

**Δ.Π.Μ.Σ. ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ  
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΔΗΣ Α.**

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ 6 websites  
ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΠΙΠΛΩΝ**



**ΜΠΕΝΕΤΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**  
[Mbaex0651@uom.gr](mailto:Mbaex0651@uom.gr)

## 1.Εισαγωγή

Σε ετήσια **μελέτη για το έτος 2006** που δημοσιοποίησε το ελληνικό Παρατηρητήριο για την **Κοινωνία της Πληροφορίας**, διαπιστώθηκε σημαντική αύξηση στα ποσοστά πρόσβασης στο Διαδίκτυο από τα νοικοκυριά και στη διείσδυση της ευρυζωνικότητας σε ιδιώτες και επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

Στασιμότητα καταγράφηκε στις ηλεκτρονικές αγορές και πωλήσεις και περιορισμένη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Παράλληλα, σε υψηλό επίπεδο παραμένει η συνολική διείσδυση των Η/Υ και του Διαδικτύου σε επιχειρήσεις με πάνω από δέκα εργαζόμενους. Η μελέτη βασίστηκε στην ολοκληρωμένη μέτρηση των δεικτών των πρωτοβουλιών eEurope και i2010.

Βάσει της μελέτης προέκυψαν τα παρακάτω βασικά συμπεράσματα:

### **Ηλεκτρονικό επιχειρείν (E-business)**

- Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις και οι ηλεκτρονικές αγορές παρέμειναν στάσιμες το 2006.
- **Όσον αφορά στους ιδιώτες, η συντριπτική πλειονότητα των χρηστών (81%) αξιοποιεί το Διαδίκτυο για την αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών**, ωστόσο, μόνο ένα μικρό ποσοστό χρηστών, της τάξης του 5%, πραγματοποιεί online παραγγελίες και αγορές.
- Όσον αφορά τις επιχειρήσεις (με τουλάχιστον 10 εργαζόμενους), οι ηλεκτρονικές παραγγελίες και οι ηλεκτρονικές αγορές εξακολουθούν να βρίσκονται σε σχετικά χαμηλά ποσοστά, 7,2 % και 9,4%, αντίστοιχα.

### **Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση**

- Από τις βασικές υπηρεσίες που προσφέρει το Δημόσιο, το 40% είναι πλήρως διαθέσιμες ηλεκτρονικά, ποσοστό κοντά στον ευρωπαϊκό μέσο όρο.
- Μόλις το 8% των Ελλήνων πολιτών συναλλάσσεται με δημόσιους φορείς μέσω Διαδικτύου. Οι σχετικές ενέργειες αφορούν στη

συλλογή πληροφοριών από δικτυακούς τόπους (7%), το κατέβασμα επίσημων εντύπων (4%) και την αποστολή συμπληρωμένων φορμών (3%).

- Υψηλό (71%) παραμένει το αντίστοιχο ποσοστό των επιχειρήσεων (με 10+ εργαζομένους) που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές δημόσιες υπηρεσίες.

## Χρήση του Διαδικτύου

- **Σημαντική αύξηση στη χρήση του Διαδικτύου, σε σχέση με το 2005, καταγράφηκε για τα νοικοκυριά, με το σχετικό ποσοστό να ανέρχεται σε 27,4%, έναντι 24,2% το προηγούμενο έτος.** Υπάρχει πάντως μεγάλη απόσταση από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, ο οποίος ανέρχεται σε 51% για την ΕΕ25 και σε 54% για την ΕΕ15.
- Το ενθαρρυντικό είναι ότι ο ρυθμός αύξησης του ποσοστού των νοικοκυριών με πρόσβαση στο Internet είναι υψηλότερος στην Ελλάδα από το μέσο ρυθμό στην ΕΕ. Ο ρυθμός αύξησης της Ελλάδας για την περίοδο 2005-2006 είναι 13,2% ενώ ο μέσος όρος για την ΕΕ25 και την ΕΕ15 είναι 6,25% και 1,89%, αντίστοιχα.
- Αυξημένη καταγράφηκε και η συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου, καθώς το 61% των χρηστών του τελευταίου τριμήνου δήλωσε ότι το χρησιμοποιεί καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά, σε σχέση με το ποσοστό 55% που μετρήθηκε το 2005.
- Σε ό,τι αφορά τον τόπο πρόσβασης, 72% των χρηστών έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο από το σπίτι και 41% από το χώρο εργασίας, ενώ χαμηλότερη προτίμηση σε σχέση με το 2005 δείχνουν οι χρήστες στην πρόσβαση από Internet Cafe (13%), σπίτια φίλων (7%) και πανεπιστήμια ή ΤΕΙ (7%).
- Όσον αφορά τις επιχειρήσεις, η κατάσταση μοιάζει να έχει σταθεροποιηθεί. Το 39% των επιχειρήσεων που απασχολούν από 1-9 εργαζομένους και το 92,5% των επιχειρήσεων με τουλάχιστον 10 απασχολούμενους έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, παραμένοντας στο ίδιο επίπεδο με το 2005. Τα ποσοστά αυτά πλησιάζουν το μέσο όρο στην ΕΕ15 και την ΕΕ25.

- Το ποσοστό διείσδυσης των ευρυζωνικών συνδέσεων στην Ελλάδα εκτιμάται στο 4,39%. Πτώση παρατηρήθηκε στις συνδέσεις PSTN και ISDN υπέρ της DSL.

## **Ηλεκτρονική Μάθηση**

- Το 99% των σχολικών μονάδων διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή, ενώ σε ό,τι αφορά τη σύνδεσή τους με το Διαδίκτυο, η σχετική διείσδυση παραμένει στο ίδιο επίπεδο (97% φέτος έναντι 96% το 2005). Παρατηρείται αύξηση των ευρυζωνικών συνδέσεων.
- Σε σχέση με το 2005, πέρυσι διαπιστώθηκε μείωση στον αριθμό μαθητών ανά υπολογιστή σε όλες τις βαθμίδες, με το σχετικό μέσο όρο να ανέρχεται σε 15 μαθητές ανά Η/Υ.
- Ωστόσο, μόνο το 6% των σχολείων παρέχει τη δυνατότητα στους μαθητές να συνδεθούν από το σπίτι τους με το Διαδίκτυο μέσω του Πανελληνίου Σχολικού Δικτύου (EDUNET) και μόλις το 2% διαθέτει λογαριασμούς e-mail στους μαθητές, είτε προσωπικούς, είτε κοινούς.
- Το 12% του πληθυσμού χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για σκοπούς εκπαίδευσης και κατάρτισης.

