



Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας

*Εργασία στο μάθημα Ηλεκτρονικό
Μάρκετινγκ*

Θέμα : “Web design”



Επιμέλεια :

Βαλεντάκη Γεωργία – Νικολέτα

Ζαμανίκα Κάτια

Ζέρβα Παντελινή

Ορισμός :

Web design είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει το σχεδιασμό, την διαμόρφωση και εκτέλεση των ηλεκτρονικών μέσων διανομής μέσω internet, με την μορφή τεχνολογιών (όπως π.χ. γλώσσες σήμανσης) κατάλληλα για την ερμηνεία και την απεικόνιση μέσω ενός web browser.

Η δημιουργία ιστοσελίδας δεν είναι μια στατική διαδικασία είναι έκφραση, τεχνική και διαρκείς εκμάθηση, καθώς το internet εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς χρησιμοποιώντας νέα εργαλεία και τεχνολογίες.



Είδη ιστοσελίδων :

Οι **στατικές ιστοσελίδες** είναι απλά HTML έγγραφα και περιέχουν κείμενα, εικόνες υπερσυνδέσμους (links) π.χ. μενού επιλογών και άλλα στοιχεία. Ο όρος “ στατική” δεν αναφέρεται σε κάποιο είδος κίνησης, αλλά στην μονιμότητα του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Δηλαδή για μια στατική ιστοσελίδα το περιεχόμενο είναι δεδομένο κάθε φορά που εμφανίζεται. Επίσης είναι κατάλληλη κυρίως για μικρές παρουσιάσεις στις οποίες σπάνια θα χρειαστεί κάποια μελλοντική αλλαγή στο περιεχόμενο της ή προσθήκη επιπλέον περιεχομένου. Σε αντίθετη περίπτωση, είναι πιο πρακτική χρήση δυναμικών ιστοσελίδων.



Οι **δυναμικές ιστοσελίδες**, σε αντίθεση με τις στατικές ιστοσελίδες, δεν είναι απλά HTML έγγραφα, αλλά συμπεριλαμβάνουν προγραμματισμό (σε μια γλώσσα προγραμματισμού κατάλληλη για το διαδίκτυο) και ουσιαστικά είναι web εφαρμογές. Η κατασκευή δυναμικών ιστοσελίδων είναι προφανώς πιο πολύπλοκη από τις απλές στατικές ιστοσελίδες, και ο βαθμός δυσκολίας τους εξαρτάται φυσικά

από τις λειτουργίες και τις δυνατότητες που περιλαμβάνει η εκάστοτε web εφαρμογή. Στις δυναμικές ιστοσελίδες, το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, αποθηκεύεται και αντλείται δυναμικά από μια ή περισσότερες βάσεις δεδομένων ενώ διαθέτουν εκτός από το frontend και το backend μέσω του οποίου γίνεται εύκολα η διαχείριση περιεχομένου.

Αποδοτικές στρατηγικές online marketing:

- **Banner marketing ή Banner advertising:** Από τις πρώτες μεθόδους που αναπτύχθηκαν και κατά την γνώμη μου από τις λιγότερο αποδοτικές.

Τα banners παρουσιάζουν ένα σημαντικό μειονέκτημα. Βγάζουν μάτι ότι πρόκειται για διαφημίσεις και ο καταναλωτής έχει αναπτύξει αντιστάσεις σε οτιδήποτε



μοιάζει με διαφήμιση, με αποτέλεσμα να τις αγνοούν. Για αυτό ακριβώς τον λόγο έχει προστεθεί ήχος και κίνηση, ώστε να τραβούν την προσοχή. Το θέμα είναι όμως ότι γίνονται ελαφρώς ενοχλητικές!

Στο γεγονός αυτό οφείλεται και η μεγάλη επιτυχία που γνώρισε το **Google AdSense**, το οποίο προβάλλει διαφημίσεις κειμένου σε ιστοσελίδες που είναι

σχετικές με την διαφήμιση.

- **Δημιουργία website:** Η προφανής επιλογή και το πρώτο βήμα εισόδου στο internet marketing. Μία ιστοσελίδα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προβάλλουν τα χαρακτηριστικά τους, να προωθήσουν τα προϊόντα τους και να προσεγγίσουν περισσότερους πελάτες.
- **Affiliate marketing:** Η πιο αποτελεσματική internet marketing στρατηγική στον πλανήτη. Το affiliate marketing σας δίνει την δυνατότητα να έχετε στην διάθεσή σας έναν πολύ μεγάλο αριθμό ανθρώπων, οι οποίοι να προωθούν τα προϊόντα σας και να τους πληρώνετε κάποια μορφή προμήθειας, αφού πρώτα πραγματοποιηθεί η πώληση.

Πρόκειται για μία πανίσχυρη internet marketing στρατηγική, οποία όχι μόνο δίνει την δυνατότητα σε εταιρίες να εκτοξεύσουν τις πωλήσεις τους, αλλά και σε πολλούς ανθρώπους να κερδίζουν ένα κύριο ή εξτρά εισόδημα, με εργασία από το σπίτι.

