

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΔΠΜΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Μάθημα: Πληροφοριακά Συστήματα για Μάρκετινγκ και Δημοσκοπήσεις

Υπεύθυνος Καθηγητής: Αναστάσιος Α. Οικονομίδης

- 1. Επισκόπηση της Επιχείρησης**
- 2. Στατιστικά Internet Αγοράς**
- 3. Επικοινωνιακές Στρατηγικές Μάρκετινγκ**
- 4. Προϋπολογισμός Internet Μάρκετινγκ**
- 5. Ομάδα Εργασίας Internet Μάρκετινγκ**
- 6. Υλοποίηση Προγράμματος Internet Μάρκετινγκ**
- 7. Περίληψη Σχεδίου Internet Μάρκετινγκ**

www.ama.org

1. Δες το Internet ως συμπλήρωμα
3. Χρησιμοποίησε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στρατηγικά
3. Διαφήμισε την Internet παρουσία σου
4. Πρόσφερε προστιθέμενη αξία. Δημιούργησε λόγο στους πελάτες να σε ξανανεπισκεφθούν
 - κάτι μοναδικό
 - διαγωνισμό
 - κίνητρο
 - επίδειξη, έκθεση
5. Ανέλυσε το περιεχόμενο
6. Επαναχρησιμοποίησε υλικό & περιεχόμενο
7. Σχεδίασε έχοντας υπόψη ότι θα είναι online

8. Προγραμματίσει τακτικές αναθεωρήσεις
9. Οργάνωσε για μεγάλο χρόνο
10. Θέσε λογικούς στόχους

1. Επισκόπηση της Επιχείρησης

(About, Welcome, Profile, Overview, Background)

Εισαγωγική περιγραφή του σχεδίου μάρκετινγκ

Ιστορικά της επιχείρησης

E-mail αυτόματης απάντησης

Αυτόματη υπογραφή για e-mail μηνύματα

Slogan της επιχείρησης

Σύντομες σημειώσεις για ανακοινώσεις

* Ονόματα της επιχείρησης (... also referred to as)

* Ηλικία >> (Founded in)

* Τύπος >> (Description: ., Keywords:..

Ορισμός Προϊόντος & Αγοράς

Αναζήτηση για παρόμοιων με τη δική σας Επιχειρήσεων
Προϊόντων
Υπηρεσιών

Επιλογή μηχανής αναζήτησης ή καταλόγου

Εισαγωγή λέξεων κλειδίων για την επιχείρησή σας, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, την βιομηχανία

Έρευνα των ανταγωνιστών

Χρήση λέξεων κλειδιών σε:

- ✓ Επιλογή κατηγορίας για λίστες προϊόντων & επιχειρήσεων σε δημοσιεύσεις και καταλόγους του τομέα της βιομηχανίας
- ✓ Εισαγωγή λέξεων κλειδιών στις Web σελίδες σας
- ✓ Χρήση περιγραφών με λέξεις κλειδιά για καταγραφή σε μηχανές αναζήτησης
- ✓ Χρήση αναζητήσεων με λέξεις κλειδιά για εύρεση των ανταγωνιστών στις μηχανές αναζήτησης
- ✓ Χρήση αναζητήσεων με λέξεις κλειδιά για εύρεση sites που θα μπορούσαν να ανταλλάξουν συνδέσμους με σας

2. Ανάλυση Στατιστικών Στοιχείων Internet Αγοράς

Ενεργητικό Internet Μάρκετινγκ, περιλαμβάνει συνεχή εκτέλεση διαρκούς προγράμματος που δημιουργεί και διατηρεί online εικόνα επιχείρησης

Παθητικό Internet Μάρκετινγκ, περιλαμβάνει δραστηριότητες συγκέντρωσης πληροφοριών για την αγορά, τους ανταγωνιστές, τα νέα κτλ.

Ποιοτικά δεδομένα απο εταιρείες έρευνας που δημοσκοπούν άτομα με διάφορους τρόπους (τηλεφωνικά, ταχυδρομικά, Email, Web, κτλ.)

