



MARKETING & E-SHOP

Τι χρειάζεται για να ανοίξω eshop;

- ▶ Έναρξη εμπορικής επιχείρησης στην εφορία
- ▶ Για εσάς που έχετε ήδη επιχείρηση τα πράγματα είναι εύκολα αφού έχετε κάνει την έναρξη στην εφορία. Θα πρέπει να επισημάνουμε πως δεν υφίσταται συγκεκριμένος ΚΑΔ ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο ΚΑΔ καθορίζεται από το εμπορικό αντικείμενο της επιχείρησης όπως συμβαίνει και με το φυσικό κατάστημα.

Νομική κάλυψη - νομοθεσία

- Καθορίστε με απλά λόγια τις πολιτικές παραγγελιών, πληρωμών, αποστολής και επιστροφής προϊόντων.
- Οι όροι χρήσης αποτελούν απαραίτητο μέσο προστασίας τόσο για αυτόν που προσφέρει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος όσο και για τον πελάτη.
- Υιοθετήστε τη σωστή πολιτική προστασίας προσωπικών δεδομένων (GDPR).

Οδηγία “2000/31/ΕΚ

- ▶ Η οδηγία 2000/31/ΕΚ ενσωματώθηκε στην ελληνική νομοθεσία με το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003
- ▶ Ορισμένες από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που καλύπτονται από τις διατάξεις της οδηγίας είναι:
 - Ηλεκτρονικά καταστήματα - eshops (πωλήσεις αγαθών)
 - Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, καταλύματα κλπ.)
 - Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
 - Υπηρεσίες επαγγελματιών (εκπαιδευτικοί, δικηγόροι, γιατροί, κλπ.)
 - Websites ειδήσεων (νέα - ενημέρωση)
 - Διαφημίσεις

eshop - κατασκευή και υποστήριξη

- Υπηρεσίες μετάπτωσης των δεδομένων (data migration services) για την επεξεργασία και μεταφορά των στοιχείων στο νέο eshop (προϊόντα, παραγγελίες, πελάτες, κ.λ.π.).
- Έμπειρη ομάδα technical support γιατί οι απαιτήσεις τεχνικής υποστήριξης ενός eshop είναι πολλαπλάσιες σε σύγκριση με μια απλή web πλατφόρμα ή ένα marketing website.
- Τεχνογνωσία σε ανάπτυξη λογισμικού integration για τις αναπόφευκτες διασυνδέσεις, προσαρμογές και επεκτάσεις που θα χρειαστούν στο μέλλον (π.χ. Διασύνδεση με ERP, CRM, analytics, μεταφορικές, συστήματα πληρωμών, συστήματα προμηθευτών κ.λ.π.).

▶ eshop - κατασκευή και υποστήριξη Τι να προσέξουμε

- ▶ Η επιλογή της κατάλληλης πλατφόρμας eshop .
- ▶ Θα πρέπει να επιλέξετε μια απο τις πιο **δημοφιλείς πλατφόρμες ecommerce** ανοιχτού κώδικα (open source) που υποστηρίζονται από μεγάλες κοινότητες προγραμματιστών και δημοσιεύουν συχνά νέες εκδόσεις - όπως τα prestashop, magento και woocommerce - για να αποφύγετε τον εγκλωβισμό σας σε παρωχημένες τεχνολογίες και αναποτελεσματικούς συνεργάτες.
- ▶ Το PrestaShop είναι μια δωρεάν πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου ανοιχτού κώδικα. Το λογισμικό δημοσιεύεται υπό την Άδεια Ανοιχτού Λογισμικού. Είναι γραμμένο στη γλώσσα προγραμματισμού PHP με υποστήριξη για το σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων MySQL.
- ▶ Η διαδικασία δημιουργίας του eshop συνήθως διαρκεί από δύο εβδομάδες έως πέντε με έξι μήνες
- ▶ Το κόστος υλοποίησης του ηλεκτρονικού καταστήματος

Επιλογή μεταφορικής εταιρείας - courier

- ▶ Ορισμένα από τα κριτήρια επιλογής, πέρα φυσικά από το κόστος που μπορείτε να διαπραγματευτείτε μαζί τους, είναι:
 - Ο γεωγραφικός χώρος που καλύπτει πανελλαδικά, οι δυσπρόσιτες περιοχές και το πρόσθετο κόστος κάλυψης.
 - Οι χρόνοι παραλαβής και παράδοσης.
 - Το ηλεκτρονικό σύστημα παρακολούθησης και ελέγχου των αποστολών και των αντικαταβολών (tracking & monitoring system), με το οποίο θα πρέπει να συνδεθεί το eshop.
 - Η διαχείριση και το κόστος των επιστροφών
 - Η δυνατότητα παράδοσης το Σάββατο και τις αργίες

