



Διαφήμιση

Ενότητα 12: Η διαφήμιση στο διαδίκτυο

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



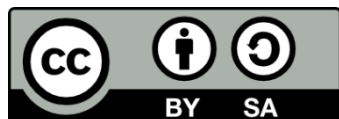
Σκοποί ενότητας

Η δωδέκατη ενότητα εξετάζει τη θέση και το ρόλο της διαφήμισης στο διαδίκτυο, τα ειδικά χαρακτηριστικά της, αλλά και πώς αξιοποιείται το διαδίκτυο στο ευρύτερο «προωθητικό μίγμα». Προσεγγίζει θέματα, όπως τα είδη της διαδικτυακής διαφήμισης, τον σχεδιασμό του περιεχομένου του μηνύματος, τη στρατηγική προώθησης της διαφήμισης στο διαδίκτυο και την αποτελεσματικότητά της στο διαδίκτυο.





Η διαφήμιση στο διαδίκτυο.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 1/22

Χαρακτηριστικά on line επικοινωνίας.

- Απευθύνεται ατομικά στον κάθε χρήστη.
- Παύει να είναι μονής κατεύθυνσης και εξαρτάται από την ανατροφοδότηση που δίνει ο χρήστης.
- Επιδιωκόμενο αποτέλεσμα: η συζήτηση πομπού-δέκτη.
- Νέες διαστάσεις στις πωλήσεις, δημοσιότητα και επικοινωνία.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 2/22

Είδη Διαφημίσεων: Διαφημιστικοί ιστότοποι (websites).

- Αποτελούν την ηλεκτρονική παρουσία της εταιρείας.
- Ειδικά σχεδιασμένες ιστοσελίδες για τη διαφήμιση προϊόντων, υπηρεσιών, εταιρειών.
- Δυνατότητα αγοράς, τεχνικής υποστήριξης, επικοινωνίας, συλλογής στοιχείων για τους πελάτες που επιθυμούν να γίνουν μέλη ομάδων χρηστών.
- Αίσθηση «κοινότητας» μεταξύ των χρηστών.
- Μπορεί να αποτελούν οι ίδιες την εταιρεία π.χ. Amazon.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 3/22

Οφέλη της επιχείρησης από την ιστοσελίδα.

- Παροχή πληροφοριών για την εταιρεία.
- Παροχή πληθώρας πληροφοριών για τα διαθέσιμα προϊόντα.
- Δυνατότητα άμεσης ανανέωσης.
- Συλλογή πληροφοριών και στοιχείων.
- Παγκόσμια προβολή.
- Εξατομικευμένη παροχή υπηρεσιών και πληροφοριών.
- Ενδυνάμωση των σχέσεων πελάτη και εταιρείας.
- Διευκόλυνση της αγοραστικής διαδικασίας.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 4/22

Σχεδιασμός ιστοσελίδας.

- Η κεντρική σελίδα (Homepage) πρέπει να έχει ξεκάθαρη δομή και να επιτρέπει την εύκολη περιήγηση του χρήστη.
- Τα γραφικά πρέπει να είναι απλά και όχι πολύ φορτωμένα.
- Οι πληροφορίες να είναι συγκεκριμένες και περιληπτικές.
- Ισορροπία μεταξύ απλότητας και πληθώρας γραφικών.
- Σημαντικός ο ρόλος της διαχείρισης.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 5/22

Είδη Διαφημίσεων: Banners, Buttons, Splash screens.

- **Banners:** Πιο διαδεδομένος τρόπος διαφήμισης σε διαδικτυακούς χώρους, επιδιώκουν την προσέλκυση προσοχής.
- **Buttons:** Απλός σύνδεσμος της συγκεκριμένης σελίδας με ένα διαφημιζόμενο site.
- **Splash screens:** Προσομοιάζουν τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, παρεμβάλλοντας ένα διαφημιστικό μήνυμα πριν την είσοδο στο site.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 6/22

Είδη Διαφημίσεων: Advertorials, Links.

- **Advertorials:** Πληρωμένες καταχωρήσεις σε διάφορους διαδικτυακούς τόπους με τη μορφή άρθρων που αναφέρονται σε συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες ή διαφημίσεις. Συνοδεύονται από banners, buttons & links στα αντίστοιχα sites.
- **Links:** Λέξεις οι οποίες συνδέονται με τα αντίστοιχα sites των οποίων τα προϊόντα αναφέρονται.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 7/22

Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο & Ομάδες συζητήσεων.

