

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

MBA executive

Β έτος – Α εξάμηνο



ΕΡΓΑΣΙΑ

στο μάθημα

Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης **Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Υπεύθυνος : Α. Οικονομίδης, Επίκουρος Καθηγητής

**Συγκριτική Μελέτη – Αξιολόγηση Ιστοθέσεων
στο χώρο του e-banking**

Όνοματεπώνυμο : Σαμαρά Αικατερίνη

Αριθμός Μητρώου : ΜΣ 04/06

Τηλέφωνα : 2310-285142

6944-611461

e - mail : mbaex0604@uom.gr

Θεσσαλονίκη, Μάιος 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.....	3
ΤΟΜΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	5
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου	5
Σχεδίαση Ιστοθέσης	6
Εσωτερική Προώθηση της Ιστοθέσης.....	8
Διαχείριση Σχέσεων με τους πελάτες.....	8
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΣΤΟΘΕΣΕΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ	9
Millennium bank A.E.....	10
Τράπεζα Πειραιώς A.E.	14
Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος A.E.	18
EFG Eurobank Ergasias A.E.	22
Τράπεζα Αττικής	26
Alpha Τράπεζα Πίστεως A.E.....	30
ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	34
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	45
ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ.....	45
ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ.....	47

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια του εντεινόμενου εισαγόμενου ανταγωνισμού και της παγκοσμιοποίησης των αγορών, στρατηγικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις μπορεί να δοθεί και από τη σωστή και χρηστή εκμετάλλευση του διαδικτύου στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορεί να είναι κατάλληλο για ορισμένες μόνο επιχειρήσεις, μπορεί όμως να είναι και πολύ ακριβό για να δικαιολογήσει τα οφέλη ή μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε εσωτερικές συγκρούσεις. Πριν από τη δραστηριοποίηση μίας υπάρχουσας επιχείρησης στο χώρο του διαδικτυακού εμπορίου ή ακόμη πριν το σχεδιασμό και την υλοποίηση μίας νέας ηλεκτρονικής επιχείρησης απαιτείται η διεξαγωγή μίας προσεκτικής ανάλυσης καταλληλότητας.

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι η επιτυχία στο χώρο των ηλεκτρονικών αγορών δεν είναι ποτέ εγγυημένη. Όπως και σε ένα παραδοσιακό χώρο αγορών, ο ρυθμός αποτυχίας των ηλεκτρονικών εταιρειών δύναται να είναι υψηλός.

Ηλεκτρονική τράπεζα

Αρχής γενομένης από την Αμερική, στα τέλη της δεκαετίας του '90 επικρατούσε ένα παραλήρημα σχετικά με τις νέες τεχνολογίες. Ο ενθουσιασμός αυτός οδήγησε σε μη ρεαλιστικές, όπως τελικά αποδείχτηκε, προσδοκίες και προβλέψεις για τη διείσδυση των νέων τεχνολογιών, οι οποίες μιλούσαν για ιδιαίτερα βραχυπρόθεσμη αποδοχή τους από το ευρύ κοινό. Ήταν συνεπώς εύκολο να παρασυρθεί και η αγορά του Internet Banking που το 1999 προέβλεπε ότι το 25% των Ελλήνων θα κάνει χρήση του διαδικτύου για τη διεκπεραίωση των τραπεζικών του συναλλαγών.

Και είναι λογικό να μην έχουν επιβεβαιωθεί αυτές οι προβλέψεις. Είναι τόσο μεγάλος ο αριθμός των νέων δεδομένων που καλείται να αφομοιώσει ο μέσος άνθρωπος στη σύγχρονη κοινωνία της πληροφορίας που διανύουμε, που θα ήταν αδύνατο για αυτόν να

“αντεπεξέλθει” πλήρως. Παρόλα αυτά, ένα ιδιαίτερα ενθαρρυντικό στοιχείο είναι ότι η διείσδυση των νέων τεχνολογιών στην ελληνική αγορά, και δη του Internet Banking, ακολουθεί συνεχώς αυξανόμενη πορεία. Δεν υπάρχει κάποια καμπή. Και αυτό οφείλεται και στο γεγονός ότι παρατηρούμε μια ταχέως αυξητική πορεία στη χώρα μας όσον αφορά τη χρήση του Internet. Εκ του αποτελέσματος, όλο και περισσότεροι Έλληνες εγγράφονται κάθε μήνα στις υπηρεσίες e-banking.

