

ÐÁ ÍÅÐÉÓÔÇ ÌÉ Ì Á ÊÅÄ Ì ÍÉÁÓ ÌÉÊ ÌÍ Ì ÌÉÊÙ Í ÊÁÉ
Ê ÌÉ ÌÙ ÍÉÊÙ Í ÅÐÉÓÔÇ ÌÙ Í

ÓÔÁ ÌÁÔÇÓ ÁÈÁÍÁÓÉÏÓ

Á ÍÁËÖÓÇ ÅÐÅ ÍÄÖÓÇÓ
ÄÇ ÌÉ ÌÖÑÄÉÁÓ ÄÉÉÖÓÁÊ ÌÓ ×ÙÑÍ Ó
ÐÙËÇÓÇÓ ÁÖÔ ÌÊÉ ÍÇÔÙ Í

ÔÌÞÌá: Ìéêííì íéêþí åðéóôçìþí
Á. Ì.: 218/2001
ÌÜèçìá: ÅéæëÜ ÈÝìáôá Ðëçñïö iñéêÞò 1
ÊáèçãçôÞò: ÁíáôÜóéïò Á. Ìéêííì ìßäçò

UNIVERSITY OF MACEDONIA

ATHANASIOS STAMATIS

INVESTMENT EVALUATION OF ONLINE SELLING CARS SITE

Lesson: special topics in informatics 1
Supervisor: Anastasios A. Ekonomides

16-12-2003

ÐÀÑÉËÇØÇ

Ç åôáéñâßá SaloniCAR æáôþeåôáé íá åðåíäýóáé óðií ðiíÝá ôiõ çëåêôñiííééíý åìðiñßiõ æáá ðçí åç iéiõñâßá æéôðôáé iý ôüðiõ ðán i-þò ððçñâóéþí.

Ç áã iñÜ áðôiééíþòiõ áñßóéåôáé óá éáè iáééþ ðiñâßá ðáñ' üéá áðôÜ ié ðùéþóåéô ôçò åðåéñâßå ðáñá iÝiõí ð-åðçÜ óðáæñÝó ðiõáð ðiçéy iééñþ ððùðééþ ðÜðç.

Íé ððçñâóßå ðiõ eÝéåé íá ðñiõöÝñâé ç åôáéñâßá iå ôçí åç iéiõñâßá ôiõ site åßíáé ç online ðþéçóç áðôiééíþòùí éáé áíåó iðÜñ éáé ç æáóþiéóç ôçò ðiéüöçöÜð ôçò.

Ç ðñâáìáó ðiðiþçóç ôçò åðÝíäðóçò iðiñâß íá åßíáé iå äýí ôñüðiðò: Á) áãiñÜ üéiõ ôiõ áðáñâßöçöïõ áíiðééòí iý, iå áðiõYéåóíå ðñâáìáó iðiþçóçò áééÜ iå iåñÜéç åðåééñßá áíéiðéóðßá éáé áðôiíi ìßá. Á) ôçí áiÜéåóç óá ððâññæÜâí, ðåñßððùóç ðiõ åßíáé óá áñií ìßá iå ôçí åðiá iééüöçöá ôçò åðåéñâßå.

Óá ðáñâéðçñéóðéÜ ðiõ ðñiõöðâñü iåíiõ ðáéÝòiõ ðñYðæ íá Y- iõí ðéð åíþò ðñiäéâñáðÝó: æáýèõíóç iññöþò www.saloncar.gr, iåñÜéií ãñ-ééü æáééÝóéí ð-þñí, åðiáðüöçöá åç iéiõñâßå database, óðâéðóðéÜ óðié-åßá, SSL server, online ððiðóðþñéíç, óð-íééþ ððiðóðþñéíç.

Ç óðñâáçâéþ ðiõ marketing èá åßíáé ðáðççéþ. Äçéáäþ èá åßíáð åæáóþiéóç óá portals éáé eZines iå ðñâññü-ñííç á ðóáééåþ banner. ÐáñÜééçéá èá ðñÜñ-åé ðñüññá iìá offline ððiðóðþñéíçò iå æáóç iéðóðééÝó éáðá-ùñþòåéó óá åðç iåñßååð, ðåññéíæéÜ, ñáæéüöùíí êáé outdoor åññåðçñéüöçöå.

Í åðÜ ôçí áíéíüäçóç ôùí ååäíiÝíùí, ç åðÝíäðóç êñßèçéå áðiäiõééþ êáé óðiøðååé ç ðñâáìáó iðiþçóç ôçò.

SUMMARY

SaloniCAR corporation considers investing on creating an online shop. Car market analysis shows that there is a drop on sales. Although SaloniCAR is not affected of the crisis and is dealing with a little loss on the percentage of the sales. The online services that are planed to be offered are: selling cars ,accessories and promotion of service quality.

The realization of the investment can be done by buying all the equipment or by having someone else do it. The first way has a big starting cost but is very flexible and trustworthy. The second way has little cost and is more proper for the size of SaloniCAR.

The characteristics of the offered package must be: www.saloncar.gr domain name, a lot of starting space, database storage, statistics of the site, SSL server, online support, technical support.

Marketing strategy has been choused to be passive. There will be advertising publications on portals, eZines and banner exchange. In the same time there will be a lot of offline activity, such as advertisement on newspapers, magazines, radio.