## **2.Κριτήρια αξιολόγησης ιστοσελίδων**

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω η εισβολή του Διαδικτύου εξελίσσεται ραγδαία τόσο στην επιχειρηματική δραστηριότητα όσο και στην καθημερινή ζωή του μέσου Έλληνα πολίτη.

Η ηλεκτρονική πληροφορία και η ηλεκτρονική συναλλαγή θεωρείται απαραίτητο εφόδιο για κάθε επιχείρηση όσο μικρή και αν είναι, προσφέροντας πολλαπλά οφέλη επικοινωνίας με τον εν δυνάμει πελάτη .

Βασικό θεωρείται η επικοινωνία με τον πελάτη να γίνεται με τρόπο απλό και άμεσο ώστε να καταγράφεται θετικά στη συνείδησή του και να προτιμά τον τρόπο αυτό από την φυσική παρουσία του σε κατάσταση.

Πως όμως είναι δυνατό μια επιχείρηση ή ένας απλός χρήστης να αξιολογήσει την χρησιμότητα και αποτελεσματικότητα μιας ιστοσελίδας? Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει έως σήμερα κοινά αποδεκτή μέθοδος καταμέτρησης και αξιολόγησης μιας ιστοσελίδας.

Παρατίθενται όμως μια σειρά από κριτήρια βάσει των οποίων θα επιχειρήσουμε και εμείς την αξιολόγηση των ιστοσελίδων που επιλέξαμε.

**Table 1** Operational definitions of user criteria for site design

---

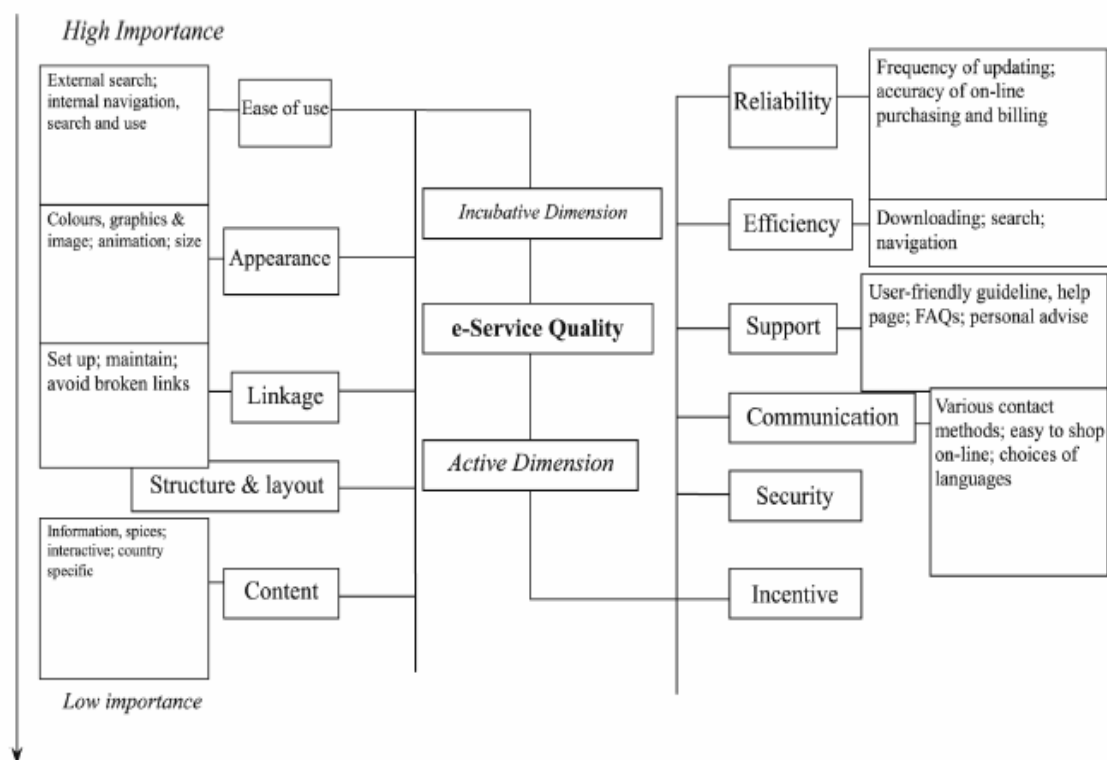
<b>Use</b>	The site is easy to use. An overview of the site and appropriate navigation structures are available
<b>Content</b>	Useful information. Current information. Concise non-repetitive information. Information not easily or readily found in library collections. Absence of the following: superficial and repetitious information; uninformative content, advertisements, boring text, lack of currency
<b>Structure</b>	The site displays an intelligible, straightforward organising scheme. Text is broken into appropriate, well-labelled subsections. Large blocks of text are minimised
<b>Linkage</b>	Pages provide links that integrate relevant information at the site and at other sites. Links provide access to related topics allowing serendipitous discovery of information. All links function; broken and under construction links are avoided
<b>Search</b>	Search support for page and site searching are provided. Searching produces a precise list of helpful sites or pages with a minimum of processing time
<b>Appearance</b>	The site is visually attractive on-screen. Any given page contains few graphics and these are appropriate to page content. Graphics are not essential to site use. If graphics are turned off or a text-only client is used, the site remains fully functional. Pages result in attractive printouts without large dark areas