Δημογραφικές πληροφορίες για χρήστες Internet www.ora.com www.mids.org

info.isoc.org/infosvc/press

www.cyberatlas.com

3. Επικοινωνιακές Στρατηγικές Μάρκετινγκ

Αντικείμενο: ένας στόχος που θα θέλατε να επιτύχετε με το Internet Μάρκετινγκ Σχέδιο σας

Στρατηγική: μια προσέγγιση για να πετύχετε τους Internet Μάρκετινγκ στόχους σας

Τακτικές: ενέργειες που θα κάνετε στη διάρκεια υλοποίησης του Internet Μάρκετινγκ προγράμματός σας

Παράδειγμα #1

Αντικείμενο: Απευθείας πωλήσεις στο Web

Στρατηγική: Επιλεκτική μετατόπιση της επεξεργασία-εντολών-πληρωμής στο Web

Τακτικές: Εγκατάσταση ολοκληρωμένης λειτουργίας επεξεργασία-εντολών-πληρωμής μέχρι τέλους Απριλίου

Παράδειγμα #2

Αντικείμενο: Αύξηση προβολής του προϊόντος σε παγκόσμιο επίπεδο

Στρατηγική: Έκδοση πληροφοριών για το προϊόν στο Web

Τακτικές: Μετατροπή όλων των εντύπων και δεδομένων σε HTML μέχρι την άνοιξη

Παράδειγμα #3

Αντικείμενο: Εδραίωση ικανοποίησης πελατών

Στρατηγική: Βελτίωση λειτουργιών εξυπηρέτησης πελατών

Τακτικές: Εκπαίδευση προσωπικού εξυπηρέτησης πελατών δύο βδομάδες πριν την κυκλοφορία του προϊόντος

Λανθασμένες αρχές μάρκετινγκ:

- Αν έχεις χρήματα κάνεις τα πάντα
- Οποιαδήποτε Web site είναι καλύτερο από κανένα (> Worst of the Web)
- Όλες οι ενέργειες Internet Μάρκετινγκ πρέπει να δημιουργούν πωλήσεις (> δημόσιες σχέσεις χτίζουν φήμη)
- Κύριο αντικείμενο του Internet Μάρκετινγκ σας είναι να αντιγράψετε το Web site του ανταγωνιστή σας
- Αν ξέρεις τι ψάχνεις, μπορείς να το βρεις από μόνος σου στο Internet (> επαγγελματική έρευνα)

- Οι υπηρεσίες πληροφορικής πρέπει να είναι οι πρωταρχικές σου επαφές σε όλες τις προσπάθειες ανάπτυξης Internet (χρειάζονται και ειδικοί αγοράς, μάρκετινγκ)
- Internet Μάρκετινγκ δίνει πιο γρήγορα αποτελέσματα από το παραδοσιακό μάρκετινγκ (δεν βρίσκονται όλοι οι πελάτες στο Internet, προσωπική επαφή, πολιτικές)
- Internet Μάρκετινγκ θα μπορούσε, μπορεί και θα αντικαταστήσει τα παραδοσιακά μέσα μάρκετινγκ
- Οι αρχές του παραδοσιακού μάρκετινγκ μπορεί να εφαρμοστούν στο Internet Μάρκετινγκ

4. Σχεδίαση του Προϋπολογισμού για Internet Μάρκετινγκ

- Εκτιμήσεις για κόστη υπηρεσιών Internet και ανάπτυξη (περιλαμβάνουν έξοδα αναβαθμίσεων)
- Εκτιμήσεις για αγορά, προσαρμογή και λειτουργία υπολογιστικών συστημάτων
- Λογιστικό Φύλλο με τα κόστη για κάθε στοιχείο του Internet Μάρκετινγκ Σχεδίου
- Εκτίμηση της επίδρασης του προγράμματος Internet Μάρκετινγκ στα έξοδα σε άλλα παραδοσιακά μέσα

Ο Προϋπολογισμός για Internet Μάρκετινγκ βασίζεται σε:

- Τον προϋπολογισμό του περασμένου χρόνου για Internet Μάρκετινγκ
- Ένα ποσοστό των πωλήσεων της επιχείρησης
- Ένα ποσοστό του συνολικού προϋπολογισμού για μάρκετινγκ
- Μια ανακατανομή των χρημάτων μάρκετινγκ
- Τι ξοδεύουν άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις
- Δημιουργία αποτελεσματικής online παρουσίας
- Ένα βαθμωτό πλάνο με μετρήσιμα αποτελέσματα

5. Δημιουργία Ομάδας Εργασίας για Internet Μάρκετινγκ

A) Ανάπτυξη μέσα στην επιχείρηση,

- Πρόσληψη προσωπικού
- Υπηρεσία Πληροφορικής της Επιχείρησης

B) Ανάπτυξη έξω από την επιχείρηση

- Εργολάβοι
- Παροχείς Υπηρεσιών Internet
- Γραφεία Internet Μάρκετινγκ
- Γραφίστες
- Web σχεδιαστές:
 - Σελίδα Παρουσίας
 - Μικρή επιχείρηση (με δυνατότητα παραγγελίας,
10-20 σελίδες)
 - Νοητός Κατάλογος (30-40 σελίδες)
 - Πλήρες Σχέδιο

6. Υλοποίηση

Τρόποι Ολοκλήρωσης Internet & Παραδοσιακού Μάρκετινγκ:

- Ενσωμάτωση του Internet στις μάρκετινγκ επικοινωνίες σου
- Ενσωμάτωση των μάρκετινγκ επικοινωνιών σου στο Internet

1) Σχεδίαση Διαφημιστικών Εκστρατειών & Απευθείας-Ταχυδρομείου

2) Χρήση συνοδευτικού υλικού και εντύπων για πωλήσεις

3) Ανάπτυξη Εταιρικής Ταυτότητας

4) Έρευνα Αγοράς

5) Εκτέλεση Προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων & Προώθησης

6) Χρήση Λειτουργιών Υποστήριξης Πωλήσεων

7) Σχεδίαση Εκθέσεων

8) Έναρξη Προγράμματος Internet Μάρκετινγκ

6.1) Σχεδίαση Διαφημιστικών Εκστρατειών & Απευθείας-Ταχυδρομείου

- σύντομη περιγραφή για κάθε έξοδο διαφήμισης

- επιχειρήματα για επιλογή των διαφημιστικών προγραμμάτων
- συζήτηση για το πως κάθε ενέργεια σχετίζεται με το όλο πρόγραμμα σας
- εκτίμηση της επίπτωσης της Internet διαφήμισης στην παραδοσιακή σας διαφήμιση

ad banners: μικρά γραφικά στοιχεία που τοποθετούνται στις σελίδες Web (ψηλά ή χαμηλά), π.χ. 400*400 pixels

hyperlinked banner: επιπλέον σύνδεσμο στο Web site Του διαφημιζόμενου

clickthrough ratios: αναλογία αριθμού επισκέψεων από το banner στο Web site σας, π.χ. 12:78 σημαίνει ότι 12 χρήστες clicked on the banner απο τους 78 που το είδαν.

www.linkexchange.com/reports διατηρεί στατιστικά για τα μέλη της, π.χ.

καταγράψαμε 4322 επισκέψεις στο Web site σας

Διαφημιστήκατε 2161 φορές σε άλλα sites

Λάβατε 31 επισκέψεις μέσω του banner

Η τελική αναλογία έκθεσής σας είναι: 69:7:1

clickstreams: το μονοπάτι που ο χρήστης ακολούθησε στην εξερεύνηση του Web site (καθώς επίσης και ο χρόνος που ξόδεψε σε κάθε σελίδα, το επόμενο Web site που επισκέφθηκε)

επικεφαλίδες σε ηλεκτρονική λίστα συζητήσεων

δωρεάν ή χαμηλού κόστους online διαφήμιση:

- Δημιουργία σύντομου αρχείου με πληροφορίες σε ASCII για χρήση από σύστημα email ή αυτόματης απάντησης email
- Επαφή με Webmasters για ανταλλαγή συνδέσμων
- Επιδότηση ή διαφήμιση σε ηλεκτρονικές λίστες που διαχειρίζονται από την επιχείρησή σας
- Ανταλλαγή συνδέσμων ή συμμετοχή σε κατάλογο ανταλλαγής συνδέσμων & banners
- Ανταλλαγή επιδοτήσεων ή διαφημιστικού χώρου με συνεργαζόμενες επιχειρήσεις
- Ενσωμάτωση διαφημίσεων (banners, κυλιόμενο κείμενο κτλ) στο Web site σας

online διαφήμιση κόστος:

- κόστος δημιουργίας banner

- κόστος επιδότησης ή διαφήμισης σε ηλεκτρονικές λίστες συζητήσεων
- κόστος δημιουργίας & διανομής λογισμικού σε δισκέτες για προώθηση του Web site σας

Σκουπίδια στο Internet

Σύγκριση διαφημιστικών τιμολογίων:

www.webtrack.com/sponsors/sponsors.html

www.sisoftware.com

Πώληση Διαφήμισης στο Web

Ειδικοί Διαφήμισης

- Εντυπα αντικείμενα σαν δώρα για πελάτες
- Χρηστικά αντικείμενα μεγάλης διάρκειας ζωής παρά παιχνίδια
- Δώρα, έπαθλα, λαχνοί σε επισκέπτες εκθέσεων
- Βραβεία που κερδίζει επισκέπτης αφού παρακολουθήσει μια παρουσίαση ή συμπληρώσει μια φόρμα

Απευθείας Ταχυδρομείο

- Μπλοκάρισμα ηλεκτρονικών μηνυμάτων από κάποιες διευθύνσεις
- Απρόσκλητο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
- Ηλεκτρονικές λίστες για ομαδικό ταχυδρομείο
- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μόνο σε ενδιαφερόμενους παραλήπτες
www.netcreations.com/postdirect/

Συμβουλή:

- Χτίσιμο προσωπικής σχέσης & αξιοσέβαστης Internet παρουσίας πρώτα
- Ερώτηση για επιθυμητό τρόπο επαφής απο πελάτη και τήρησή του
- Εθελοντική προσφορά απο πελάτη της email διεύθυνσής του, προσφορά κινήτρων: δώρα, πρόσβαση σε περιοχή του Web site προστατευμένη με κωδικό
- Αρχικό ηλεκτρονικό μήνυμα όσο πιο σύντομο γίνεται
- Μη πρόσθεση χρήστη σε λίστα μόνο επειδή ζήτησε πληροφορίες
- Προσφορά δυνατότητας σε παραλήπτη να ανακτήσει περισσότερες πληροφορίες

- Υπενθύμιση σε παραλήπτη τρόπου διαγραφής απο λίστα
- Μη πώληση, ανταλλαγή κτλ. ηλεκτρονικών διευθύνσεων χωρίς συγκατάθεση χρηστών

6. 2) Χρήση Συνοδευτικού Υλικού / Έντυπα Πωλήσεων

δυνατότητα επιλογών για την απόκτηση των πληροφοριακών εντύπων σου σε διάφορες μορφές

διαλογική επίδειξη με χρήση ήχου & βίντεο

μετατροπή εντύπων σε HTML, PDF, PS, ...

δυνατότητα αναζήτησης σε ολόκληρη τη βάση δεδομένων στο Web

- Ενσωμάτωση του Internet στο Συνοδευτικό Υλικό
- Ενσωμάτωση του Συνοδευτικού Υλικού στο Internet

Επιχειρήματα για δημοσίευση των εντύπων στο Web:

- Μείωση κόστους εκτυπώσεων
- Μείωση ταχυδρομικού κόστους
- Πλατύτερη γεωγραφική διανομή
- Πρόσθετες δυνατότητες αναζήτησης
- Εκτεταμένο περιεχόμενο
- Δυνατότητες παρουσίασης προϊόντων
 - downloadable S/W demos
 - screen captures of S/W
 - slide shows simulation (των χαρακτηριστικών των προϊόντων)
 - online contests (στη γνώση των προϊόντων μεταξύ των επισκεπτών)