After the data has been evaluated the conclusion is that the investment is profitable and is recommended to be realized.

ĐÀÑÉÅ×Ï ÌÅ ÍÁ

1. ÓÔÏ×ÏÉ ÅÐÅÍÄÖÓÇÓ
2. ÁÍÁËÖÓÇ ÁÃ ÌÑÁÓ
3. ÈÁÈ ÏÑÉÓ Ì ÏÓ ĐÁÑÅ×ÌÌ Å ÍÙ Í ÔÐÇÑÅCÉUÍ
4. ÈÁÈ ÏÑÉÓ Ì ÏÓ ÔÑÏÐ ÌÈ ÄÇ ÌÉ ÏÖÑÅÆÁÓ ÅÖÁÑ ÌÌ ÄÇÓ
5. ÓÔÑÁÔÇÃÆÊÇ MARKETING
6. ÁÎÉ ÌÈ ÌÃÇÓÇ-ÓÔ ÌÐÅÑÁÓ ÌÁÔÁ

CONTENTS

1. OBJECTIVES OF INVESTMENT
2. MARKET ANALYSIS
3. DEFINITION OF SERVICES
4. DEFINITION OF REALIZATION
5. MARKETING STRATEGY
6. EVALUATION-CONCLUSIONS

ÓÔ Í× ÏÉ ÅÐÅ ÍÄÑÓÇÓ

Ç åôáéñåßá SaloniCAR äñáôôçñéïð iéñôåé ôôíí ÷þñ í ôçò áäññÜð áôô iééíþôïð êáé åßíáé á íôéðñüóùð iò ôçò FIAT AUTO HELLAS æá ôá ïí íôÝëá ôçò Alfa Romeo ôôíí íííü Èåóóáéí ìßêçð.

Óá ôìþìáôá ðáñ i÷þò ñôçñåóéþí ôçò åðé:åßñçóçò åßíáé ôá åîþò, êèåðç, æá ôçí ðáñ iðôßáðç ôùí ïí íôÝëùí êáé ôùí áîåð iðÜñ.

After sales service, ôôí iðiþi ñôÜäiíôáé ôï ôôíñååßí êáé ç áðièþêç ôùí áîåéëåêôééþí êáé áîåð iðÜñ.

Åßñçò åéåéÝôåé êáéÝíá iéñüôåñçô Ýêôåóçò ôiþìá ðið áó÷iéñôåé iå ôçí áäññáðùëçôßá ðñiøåéêéÜ åðééååíÝíùí iåôå÷åñéóíÝíùí áôôiééíþòùí.

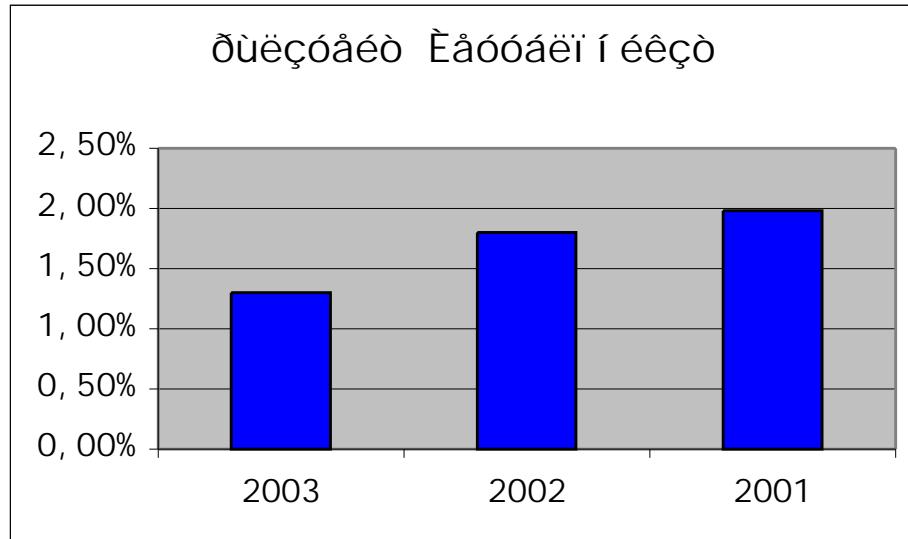
Íé ôôü÷ié ðñiò åéðéþñùóç ôçò åðé:åßñçóçò áðü ôçí åçìéiðiññåßá åíüð åéêôôåéiý ôüðið ðáñ i÷þò ñôçñåóéþí åßíáé:

- Ç ðñiâièþ ôçò åôáéñåßåò êáé ôùí ñôçñåóéþí ôçò.
- Åöíåôüôçôá online ðáñáåååðåò áôôiééíþòùí êáé åîéiðiñçóçò ôùí ñôçñåóéþí. Iå ôçí åiþèåéå ôçò çéåéôñi iééþò Ýêéåóçò i ñôiøþöéiò ðåëÜðçò èá åðééÝååéôï ðñiùüí ðið êáéýðôåé ôô åíÜåéåò ôið.
- Åç iéiññåßá óôåéåñþí ðåëååðþí êáé åßó÷ôðç ôùí ååóìþí ôiðò iå ôçí åôáéñåßå. IÝóù ôçò ñôçëþò ðiéüôçôåò ôùí ðñiøôåñü iåíùí ñôçñåéþí.
- ÐñiøÝêéôóç iÝíùí ðåëååðþí.