**Note:** the criteria are arranged in ranked order of importance.

**Source:** Abels *et al.* (1999)

---

Figure 1 A model of e-service quality



**Κριτήρια αναλυτικής αξιολόγησης ιστοσελίδων:**

<b>ΧΡΗΣΗ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ευκολία στον εντοπισμό της ιστοσελίδας.</li> <li>▪ Ευκολία πρόσβασης σε κατάλογο προϊόντων και υπηρεσιών.</li> <li>▪ Ευκολία στην περιήγηση και επιστροφή στην αρχική σελίδα.</li> </ul>
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Υψηλή ποιότητα και εκτενείς πληροφορίες προϊόντων και υπηρεσιών.</li> <li>▪ Μεγάλη ποικιλία διαφημιζόμενων προϊόντων.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Πληροφορίες γενικές για το είδος και την τιμή.</li> <li>▪ Συνεχής ενημέρωση της ιστοσελίδας.</li> <li>▪ Πληροφορίες για την πολιτική της εταιρείας .</li> <li>▪ Περιεχόμενο μη-επαναλαμβανόμενο που αναφέρεται στο αντικείμενο της ιστοσελίδας.</li> </ul>
<b>ΔΟΜΗ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Περιεχόμενο λογικά δομημένο, σε διαφορετικούς τομείς και επίπεδα.</li> <li>▪ Ευκολονόητα μενού.</li> <li>▪ Χάρτης ή πίνακας των περιεχομένων.</li> <li>▪ Τα γραφικά και τα πολυμέσα να συνεισφέρουν στην διευκόλυνση κατανόησης της πλοήγησης.</li> <li>▪ Εικονίδια εύκολα αναγνωρίσιμα.</li> <li>▪ Αποφυγή υπερβολικής χρήσης γραφικών ή πολυμέσων που επηρεάζουν το χρόνο ανάκτησης.</li> <li>▪ Τα κείμενα να διαβάζονται εύκολα.</li> <li>▪ Να παρέχονται ξένες γλώσσες.</li> </ul>
<b>ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ηλεκτρονικές και φυσικές διευθύνσεις.</li> <li>▪ Μη χρήση σελίδων «υπό-κατασκευή» (under construction)</li> <li>▪ Ευδιάκριτοι σύνδεσμοι και τοποθέτησή τους.</li> </ul>
<b>ΠΛΟΗΓΗΣΗ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Συνεχής πλοήγηση σε όλα τα επίπεδα της ιστοσελίδας.</li> <li>▪ Εύκολη χρήση της μηχανής αναζήτησης.</li> <li>▪ Αναλυτική περιγραφή των αποτελεσμάτων εύρεσης.</li> <li>▪ Μη ύπαρξη προβλημάτων στην μηχανή αναζήτησης.</li> <li>▪ Ευκολόχρηστο πρόγραμμα βοήθειας</li> <li>▪ Γρήγορη ανάκτηση των σελίδων.</li> <li>▪ Καλή ταχύτητα ανάκτησης της βάσης δεδομένων.</li> </ul>

<b>ΕΜΦΑΝΙΣΗ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ιστοσελίδα αισθητικά ελκυστική.</li> <li>▪ Η αρχική σελίδα να είναι περιεκτική και άμεσα αντιληπτή.</li> <li>▪ Σωστή χρήση των χρωμάτων και του φόντου.</li> <li>▪ Αποφυγή υπερβολικής χρήσης γραφικών / πολυμέσων.</li> <li>▪ Ευανάγνωστα κείμενα.</li> </ul>
<b>ΑΣΦΑΛΕΙΑ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Αξιόπιστα συστήματα ασφαλείας.</li> <li>▪ Επαρκή πρωτόκολλα ασφαλείας.</li> <li>▪ Ασφαλή συστήματα πληρωμής.</li> <li>▪ Προστασία προσωπικών δεδομένων.</li> </ul>
<b>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ευκολία στην εγγραφή και καταχώριση στην ιστοσελίδα.</li> <li>▪ Δυνατότητα πληρωμής με διάφορους τρόπους.</li> <li>▪ Απόθεμα προϊόντων.</li> <li>▪ Άμεση ενημέρωση για την πρόοδο της παραγγελίας.</li> <li>▪ Δυνατότητα εντοπισμού και επιβεβαίωσης της παραγγελίας.</li> <li>▪ Συνέπεια στην παράδοση και παραλαβή.</li> <li>▪ Συνέχιση υπηρεσιών μετά την παραγγελία και παράδοση.</li> <li>▪ Άμεση ανταπόκριση σε προβλήματα που προέκυψαν πριν και μετά την παραγγελία.</li> <li>▪ Διατήρηση σχέσεων με τον πελάτη.</li> </ul>



### 3. Ανάλυση των ιστοσελίδων

Οι ιστοσελίδες που θα εξετάσουμε παρέχουν κυρίως πληροφόρηση για τις εταιρίες που αντιπροσωπεύουν, δηλαδή ανήκουν στην κατηγορία: **“informational web sites”** και όχι ιστοσελίδες **“transactional”**

Για το λόγο αυτό θα αναλύσουμε κυρίως τα κριτήρια της ευκολίας χρήσης τους, δομής, περιεχομένου και αισθητικού μέρους των ιστοσελίδων καθώς δεν παρέχουν την δυνατότητα συναλλαγής μέσω αυτών.

#### 1. [WWW.IKEA.COM](http://www.ikea.com)



Ελλάδα  
Ελληνικά | English

Προσιτές λύσεις για μια καλύτερη ζωή

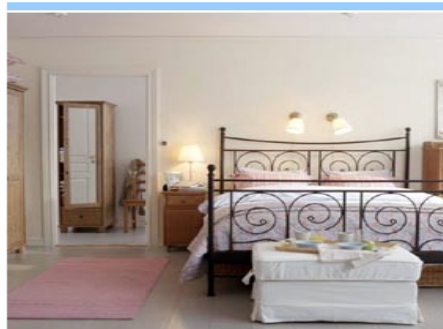
#### Επιλέξτε κατάστημα

Για να μάθετε που βρίσκεται ένα κατάστημα και πληροφορίες σχετικά με αυτό επιλέξτε:

[Αθήνα Αεροδρόμιο](#)  
[Θεσσαλονίκη](#)

#### → Online κατάλογος

Ο κατάλογος της IKEA είναι ετήσιος και οι τιμές του καταλόγου ισχύουν για ένα χρόνο. Ξεφυλλίστε τον κατάλογο μας και ανακαλύψτε προσιτές λύσεις επίπλωσης σπιτιού και ατελείωτες ιδέες για μια καλύτερη καθημερινή ζωή στο σπίτι.



#### Καλώς ήρθατε στην IKEA Ελλάδας!

Στα καταστήματα IKEA θα βρείτε τα πάντα για το σπίτι. Δεν είναι μόνο τα 6.500 προϊόντα, που καλύπτουν κάθε γούστο και ανάγκη, αλλά και οι ιδέες και προτάσεις που μπορεί να «κλέψει» ο επισκέπτης μέσα από τα ειδικά διαμορφωμένα σπίτια και δωμάτια, τα οποία έχουν επιπλωθεί και διακοσμηθεί σύμφωνα με την ελληνική πραγματικότητα.