- **Search Engine Marketing (SEM):** Πρόκειται για την προσπάθεια προώθησης μίας ιστοσελίδας, είτε βελτιώνοντας την θέση της στις μηχανές αναζήτησης, με **search engine optimization (SEO)** τεχνικές, είτε με την αγορά **pay per click (PPC)** διαφημίσεων.

Η καλύτερη μέθοδος από τις 2 είναι φυσικά η πρώτη γιατί πολύ απλά είναι **δωρεάν**. Το «δωρεάν» είναι βέβαια σχετικό, γιατί μπορεί να μην κοστίζει σε νόμισμα, κοστίζει όμως σε χρόνο.

- **Email marketing:** Η συγκεκριμένη internet marketing στρατηγική θα σας επιτρέψει να κρατήσετε επαφή με πελάτες, που σε αντίθετη περίπτωση δεν θα ξαναβλέπατε ποτέ. Επίσης σας επιτρέπει να χτίσετε σχέσεις, προσφέροντάς τους πολύτιμο υλικό και πληροφορίες μέσω email, δημιουργώντας την εικόνα της αξιόπιστης εταιρίας στα μάτια τους.
- **Blog Marketing:** Στις μέρες μας, όλες οι μεγάλες εταιρίες έχουν επισυνάψει ένα blog στο κεντρικό τους website και δημοσιεύουν άρθρα πάνω στις τρέχουσες εξελίξεις στον τομέα δραστηριότητάς τους, επιτρέποντας στον επισκέπτη να παραθέσει τα σχόλιά του.

Στην ουσία πρόκειται για ένα κανάλι επικοινωνίας μεταξύ της εταιρίας και του πελάτη. Με ένα blog ο επαγγελματίας έχει την δυνατότητα να αφουγκραστεί τις σκέψεις των πελατών και να τους καταλάβει καλύτερα.

- **Article marketing:** Αφορά την δημοσίευση άρθρων και σχολίων σε blogs και forums σχετικά με το αντικείμενο της επιχείρησής σας και τα οφέλη του έρχονται από δύο διαφορετικές κατευθύνσεις.

Κρίσιμα σημεία σχεδιασμού ιστοσελίδας :



Υπάρχει ένα σύνολο σημεία κρίσιμων σημείων, τα οποία πρέπει να λαμβάνει υπόψη ο σχεδιαστής κατά τη διαδικασία ανάπτυξης μιας ιστοσελίδας. Τα περισσότερα από αυτά φέρνουν συνήθως σε σύγκρουση τη γραφιστική και την τεχνική προσέγγιση. Παρακάτω αναφέρεται ενδεικτικά τα κυριότερα από αυτά:

- ✓ **Περιεκτικότητα πληροφορίας:** είναι παραδεκτό πως η πληροφορία αποτελεί το 20% ή ακόμα και μικρότερο ποσοστό της οθόνης που εμφανίζεται στο χρήστη. Για παράδειγμα, όταν το 20%-30% της οθόνης καλύπτεται ήδη από τα γραφικά του λειτουργικού συστήματος και του φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser), οι επιλογές πλοήγησης καταλαμβάνουν το 30% και το κενό μαζί με τα γραφικά και τις εικαστικές απεικονίσεις καλύπτουν και αυτά ένα 20% της συνολικής χωρητικότητας της οθόνης, ο χώρος που τελικά αφιερώνεται στη χρήσιμη πληροφορία για το χρήστη είναι ελάχιστος. Ο χώρος αυτός μειώνεται ακόμα περισσότερο σε περιπτώσεις που πρέπει να προβληθούν

διαφημίσεις (banners), με αποτέλεσμα ο επισκέπτης να πρέπει να ψάχνει επί ώρα όλη τη σελίδα για να ανακαλύψει τη χρήσιμη για αυτόν πληροφορία. Σε εταιρικούς δικτυακούς τόπους, όπου παρέχονται και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου, το πρόβλημα γίνεται εντονότερο, καθώς βασική απαίτηση του χρήστη είναι να βλέπει όσο το δυνατόν περισσότερα προϊόντα σε μια σελίδα.

- ✓ **Χρήση πολυμεσικού υλικού (multimedia)** : μολονότι η χρήση πολυμεσικού υλικού σε μια ιστοσελίδα καθιστά την παρουσίαση πιο εντυπωσιακή και φιλική προς το χρήστη, η αναπόφευκτη χρονική καθυστέρηση συνήθως κάνει τους σχεδιαστές πολύ προσεκτικούς κατά την ενσωμάτωσή του. Οι εικόνες καλό είναι να μην καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην οθόνη και να έχουν το μέγεθος που ακριβώς απαιτείται για την παρουσίαση τους . Η συρρίκνωση της εικόνας, που πολλές φορές λανθασμένα χρησιμοποιείται από τους σχεδιαστές, δεν φέρνει τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Να επισημάνουμε πως η κινούμενη εικόνα και το video, παρόλο που επιβαρύνουν το website, είναι αρκετές φορές σκόπιμα. Ενδεικτικά κάποιες περιπτώσεις που η εφαρμογή τέτοιων μέσων είναι χρήσιμη αποτελούν :