Τρόποι πληρωμής

▶ Online πληρωμές

- ▶ Είναι οι ηλεκτρονικές πληρωμές που διενεργούνται εξ ολοκλήρου μέσα από το eshop και την διασύνδεσή του με το αντίστοιχο σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών (payment gateway). Δημοφιλή συστήματα πληρωμών στην Ελλάδα είναι:
 - Τα συστήματα των Ελληνικών τραπεζών
 - Γνωστά payment gateways όπως το Paypal, Skrill, Viva Wallet, EveryPay κ.λ.π.

▶ Offline πληρωμές

- Κατάθεση σε τράπεζα
- Αντικαταβολή μέσω courier
- Πληρωμή και παραλαβή από το κατάστημα

Υποστήριξη πελατών - customer service & helpdesk

- ▶ Βασικός κανόνας του σωστού customer service είναι η άμεση ανταπόκριση στα αιτήματά των πελατών. Χρησιμοποιείτε λογισμικό διαχείρισης help desk που θα πρέπει να περιλαμβάνει το back office του ηλεκτρονικού σας καταστήματος.
- ▶ Το customer service αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές λειτουργίες της επιχείρησής. Το eshop θα λειτουργεί 24X7 επομένως χρειάζεται να προσφέρετε διευρυμένο ωράριο υποστήριξης πέρα από το σύνηθες ωράριο καταστημάτων και μέσα από διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας (π.χ. τηλέφωνο, email, online chat, help desk web platform).

eCommerce Digital marketing

- ▶ Ο αριθμός των πλατφορμών και των μέσων (καναλιών) διαδικτυακής προβολής και επικοινωνίας είναι αρκετά μεγάλος, ενδεικτικά αναφέρουμε:
 - ▶ • Προβολή στις μηχανές αναζήτησης με Search Engines Optimization (SEO)
 - ▶ • Search Engine Marketing (π.χ. google ads)
 - ▶ • Social media marketing & advertising (Facebook, twitter , instagram, pinterest,...)
 - ▶ • Price comparison sites (skroutz, best price, glami,...)
 - ▶ • Marketplaces (amazon, ebay,...)
 - ▶ • eMail marketing (mailchimp, ...)
 - ▶ • Display & native advertising
 - ▶ • Retargeting
 - ▶ • Youtube, vimeo, ...
 - ▶ • Content marketing
- ▶ Στην εποχή του omnichannel marketing, χρειάζεστε μια ολοκληρωμένη και πολύπλευρη προσέγγιση για την αποτελεσματική προβολή και προώθηση του ηλεκτρονικού σας καταστήματος.

Omnichannel Marketing

- ▶ Το Omnichannel marketing χρησιμοποιεί ψηφιακά ή / και παραδοσιακά κανάλια μάρκετινγκ για να στείλει ένα σχετικό μήνυμα στους πελάτες μιας μάρκας, ανεξάρτητα από τον πελάτη που ασχολείται με την επωνυμία.
- ▶ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ
- ▶ Ένας πελάτης που λαμβάνει ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή SMS σχετικά με μια προσφορά ενώ ψωνίζει στο κατάστημα

Το Omnichannel marketing θέτει τον πελάτη στο επίκεντρο της στρατηγικής.
το πολυκάναλο τοποθετεί τη μάρκα στο επίκεντρο της στρατηγικής και στέλνει το ίδιο μήνυμα στους πελάτες σε όλα τα κανάλια.



Multichannel

Starts with the company and moves outward to channels



Omnichannel

Starts with the customer and interacts between channels for a seamless experience

DIGITAL MARKETING

- ▶ Το ψηφιακό μάρκετινγκ βοηθά μια επιχείρηση ή ένα προϊόν να μεγαλώσει διαδικτυακά. Το ψηφιακό μάρκετινγκ με τακτικές κατανόησης της συμπεριφοράς των καταναλωτών σας καθοδηγεί στην ανακάλυψη πόρων, εργαλείων και πληροφοριών για να πλοηγηθείτε σε αυτήν τη δυναμική αγορά του διαδικτύου.