Ο επισκέπτης μπορεί να αφήσει τα παιδιά στον παιδότοπο, να ξεκουραστεί και να φάει στο εστιατόριο IKEA, να απολαύσει ένα μικρό σνακ στο Καφέ της Εξόδου και να πάρει Σουηδικές λιχουδιές για το σπίτι από το Σουηδικό κατάστημα τροφίμων. Όλα αυτά κάνουν την επίσκεψη στην IKEA μια ευχάριστη εμπειρία για όλη την οικογένεια.

- Η δομή της ιστοσελίδας είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα.
- Το αισθητικό μέρος της ιστοσελίδας είναι σε πάρα πολύ καλά επίπεδα, με ξεκούραστα χρώματα και ευδιάκριτα κείμενα.
- Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να «κατεβάσει» τον πλήρη κατάλογο της εταιρίας.
- Η πλοήγηση είναι εύκολη ο χρήστης μπορεί να έχει εύκολα και με ταχύτητα τα επιθυμητά αποτελέσματα.

## MAKE YOUR DREAM ROOM A REALITY

Become your own interior designer with the help of the IKEA Planner Tools. Thanks to our easy-to-use software, you can choose furniture to fit the exact measurements of the rooms in your home. Experiment with different combinations, swap things around and try different styles until you're satisfied with the result. You can view and print out the best options, with all the measurements, just like an architect.

Once you're happy with your plan, save it straight onto the IKEA server so that you can consult it in your nearest IKEA store. This way, you can get final planning advice and assistance from us before purchasing the products you need to make your virtual room a reality. (Please note that bringing the plan on your own storage device like a USB memory stick or CD will not work).

If you'd like to use more than one planner to customise a room, you will need to download each separate planner individually. This will create a single IKEA home planner to use with the furniture of your choice.



[Click here to see how it works.](#)



### A tailor-made kitchen

Design the kitchen that suits your needs with the Kitchen Planner. Save to the IKEA server and head for the store.

**Please note that HALLARUM kitchen front has been sales stopped due to a production problem. [Read more](#)**



[Download the Planner now](#)

- Μια σημαντική δυνατότητα που παρέχει η ιστοσελίδα είναι να σχεδιάσει και να δει το χώρο του με τα είδη που επιθυμεί.
- Τα εργαλεία που απαιτούνται τα παρέχει η ιστοσελίδα αν και η διαδικασία για κάποιον που το επιχειρεί πρώτη φορά δεν είναι ιδιαίτερα εύκολη.

## 2. [WWW.FLOU.IT](http://www.floou.it)



LA CULTURA DEL DORMIRE.

**PRODUCTS**

GOOD SLEEP

DESIGNER

Beds...

**CHOOSE YOUR BED**

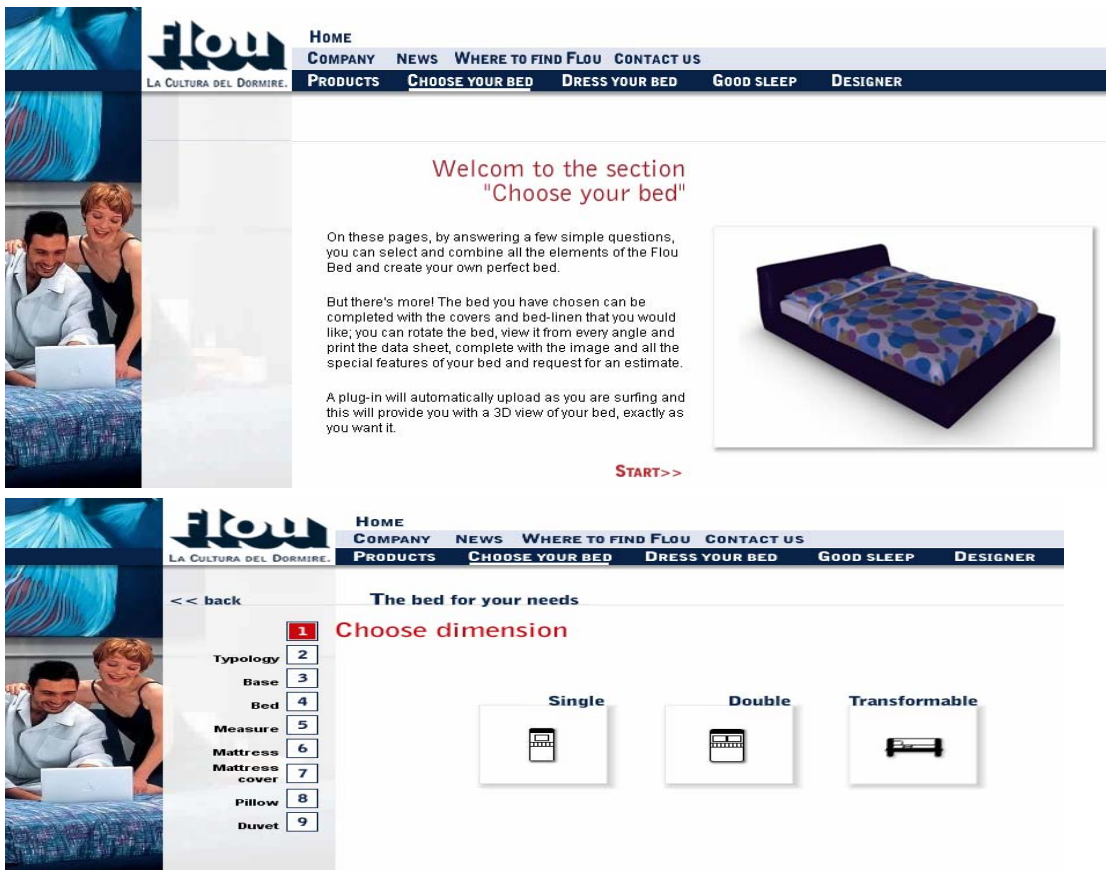
**DRESS YOUR BED**

ITALIANO 日本語 ESPAÑOL

COMPANY NEWS WHERE TO FIND FLOU CONTACT US



- Η ιστοσελίδα χρησιμοποιεί ξεκούραστα χρώματα και ευδιάκριτα κείμενα μικρής έκτασης.
- Είναι δομημένη σε τομείς με εκτενείς πληροφορίες για τον κάθε τομέα.
- Η σελίδα υποστηρίζει πολλές ξένες γλώσσες (αγγλικά, ιταλικά, ισπανικά, κινέζικα ).
- Στην σελίδα δεν εμφανίζεται κάποιο πρωτόκολλο ασφαλείας.