- Απεικόνιση τρισδιάστατων αντικειμένων
- Απεικόνιση αλλαγής καταστάσεων σε αντικείμενα
- Εντυπωσιασμός και εστίαση του ενδιαφέροντος του χρήστη
- Προβολή διαφημιστικών spots
- Προώθηση τηλεοπτικών γεγονότων μικρής χρονικής διάρκειας

Ο ήχος συνήθιζεται να χρησιμοποιείται είτε για σχολιασμό το οπτικού υλικού είτε ως μουσικό “χαλί” που συνοδεύει μια παρουσίαση. Όταν όμως η παρουσίαση έχει μεγάλη διάρκεια και ο ήχος επαναλαμβάνεται συνεχώς, τότε γίνεται ενοχλητικός. Είναι λοιπόν σκόπιμο, οι “μουσικόφιλοι” σχεδιαστές σελίδων, να επιτρέπουν στο χρήστη να επιλέξει τη διακοπή του ήχου όποτε αυτός το επιθυμεί.

- ✓ **Ταχύτητα πλοήγησης** : ο σημαντικότερος παράγοντας που πρέπει να υπολογίζεται στη διαδικασία σχεδίασης ιστοσελίδων είναι η ταχύτητα με την οποία θα μπορούν οι χρήστες να “κατεβάζουν” το συνολικό περιεχόμενο στον υπολογιστή τους. Όταν η απόκριση ολοκληρώνεται μέσα σε ένα δευτερόλεπτο, ο χρήστης αντιλαμβάνεται την καθυστέρηση αλλά είναι ακόμη πλήρως ικανοποιημένος από το χρόνο ανοίγματος της σελίδας. Το μέγιστο χρονικό όριο αναμονής, όπως αποδεικνύεται από στατιστικές έρευνες, φτάνει τα 10 δευτερόλεπτα.
- ✓ **Μέγεθος οθόνης** : λαμβάνοντας υπόψη ότι οι χρήστες διαθέτουν οθόνες με διαφορετική ανάλυση, είναι καλό να υπάρχει μια εικόνα για τη μέση ανάλυση που χρησιμοποιούν ανά πάσα στιγμή οι περισσότεροι χρήστες στο διαδίκτυο, και να αξιοποιηθεί ανάλογα κατά το σχεδιασμό των σελίδων. Τα τελευταία χρόνια η χρήση της ανάλυσης 640x480 έχει μειωθεί ιδιαίτερα, και πάνω από το 50% των χρηστών του internet χρησιμοποιηθεί ανάλυση οθόνης 800x600.

Βασικές αρχές κατασκευής ιστοσελίδας:

Πέρα από τις προτεινόμενες τεχνικές κατά την κατασκευή μιας ιστοσελίδας, υπάρχουν και κάποιες σημαντικές αρχές που αναφέρονται σε ολόκληρο το website, τις οποίες προτείνουμε να εφαρμόζει ο σχεδιαστής του.

Παρακάτω αναφέρουμε τις πιο ενδεικτικές :

➤ Αρχική Σελίδα

Η αρχική σελίδα είναι η πρώτη με την οποία έρχεται σε επαφή ο χρήστης και σίγουρα παίζει τον κύριο ρόλο στην αξιολόγηση όλου του δικτυακού τόπου από τον επισκέπτη. Πρωταρχικός στόχος της αρχικής σελίδας είναι να απαντά στα ερωτήματα “Που βρίσκομαι;” και “τι δείχνει αυτό το site;”. Επίσης, στην αρχική σελίδα θα πρέπει να παρουσιάζονται οι πιο πρόσφατες ανακοινώσεις αλλά και κάποια σημαντικά κομμάτια πληροφορίας που θέλουμε να διαβάσει ο επισκέπτης. Σύνδεσμοι που καλούν εκ νέου την αρχική σελίδα (όπως το HOME) δε χρειάζονται, καθώς προκαλούν σύγχυση στο χρήστη, δίνοντας του την εντύπωση ότι δε βρίσκεται στη αρχική σελίδα. Η χρήση των σχετικά κενών πληροφορίας οθόνων εισαγωγής στην αρχική σελίδα, οι οποίες, μετά από κάποιο οπτικοακουστικό εφέ, καταλήγουν στις επιλογές ENTER ή EXIT, συνήθως κουράζουν τους επισκέπτες και στην ουσία δεν τους προσφέρουν καμία ουσιαστική πληροφορία εκτός από την παρουσίαση του λογότυπου της εταιρίας. Σε περιπτώσεις που χρησιμοποιούνται τέτοιες εισαγωγές, θεωρείται σκόπιμο να καταλήγουν αυτόματα στην κεντρική σελίδα και να παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες να τις παρακάμψουν. Η μόνη περίπτωση που μπορεί να φανούν χρήσιμες είναι όταν η επιχείρηση επιθυμεί να φιλτράρει τους πιθανούς χρήστες της και να επιτρέπει την είσοδο μόνο σε αυτούς που πληρούν κάποια συγκεκριμένα κριτήρια.