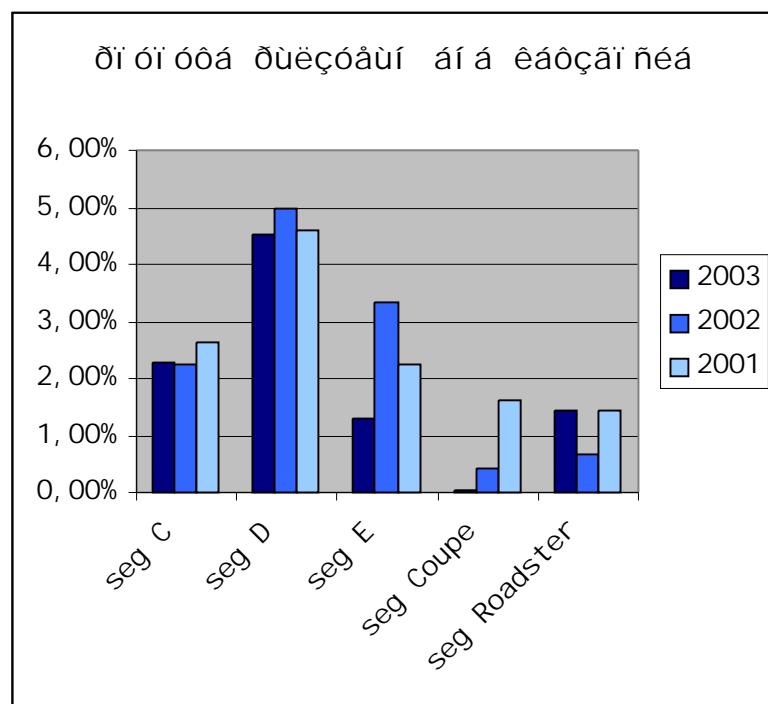
Á Í Á Ë Õ Ó Ç Á Ã Ì Ñ Á Ó

Óði üí iì á òcò Alfa Romeo ááí áßíáé áðú óá çãâðóé Ü óðóç í áá iñÜ óið áðô iéé Þò ið óðóç í ÁeeÜää. Í á iðóáðù íéó iüò áðiðóæåßóáé áðú óðó åðñiá íéé Ýò V.A.Group éáé BMW êõñßùò eüäù ócò ðéiÞò ðþþçóçò éáé óið óð iññßò -áñáêòÞñá ôùí i iðóÝëùí. Äýóð ié ié áiðßðáæié éáé þò Ý- iðiá ói ðéäi iÝ ðéòç iá ócò ðþçéÞò ðiéüöçòáò éáé áéé iðéóðßáò ôùí ðñ iüù iðóùí i ðiðò éáé áñßðóé i iðóáé ðáñää ióéáé Ü óðóç ðñ þþò áðó ðÝóæðó ôùí ðñ iðéi Þóåùí óùí ÁeeÞíùí.
 ¼iàùò ié ðùëÞóæðó, áí éáé -á içëÝò, ðáñää iÝ iðóí ó-åðéé Ü óðáæåñÝò ðáñ' üëç ôç í åáiéé Þ ððþþç ôùí ðùëÞóåùí óá ðåæåððåßá -ñü íéá.

Đĩáêáò 1



ĐBÍáêáò 2



ĐBÍáê áò 3

×ñ i íéÝð	2003-2002	2002-2001	2001-2000	2000-1999	1999-1998
Ì åðåâïëP óðíüëïö	-5,2	-4,2	-3,4	10,9	45,0
Ì åðåâïëP Alfa Romeo	-11,4	-15,4	-4,3	-14,5	8,1
ÈÝóç ýøïöð ðùéPðåùí	18ç	16ç	17ç	15ç	13ç

¼ðñò ðöáßíåðåé êáé áðü ôá óó ié÷ßá ðöíí ðéÜëù í, ðánÜ ôçí ååíéêþ ððþöç ôùí óóí iééêþ í
ðñëÞóåù í êáé ôùí óç ìá ióééþ í áðùëåéþ í ôóíí áñëèìü ôùí ðñëÞóåù í ôçò Alfa Romeo ôá
ôåéåðôåßá ôñßá ÷ñüíéá, ç åôáéñßá êåôåöÝñíåé íá æéåöçñåß õ:åäüí óóåéåñþ ôçí ëÝóç ôçò
áíÜìåðå ôóíí á ióáåù íéó lü.

Í áðþæðum ófyrir meðal ófyrir 0,70% ófólk í Íslendingum ófólk. Þá er ófólk meðal ófyrir 17% eftir ófólk ófyrir 17%.

Åðþóðó óðeo íáðñ áðæðéþó óc í áðbáðó êáðçä iñþlðò C êáé D áæðóçñåß óðáðæñÜ óá ðið iðóÜ åðß ôuí óðií ðeþí ðùëþóðuí, äðß-í iðóð ìáð óc í åßá óðá ðið iñþá ðñÝððæ íá áðóðéÜó iðó ìá òcí ðñ iðó ðið.

Áðri ÍYíùò ç éóóříóáëßáá ðñ Ÿðæ íá êáðáóéâðáóðâß iå ôñüði ðÝðieí ðið íá áíðáð iêñßíâðáé óðíí ÷áñáêðPñá êáé ôðo áðáéðPðâðo ôið ë ieí iý áðôþí òù í êáðçã iñðþí.