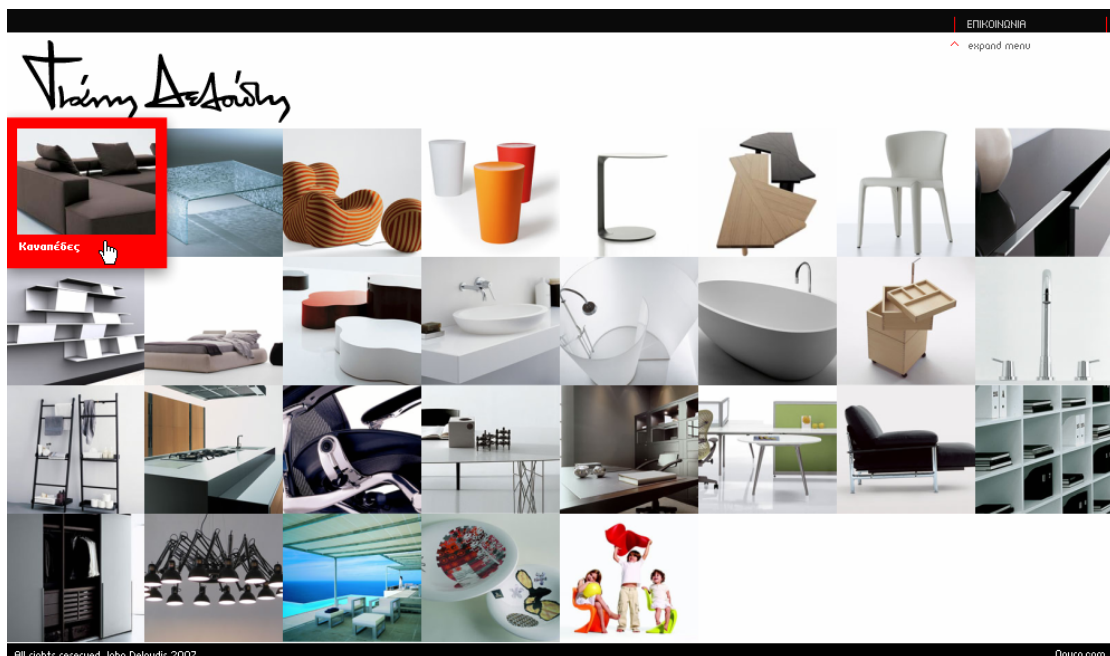


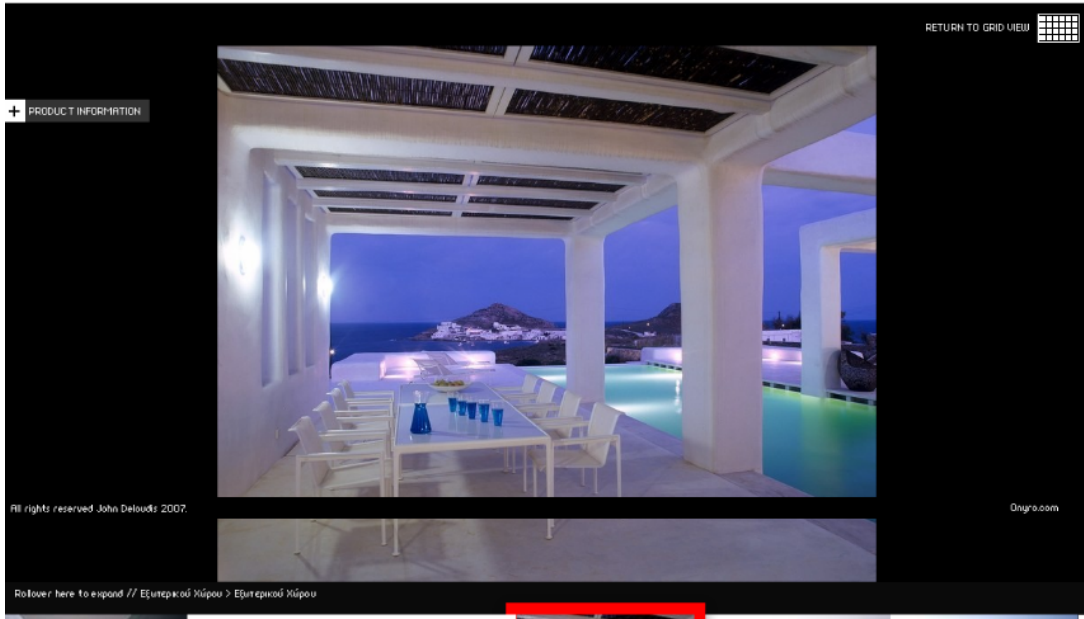
- Όπως και η παραπάνω ιστοσελίδα παρέχεται στον χρήστη η δυνατότητα να επιλέξει και σχεδιάσει το είδος που επιθυμεί. Η διαδικασία είναι πολύ ευκολότερη από τη προηγούμενη περίπτωση και κατανοητή μέσω μιας σειράς βημάτων που βασίζονται στην επιλογή από σειρά εικονιδίων.



- Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να «κατεβάσει» τον πλήρη κατάλογο της εταιρίας.
- Τέλος παρέχεται η δυνατότητα στους αρχιτέκτονες και διακοσμητές να «κατεβάσουν» τα σχέδια σε 2D και 3D και να τα χρησιμοποιήσουν στο σχεδιασμό τους.

3. [WWW.DELOUDIS.GR](http://WWW.DELOUDIS.GR)





- Εξαιρετική αισθητικά ιστοσελίδα με πολύ προσεγμένο χρωματικά σχεδιασμό.
- Άρτια οργάνωση δομής της ιστοσελίδας. Η αρχική σελίδα περιέχει την απαραίτητη πληροφόρηση για να προσανατολίσει τον χρήστη στις επιλογές του.
- Εξαιρετική ευκολία σε ολοκληρωμένους καταλόγους προϊόντων και υπηρεσιών.