➤ Πλοήγηση

Ο επισκέπτης πρέπει να κινείται με εύκολο τρόπο στον ιστότοπο χωρίς να χάνεται και πρέπει να κατανοεί πλήρως το περιεχόμενο και όλη την δομή του ιστότοπου που βρίσκεται χωρίς να μπερδεύεται. Επίσης τα χρώματα των συνδέσμων θα πρέπει να διαφέρουν από αυτά των απλών κειμένων και οι σύνδεσμοι μεταξύ τους πρέπει να διαφοροποιούνται οπτικά από την στιγμή που υπάρχουν σύνδεσμοι που εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς όπως για π.χ. πληροφοριακοί σύνδεσμοι που χρησιμοποιούνται για να οδηγήσουν



σε μια αναλυτική παρουσίαση ενός θέματος. Η καλή κατασκευή μιας ιστοσελίδας είναι απαραίτητη προϋπόθεση για μια επιτυχημένη παρουσίαση. Η κατασκευή μιας ιστοσελίδας πρέπει να περιλαμβάνει στοιχεία που είναι ευδιάκριτα, προσελκύουν το μάτι, στρέφουν την προσοχή σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και ενισχύουν τη δημόσια εικόνα της επιχείρησης.

Περιεχόμενο - Πλοήγηση – Γραφικά:

Στο διαδίκτυο δεν υπάρχει πρόβλημα χώρου, μπορεί να υπάρξει μεγάλος όγκος πληροφοριών με ελάχιστο κόστος, σε αντίθεση με τα παραδοσιακά διαφημιστικά έντυπα, για να παρέχονται πολύ πιο λεπτομερείς πληροφορίες για τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα. Η οργάνωση, όμως, αυτών των πληροφοριών είναι πολύ σημαντική, ο χρήστης πρέπει να μπορεί να βρίσκει εύκολα τις πληροφορίες που θέλει, καθώς και να μπορεί να πλοηγηθεί εύκολα από μια ενότητα σε κάποια άλλη.

Επίσης, είναι χρήσιμη και η ύπαρξη ενός χάρτη πλοήγησης, ο οποίος δείχνει με απλό κείμενο ή με κάποιο γραφικό τη δομή του δικτυακού σας τόπου, καθώς και το σύνολο των ιστοσελίδων που αυτός διαθέτει.

Αναμφίβολα, τα γραφικά συμβάλλουν πολύ στην αισθητική ενός δικτυακού τόπου. Τα γραφικά μπορεί να παρέχουν καλαισθησία και πρακτικότητα, αλλά θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με πολύ προσοχή. Πρέπει λοιπόν, το καλαίσθητο αποτέλεσμα να μη λειτουργεί εις βάρος της ταχύτητας.

Διατήρηση του ενδιαφέροντος:

Ένας δικτυακός τόπος θεωρείται επιτυχημένος όταν οι χρήστες του διαδικτύου τον επισκέπτονται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Η συχνή επίσκεψη του δικτυακού τόπου επιτυγχάνει το βασικό στόχο της παρουσίασής, που είναι να διατηρείται πρόχειρο στην σκέψη των υποψήφιων πελατών το όνομα της εταιρείας, σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες ή/και τα προϊόντα. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να διατηρείτε το ενδιαφέρον των επισκεπτών του δικτυακού τόπου.

- Πρέπει να δημιουργήσετε θετική εντύπωση με την ποιότητα των πληροφοριών που προσφέρετε.
- Θα πρέπει να δίνετε την εντύπωση ότι ο δικτυακός σας τόπος ενημερώνεται συχνά ως προς το περιεχόμενο και ως προς την εμφάνιση.
- Πρέπει να παρέχετε εξειδικευμένες πληροφορίες πάνω στο τομέα της δραστηριότητάς, έτσι ώστε να δίνετε την εντύπωση ότι η επιχείρησή διαθέτει την κατάλληλη τεχνογνωσία.

➤ Αναζήτηση Πληροφορίας

Για καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών θα πρέπει να δημιουργείτε μέσα στο ίδιο το site ένας εναλλακτικός τρόπος αναζήτησης πληροφορίας δηλ. μια μηχανή

αναζήτησης και επιλογή του map, πράγμα που τον τελευταίο καιρό οι σχεδιαστές το εφαρμόζουν. Χρησιμοποιείται συνήθως από εταιρείες που έχουν μεγάλη ποσότητα πληροφοριών και παρουσιάζουν λίστες με προϊόντα/υπηρεσίες όπου αυτή η υπηρεσία βοηθάει τους χρήστες να βρουν πιο γρήγορα την πληροφορία που τους ενδιαφέρει.