DISPLAY ANT NATIVE ADVERTISING

- ▶ Η **εγγενής διαφήμιση** είναι η χρήση διαφημίσεων επί πληρωμή που ταιριάζουν με την εμφάνιση, την αίσθηση και τη λειτουργία της μορφής πολυμέσων στην οποία εμφανίζονται. Οι εγγενείς διαφημίσεις βρίσκονται συχνά σε ροές κοινωνικών μέσων ή ως προτεινόμενο περιεχόμενο σε μια ιστοσελίδα. Σε αντίθεση με τις **διαφημίσεις προβολής** ή τις διαφημίσεις banner, οι εγγενείς διαφημίσεις δεν μοιάζουν πραγματικά με διαφημίσεις.

Μάρκετινγκ Περιεχομένου (Content Marketing) (Content marketing)

- ▶ Το **μάρκετινγκ περιεχομένου** είναι μια μορφή μάρκετινγκ που εστιάζεται στη δημιουργία, δημοσίευση και διανομή περιεχομένου για ένα στοχευμένο κοινό στο διαδίκτυο.

Content marketing



AI eCommerce advertising πλατφόρμες

- ▶ Χρησιμοποιώντας αλγόριθμους τεχνητής νοημοσύνης, μηχανικής μάθησης (machine learning) και big data τεχνολογίες οι πλατφόρμες αυτές κυριολεκτικά μεταμορφώνουν τον κόσμο της διαφήμισης σε όλα τα επίπεδα, από τη δημιουργία διαφημίσεων και τη στόχευση του κοινού έως την αγορά και τη διαχείριση των διαφημίσεων.
- ▶ Μολονότι η απαιτούμενη δημιουργική διαδικασία της παραγωγής περιεχομένου για τις καμπάνιες (διαφημιστικά μηνύματα, εικόνες, video κλπ.) είναι απίθανο να αυτοματοποιηθεί πλήρως από λογισμικό AI, πολλές εταιρείες digital marketing γνωρίζουν ότι αρκετά στοιχεία της δουλειάς τους ενδέχεται να αναθεωρηθούν και επαναπροσδιοριστούν από εργαλεία μηχανικής μάθησης και τεχνητής νοημοσύνης.
- ▶ Χρησιμοποιώντας μια σύγχρονη πλατφόρμα διαχείρισης μπορείτε να αυτοματοποιήσετε τις διαφημίσεις του eshop σε όλα τα κανάλια προβολής, εξοικονομώντας χρόνο και κόστος.

Τι χρειάζεται για περισσότερες πωλήσεις στο eshop

- Cross selling & up selling μηχανισμοί (accessories, αγόρασαν επίσης, δύο σε ένα,...)
- Εκπτώσεις και εκπτωτικά κουπόνια
- Δωροκάρτες και λίστες δώρων
- Σύστημα ανταμοιβής πόντων
- Product configuration
- Προσφορές στο check out
- Deals (of the month, week, day, ...)
- Εξατομικευμένες προσφορές και μηνύματα (personalization)
- Εύκολη αναζήτηση των προϊόντων
- Γρήγορο checkout

DOMAIN NAME

► Domain Name

- Το **Domain Name** είναι το όνομα που θα βρίσκεται το ηλεκτρονικό σας κατάστημα, για παράδειγμα. Οι πιο συνηθισμένες καταλήξεις για ελληνικά eshop είναι το .gr, .com, .eu, .com.gr κτλ. Το κόστος συνήθως δεν είναι μεγάλο.

► Φιλοξενία e-shop

- Η φιλοξενία του e-shop σας, ή αλλιώς το γνωστό **hosting**, είναι εκεί που πραγματικά βρίσκεται η ιστοσελίδα σας. Εκεί είναι τα αρχεία της, η βάση δεδομένων της.
- Το e-shop πρέπει να φορτώνει γρήγορα.

SEO

Είναι η εμφάνισή τους στις μηχανές αναζήτησης σε υψηλή θέση στα αποτελέσματα των αναζητήσεων των επίδοξων πελατών τους. Οποιαδήποτε αναζήτηση μέσω κάποιας search engine στο WWW