ÊÁÈ ÏÑÉÓ Ì ÌÓ ĐÁÑÅ× Ï ÌÅ ÍÙÍ ÕĐÇÑÅÓÉÙÍ

Êýñëí iÝëç ìá ôçò éóôïóåëßääó ðñÝðåé íá åßíáé ç ðñïäiï ëÞ ôùí õðçñåóéþí êáé ç ðïéüöçôá áðôþí ìå ôíí êáëýóåñí äöíáðû ôñüðiï.

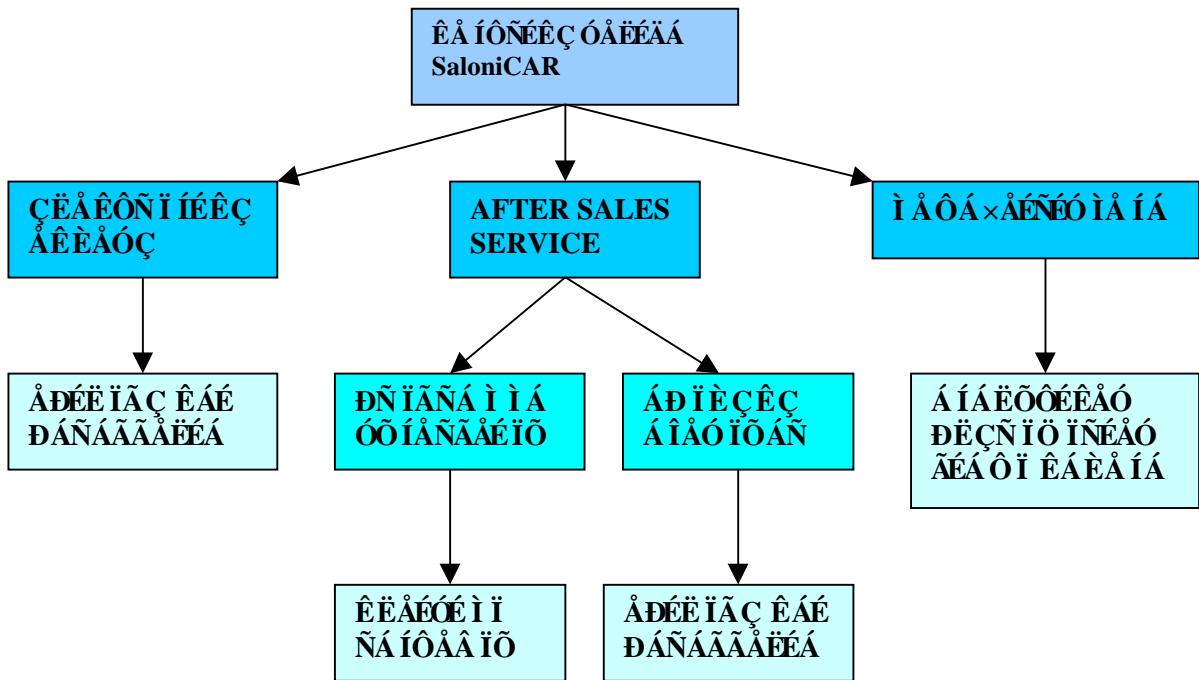
Èá ððÜñ-^æ ððEþñçò çëåêôññ íéêþ Ýèëåóç óôç í iðiþá èá ðáñ iðóéÜkeí ïóáé üéá ðá i iðóÝéá óá üéiðó ðiðó äöiáð iýó óðíäðáó i iýó ðiñù iðóUùí êáé ái iðééó i iý. Åðþóçò èá ðáñÝ-^æóáé ðßíáêáð ì á ðáð-^æ iðéÜ ðáñáéðçñéóðééÜ, èáé þò èáé ié ðßíáêáð ðúí ðiñù iáðið iðééþí ðñiðñáá i ðóUùí.

I å ôçí á iÞèåéá ôçò çëåêöñii íéêÞò Ýêèåöçò èá ðánÝ-åôåé ç äö íåöüöçöá i ððiøÞöéïò
ååiñåööÞò íå ðáñååñÝéíåé online öi áööiêbíçöi ðiö èÝéæ åö iý ðñþöå öi Ý-åé ööíéÝöåé
óýìöùíá iå ôçö áðåéöÞöåé åéåé ôçö áúÜäéåö öiö. IðóéåööéÜ ç ðánåååéßá, ôççí ðåmßööñöç
åööÞò, Ý-åé ôçí Yíííéå ôçö eñÜöçöçò. Åí- åéßåö ôçö -ñÞöçö åéå ôçí iðiñá ååiñÜæåöéåé Yíá
åööiêbíçöi êåé ôçö öéiÞò öi öö ååí íiåööåé, ôççí ÅæéÜää, ç online ðeçñùiP åéé ç iåöåö iñÜ
öiö iåöÜ ööi óðßéé. Áðëþò iåöÜ ôçí ðánåååéßá i ðåéÜöçò èá åéäið iéåßöåéÜiåöå åéé èá
Ýñ-åôåé öå åðåöP iå ÜÜðiéí åðü öå öðååéÝ-ç åéå ôçí iéí êéÞñùöç ôçö ðánåååéßå.