Τι είδους έντυπα να δημοσιεύσεις στο Web:

- Ετήσιες Αναφορές

- Σημειώσεις εφαρμογών
- Οδηγοί χρήσης
- Διαφημιστικά
- Βιβλία δεδομένων
- Κατάλογοι προϊόντων

Μην δημοσιεύεις κάτι στο Web που δεν θέλεις να το δει κάποιος

Password – περιορισμένη πρόσβαση για

- Συγγραφείς
- Κατεγγραμμένους χρήστες
- Πελάτες

Καταγραφή της βιβλιογραφίας της επιχείρησής σου σε πίνακα:

- Τίτλος εντύπου
- Περιγραφή
- Μορφή συγγραφής (π.χ. HTML, ASCII, PDF, PS, FTP)
- Αριθμός σελίδων κειμένου (π.χ. 16 σελίδες)
- Γραφικά (π.χ. 2* 35mm slides, 4* 4X5 διαφάνειες, 8* έγχρωμες 8X10 φωτογραφίες)
- Εκτίμηση κόστους μετατροπής (π.χ. 16 σελίδες * \$25 + 14 scans *\$12)
- Πρόσθετα (π.χ. videoclips)
- Κόστος πρόσθετων (π.χ. 7 audioclips * \$35 + 3 videoclips *\$65)
- Τόπος αποθήκευσης
- Online τόπος
- Αρμοδιότητες

- Ημερομηνία έναρξης
- Ημερομηνία ανανέωσης

6. 3) Ανάπτυξη Εταιρικής Ταυτότητας

συνεπές μήνυμα (slogan, logo, nickname, ...)

Ιδιοκτησία Domain Name & Θέματα Εμπορικών Θεμάτων

- Δημιουργία δικού σου Domain Name (κόστος ?)
(πιθανώς, εγγραφή πολλών διαφορετικών παραλλαγών του ονόματος της επιχείρησής σου)
- Καθιέρωση φορμών για εμφάνιση ηλ. διευθύνσεων, & urls
σε κάρτες, φακέλους, χαρτιά, γράμματα, έντυπα, ανακοινώσεις στον τύπο κτλ.
- Πληροφορίες επαφής
- Αρχείο υπογραφής (ομοιόμορφη εμφάνιση όλων των μηνυμάτων που φεύγουν από την επιχείρηση)
- Logo (μικρό ώστε να φορτώνετε γρήγορα και να μην αποσπά την προσοχή)

6. 4) Έρευνα Αγοράς στο Ιντερνετ

Πλεονεκτήματα:

- Ταχύτερη ανάπτυξη από τυπωμένη δημοσίευση
- Τεράστιο ποσό δωρεάν πληροφορίας
- Ομοιόμορφη πρόσβαση σε πολλές πηγές παγκόσμια με τη μια

Μειονεκτήματα:

- Ξεπερασμένοι (ληγμένοι) σύνδεσμοι σε Online πόρους
- Δωρεάν – Εισητήριο (ασυνέπεια & ανακρίβεια)
- Προβλήματα εξυπηρέτησης & πρόσβασης

Πόροι:

- Mailbot διευθύνσεις: αυτόματη απάντηση σε ηλ. αίτηση
- Ομάδες Νέων
www.reference.com (δυνατότητα αναζήτησης πληροφορίας σε 16 000 ομάδες νέων & ηλ. λίστες)

www.dejanews.com (βοήθεια για εντοπισμό συζητήσεων με λέξεις-κλειδιά, ηλ. διευθύνσεις, ομάδες νέων κτλ)

- Ηλ. Λίστες
www.webcom.com/teddy/listserv.html
www.liszt.com/
www.nova.edu/Inter-Links/cgi-bin/lists
www.bayne.com/wolfBayne/htmarcom/mktglist.html
www.newsoft.com/internet/paml/
www.tile.net/tile/listserv/index.html