Μετά την κατασκευή του ηλεκτρονικού καταστήματος

- ▶ Marketplaces
- ▶ Η συμμετοχή στα marketplaces είναι μία συνήθης πρακτική, καθώς εκεί δεν έχετε να διαχειριστείτε ιδιαίτερα πολλά πράγματα και κοιτάτε να γίνετε πιο ανταγωνιστικοί στις τιμές που προσφέρετε. Τουλάχιστον αυτό ισχύει στα marketplaces (Skroutz, Best Price), που υπάρχουν στην Ελλάδα αυτή την στιγμή.
- ▶ Google Ads
- ▶ Στον όρο Google Ads συμπεριλαμβάνεται η διαφήμιση στις αναζητήσεις της Google αλλά και στο δίκτυο προβολής της (ιστοσελίδες που προσφέρουν διαφημίσεις της, το Youtube κ.ά.). Είναι κάτι που προτείνετε στους περισσότερους νεοεισερχόμενους στην αγορά, καθώς έτσι θα εμφανιστείτε στο χρήστη όταν θα σας αναζητήσει, αλλά θα ανεβάσετε επίσης και την αναγνωρισιμότητα του brand σας.
- ▶ Διαφήμιση σε Social
- ▶ Η διαφήμιση στα social networks έχει μπει για τα καλά στην καθημερινότητά μας και σαν επαγγελματίες του χώρου αλλά και σαν χρήστες. Στο Facebook μας καθημερινά, βλέπουμε ίσως περισσότερες διαφημίσεις απ' ότι νέα των φίλων μας. Κι αυτό κάνει αυτό τον τρόπο διαφήμισης ιδιαίτερα αποδοτικό, διότι οι χρήστες είναι ανέμελοι όταν «τριγυρνούν» στα social και αγοράζουν πιο αυθόρμητα.
- ▶ Προώθηση SEO

Ορισμός του μάρκετινγκ στον 21ο αιώνα

- ▶ Το μάρκετινγκ είναι η διεργασία σχεδιασμού και εκτέλεσης της σύλληψης, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών για ανταλλαγές που ικανοποιούν ατομικούς και οργανωτικούς στόχους. Διοίκηση του μάρκετινγκ είναι η τέχνη και η επιστήμη της επιλογής αγορών στόχων και της απόκτησης, διατήρησης και ανάπτυξης πελατείας, με τη δημιουργία, παράδοση και επικοινωνία ανώτερης αξίας για τον πελάτη.

Μείγμα μάρκετινγκ

- ▶ Το μείγμα μάρκετινγκ είναι ένα επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ από τους εμπόρους. Το μείγμα μάρκετινγκ είναι συχνά ζωτικής σημασίας για τον προσδιορισμό ενός προϊόντος ή προσφορά μάρκας και συνδέεται συχνά με τα τέσσερα P: τιμή, προϊόν, προώθηση, και τόπο.



remarketing ή retargeting

- ▶ Γιατί είναι το remarketing ή retargeting είναι η καλύτερη μέθοδος
- ▶ Το remarketing είναι ένα νέο κανάλι επικοινωνίας . Όπως κάθε κανάλι επικοινωνίας δεν είναι σίγουρο ότι σε όλους όσους δήξεις το μήνυμα σου θα αλληλεπιδράσουν αλλά έχεις πολύ μεγαλύτερα αποτελέσματα καθώς έχουν ήδη ασχοληθεί ήδη με την επιχείρησή σου.
- ▶ Το retargeting είναι μια μεγαλύτερη περιοχή του remarketing και με το παρακάτω infographic προσπαθούμε να σας δώσουμε πληροφορίες γι' αυτό
- ▶ Αυτό που μπορείτε να κάνετε είναι να δείχνετε διαφημίσεις για να οδηγήσετε ενδιαφερόμενους στον ιστότοπό σας και έπειτα με τεχνικές remarketing και retargeting να αγοράσουν αυτοί που πραγματικά ενδιαφέρονται.

remarketing ḡ retargeting

The Seven Types of Effective Retargeting

Retargeting off-site events

A prospecting tool. Add new customers to your funnel who have not previously engaged with your site.

1 | Target individuals based on the searches they conducted on Google, Yahoo! and Bing.

7 | Target individuals who consume similar content to your existing customers.

6 | Target individuals who have interacted with distributed content (a custom Facebook page, an expandable video ad unit or an online game/application).

5 | Target individuals who have visited a partner site that shares a similar interest / topic to your own site.