1918  
Red + Blue - Gerrit Thomas Rietveld

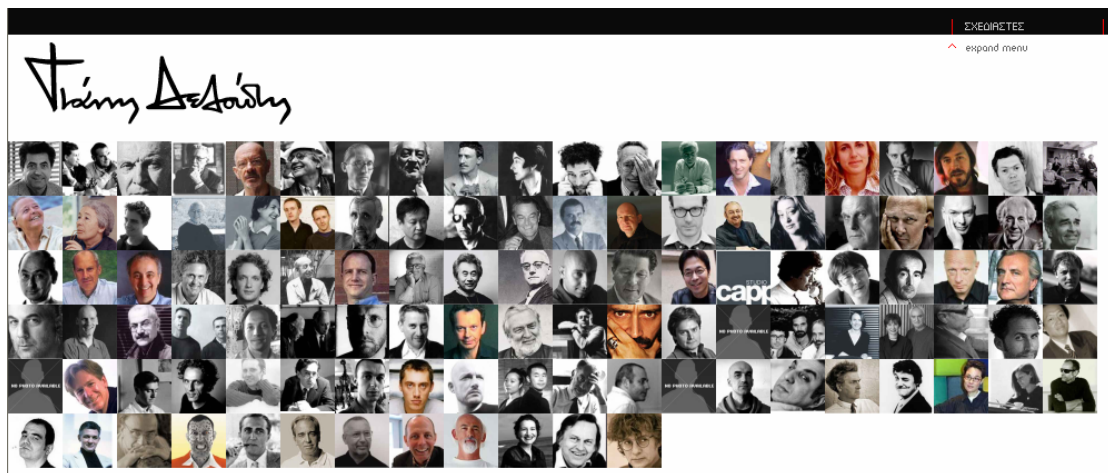
1928  
LC4 - Le Corbusier

1934  
Zig Zag - Gerrit Rietveld



- Πολύ ενδιαφέρουσα και μοναδική στο είδος της είναι η παρουσίαση της ιστορίας του design που περιλαμβάνεται στην ιστοσελίδα, μέσα από μια εντυπωσιακή και αναλυτική ιστορική διαδρομή δημιουργών και σχεδιαστικών κατασκευών τους .





#### 4. [WWW.ALMECO.GR](http://www.almeco.gr)

**ALMECO**  
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΠΛΟ  
*Δημιουργεί Περιβάλλον*

Αρχική Σελίδα | Εταιρεία | Προϊόντα | Δημιουργεί περιβάλλον | Νέα | Επικοινωνία | GR | EN

**Εταιρεία | Προφίλ**

Από το 1991 ο κλάδος της επιπλώσης επαγγελματικών χώρων είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την εταιρεία **ALMECO**. Με μία τεράστια γκάμα προϊόντων δικής της παραγωγής αλλά και με την εισαγωγή δημιουργιών από τα πιο ισχυρά brand names οίκων του εξωτερικού καλύπτει με τον πιο αξιόπιστο τρόπο τις ποικίλες ανάγκες των πελατών της. Σημαντικό μέρος της παραγωγής εξάγεται σε πολύ δύσκολες διεθνείς αγορές όπως **Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία, Αγγλία** κλπ.

Διαθέτει τα προϊόντα της σε όλη την Ελλάδα, έχοντας στο ενεργητικό της συνεργασίες με πολλές γνωστές, επώνυμες επιχειρήσεις που αποτελούν την μεγαλύτερη απόδειξη της συνέπειας και αξιοπιστίας της.

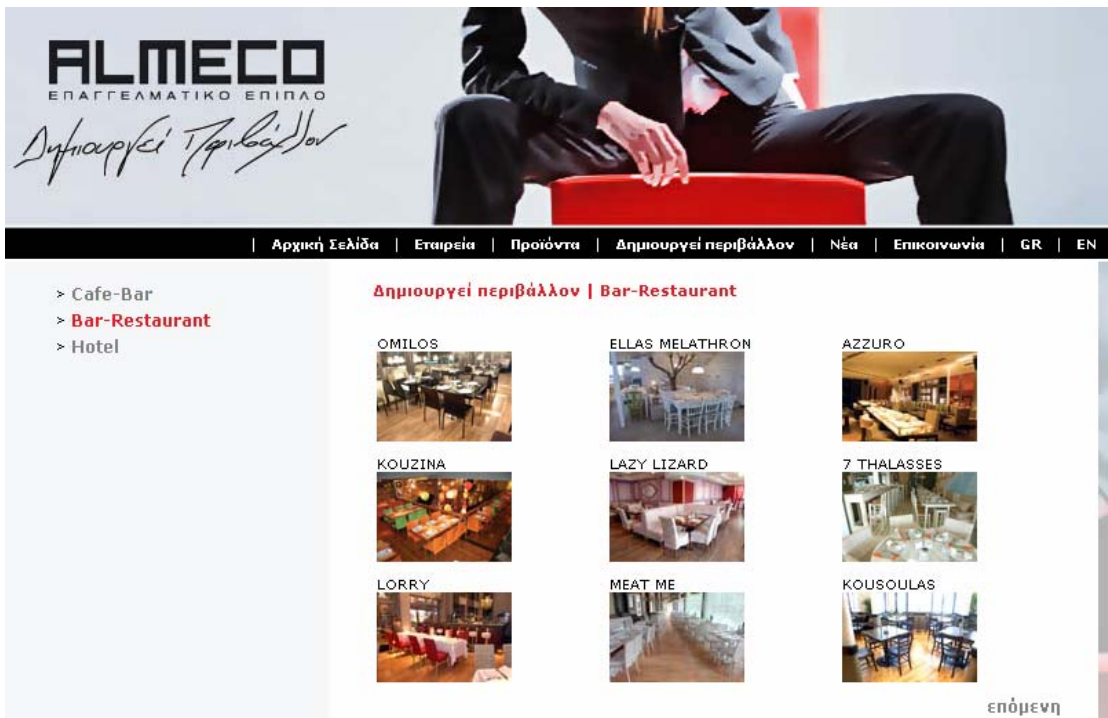
Τα προϊόντα της εταιρείας, χάρη στο σύγχρονο design και αισθητική, ικανοποιούν τις πιο σύγχρονες τάσεις αρχιτεκτονικής και διακόσμησης, με γνώμονα πάντα την υψηλή ποιότητα. Η σειρά των προϊόντων της, περιλαμβάνει:

- Καρέκλες, Πολυθρόνες, Καναπέδες, Τραπέζια, Σκαμπό, Stand, Ομπρέλες, Ξαπλώστρες, Είδη κήπου, Accessories.