- Αμεσότητα, ευκολία.
- Δωρεάν χαρακτήρας.
- Δυνατότητα πρόσβασης από οπουδήποτε.
- Απευθύνεται σε μεμονωμένους χρήστες, ομάδες χρηστών εγγεγραμμένων σε λίστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, “newsgroups”.
- Spamming: Κατακλυσμός χρηστών από ενοχλητικά μηνύματα, αντιδράσεις.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 8/22

Νέες μορφές online διαφήμισης

- Διαφήμιση στις μηχανές αναζήτησης.
- Facebook, Twitter.
- Ανεξάρτητα Forums και Blogs.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 9/22

Στάδια σχεδιασμού και προώθησης του διαφημιστικού μηνύματος.

- 1^ο: Προετοιμασία εισόδου – καθορισμός στόχων.
- 2^ο: Σχεδιασμός διαφημιστικού μηνύματος.
- 3^ο: Είσοδος μηνύματος στο διαδίκτυο.
- 4^ο: Παρακολούθηση, αναβάθμιση και ενημέρωση του περιεχομένου.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 10/22

1^ο: Προετοιμασία εισόδου – καθορισμός στόχων.

Διαφημιστικοί στόχοι.

- Πληροφόρηση για διαφημιστική παρουσία.
- Παρακίνηση του καταναλωτή για επίσκεψη.
- Δημιουργία αμφίδρομης σχέσης επιχείρησης και αγοράς στόχου.
- Ενημέρωση για το επώνυμο προϊόν (banners).
- Βελτίωση εικόνας επώνυμου προϊόντος.
- Παρακίνηση για επανάληψη της επίσκεψης στην καταχώρηση.
- Αγορά του επώνυμου προϊόντος.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 11/22

2^ο: Σχεδιασμός διαφημιστικού μηνύματος.

- Κατανόηση στοχούμενης αγοράς.
- Συνάφεια με τη ευρύτερη επικοινωνιακή πολιτική marketing.
- Αρχές σχεδιασμού διαφημιστικού μηνύματος.
 - Φωτογραφίες και γραφικά.
 - Οπτική απεικόνιση επικοινωνεί αποτελεσματικά.
 - Φόρτωμα (download) – thumbnail photos, μείωση αριθμού των χρωμάτων.
 - Πρόκληση περιέργειας Ενδιαφέρον κείμενο (4'' μέγιστος χρόνος).
 - Σύντομο και περιεκτικό.
 - Ενημερωτικό.
 - Δυναμικό.
 - Εύκολο στην απομνημόνευση.
 - Γραμμένο σε φιλικό τόνο.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 12/22

Αρχές σχεδιασμού.

- Εύστοχη επικεφαλίδα.
- Δημιουργία αμφίδρομης σχέσης χρήστη-χορηγού.
- Κατευθύνει τον επισκέπτη στα βασικά σημεία της καταχώρησης.
- Η Αρχική σελίδα λειτουργεί ως πρόκληση, διευκολύνει την κίνηση του ματιού, προσφέρει συνδέσεις.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 13/22

Αρχές σχεδιασμού.

Αξιοπιστία στο μήνυμα - Η διαφήμιση πρέπει να εστιάζει:

- Προϊόν και ωφελήματα του.
- Προφίλ διαφημιζόμενης επιχείρησης.
- Πώληση προϊόντος μέσω διαδικτύου και εγγύηση επιστροφής χρημάτων.
- Σε συνεργασίες της επιχείρησης με άλλες επώνυμες εταιρείες και προϊόντα.
- Επιτυχημένα προϊόντα της επιχείρησης.
- Σεβασμό καταναλωτή, διαφύλαξη προσωπικών στοιχείων του πελάτη.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 14/22

Σχεδιασμός μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).

- Ενημέρωση για μηνύματα ανταγωνιστών.
- Προσοχή στον χρόνο αποστολής του μηνύματος.
- Το κεντρικό θέμα να αναφέρεται στην αρχή και στη μέση του μηνύματος και όχι μόνο στο τέλος.
- Να είναι προσωποποιημένο και όχι γενικόλογο.
- Να διαθέτει link με την αντίστοιχη ιστοσελίδα.
- Να είναι συναφές με τα ενδιαφέροντα της στοχούμενης αγοράς.
- Να παρέχει δυνατότητα unsubscribe.
- Να υπάρχει η δυνατότητα εκτυπώσιμης μορφής.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 15/22

Τι να αποφύγετε?