Ó:åðéêÜ iå ðí ðíP iá after sales service èá åßíåðåé ç äöí åðüöçôá online ðáñååñåéßåð êåé ðëçñù iÞò ôu í åíåó iðÜñ éåé ç iåðåó iñÜ üóù í åðü åðöÜ åßíåé åöééöþ öóï öðßöé. Åßöçò èå ððÜñ-åé äöíá leéþ öýíäåóç iå ðí ðñüäñá iì á ðíö öðíåñååßíö iå ôçí äöíåðüöçôá åðÝíåáöçò óå åðöü iüíí åðü üö iðö åíæáöÝñ i îðåé íå êéåßöi í ñåíöåå íy æåé öðö ðñ iññá iì áðéó Ýíåð åññååßåð öðíöþçöçö ðíö ðñ iæÝðåé ié åðååðååð öðöþ.

Ôáôöü÷ñííá èá õðÜñ÷åé êáé ieá ieéñP Ýéèåóç ðïõ èá áö iñÜ ôá iåôá÷åñéóìÝíá áôöüêéíçôá ôóçí üðieá èá åìöäíßëéíîåé åí' õð iñÜôá c ðéèP ôá ÷åñâéôçñéóöéÜ èáé c öùôùíññáößá.

ĐáñáêÜôù ðáñáôßèåôáé ç äÜñèñùóç ôïõ ðåñéå-ïÝíõ ç ïðiBá èá áêïëõèåßéåñáñ-ééP
äïìP.



ÈÁÈ ÌÑÉÓ Ì ÌÓ ÔÑ ÌÐÍ Ì Ö ÄÇ ÌÉ ÌÑÑÅÉÁÓ ÅÖÁÑ Ì ÌÄ ÇÓ

ÓðÜñ-íðí 2 ôñüüðíé äç ìéïðñäßáð åíüò äççöôåâé íý ôüðíð. Ì ðñþðíð äßíáé ç áðôüüííìç áíÜððööîç ôíðò ôðóôðþìåôíð äéá ôí çëåêôñ Íééüù àìðüñéí êáé í äÿôåñíð äßíáé ç áíÜèåóç ôçò äç ìéïðñäßáð ôíðò online êáðåóðþìåôíð óå ôðåññíðüâí. Ý-åé ôá äééÜ ôíð ôüóôç êáé íðÝéç. Óðíðò ðáñáåêÜû ðßíáêåò äßíí îóáé óðííðöéêÜðá ááóéêÜ ôóíé:åßá.

1. Áðôüüííìç áíÜððööîç ôðóôðþìåôíð.

	ÅÐÉÐÅÄ Ì		
È ÌÓÔ ÌÓ	ØÇËÏ	ÌÅÓÁÉ Ì	×Á ÌÇ È Ì
ÐÑ ÌÓËÇØÇÓ ÐÑ ÌÓÙÐÉÈ ÌÓ			×
ÁÃ ÌÑÁÓ H/W ÈÁÉ S/W	×		
Á ÍÁÅÄ È ÌÉÓÅÙÍ	×		

	ÓÇ ÌÁ ÍÓÉÈ ÌÖÇÔÁ		
Ì ÌÖÅÉ ÌÓ	ØÇËÇ	ÌÅÓÁÉÁ	×Á ÌÇ ÈÇ
ÐËÇÑÇÓ ÅËÅÄ × ÌÓ ÓÓ ÍÁËÉÅÙÍ	×		
Ì ÅÔÁÅÅÓÇ ÓÅ ÇÉ. ÅÐÉ×ÅÑÉÅÉÍ			×
Á ÌÉ ÌÐÉÓÔÉÁ ÓÐÓÔÇ ÌÁÔ ÌÓ	×		

Áðôüò í ôñiðíð ÷áñ áêôçñßæåâé áðí ðøçëÜ ùöÝéç áéëá êáé ðøçëÜ ôüóôç. ÁíáöÝñåôáé êðñßùð óå åðáéñäßáð ìåðÜéçò äðíá ìéüûôçôáð êáé ìåðÝéíðò áðü Üðíøçò ðññüüíðùí êáé ððçñåéþí

2. ÁíÜeåóç óå ððåñäiæÜâï.

	ÅDEÐÅÄ Ï		
Ê ÍÓÔ ÍÓ	ØÇËÍ	ÌÅÓÁÉÏ	×Á ÌÇËÍ
ÐÑ ÍÓËÇØÇÓ ÐÑ ÍÓÙÐÉÉ ÍÓ			×
Á ÍÁÐÔÔ ÍÇÓ		×	
ÓÓ ÍÓÇÑÇÓÇÓ ÆÁÉ ÄÉÁ × ÅÉÑÇÓÇÓ			×

	ÓÇ ÌÁ ÍÓÉÉ ÍÓÇÔÁ		
Ï ÖÅË ÍÓ	ØÇËÇ	ÌÅÓÁÉÁ	×Á ÌÇËÇ
‘ÁÃ ÌÑÁ’ ÔÅ × Í ÍÃ ÍÙÓÉÁÓ	×		
Ì ÍÉÑÁÓ ÍÁ Ê ÍÓÔ ÍÓÓ ÅÐÅ ÍÄÖÓÇÓ	×		

Áôôüò ï ôñüðïò ÷ áñ áêôçñþæåôáé áðü ðøçëÜ ïöÝëç, ÷ áìç ëÜ êüóôç áëëá ðïëý ìeññP åñåëéßá.
ÁíáöÝñåôáé èõñßùò óå iéññ Yô åðé-åññPóåèò ðïò áeÝðiñí òï éíðåñíåô óáí áíá ðñüóèåôï
åñååëåßí òï ðï marketing êáé ié ðùëPóåèò iÝóù áðô iÝ äåí åßíáé óç ìá íðéëYô æáá ðçí
åéùóéìüôçôá ôïòò.