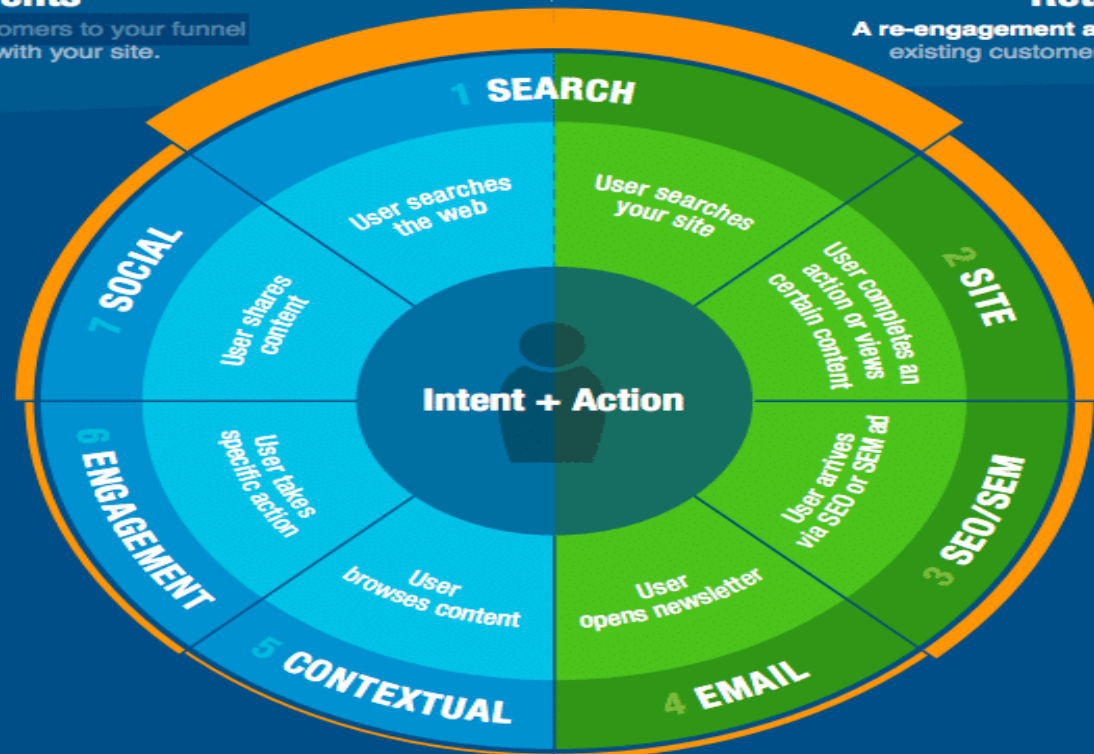
Retargeting on-site events

A re-engagement and up-sell tool. Retain and convert existing customers that have already visited your site.

2 | Target individuals based on the specific products viewed, actions taken or actions not taken (such as abandoning a shopping cart).

3 | Target individuals based on how they arrived on your site – use the inbound event to better customize messaging.

4 | Target individuals who are interacting with your email programs.



remarketing ή retargeting

7 τύποι αποτελεσματικής εκ νέου στόχευσης

- ▶ **1. Αναζήτηση:** Στοχεύστε άτομα με βάση τις αναζητήσεις που πραγματοποίησαν στο Google, το Yahoo και το Bing
- ▶ **2. Ιστότοπος:** Στοχεύστε άτομα με βάση τα συγκεκριμένα προϊόντα που προβλήθηκαν, ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν ή ενέργειες που δεν πραγματοποιήθηκαν (όπως εγκατάλειψη καλαθιού αγορών)
- ▶ **3. SEO :** Στοχεύστε άτομα με βάση τον τρόπο που έφτασαν στον ιστότοπό σας - χρησιμοποιήστε το εισερχόμενο συμβάν για να προσαρμόσετε καλύτερα τα μηνύματα.
- ▶ **4. Email:** Στοχεύστε άτομα που αλληλεπιδρούν με τα προγράμματα email σας.
- ▶ **5. Με βάση τα συμφραζόμενα:** Στοχεύστε άτομα που έχουν επισκεφτεί έναν ιστότοπο συνεργατών που έχει παρόμοιο ενδιαφέρον / θέμα με τον δικό σας ιστότοπο.
- ▶ **6. Αφοσίωση:** Στοχεύστε άτομα που έχουν αλληλεπιδράσει με καταναλωμένο περιεχόμενο (μια προσαρμοσμένη σελίδα στο Facebook, μια επεκτάσιμη ενότητα διαφημίσεων βίντεο ή ένα διαδικτυακό παιχνίδι / εφαρμογή)
- ▶ **7. Κοινωνικά:** Στοχεύστε άτομα που καταναλώνουν παρόμοιο περιεχόμενο με τους υπάρχοντες πελάτες σας.