Τεχνικές προώθησης σε μηχανές αναζήτησης:

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να αυξήσετε τις πιθανότητες να επισκεφτούν οι πιθανοί πελάτες την ιστοσελίδα σας. Οι πιο διαδεδομένες πηγές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν είναι οι μηχανές αναζήτησης και οι κατάλογοι. Πολλές φορές, αυτές οι δύο πηγές αναφέρονται με το γενικό όνομα «μηχανές αναζήτησης». Οι μηχανές αναζήτησης είναι συγκεκριμένες σελίδες στο διαδίκτυο, που χρησιμοποιούν οι χρήστες του διαδικτύου για αναζήτηση πληροφοριών. Το αποτέλεσμα της αναζήτησης είναι ένα σύνολο με διευθύνσεις στο διαδίκτυο σχετικές με το θέμα της αναζήτησης. Οι μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν αυτοματοποιημένα εργαλεία για τη δημιουργία και ενημέρωση των ευρετηρίων τους. Υπάρχουν μερικές βασικές τεχνικές για την αύξηση της αποτελεσματικότητας της καταχώρισης του δικτυακού σας τόπου σε αυτά τα ευρετήρια. Η χρησιμοποίηση τίτλων, η δημιουργία μιας παραγράφου που να περιγράφει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας και η χρήση ειδικών πεδίων (meta-fields) στις σελίδες σας αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της καταχώρισης. Οι κατάλογοι, σε αντίθεση με τις μηχανές αναζήτησης, δεν χρησιμοποιούν ειδικά προγράμματα αλλά υπάρχει ειδική διαδικασία υποβολής για την καταχώριση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης μιας ιστοσελίδας από τον ιδιοκτήτη της.

Διαφήμιση δικτυακού τόπου:

Είναι απαραίτητο να διαφημιστεί ο δικτυακός τόπος, ώστε να προβληθείτε στο κοινό που στοχεύει. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι διαφήμισης, όπως:

- διαφημιστικά banners (πλαίσια) στους δικτυακούς τόπους μεγάλης επισκεψιμότητας
- καταχωρίσεις σε επιμελητήρια και εμπορικούς συλλόγους που προβάλλουν τα μέλη τους
- καταχωρίσεις σε παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, όπως εφημερίδες, αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια

Τρόποι προσέγγισης σχεδιασμού ιστοσελίδας

➤ Υπάρχουν δύο τρόποι προσέγγισης σχεδιασμού ιστοσελίδας:

- Η γραφιστική μέθοδο, όπου ο σχεδιαστής-γραφίστας δίνει έμφαση στην καλαισθησία, στο πως θα εντυπωσιάσει τον χρήστη με οπτικοακουστικά εφέ και μέσα και στην ψυχολογία του χρήστη.
- Η μέθοδος τεχνικής προσέγγισης σχεδιασμού λαμβάνει υπόψη κανόνες και τεχνικούς περιορισμούς που οδηγούν στη σχεδίαση ενός εύχρηστου περιβάλλοντος επικοινωνίας για τον επισκέπτη, γεγονός που κάνει την πλοήγηση ευκολότερη.

Πέρα της καλαισθησίας που αποτελεί κύριο χαρακτηριστικό δημιουργίας πολλών εταιρικών ιστοσελίδων στόχος τους είναι η ενημέρωση των χρηστών πέρα από την απλή διαφήμιση.

Τέλος θα πρέπει να γίνεται ενσωμάτωση ευχρηστίας σε ένα σύστημα για την ομαλή πλοήγηση του χρήστη.

Πόσο κοστίζει η κατασκευή ενός δυναμικού site:

Η ανάπτυξη και ο σχεδιασμός δυναμικών ιστοσελίδων δηλαδή ενός δυναμικού site είναι πιο πολύπλοκη από ότι να δημιουργηθεί ένα στατικό site (δηλαδή ένας δικτυακός τόπος που αποτελείται από ιστοσελίδες σταθερού περιεχομένου). Υπάρχουν διαδικτυακές εφαρμογές (Joomla, Wordpress κλπ) με τις οποίες μπορεί κάποιος ο οποίος διαθέτει λίγες γνώσεις πληροφορικής να αναπτύξει ένα δυναμικό site, όμως για να πετύχει την δημιουργία ενός website το οποίο θα διαθέτει άρτιο σχεδιασμό, την απαραίτητη λειτουργικότητα, ευχρηστία, ευκολία στη πλοήγηση και ταχύτητα απαιτείται μεγάλη εμπειρία, γνώσεις πληροφορικής και βασικά χρόνος. Γενικά ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ενός δυναμικού site είναι ακριβότερος από άλλες λύσεις.



Το κόστος μιας ιστοσελίδας εξαρτάται από τον χρόνο κατασκευής της, αν είναι δυναμική και τι επιπέδου Flash Animation, Scripting και SEO (Search Engine Optimization) περιλαμβάνει. Σήμερα στην χώρα μας υπάρχουν ιστοσελίδες που κοστίζουν 500 ευρώ αλλά και ιστοσελίδες πολύπλοκες που κοστίζουν απεριόριστα χρήματα. Κατά μέσο όρο μια κατασκευή κοστίζει 1.500 με 3.000 ευρώ.