Æá óç í àéëëÜ ìáò åðé-åßñçóç áðéëëÝ-ëçêå ç ëýóç óçò áíÜeåóçò óçò äç ìéïõñãßáò ôïò
åéëëöåéí ïüðïò óå áíùôåñéëü óðíåññÜðç.

Óí ðáéÝði ðçò áíáäü-ïò åðáéñYéåò èá ðñÝðåé íá å-åé ðáñáéÜðù ÷ áñ áêôçñéööéëÜ:

- Æáýèõíóç ìá óçí ì iññP www.saloncar.gr
- E-mail account
- Ì á ãÜëçò ÷ ùñçöéëüôçôáò data transfer
- Ì á ãÜëí áéáéÝði ñ áñ-éëü ÷ þñí áíÜðôôîçò óçò áöáñ ñ ãþò ìå äðíáðüôçôá åðåéôáóçò
- ÓðáóéööéëÜ óò ié-åßá óçò éóöí óåëßääò
- Õðíá iéëP áéáýèõíóçò óå ìç-áñYò áí áæÞôçóçò
- Äç ìéïõñãßá ìåãÜëçò ÷ ùñçöéëüôçôáò data base
- SSL server
- ÕðíóðPñéíç multimedia åöáñ ñ ãþí
- Data back up
- Online ððíóðPñéíç
- Óå-íéëP ððíóðPñéíç

Óí êüóôïò óçò ôïò ðáéÝði ððíéëiæåôáé óóá 800-1000€ ðí ÷ ñüíí.

ÓÔÑÁÔÇÃÉÊÇ MARKETING

Ôi éíôåñíåô åíÝééíâ ôíí ôñüðí ìå ôíí iðiñi áßíåôáé ç äéáöP iéóç. Åíí áéðßåò ôçò äíí Pò êáé ôùí äõíåô iðPòùí ôíð áéðPááåå ôçí Ýíí iéá ôçò äéÜäñáóçò ìåôáíý ôíð êáôáíáëùôP êáé ôíð äéáöç iéóôP. Åðßóçò, -Üñç óôçí ðåäéüö iéá åíÜðéèùöç, äéayññíå ôíí ÷þñíí êáé ôíí ôñüðí ôíð ìðiñi íýí íá áßíiðí ié ðñiñùèPóåðò ôíí ðñiñùñíôùí.

Ç ÷ñçóéíüôçôá ôíð éíôåñíåô marketing ååäöÜôáé ôôá åíPò óç ìåßá:

- Ç ÷ñPóç multimedia åöäñ iíäþí áéá ôçí áðiôåéåò ìåôéüöåñç ðñiñðYäæöç ôùí êáôáíáëùôþí.
- Ç äõíåôüöçôá ðñiñðYäæöçò ìåñáéyôåñ iðiñ ãñéèìíý êáôáíáëùôþí óå ðYóç ìå ôíð ðåññääëíóéåéü marketing.
- Íé êáôáð-ùñPóåðò ìðiñi íýí íá áíáâáè iéóôiýí ðiðéý áýéiëá.
- ÓðíPèùò áßíáé öèçíüôåñí åðü ôçí ôçëåüñáóç êáé ôí ñÜæéi.
- Ôi éíôåñíåô åíáðëþíåôáé ôáðYùò.

Íé ôñüðíie ìå ôíðò iðiñiðò ìðiñåß èÜðiéiò íá äéáöç ìçóðåß áßíáé:

- Ç äç iéiññßá êáé áíôåééåäP banner.
- H äç iéiññßá splash screen.
- Ç åíiééßáöç ÷þñíðið óå portals.
- Ç ððiâiðiðP ôið URL óå ìçáíYó áíáæPôçôçò.
- Ç ååññåöP óå e-mails
- Ç åðéêiéíùñßá iÝóù e-mail.
- Ç äéáöPìiöç óå eZines.

Ëüäù ôið ðøçëiý èüôðiðò, ðið ðñiñééðôåé åðü ôçí áíÜäéç äç iéiññßåò åÜðçò ååäii ïYíùí ìå ôá ôóiééßá ôùí êáôáíáëùôþí äéá ôçí áðiôiðiðP ðñiñi òùðéèþí ìçíðiñÜðùí ðið áðåéôåß iéá åðééåðéêP ôññåôçæéêP marketing, èá ðñiñiçèåß ç ðåèçééêP äéáöP iéóç.

