙ Προσωποποιημένες
υπηρεσίες
(Personalization)
- ⊙ Εντοπισμός θέσης
(Localization)

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ



ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

- Οι Έλληνες που αξιοποιούν πλήρως το διαδίκτυο είναι η μειοψηφία και είναι κυρίως νέοι με υψηλότερα εισοδήματα.
- Οι επιχειρήσεις ταξινομούνται ανάλογα με την σχέση τους με το διαδίκτυο σε:
 - > «high-web»
 - > «medium-web»
 - > «low-web»
 - > «no-web»

Οι πιο διαδεδομένοι τρόποι ηλεκτρονικών δημοσίων σχέσεων στην Ελλάδα, είναι ο συνδυασμός των διαφημιστικών εργαλείων που προσφέρουν οι **μηχανές αναζήτησης**, οι **online κατάλογοι** με τα email και τα banners και οι **ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης**.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις θεωρούν απαραίτητη τόσο την χρήση όσο και την παρουσία τους στο διαδίκτυο.

- ❖ Η πρόσβαση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα στο διαδίκτυο έχει πλέον φθάσει το 91% με μία στις τέσσερις να χρησιμοποιεί πια το Facebook και τα άλλα κοινωνικά δίκτυα
- ❖ 6 στις 10 εταιρίες ανεξαρτήτως μεγέθους (ποσοστό 61%) στην αρχή του 2013 είχε δική της ιστοσελίδα

Ελληνικές περιπτώσεις:

- Skroutz
- Kariera.gr
- LIFO
- BSB
- AirFastTickets

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ◎ Αλλαγή δεδομένων λόγω εισχώρησης του Διαδικτύου στην καθημερινότητα
- ◎ Τα Social Media αποτελούν μια τεχνολογική καινοτομία
- ◎ Στρατηγικό πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων μέσω Διαδικτύου

«Το Διαδικτυακό Μάρκετινγκ είναι σαν την Άγρια Δύση: έχει λίγους κανόνες, ατελείωτες ευκαιρίες και ένα τεράστιο ανοιχτό χώρο.» (Thomas, 2011,σ.1)



Σας

Ευχαριστούμε

Πολύ