Γίνεται απόλυτα σαφές λοιπόν ότι η ηλεκτρονική τράπεζα μπήκε στη ζωή μας και σηματοδοτεί μία νέα εποχή στις τραπεζικές συναλλαγές μας. Βάζει τέλος στις ουρές των ταμείων και στην αναμονή των πελατών, αφού αρκεί μία συσκευή σταθερού ή κινητού τηλεφώνου, ή ένας υπολογιστής εγκατεστημένος στο σπίτι ή στο γραφείο, για να κάνουμε τις συναλλαγές μας με απόλυτη ασφάλεια, όλο το 24ωρο.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε όμως ότι θα απαιτηθεί χρόνος έως ότου η ηλεκτρονική τραπεζική λάβει απολύτως μαζικό χαρακτήρα, ωστόσο όσοι από τους τραπεζικούς ομίλους έχουν ενταχθεί στον χώρο αυτόν διατηρούν συγκριτικό πλεονέκτημα. Η χρήση είναι αρκετά απλή και η μεγάλη επιτυχία της κινητής τηλεφωνίας στην χώρα μας αποτελεί προάγγελο της επιτυχίας που θα έχει στην Ελλάδα η ηλεκτρονική τραπεζική. Ωστόσο, τα φυσικά δίκτυα των τραπεζών δεν αναμένεται να καταργηθούν αλλά να αλλάξουν μορφή. Θα έχουμε μικρότερα καταστήματα τα οποία θα χρησιμοποιούν τεχνολογία αιχμής. Ας μην ξεχνάμε τέλος ότι η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση δεν καλύπτει όλες τις συναλλαγές.

Οι τράπεζες, μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θέτουν στην υπηρεσία του πελάτη το ηλεκτρονικό τους κατάστημα για άμεση εξυπηρέτηση 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα. Ο πελάτης δύναται να πραγματοποιεί τις αναγκαίες του συναλλαγές με απόλυτη ασφάλεια και φυσικά διατηρώντας το απόρρητό του.

Στην παρούσα εργασία θα γίνει συγκριτική ανάλυση και αξιολόγηση έξι μεγάλων εταιρειών στο χώρο της λιανικής τραπεζικής (retail e-banking), ήτοι των τραπεζικών ιδρυμάτων με την επωνυμία :

- Millennium bank A.E.
- Τράπεζα Πειραιώς A.E.
- Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος A.E.
- EFG Eurobank Ergasias A.E.
- Attica bank A.E.
- Alpha bank A.E.

Τομείς αξιολόγησης

Προκειμένου να προβούμε στην αξιολόγηση και στην συγκριτική μελέτη των ιστοθέσεων των παραπάνω τραπεζικών ιδρυμάτων θα επικεντρωθούμε στους παρακάτω τομείς :

Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου

Ως περιεχόμενο ορίζουμε το κείμενο, τις εικόνες, τον ήχο και το βίντεο που αποτελούν μία ιστοσελίδα. Η δημιουργία και η διαχείριση περιεχομένου είναι κρίσιμη για την επιτυχία της ιστοθέσης επειδή το περιεχόμενο είναι αυτό που βλέπει ο επισκέπτης σε μία ιστοθέση και αυτό που χρησιμοποιούν οι ιδιοκτήτες της ιστοθέσης για να πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες. Άλλωστε, επιτυχημένη παρουσία στο διαδίκτυο σημαίνει αποτελεσματική παροχή των πληροφοριών που θέλει ο επισκέπτης.