Áñ-ééÜ èá áíôåééå-éiýí banners ìå ôçí ååíééêP áíôéðñüòùðí FIAT AUTO HELLAS êáé ìå ôôå áíôåééêP ìåðååðò áíôéññiðò òùðßåò ôùí Üëëùí iííþí ðiði ãéåöçñiýí åééññåéü ôüðí. Áí ñðiñå-åßá èá áßíiðí äéáöç iéóôééYó êáôáð-ùñPóåðò óôå åééç iééÜ portals êáé óå ðåééÜ eZines. Óåðòù-ññííá èá áßíáé ç êáôáð-þñçöç ôið URL óå ìçáíYó áíáæPôçôçò.

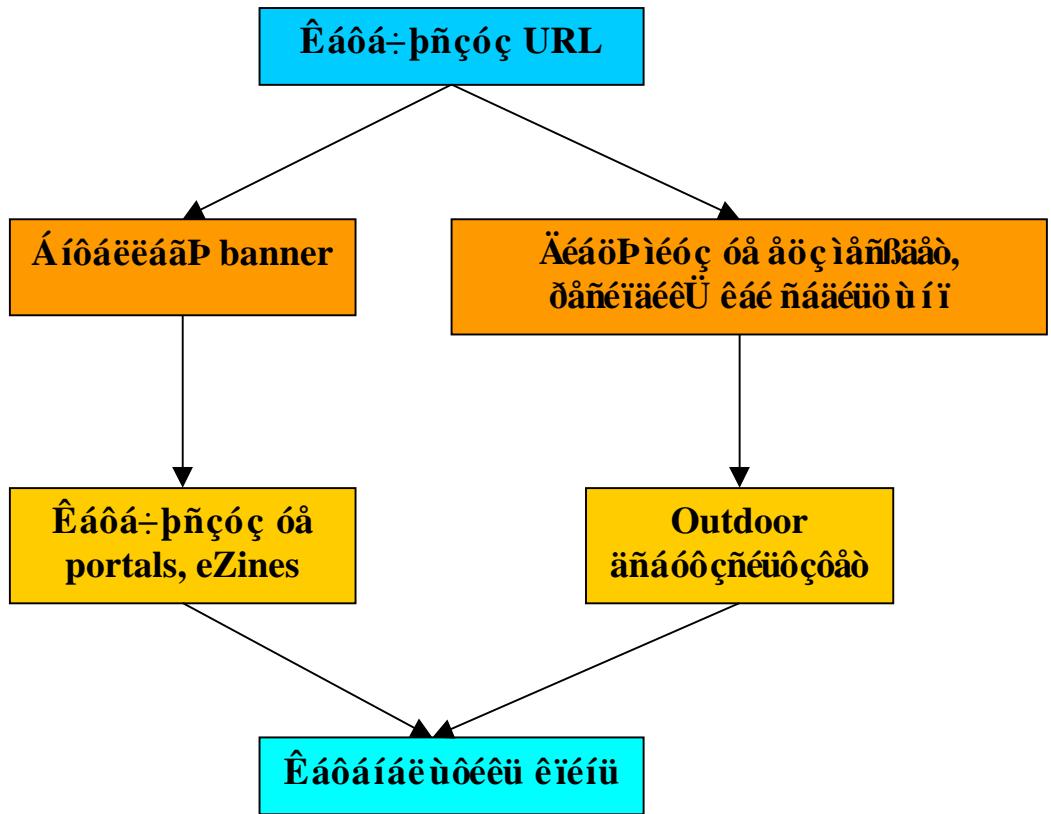
ÐåñÜëëçëá, ôíí ðñþòi êáéññ èåéòiññßåò ôið site, èá áßíiðí äéáöç iéóôééYó êáôáð-ùñPóåðò ôçò åôåéññßåò óôå ðiðééYó åöç iàñßåò, óôå ðåñéíæéÜ ðiði åéåééiý ðýðið êáé óðiñ ñåæéüòùíi, óôå ðiñßåò èá áíáðYñååé ç äç iéiññßå ôið. Åðßóçò èá ðñiññá ìåôéôôiýí åéäçëþóåé óå áíiééðiýò ÷þñíiðò êáé áóéóïéüééçóç.

Ì å ôçí Yíáññíç ôçò èåéòiññßåò ôið online êáôåóôPìáôiò èá iâééíPóåé ç äç iéiññßá åÜðçò ååäii ïYíùí áéá ôçí áíÜäééç ôùí ðñiñiðéíPóåùí ôùí ðåéåðþí êáé ôùí åðéóéåðþí êáé ôçí äç iéiññßá óôôðPìáôiò åôôùíåôçò åðÜiñçöçò iÝóù e-mail.

Åéá ôçí ðáññåéiëiýéçöç ôçò áðiôåéåò ìåôéüöçôåò ôið ðñiññÜ ìåôiò ðñiñþèçöçò èá ÷ñçóéi ðiðiéçèiýí áíáééóåéò ôið click ratio êáé ôið effective frequency (ðüóåò öiñYó áéYðåé èÜðiéiò ôçí êáôáð-þñçöç).

Ôi èüôðiò ôið ðñiññÜ ìåôiò ððiðiéiññååé üðé èá áíYñ-åôáé óôå 10000€äéá Yíáññí ëáé ôi 80% ôçò äáðÜíçò èá ðÜåé óå offline äéáöç iéóôééYó äñáóôçñéüôçôåò.

Áéiðiðéåß óðiñiðôééü äéÜäñá ìå ôùí online êáé offline äéáöç iéóôééþí äñáóôçñéiðPòùí.