- FTP sites

- Ενοποιημένες αναζητήσεις
www.infomkt.ibm.com IBM Infomarket
www.starthere.com StartHere
www.beaucoup.com/formengs.html Beaucoup
www.mcp.com/superseek Info Superlibrary
www.llnl.gov/llnl/lists/lists1.html ILLNL List of Lists
www.nlightn.com Nlightn
www.netins.net/showcase/nwc-iowa/ SearchIt
www.cs.colostate.edu/~dreiling/smartform.html SavySearch
www.albany.net/allinone/ All-in-One

- Κατάλογοι επιχειρήσεων
www.tollfree.att.net/dir800 AT&T Toll-free
www.bbb.org/council/main/index.html Better Business Bureau
www.tibd.com Catalogue of Business

- Νέα
www.image.dek/~knudsor/en Electr. Newstand
www.cnn.com/SEARCH/index.html CNN
167.8.29.8/plweb-cgi/ixact.pl USA Today

- Έρευνα αγοράς
www.anywhereonline.com/ ANYwhere
www.asiresearch.com/links/mrlinks.htm Market Research
www.findsvp.com/findsvp/bestfnds.html FIND/SVP's

Χρηματο-οικονομικές πληροφορίες
www.zanax.com/iponet
www.netipomonitor.com

Προβλήματα έρευνας αγοράς με ηλ. ταχυδρομείο:

- Το αγνοείς
- Πρόσβαση μόνο σε όσους είναι online
- Δυσκολία προσδιορισμού ταυτότητας

S/W για έρευνα αγοράς www.decisive.com

6. 5) Εκτέλεση Προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων & Προώθησης

Διαρκής παρακολούθηση του Web, ηλ. λιστών, ομάδων νέων κτλ.

Μη φιλτράρισμα της πληροφορίας απο ενδιαμέση (π.χ. συντάκτη εφημερίδας):

- Μη-νοθευμένη πληροφορία, μη παρανόηση
- Μη-διαπιστευμένη, μικρότερο κύρος

Προσοχή: η πληροφορία μένει για πάντα

Δημιουργία προσωπικής σχέσης με συντάκτες που καλύπτουν θέματα της περιοχής/αγοράς/τομέα σου

Ανακοινώσεις νέων στο Web (ίσως με μια μικρή ηθελημένη καθυστέρηση για να δώσεις αποκλειστική πληροφορία σε τύπο)

Δυνατότητα αναζήτησης στο Web site σου

Δείξε την εκτίμησή σου για δημοσιεύσεις σχετικά με την επιχείρησή σου (σύνδεσμοι σε δημοσιεύσεις, έντυπα)

Κατάλογοι Μέσων, Υπηρεσίες Ταχυδρομείου & Αποδελτίωσης Τύπου:

www.webcom/shambhu/acmd/home.html 3000 εφημερίδες, ραδιο, TV κολλεγίων
www.baconsinfo.com
www.burrelles.com
www.lucepress.com
www.mediamap.com
www.pressaccess.com
www.srds.com

6.6) Χρήση Λειτουργιών Υποστήριξης Πωλήσεων

εμφάνιση της Ιντερνετ διεύθυνσης σε διαφημιστικά δώρα,

βελτίωση υπηρεσιών προς τον πελάτη, μεταπωλήσεις, απευθείας πωλήσεις, τεχνική υποστήριξη μέσω Ιντερνετ

ενσωμάτωση βιβλιογραφίας τεχνικής υποστήριξης (π.χ. χαρακτηριστικά προϊόντων, παραδείγματα, εκπαιδευτικό υλικό) στο Web και δημοσιοποίηση του

*Ηλ. Ταχυδρομείο αυτόματης απάντησης
(Autoresponders/ Mailbots)*

- διαφήμιση χρήση διαφορετικών mailbots για κάθε διαφήμιση σε διαφορετικό μέσο ώστε να ξέρουμε αποτελεσματικότητα
- συνοδευτικό υλικό χρήση mailbots για κάθε κατάλογο ώστε να δίνει τιμές για προϊόντα ανά κατηγορία
- έρευνα αγοράς
- δημόσιες σχέσεις ανακοινώσεις στον τύπο
- υποστήριξη πωλήσεων ενημέρωση λιστών διανομέων, μεταπωλητών
- εκθέσεις