Οι σελίδες μίας επιχείρησης στο διαδίκτυο θα πρέπει να περιέχουν περισσότερα πράγματα από απλές πληροφορίες για το προϊόν και ταυτόχρονα να διαθέτουν και δευτερεύον περιεχόμενο με παράλληλες πωλήσεις, πωλήσεις αναβαθμίσεων, προώθηση με κουπόνια, εκπτώσεις και ειδικές υπηρεσίες και σχόλια, ήτοι κριτικές και μαρτυρίες πελατών, συμβουλές ειδικών. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η σχετικότητα, η ενημερότητα, η αξιοπιστία, η εμβέλεια και η χρησιμότητα του περιεχομένου αλλά εξίσου σημαντικά είναι και το στυλ γραφής, η δομή των πληροφοριών και η χρήση γραφικών και χρωμάτων. Το περιεχόμενο μπορεί να παράγεται από την εταιρεία αλλά και από τους

πελάτες, προμηθευτές αλλά και από ανεξάρτητους ερευνητές ή ειδικούς συγγραφείς. Οι επισκέπτες του διαδικτύου εκτιμούν καλύτερα το εξατομικευμένο περιεχόμενο (personalized content) που ικανοποιεί τις προσδοκίες του μεμονωμένου πελάτη καθώς και την παράδοση περιεχομένου μέσω ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων τα λεγόμενα e-newsletters.

Μεγάλης σημασίας είναι και ο τρόπος καταγραφής των πληροφοριών μίας ιστοθέσης. Το κείμενο πρέπει να είναι εύκολα αναγνώσιμο με επικεφαλίδες, γραφικά και συνδέσεις χωρίς να καταστρατηγείται η ύπαρξη μέτρου. Οι μεγάλες ενότητες κειμένου πρέπει να διαιρούνται σε μικρότερες ενότητες, ενώ η ύπαρξη εξωτερικών συνδέσεων δύναται να προσφέρει καλό επιπλέον περιεχόμενο. Σαφώς, η επικαιροποίηση του περιεχομένου με προσθήκες, αναθεωρήσεις και αφαιρέσεις ύστερα από τον απαιτούμενο έλεγχο κρίνεται στρατηγικής σημασίας.

Σχεδίαση Ιστοθέσης

Ο στόχος κάθε ιστοθέσης είναι να μεταφέρει ποιοτικό περιεχόμενο όπως συνοπτικά παρουσιάστηκε ανωτέρω αλλά με κομψή σχεδίαση. Αφού προσδιορισθούν οι ανάγκες, οι προσδοκίες και τα προβλήματα του πελάτη, ακολουθεί η σχεδίαση της ιστοθέσης λαμβάνοντας υπόψιν κρίσιμους παράγοντες όπως η περιήγηση, η συνέπεια, η απόδοση, η εμφάνιση η διασφάλιση της ποιότητας, η διαδραστικότητα, η ασφάλεια και η κλιμάκωση.

Καλό είναι οι ιστοθέσεις να σχεδιάζονται πλατιές και ρηχές, θέτοντας 3 έως 10 ενότητες στο δεύτερο επίπεδο και περιορίζοντας της περισσότερες ενότητες σε δύο ή τρία επίπεδα. Η στενή και βαθιά ιεραρχία κάνει τους επισκέπτες – πιθανούς πελάτες να κουράζονται επειδή τους υποχρεώνει να κάνουν κλικ σε πολλά επίπεδα. Η κυκλική και η γραμμική δομή είναι χρήσιμη για εκπαιδευτικούς λόγους.

Μεγάλης σπουδαιότητας είναι η σχεδίαση της αρχικής σελίδας που πρέπει να έχει ως σκοπό την προώθηση της ιστοθέσης και όχι τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών και την προώθηση της επιχείρησης. Η αρχική σελίδα θα πρέπει να καλωσορίζει τον

επισκέπτη, να περιέχει σελίδες βοήθειας, εταιρικές σελίδες, σελίδες συναλλαγών και σελίδες περιεχομένων.