Στις περιπτώσεις των διαδικτυακών πυλών η πρώτη σε επισκεψιμότητα πύλη (Portal) στην χώρα μας έχει κοστίσει περίπου 120.000 ευρώ, αλλά έχει και ένα τεράστιο κόστος συντήρησης σε Web Servers και στο δεκάδες μόνιμο προσωπικό που διαθέτει. Παρόλα αυτά μπορείτε να ξεκινήσετε την δική σας διαδικτυακή πύλη με κόστος 1.500 – 3.000 ευρώ και να την αναπτύξετε στο μέλλον παράλληλα και σύμφωνα με τα έσοδα διαφημίσεων που έχετε.

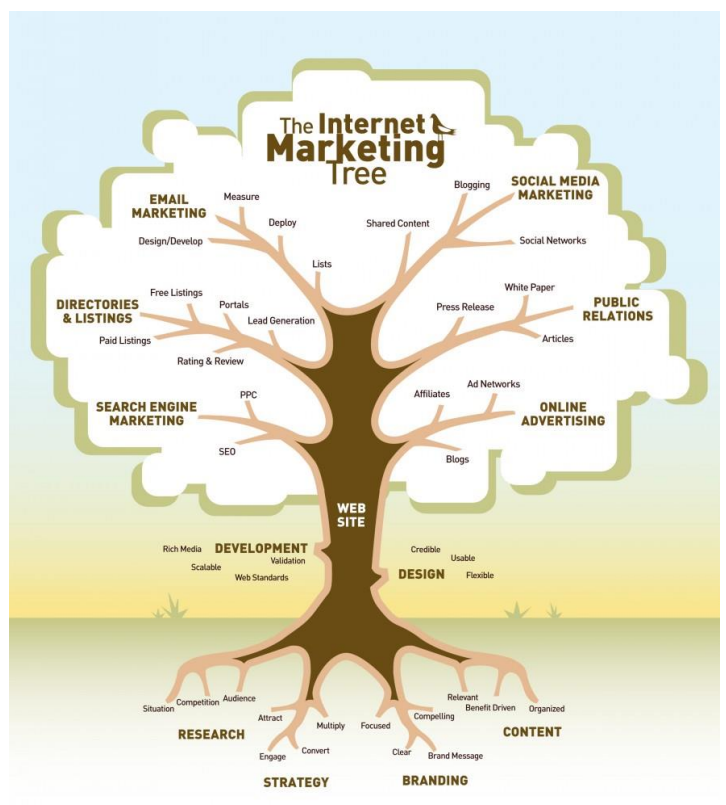
Πάντως οι διασημότερες ιστοσελίδες σήμερα στο εξωτερικό αλλά και στην χώρα μας έχουν δαπανήσει τεράστια κεφάλαια στην διαφήμιση της ιστοσελίδας και όχι στην κατασκευή της! Π.χ. υπάρχει στην Ελλάδα ιστοσελίδα παραπλήσια του Facebook από το 2000 αλλά κανένας δεν επένδυσε επάνω της 5 εκατομμύρια ευρώ για να την προωθήσει!

Σημαντικό λοιπόν είναι να γνωρίζουμε ότι το κλειδί για μια επιτυχημένη ιστοσελίδα είναι πρώτον η σωστή κατασκευή, δεύτερον το Web Marketing της ιστοσελίδας και τρίτον η πολύ δουλειά από εμάς τους ίδιους.

Οικονομικές λύσεις υπάρχουν, αλλά σίγουρα δεν υπάρχει ιστοσελίδα που κατασκευάστηκε δωρεάν, που ιδιοκτήτης της δεν δούλεψε ποτέ για αυτήν και που αποδίδει σήμερα μια σοβαρή κερδοφορία.

Στατιστικά

Η εκτίμηση του βαθμού επιτυχίας ενός δικτυακού τόπου μπορεί να γίνει μέσα από την παρακολούθηση κάποιων στατιστικών. Με την ανάλυση των στατιστικών στοιχείων γνωρίζουμε ποιες σελίδες του δικτυακού τόπου έχουν περισσότερη ζήτηση, από ποιες χώρες έγιναν οι περισσότερες επισκέψεις κ.ά., το πιο σημαντικό στατιστικό στοιχείο είναι ο αριθμός των επισκεπτών. Μερικές φορές τα στατιστικά στοιχεία περιλαμβάνουν την ηλεκτρονική διεύθυνση του κάθε επισκέπτη, αλλά ποτέ τη φυσική του ταυτότητα. Το βασικό συμπέρασμα που βγαίνει από τα στατιστικά στοιχεία είναι το πόσο καλά μπορεί να πηγαίνει η ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.