Παραγγελίες μέσω Ιντερνετ

Ασφάλεια

Check Free Co www.checkfree.com

CyberCash www.cybercash.com

DigiCash www.digicash.com
FirstVirtual www.fv.com
NetCash www.netbank.com/netcash/

6. 7) Σχεδίαση Παρουσίας σε Εκθέσεις/ Συνέδρια

εκτύπωση της Ιντερνετ διεύθυνσης σε μπλουζάκια, στυλό, κάρτες, καρέκλες, μοκέτες, κτλ.

υπολογιστές συνδεδεμένοι στο Web site σας για τους επισκέπτες

Trade Show Central
www.tscentral.com/html/tsc-search.html περιγράφει 10000 εκθέσεις

EXPOguide www.expoguide.com/
δυνατότητα αναζήτησης στα περιεχόμενά του

Διαχείριση συμμετοχής σε έκθεση απο προσωπικό σας ή απο ειδικούς επαγγελματίες
www.condit.com/CoolJobs.html

Διαμονή & ταξίδι www.travelocity.com
www.vacationweb.com/alv-nrb/

Εκθεσιακοί χώροι www.gwcc.com

Συμβουλές για συμμετοχή σε εκθέσεις

The Exhibitors Network www.exhibitor.net

Trade Show Exhibitors Assoc. www.ieabbs.org

Δημοσιοποίηση συμμετοχής σε έκθεση

Νοητές Εκθέσεις

6. 8) Έναρξη Προγράμματος Internet Μάρκετινγκ

Χρονοπρογραμματισμός δραστηριοτήτων

Επαναλαμβανόμενες ενέργειες:

έλεγχος Web statistical log

έλεγχος Mailbot filter log

καθημερινή παρακολούθηση ηλ. ταχυδρομείου

ενημέρωση Web σελίδων

Ανάγνωση Ομάδων Νέων www.dejanews.com

Ανάγνωση Ηλ. Λιστών www.neosoft.com/internet/paml

www.bayne.com/wolfBayne/htmarcom/mktglist.html

Προώθηση της URL σας

Δήλωση σε μηχανές αναζήτησης & καταλόγους:

1. Απευθείας

2. Μέσω site ομαδοποιημένων ανακοινώσεων

Submit It! www.submit-it.com

123RegisterMe! www.123registerme.com

3. Ανάθεση σε ειδικό The PostMaster www.netcreations.com/postmaster

WebPromoter www.webpromote.com

Ανταλλαγή Συνδέσμων

Ενημέρωση Υπηρεσιών Παροχής Ιντερνετ

Ενημέρωση συντακτών σε τύπο

7. Μέτρηση των Αποτελεσμάτων του Ιντερνετ Μάρκετινγκ

Πωλήσεις

Στις Δημόσιες Σχέσεις, η αποτελεσματικότητα μετριέται με τον αριθμό των επισκέψεων στις σελίδες σας
(οι μετρήσεις μπορεί να γίνουν είτε από το προσωπικό σας
είτε από εξωτερική εταιρεία)

αριθμός επισκέψεων

σελίδες με λίγες επισκέψεις θα μπορούσαν να ξανασχεδιαστούν, διαγραφούν κτλ.

σελίδες με πολλές επισκέψεις θα μπορούσαν να αναλυθούν για τα αίτια της επιτυχίας τους

ερωτήματα:

ποιός είναι ο επισκέπτης?

σας επισκέπτονται αυτοί που θέλετε?

πως η σχεδίαση του site βοήθησε τον επισκέπτη?

διεθνής πρόσβαση? (domain, χώρα)

Clickstream-analysis μονοπάτι επισκέπτη στο site

Log-analysis

Net.Analysis

www.interse.com

www.webtrends.com/PRODUCTS/WEBTREND/REPORTS/intra.html

www.delahaye.com/polit_gif.html

www.internet-audit.com/faq.html