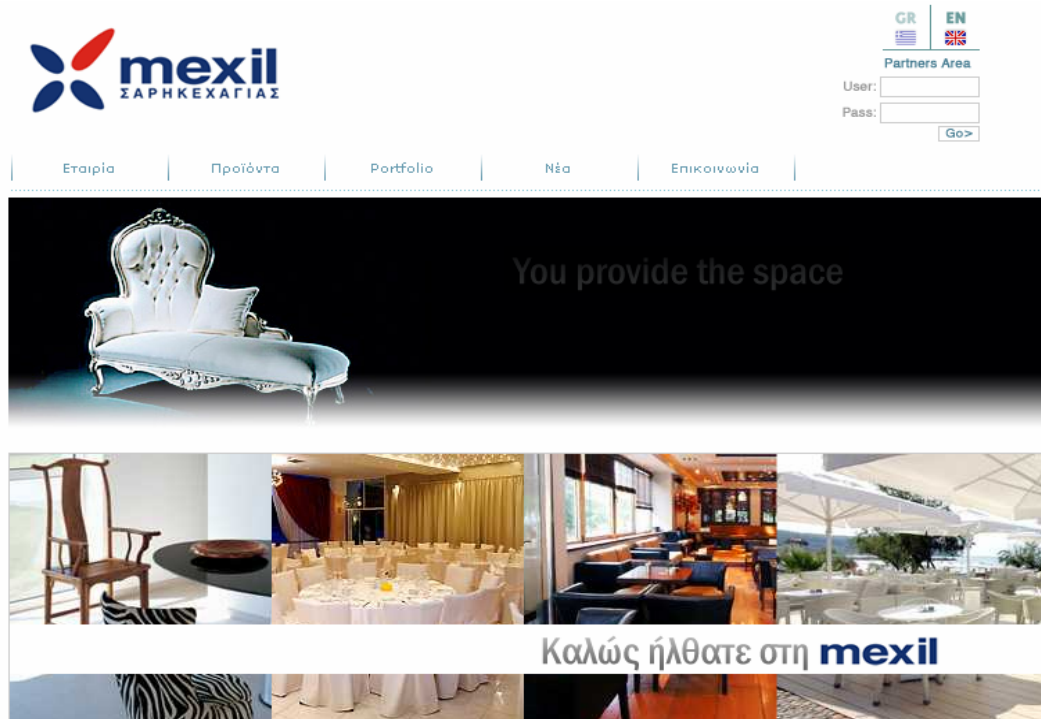
Επιπλά που χάρη στο μοντέρνο σχεδιασμό, στη μελέτη που προηγείται, και στις αυστηρές προδιαγραφές που ακολουθούνται, αποτελούν τη σίγουρη επιλογή για τη δημιουργία επαγγελματικών χώρων με ιδιαίτερη προσωπικότητα. Για χώρους με μοναδικό στιλ, ιδιαίτερη όψη και για ένα τελικό αποτέλεσμα που «κερδίζει» αμέσως τις εντυπώσεις των πελατών,

Κάντε κλικ **εδώ** για να αποκτήσετε τον κατάλογο μας

- Μέτριο αισθητικό επίπεδο της ιστοσελίδας. Τα γραφικά της είναι απλά και δεν αποσπούν από το περιεχόμενο της σελίδας. Τα κείμενα είναι μικρά και δεν κουράζουν το χρήστη.
- Οι σύνδεσμοι είναι σε ευδιάκριτα σημεία για τον γρήγορο και άμεσο εντοπισμό τους.
- Στην σελίδα δεν υπάρχει κάποιος άλλος τρόπος επικοινωνίας του χρήστη παρά μόνο μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.
- Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να «κατεβάσει» τον πλήρη κατάλογο της εταιρίας.




5. [WWW.MEXIL.GR](http://WWW.MEXIL.GR)




- Στην ιστοσελίδα τα γραφικά και τα κείμενα είναι σε αρκετά καλά επίπεδα. Η δομή της σελίδας είναι απλή, αλλά καλά οργανωμένη.


- Τα κείμενα είναι ελάχιστα και παρέχουν τις απαραίτητες μόνο πληροφορίες.
- Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να «κατεβάσει» τον πλήρη κατάλογο της εταιρίας.
- Τέλος δίνεται η δυνατότητα σε όσους είναι μέλη (επαγγελματίες) για παραπάνω παροχές.




Καναπέδες

Κατεβάστε τον πλήρη κατάλογο της κατηγορίας σε αρχείο .pdf 


Αποτελέσματα: 149      Σελιδοποίηση:       Αποτελέσματα/Σελίδα: 96




z100




z122




z102



z123



z124



z128

Τα προϊόντα μας

Κωδικός      Αναζήτηση

- Καναπέδες
- Εύλινες Καρέκλες
- Καρέκλες Μοντέρνες
- Συνεδριακά
- Βάσεις/Stand
- Σκαμπό
- Έπιπλα εξ. Χώρου
- Τραπεζαρίες
- Καρέκλες Γραφείου
- Αξεσουάρ/Φωτισμός