Πλεονεκτήματα

Η χρήση των δυναμικών ιστοσελίδων (website) έχει ως αποτέλεσμα:

- την συνεχή άμεση και έγκυρη ενημέρωση των πελατών σας
- διαφήμιση των προϊόντων και υπηρεσιών με τον πιο οικονομικό τρόπο - χωρίς κόστος.

Ένα δυναμικό website μπορεί να βοηθήσει μια μικρή επιχείρηση αν παίζει έξυπνα και με μικρό κόστος να είναι ανταγωνιστική να αποκτήσει φήμη γρήγορα και με κέρδος. Με την κατασκευή ιστοσελίδων δυναμικού περιεχομένου θα έχετε ένα αξιόπιστο εργαλείο με το οποίο μπορείτε να διαφημίσετε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας δηλαδή να αποκτήσετε νέους πελάτες χωρίς επιπλέον χρήματα.

Βασικές αρχές κατασκευής ιστοσελίδας

A) Η αρχική σελίδα: είναι η πρώτη με την οποία έρχεται σε επαφή ο χρήστης για αυτό και παίζει το σημαντικότερο ρόλο για κάθε χρήστη που επισκέπτεται τον ιστότοπο. Συγκεκριμένα θα πρέπει να παρουσιάζονται οι πιο πρόσφατες ανακοινώσεις αλλά και κάποια σημαντικά κομμάτια πληροφορίας που πρέπει να γνωρίζει ο επισκέπτης μπαίνοντας στο site της εκάστοτε εταιρείας.

B) Όσο αφορά την πλοήγηση: ο επισκέπτης πρέπει να κινείται με εύκολο τρόπο στον ιστότοπο χωρίς να χάνεται. Ο χρήστης πρέπει να κατανοεί πλήρως το περιεχόμενο και όλη την δομή του ιστότοπου που βρίσκεται. Επίσης τα χρώματα των συνδέσμων θα πρέπει να διαφέρουν από αυτά των απλών κειμένων και οι σύνδεσμοι μεταξύ τους πρέπει να διαφοροποιούνται οπτικά από την στιγμή που υπάρχουν σύνδεσμοι που εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς όπως για π.χ. πληροφοριακοί.

DO & DON'T'S

DO:

1) **Υψηλής ευκρίνειας ιστοσελίδες:** είναι η πλέον νέα τάση του 2013 διότι οι υπολογιστές του μέλλοντος θα υποστηρίζουν κατά κόρων αυτή την τεχνολογία και μιλάμε πάντα σε επίπεδο ανάλυσης. Συγκεκριμένα θα χρησιμοποιείτε ανάλυση 2560X1600 στα 227 ανά ίντσα

2) **Αντικατάσταση-Σχεδιασμός "flat":** πλέον τα περισσότερα εταιρικά site τείνουν να σχεδιάζονται flat σε αντίθεση με την σημερινή κατάσταση που εμπεριέχουν οι ιστοσελίδες εικονίδια με πολλές σκιές, γυαλάδες και υφές.

3) **Χρήση social media-web 2.0:** Συγκεκριμένα facebook ,twitter, linked. Δεν νοείτε εν έτη 2013 εταιρεία που δεν δραστηριοποιείτε στα κοινωνικά δίκτυα και δρώντας διαδραστικά και παρακινώντας τους χρήστες να εμπλέκονται με την εταιρεία. Οι χρήστες είναι υπεύθυνοι για την ροή της ενημέρωσης(από απλά σχόλια έως

αληθινές ειδήσεις) της σελίδας με αποτέλεσμα να υπάρχει μια διάδραση μεταξύ χρηστών και ιστοσελίδας-εκάστοτε εταιρείας.

DON'TS:

- 1) Περιορισμό στον αριθμό αναδυόμενων διαφημίσεων (pop-up) που προκαλούν στο εκνευρισμό κατά την πλοήγηση του χρήστη στην εκάστοτε ιστοσελίδα.
- 2) Μη χρησιμοποίηση έντονων χρωμάτων που καθιστά την παραμονή του χρήστη κουραστική και προκαλεί την αποχώρηση του.
- 3) Η γενικότερη δυσχρηστία του site.



Παραδείγματα εταιρειών που ασχολούνται με το web design:

- 1) www.netplanet.gr
- 2) www.atnet.gr

www.netplanet.gr

Η πρώτη εταιρεία που θα ασχοληθούμε είναι η **NetPlanet**: Η συγκεκριμένη εταιρεία ιδρύθηκε το 2002 . Η φιλοσοφία της εταιρείας είναι να δημιουργεί πρωτοποριακά Websites και διαδικτυακές εφαρμογές συνδυάζοντας πολύπλοκες οπτικοακουστικές πλατφόρμες και χρησιμοποιώντας όλα τα σύγχρονα εργαλεία Marketing του διαδικτύου.



Σχεδιάζουν πολυδιάστατα και εντυπωσιακά Websites, Portals, e-Commerce, Web Radio, Web TV, κτλ. ή όλα αυτά στα ίδιο Project ταυτόχρονα. Από την αρχή που ιδρύθηκε η εταιρεία ήρθε σε αντίθεση με τις τάσεις της εποχής δημιουργώντας εντυπωσιακά Flash websites και 3D Animations.