Σκοπός της περιήγησης στην ιστοθέση είναι να βοηθά τους επισκέπτες να βρίσκουν εύκολα και γρήγορ τις πληροφορίες που χρειάζονται. Επιτυχημένη περιήγηση υπάρχει όταν οι σχεδιαστές τοποθετούν βοηθήματα περιήγησης όπως είναι η γραμμή περιήγησης, με ή χωρίς υποενότητες ανάλογα με το εύρος των πληροφοριών που εισάγονται από την επιχείρηση, στην κορυφή της σελίδας και πάντα κάτω από τυχόν διαφημίσεις ή επικουρικά και στο κάτω μέρος της κάθε σελίδας. Η στήλη περριήγησης στο αριστερό μέρος μίας σελίδας ενδύκνεται για ιστοθέσεις που έχουν να προσφέρουν πολλά πράγματα, ενώ μελέτες έχουν δείξει ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αποφεύγουν τα πλαίσια.

Στενά συνυφασμένη με τα ανωτέρω αποτελεί και η συνέπεια σχεδίασης μίας ιστοθέσης, ήτοι η κοινή εμφάνιση και αίσθηση σε όλες τις σελίδες της ιστοθέσης μίας επιχείρησης (διάταξη, τύπος χαρακτηριστικών, χρώματα, γραφικά, βοηθήματα περιήγησης). Το λογότυπο της εταιρείας θα πρέπει να εμφανίζεται σε κάθε ιστοσελίδα ενώ ένας μικρός και περιγραφικός τίτλος θα πρέπει να εμφανίζεται σε κάθε σελίδα. Ένα ακόμη στοιχείο που καταδεικνύει τη συνέπεια, είναι η ιστοθέση να έχει την ίδια εμφάνιση σε όλες τις οθόνες επισκεπτών ανεξαρτήτως του προγράμματος περιήγησης που επιλέγεται από τον επισκέπτη.

Η ταχύτητα αναμφισβήτητα αποτελεί ένα από τα βασικότερα στοιχεία που θα πρέπει να λαμβάνει υπόψιν της η επιχείρηση που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στο διαδίκτυο. Αρκετούς παράγοντες που επηρεάζουν την ταχύτητα δεν δύναται να τους ελέγξει η επιχείρηση και ο σχεδιαστής της ιστοθέσης. Υπάρχουν όμως παράγοντες που μπορεί να τους επηρεάσει (για παράδειγμα με τη χρήση χαμηλής ανάλυσης εικόνων και μικρών γραφικών κ.α.). Με τον κανόνα των 12 δευτερολέπτων (εμφάνιση σελίδας μέσα σε 12 δευτερόλεπτα) καθώς και τον κανόνα των 4 δευτερολέπτων (εμφάνιση κάτι από τη σελίδα μέσα στα πρώτα 4 δευτερόλεπτα) μπορεί εύκολα να αξιολογηθεί η ταχύτητα εμφάνισης κάποιας ιστοθέσης.

Η επιλογή των χρωμάτων και των γραφικών θα πρέπει να βρίσκεται σε στενή σχέση και συνάρτηση με το κοινό στο οποίο απευθύνεται η ιστοθέση. Σε γενικές γραμμές θα πρέπει να χρησιμοποιούνται πρότυπα χρώματα, θα πρέπει να έχουμε σκούρα γράμματα σε ανοιχτόχρωμο φόντο ενώ καλό είναι να αποφεύγονται χαρακτηριστικά (εξωφρενικά χρώματα ή συνεχής και κουραστική κίνηση γραφικών) που αποσπούν την προσοχή του επισκέπτη.

Εσωτερική Προώθηση της Ιστοθέσης

Η ιστοθέση θα πρέπει να περιλαμβάνει περιεχόμενο που να την καθορίζει ως χρήσιμη όχι μόνο ως σημείο αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και μία πηγή με ανεκτίμητο και εντυπωσιακό περιεχόμενο, χρήσιμες συνδέσεις προς άλλες ιστοθέσεις. Τα στοιχεία αυτά θα δημιουργήσουν επιπλέον αιτίες ώστε να επισκεφθεί εκ νέου ο πελάτης την ιστοθέση. Η επιχείρηση μπορεί ακόμη να συμπεριλάβει μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες, αναφορά βραβείων που τυχόν έχει κερδίσει, πτυχία και επαγγελματικές συμμετοχές