- Μην μορφοποιείτε ιδιαίτερα το κείμενο (όχι υπογραμμίσεις, όχι στη χρήση έντονων γραμματοσειρών κτλ).
- Μην ξεχνάτε τη διεύθυνση της ιστοσελίδας σας.
- Μην στέλνετε τις ανακοινώσεις στον καθένα απλά επειδή μπορείτε, είναι εύκολο και δεν κοστίζει.
- Μην ξεχνάτε να περιλαμβάνετε τα τηλέφωνα επικοινωνίας για τον Τύπο.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 16/22

3^ο: Είσοδος μηνύματος στο διαδίκτυο (διεύθυνση, σύνδεση)

- Τοποθέτηση μηνύματος στο Διαδίκτυο.
- Καταχώρηση σε ιστοσελίδες άλλων χορηγών (reciprocal links).
- Ανακοίνωση σε ομάδες (news groups).
- Ενημέρωση πελατών για online παρουσία από παραδοσιακά μέσα.
- Διάχυση του μηνύματος (word of mouth).



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 17/22

Netiquette.

- Ως Κώδικα δεοντολογικής συμπεριφοράς στο [Διαδίκτυο](#) εννοούμε το σύνολο των κανόνων που ορίζουν την αποδεκτή συμπεριφορά μεταξύ δύο ή περισσότερων χρηστών του Διαδικτύου κατά την ηλεκτρονική τους επικοινωνία.
- Ο Κώδικας δεοντολογικής συμπεριφοράς στο Διαδίκτυο στοχεύει στην καθιέρωση συμβάσεων ευγένειας και αλληλοσεβασμού, καθώς και στην πιο αποδοτική αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών. Ο χαρακτήρας των κανόνων που τον απαρτίζουν είναι εθιμοτυπικός και κατά συνέπεια η μη υπακοή σε αυτούς δεν επιφέρει νομικές κυρώσεις.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 18/22

Netiquette.

- αποφυγή αποστολής ανεπιθύμητης αλληλογραφίας (spam ή junk mail).
- σεβασμός στα προσωπικά δεδομένα των παραληπτών.
- όχι στη χρήση κεφαλαίων γραμμάτων, που ερμηνεύονται ως υψωμένος τόνος φωνής.
- όχι στην προώθηση προσωπικού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε λίστες συζητήσεων.
- προσοχή στις κοινοποιήσεις (cc), στις κρυφές κοινοποιήσεις (bcc), στο χωρισμό των παραγράφων και στα ορθογραφικά – συντακτικά λάθη.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 19/22

4^ο: Παρακολούθηση και αναβάθμιση.

- Pre-test.
- Προφύλαξη από αλλοιώσεις (hackers).



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 20/22

Κόστος online διαφήμισης.

- Κόστος ανάλογο μεγέθους site (αριθμός σελίδων), αριθμού γλωσσών, γραφικά σχέδια και φωτογραφίες, αριθμός buttons και σε πόσες σελίδες οδηγούν.
- Banners, spams, advertorials χρέωση..
 - Ανάλογα με τον χρόνο παραμονής στο site.
 - Per impression.
 - Per click.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 21/22

Αποτελεσματικότητα.

- Δημοτικότητα διαφήμισης.
- Βαθμός προσκόλλησης στο μήνυμα.

(ικανότητα μηνύματος να εφιστά και να διατηρεί την προσοχή και ποιότητα πελατειακών σχέσεων).

- Χρησιμότητα του διαφημιστικού μηνύματος στους χρήστες.
- Ευκαιρίες που παρέχει για την εφαρμογή περισσότερων δραστηριοτήτων μάρκετινγκ.
- Ικανότητα να στοχεύει επαρκώς στο επιθυμητό ακροατήριο.



Η διαφήμιση στο διαδίκτυο 22/22

Ασφάλεια

- Εγγραφή χρηστών: username, profile.
- Ασφάλεια συναλλαγών και εξυπηρέτηση.
- Εμπιστοσύνη στην εταιρεία.



Βιβλιογραφία

Ζώτος, Γ. Χ. (2008), *Διαφήμιση: Σχεδιασμός, ανάπτυξη, αποτελεσματικότητα*, University Studio Press, 5^η έκδοση.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.
«Διαφήμιση. **Ενότητα 12**: Η διαφήμιση στο διαδίκτυο». Έκδοση: 1.0.
Θεσσαλονίκη 2014.

Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <http://eclass.auth.gr/courses/OCRS166/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Έλλη Βλαχοπούλου
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2013-2014



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