Το 2003 η NetPlanet απέκτησε το πρώτο **Flash Video Websites** στην Ελλάδα σε μια προσπάθεια της να αποδείξει ότι το Internet είναι το απόλυτο εργαλείο **Marketing & Multimedia εφαρμογών** και πως όλα μπορούν να συμβούν σε έναν νέο κόσμο που φαντάζει απολύτως μαγικός! Ακολουθεί κατά κανόνα το Slogan **“What the web can be”** της **Macromedia** (σημερινής Adobe) και με σκληρή δουλειά καταφέρνει να ξεχωρίσει ανάμεσα σε εκατοντάδες ανταγωνιστικές εταιρείες.

Το 2006 ο πρωτότυπος σχεδιασμός και η μεγάλη ταχύτητα φόρτωσης των ιστοσελίδων της προτρέπουν το σύνολο των ιδιωτικών και κρατικών φορέων εκπαίδευσης να παραδίδουν σεμινάρια για το **Flash Web Design** επιδεικνύοντας το www.netplanet.gr. Ταυτόχρονα η εταιρεία διευρύνει το πελατολόγιο της με μεγάλα Brand Name όπως: **MAD TV, Star Channel, Heaven Music, Didi Music, The Web, Shakira, Ticket House, Terra Vibe**, κ.τ.λ. αποδεικνύοντας περίτρανα την δύναμη αλλά και την θέληση αυτής της εταιρείας να επιτύχει τους **υψηλούς στόχους** που έχει θέσει από την ίδρυση της.

Σήμερα η ανάθεση έργων από την **Αυστραλία, Αραβικά Εμιράτα, Αίγυπτο, Ινδίες**, κτλ φέρνουν την εταιρεία σε θέση να δημιουργήσει γραφεία πωλήσεων σε διάφορες περιοχές ανά τον κόσμο διατηρώντας πάντα την παραγωγική της μονάδα στην Ελλάδα. Παράλληλα, η εταιρεία επεκτείνεται και στην δημιουργία **Mobile & Social Media εφαρμογών** και μπορεί πλέον να παρέχει λύσεις και στους πιο απαιτητικούς πελάτες της.

Η εταιρεία ασχολείται με κατασκευή ιστοσελίδων, ιστοσελίδες Facebook , Video & Intro Ιστοσελίδων, κατασκευή εφαρμογών και προσαρμογή εταιρικής ταυτότητας.

Εταιρείες για τις οποίες εργάστηκαν είναι:

- **Μουσικές ιστοσελίδες :** (Terra vibe park, rockwave festival 2010 going through, amita-its my life, didi music, stan, Γιώργος Χατζηνάσιος)
- **Εταιρικές ιστοσελίδες :** (Eastpak, Ziras office solutions, Albanis S.A. Ιατρική πρόληψη, Harkoftakis)
- **Ηλεκτρονικά καταστήματα:** (Kitos, RAKAS B2B Eshop, Luxury toys, Soho Soho, Matis fashion)
- **Διαδικτυακές πύλες:** (Pelion web, Neopolis, Like art)
- **Ιστοσελίδες μόδας:** (ZIC ZAC, RAKAS, LYNNE WORLD)

www.atnet.gr

Η Atnet communications A.E. είναι μια αμιγώς ελληνική εταιρία η οποία ασχολείται με την κατασκευή ιστοσελίδων, την διαφήμιση μέσω μηχανής αναζήτησης, social media marketing και δημιουργία interactive games και viral marketing. Έχουν στο προϊοντικό τους χαρτοφυλάκιο έργα που καλύπτουν το σύνολο των επιχειρηματικών τομέων FMCG, τουριστική βιομηχανία κ.α. Ενδεικτικά: Lipton, Παγωτά Δωδώνη, Ekdromi.gr , Groupama Φοίνιξ, Πειραιώς Multifin



Σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές εταιρίες που ασχολούνται με το web design διαφοροποιούνται στο εξής κομμάτι: Έχουν αναπτύξει ένα δικό τους σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (Content Management System) δίνοντας έμφαση στην ταχύτητα, ασφάλεια, την επεκτασιμότητα και την ευκολία στη χρήση. Το CMS αποτελεί την βάση για περισσότερες από 1000 κατασκευές ιστοσελίδων, ηλ. καταστημάτων και internet portal που έχουν αναλάβει. Τέλος προσπαθούν να ενσωματώσουν διαρκώς τις πιο σύγχρονες τεχνολογίες και διαθέτουν ένα πολύ μεγάλο εύρος λειτουργιών και διεπαφών με εξωτερικά συστήματα.

Βιβλιογραφία:

- Δημητριάδης Σ. & Μπάλτας Γ., (2003), **Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ**, 1η έκδοση, Εκδόσεις: Rosili.
- <http://www.netplanet.gr/>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Web_design
- <http://www.december.com/web/develop/design.html>