Διαχείριση Σχέσεων με τους πελάτες

Η διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες εστιάζει στη δημιουργία μακροχρόνιων και παρατεταμένων σχέσεων με πελάτες. Οι σχέσεις αυτές προσθέτουν οικονομικό όφελος και για τον ίδιο τον πελάτη αλλά και για την εταιρεία. Αυτό καταρχήν δημιουργείται όταν η επιχείρηση παρουσιάζει στην ιστοθέση της πλούσιο περιεχόμενο και μάλιστα όχι μόνο αναφορικά με τα προϊόντα της αλλά ευρύτερο περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας. Οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικά μπορούν να δημιουργήσουν σχέσεις με πελάτες με : παροχή δυνατότητας συμμετοχής με την προσφορά δυνατότητας εγγραφής για προσπέλαση σε πλούσιο και εξαιρετο περιεχόμενο και εξαιρετες υπηρεσίες, εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη, υποστήριξη χρηστών, επικοινωνία μέσω της κοινότητας, ανταμοιβή επισκεπτών κ.α.

Ταυτόχρονα οι πελάτες μπορούν να αυτοεξυπηρετούνται μέσω της χρήσης σελίδας συχνών ερωτήσεων που όμως θα πρέπει να ελέγχεται και να επικαιροποιείται αλλά και

να δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να υποβάλλει ερώτηση που δεν εμπεριέχεται στη λίστα. Η εν λόγω σελίδα θα πρέπει να βρίσκεται πολύ εύκολα, να φορτώνεται γρήγορα. Αντίστοιχα οι ερωτήσεις θα πρέπει να βρίσκονται εύκολα, οι απαντήσεις στις ερωτήσεις να γράφονται από τη σκοπιά του πελάτη ενώ θα πρέπει να αποφεύγονται οι επαναλήψεις που σε γενικές γραμμές κουράζουν τον επισκέπτη.

Το κεφάλαιο της διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες είναι πολύ μεγάλο και σε καμία περίπτωση δε θα μπορούσε να συνοψισθεί στις λίγες αυτές γραμμές. Δε θα πρέπει να λησμονήσουμε όμως ότι η ηλεκτρονική επιχείρηση θα πρέπει να ακούει τους πελάτες και να λαμβάνει υπόψιν της τη θέση τους σε διάφορα θέματα που αφορούν την επιχείρηση. Αυτό μπορεί να συμβεί με τη διεξαγωγή ερευνών πελατών, με φόρουμ συζητήσεων και μελέτη των επιστολών του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κ.α. Ας μην ξεχνάμε ακόμη ότι η διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες βοηθά στην εμπέδωση της εμπιστοσύνης. Για να αυξήσει μίας επιχείρηση την εμπιστοσύνη που τις δείχνουν οι πελάτες της θα πρέπει να περιλάβει στην ιστοθέση της μία σύνδεση με πληροφορίες για την «εταιρεία», μαρτυρίες από πιστούς πελάτες, να δίνει ευκαιρίες για ανάδραση, να απαντά άμεσα στα e-mail των πελατών.

Αξιολόγηση Ιστοθέσεων Τραπεζικών Ιδρυμάτων

Παρακάτω ακολουθεί η αξιολόγηση των ηλεκτρονικών εταιρειών λιανικής τραπεζικής σε ορισμένους παράγοντες με βάση το παραπάνω θεωρητικό υπόβαθρο.



Millennium bank A.E.

Η Τράπεζα Millennium bank ξεκίνησε τη λειτουργία της το Σεπτέμβριο του 2000 (με την ονομασία NovaBank), για να αναδειχθεί σήμερα στη νέα δύναμη του Ελληνικού τραπεζικού χώρου, επιτυγχάνοντας ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης δικτύου και μεγεθών και εισάγοντας καινοτόμα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες. Σήμερα η Millennium bank αριθμεί δίκτυο 152 καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα. Η Millennium bank είναι μέλος του διεθνούς ομίλου Millennium που της παρέχει παγκόσμιο βεληνεκές και τεράστια τραπεζική τεχνογνωσία.