**6. [WWW.GLASSSTUDIO.GR](http://WWW.GLASSSTUDIO.GR)**



**GLASS<sup>®</sup>**  
STUDIO

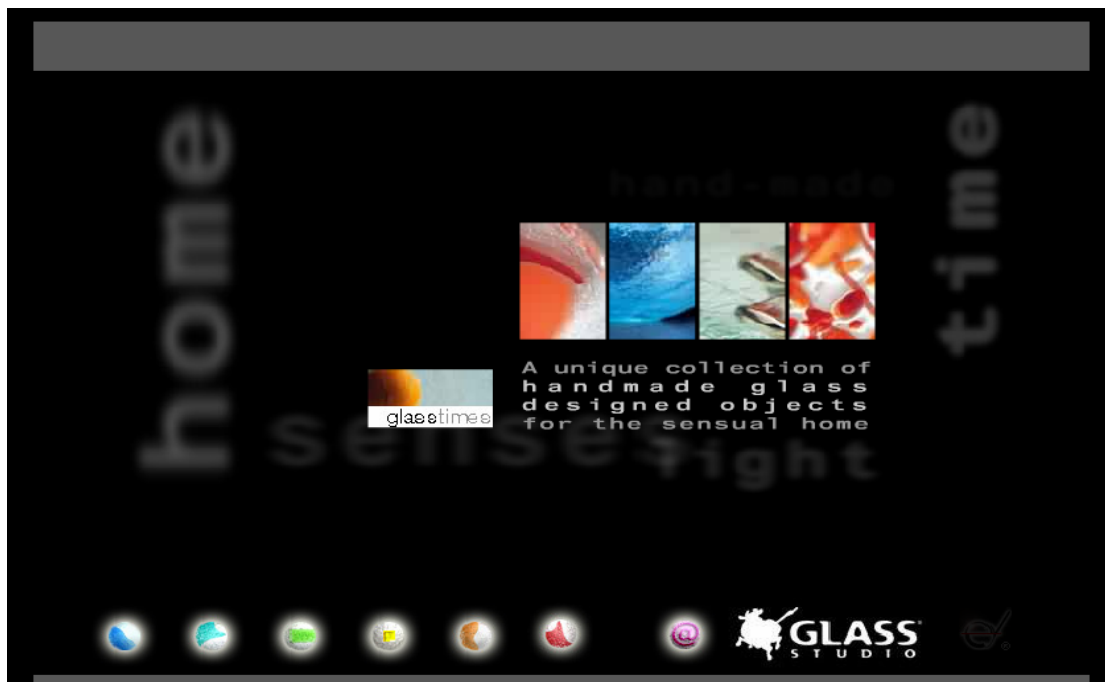
french   english

glasstimes

IE maximized | 800 x 600 | true color



- Το αισθητικό μέρος της σελίδας είναι σε εξαιρετικά επίπεδα. Τα γραφικά είναι εντυπωσιακά αλλά δεν κουράζουν τον χρήστη. Η δομή της σελίδας είναι αρκετά απλή και εύκολη στη χρήση.
- Τα κείμενα είναι συνοπτικά και παρέχουν τις απαραίτητες μόνο πληροφορίες.
- Χρησιμοποιούνται πολυμέσα (ήχος, video) με αποτέλεσμα να κάνουν πιο ενδιαφέρουσα την πλοήγηση.
- Παρέχεται η δυνατότητα εγγραφής μέλους από την ιστοσελίδα.



Α/Α	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	IKEA	FLOU	DELOUDIS	MEXIL	ALMECO	GLASS STUDIO
1	<b>ΧΡΗΣΗ - ΠΛΟΗΓΗΣΗ</b>	ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ ΑΝΕΤΗ ΠΛΟΗΓΗΣΗ	ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ ΑΝΕΤΗ ΠΛΟΗΓΗΣΗ	ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ ΑΝΕΤΗ ΠΛΟΗΓΗΣΗ	ΣΧΕΤΙΚΑ ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ	ΣΧΕΤΙΚΑ ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ	ΕΥΚΟΛΗ ΧΡΗΣΗ ΑΝΕΤΗ ΠΛΟΗΓΗΣΗ
2	<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ - ΔΟΜΗ</b>	ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΔΟΜΗ. ΕΥΚΟΛΗ ΠΛΟΗΓΗΣΗ.	ΚΑΛΗ ΔΟΜΗ ΔΙΝΕΙ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΗΝ ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ.	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΔΙΝΕΙ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΗΝ ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΕΙΚΟΝΙΔΙΩΝ.	ΒΑΣΙΚΗ ΔΟΜΗ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.	ΜΕΤΡΙΑ ΔΟΜΗ ΟΧΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΠΛΟΥΣΙΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΜΕ ΕΥΚΟΛΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ
3	<b>LINKS</b>	ΠΕΡΙΕΧΕΙ LINKS ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥΣ	ΠΕΡΙΕΧΕΙ LINKS ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥΣ	ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΠΛΗΘΟΣ LINKS ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	ΔΕΝ ΠΕΡΙΕΧΕΙ LINKS	ΔΕΝ ΠΕΡΙΕΧΕΙ LINKS	ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΠΛΗΘΟΣ LINKS ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

4	<b>ΤΑΧΥΤΗΤΑ</b>	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ	ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΗ. ΚΑΘΥΣΤΕΡΕΙ ΣΤΑ ΥΠΟΜΕΝΟΥ & ΤΙΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ	ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΗ	ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ
5	<b>ΕΜΦΑΝΙΣΗ</b>	ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΑΡΚΕΤΑ ΚΑΛΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ
6	<b>ΔΙΑΦΟΡΑ</b>	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ, ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ: ΙΣΤΟΡΙΑ DESIGN, ΕΡΓΑ ΣΧΕΔΙΑΣΤΩΝ	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ, ΕΓΓΡΑΦΗ ΜΕΛΟΥΣ, ΜΗΧΑΝΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΟΛΥΜΕΣΑ, ΕΓΓΡΑΦΗ ΜΕΛΟΥΣ, ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

#### **4. Συμπεράσματα**

Από την παραπάνω ανάλυση καταλήγουμε στα εξής:

Οι ιστοσελίδες έχουν πολύ καλό αισθητικό επίπεδο και αρκετά καλή δομή και περιεχόμενο. Εξαιρετικές και στους δύο παραπάνω τομείς είναι οι ιστοσελίδες [WWW.DELOUDIS.GR](http://WWW.DELOUDIS.GR) και [WWW.GLASSSTUDIO.GR](http://WWW.GLASSSTUDIO.GR).

Αποδεικνύεται έτσι πως υπάρχει η δυνατότητα για ανάπτυξη αυτού του τρόπου επικοινωνίας με τον πελάτη με πολύ καλά αποτελέσματα.

Παρ' όλα αυτά οι εταιρίες θα πρέπει να συνεχίσουν την προσπάθειά τους στο συγκεκριμένο τομέα και να αναπτύξουν νέες υπηρεσίες που θα καλύψουν τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών.

#### **5. Πηγές**

- E-service quality-a model of virtual service quality dimensions  
Author: Jessica Santos. Managing service quality ; Vol.13-2003, p.233-246
- Ελληνικό Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας\_Μελέτη 2006
- Developing & validating an instrument for measuring user-perceived web quality. Author: A. Aladwani, P. Calvia Information & Management 39, (2002) p.467-476
- Turban EC 2004\_ ch.16,17,18.