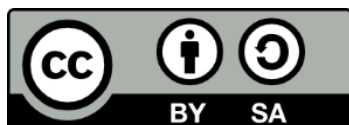


# ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ενότητα 1: e Marketing Definition  
Τί είναι το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ

Βλαχοπούλου Μάρω  
Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# 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 Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη 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.



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

# ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

## ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

- Νέες διαστάσεις του Μάρκετινγκ μέσα από την Πληροφορική και τις Νέες Τεχνολογίες
- Το Μάρκετινγκ αποτελεί μια βασική επιχειρηματική λειτουργία με στόχο: την ανάπτυξη, την οργάνωση και τον έλεγχο ανταλλακτικών διαδικασιών μεταξύ της επιχείρησης και των λοιπών μερών της αγοράς (προμηθευτές, πελάτες, ενδιαμέσους)
- Επιδίωξη της κατά το δυνατόν αριστοποίησης της εναρμόνισης των αναγκών και επιθυμιών και των δύο συναλλακτικών μερών, αφού βέβαια ληφθούν υπόψη και εκτιμηθούν οι δυναμικοί παράγοντες του περιβάλλοντος

# ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

- Η χρήση των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας και των συστημάτων της πληροφορικής στο μάρκετινγκ παρουσιάζει μιας διπλής κατεύθυνσης αλληλεξάρτηση:
  - από τη μια, η χρήση της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών υποστηρίζει την εκπλήρωση της υπάρχουσας στρατηγικής μάρκετινγκ,
  - από την άλλη όμως, μέσα από τις νέες αυτές τεχνολογίες διαμορφώνονται και αναπτύσσονται νέες στρατηγικές μάρκετινγκ.

# ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

---

- Πλήθος και χαρακτήρας επιδρώντων παραγόντων
- Η αβεβαιότητα των προσδοκιών
- Ο ανθρώπινος παράγοντας
- Η αλληλεπίδραση των επί μέρους οργάνων του μίγματος ΜΚΤ

# ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- Το μεταβιβαστικό αποτέλεσμα των λειτουργιών Μάρκετινγκ
- Οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των συναλλακτικών μερών και ο δυναμικός χαρακτήρας της αγοράς
- Marketing is an enigma: Relating to the fact that it is one of humanity's oldest activity and yet it is regarded as one of the most recent of the business disciplines

# Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ

## Τρεις σύγχρονες προσεγγίσεις:



Τεχνολογίες  
Εφαρμογή εξειδικευμένων τεχνολογικών  
λύσεων



Διαχείριση Πληροφοριών/ Γνώσης  
Επέκταση των συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών  
πόρων ως προς συγκεκριμένες εφαρμογές ΜΚΤ



Αξιοποίηση διαδικτύου  
Ανάπτυξη βημάτων Ηλεκτρονικού Επιχειρείν /  
Ηλεκτρονικού Εμπορίου–Mobile Business / Social Media  
Marketing



# Πληροφοριακό Σύστημα Μάρκετινγκ - MAIS

- Διαδικασία τροφοδότησης της Διοίκησης Μάρκετινγκ με κατάλληλη **πληροφόρηση** για την **υποστήριξη** κατά τη **λήψη αποφάσεων**

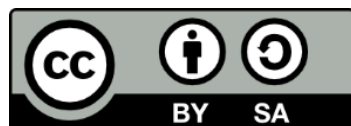
Απαρτίζεται από:

- Άτομα
- Υλικό εξοπλισμό
- Λογισμικό και
- Οργανωμένες διαδικασίες που **συγκεντρώνουν** δεδομένα από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, **ταξινομούν**, **αναλύουν** και **καταχωρούν** αυτά, ώστε να τα **διοχετεύσουν**, όταν αυτά ζητηθούν, με τη μορφή πλέον έγκαιρων και χρήσιμων πληροφοριών στους λαμβάνοντες αποφάσεις μάρκετινγκ

# ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ E-MARKETING

- Συστήματα διαχείρισης πελατών (Customer Relationship Management CRM)
- Τεχνολογίες μάρκετινγκ βάσει δεδομένων (Database Marketing) και ηλεκτρονικής παρακολούθησης των σημείων πώλησης (EPOS, electronic point of sales)
- Χρήση έξυπνων καρτών (smart cards) και προγραμμάτων πιστότητας (loyalty programs)
- Εφαρμογή συστημάτων bar codes και Γεωγραφικών Πληροφοριακών Συστημάτων (GIS), RFID τεχνολογίες)
- Χρήση πολυμέσων (multimedia)
- Online marketing / Internet marketing / Social Media Marketing
- Τεχνολογίες και λειτουργίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου και ηλεκτρονικού επιχειρείν, mobile business/ marketing
- Ηλεκτρονική Εφοδιαστική Αλυσίδα (e-supply chain /network)

# Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