Óá ôåëëéP öÜóç èá áíóù ìáôùèåß óôçí öeëiöi öëßá ôçò åðé-åßñçóçò ôï one-to-one marketing. ÄçëääP, ìå ôçí âíPèåéá ôùí âÜóåùí äåäí iÝíùí èá åßíåôáé ðñiöäéiñéóìùò ôùí ðåëäôþí Y-ííôåò ùò óôü÷i ôçí äéáöi ñiðiñçóç ôiõò áíÜëiäá ìå ôøó áíÜäéåò êáé ôøô ðñiöéíPøåéò ôiõ êáéYíá. ÁôôP ç áëëçëåðßäñáóç èá Y-åé ùò áðiðYëåóìá ôçí éó-õñiðiñçóç ôùí äåðí þí êáé ôùí äýí ðëåðñþí êáé ôçí ðñiöáñìäP ôùí õðçñåðéþí óôá iÝöñá ôiõò.

Á ÌÉ ÌË ÌÃ ÇÓÇ-ÓÓ ÌÐÅÑÁÓ ÌÁÔÁ

Óõíïëéêü êüóôïò áíÜðôõîçò

Êüôôðiò áç iéïðñâßáð éôôðiðâëßáð	800-1000€ (áíá -ñüíí)
Êüôôðiò ðñíþèçóçò éôôðiðâëßáð	10000€(ðñþôîò -ñüíí)
Êiôôðiò ðñïðëçøçò êáé áêðáßäåðóçò ðñiðùðéëÿ	(ääí áéáðßæá íôáé ôôíé-ääé)
Óýíiëí	10800-11000€(ðñùôîò -ñüíí)

Ôi êüóôíò ððíëíäbóôçêá íüíí áéá ôíí ðñþbôí ÷ñüíí éåéöiññþbáó áéáðbôí ýøíò ôúí ááðáíþí áéá ôçí áéáðþlæóç èá áðáíáéáè iññþeåðáé áíÜëíäá íà ôá áðiôâéâó iáðá ôçò êÜëå ÷ñí íéÜð.

Áíá ìå íü ìå íç áðüä ióç åðÝíäõóçò

- Óôàéâñ ið iéçóç ðùëÞóáùí Èåðóáæ iñbêçò óóï 1.5% (âñá÷õðñüèåóìá)
 - ç íiä iò óóï 2% (ìáó iðñüèåóìá)
 - ç íiä iò óóï 2.5% (ìáéñ iðñüèåóìá)
 - Áýîçóç ôçò ûñíçóçò ôiñ oö íåñãäñiñ
 - Áýîçóç ôçò æÞôçóçò ðùí áíåó iñáñ

Ҫ áyîçós ôcò Ҽbíçóçò ðiõ óô fâññâññöi èá ՚bíñáé áðiõÝéåñìá ôçò åìðéóö ióýíçò ôù í ðåëåôþí óôçí ՚ðiøüôçóå ôù í ՚ðáññâññüäíù í ՚ððçññâññéþí.

Ҫ áýîçóς ôçò æÞöçóçò ôù í á îåó iöðÜñ èá åßíæé åð iöðÝéåóïá ôçò ðñïþèçóçò áôôþí ôù í ðñ iüü iöñúí (ìåóù ôçò éôô iöðäëßääò Þ Üëëù í ôñüðñúí).

Çiāēñiōññüéåó iá ááíá iáü iáíç. Üřířiò ööi 2.5% åđé öùí ðùëþøåùí öôçí Èåóóáé iñbêç èá åññíáé öððiä içë íý iáíá áðü öçí áýíçóç öùí online ðùëþøåùí.

ÓÓ iððáñáð í áðééðÜ, ðí í yþróð óçò áðáæð í yì àáíçò áðÝ íððóçò áßíáé áíðóüð óù í áðíáð iððÞóù í óçò áíðéðñ í öðù ðßáð SaloniCAR.

Óá áíá ìáíü ìáíá iöÝëç, ééáí ið iëíýí ôïõò óôü÷iõò ðiõ Ý-æ eÝóæé ç åðé÷åßñçóç.

Åðii ïÝíùò ç åðÝíäööç êñßíåôáé óðiöÝñïööá êáé óðiñööåôáé ç ðñáäìåôáé ðiñööåôáé.

ÂÉÂËÉ ÌÃÑÁ ÖÉÁ

Ãâùñäüðiðeïò Í., ÌáëáìáðÝéá-“Áëìá Đ., ÍéêïëáñÜeïò ×., ÂÁäääëÜôïòÉ, Çëâêôñííéêü
Âðé:åenäþí ðñïãñáì ìáôéóìüò êáé ó-åäßáóç, åêäüöåêò Å. ÌðÝíïò, 2001.

Êáñâíýíçò Ó., Íäçäüò æá êáëýôåñâò íéêííì ì iðå÷íéêÝò ìåëÝôâò, åêäüöåêò Á. Óðáìíýëçò,
1996.

Carter J., Developing e-commerce systems, Prentice-Hall, Inc., 2002.

Reynolds J., The complete e-commerce book (design, build and maintain a successful web-based business), CPM Books, 2000.

Turban E., Lee J., King D., Chung H. M., Electronic Commerce a managerial perspective, Prentice-Hall, Inc., 2000

URL's

<http://www.seaa.gr>

<http://www.go-online.gr>