Η Millennium bank δημιούργησε ένα ολοκληρωμένο δίκτυο εξυπηρέτησης από το Internet, που παρέχει πλήρη ενημέρωση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας, καθώς και τη δυνατότητα για διενέργεια τραπεζικών και επενδυτικών συναλλαγών, στα ελληνικά ή στα αγγλικά, γρήγορα και απλά. Η ιστοθέση της επιχείρησης δημιουργήθηκε από την έναρξη λειτουργίας της καθώς η τράπεζα έδειξε από την αρχή σαφή πρόθεση για ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων.

Αναφορικά με την αξιολόγηση της επιχείρησης για την ηλεκτρονική της δραστηριοποίηση παρουσιάζουμε τα παρακάτω στοιχεία του πίνακα που ακολουθεί. Σημειώστε ότι αυτά προέκυψαν κατά την επίσκεψή μας στην ιστοθέση της επιχείρησης.

Αρχικά και αναφορικά με το περιεχόμενο της ιστοθέσης θεωρούμε ότι παρουσιάζει στοιχεία προστιθέμενης αξίας για τον πελάτη και δεν περιορίζεται σε παροχή πληροφοριών μόνο για τα προϊόντα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες από το τραπεζικό ίδρυμα. Στον πελάτη δίδεται η δυνατότητα για χρήση εργαλείων (υπολογισμού δόσεων κ.α.) καθώς και η δυνατότητα για υποβολή ηλεκτρονικών αιτήσεων. Το κείμενο είναι εύκολα αναγνώσιμο, διαιρείται σε υποενότητες με σαφείς επικεφαλίδες ενώ διατηρείται ο κανόνας ανοιχτού φόντου και σκούρων γραμμμάτων. Αξίζει να σημειώσουμε εδώ ότι το περιεχόμενο της ιστοθέσης ελέγχεται και ακολουθούν συχνά προσθήκες και αφαιρέσεις του.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην ιστοθέση της τράπεζας υπάρχουν χρήσιμες συνδέσεις με όλους τους εμπλεκόμενους με τον τραπεζικό τομέα κλάδους. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι υπάρχουν συνδέσεις με όλες τις οικονομικές εφημερίδες (Κέρδος, Ημερησία κ.α), με Υπουργεία (Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών, Ανάπτυξης, Εσωτερικών), με διάφορους φορείς (Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών, Οργανισμούς Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης κ.α), με χρηματοοικονομικούς φορείς (Τράπεζα της Ελλάδος, Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, Τραπεζικός Διαμεσολαβητής, Παγκόσμια Τράπεζα, Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς κ.α.) καθώς και με άλλες υπηρεσίες (Τειρεσίας, Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων, Οδηγός Τραπεζικών Υπηρεσιών, ευρετήριο υποκαταστημάτων και ΑΤΜ τραπεζών κ.α). Αν η παραπάνω λίστα εμφανίζεται μεγάλη, σημειώστε ότι δεν έχουμε συμπεριλάβει όλες τις συνδέσεις.

Θα ήταν λάθος να λησμονήσουμε να αναφέρουμε την ύπαρξη γλωσσαρίου στην ιστοθέση της τράπεζας. Εύκολα από μία στήλη πλοήγησης μπορεί κανείς να επιλέξει τη βοήθεια «λεξικού ειδικών εννοιών» που για επισκέπτες μη τραπεζικούς φαντάζουν τουλάχιστον δύσκολες προς κατανόηση. Στο γλωσσάριο παρέχονται ερμηνείες εννοιών για τεχνικούς και χρηματοοικονομικούς όρους. Η λίστα δεν περιορίζεται σε ερμηνεία ελληνικών όρων αλλά και σε μετάφραση ξένων εννοιών κυρίως αγγλικών. Άλλωστε η ιστοθέση προσφέρεται στη γλώσσα των ελληνικών αλλά και των αγγλικών.

Αναφορικά με τη σχεδίαση της ιστοθέσης αναφέρουμε ότι υπάρχουν προς εξυπηρέτηση του πελάτη γραμμή περιήγησης στο πάνω μέρος της σελίδας καθώς και στήλη περιήγησης στο αριστερό μέρος της σελίδας. Η γραμμή και η στήλη περιήγησης απαρτίζονται από υπομενού που όμως δεν είναι μεγάλα σε έκταση. Η ιστοθέση δεν κάνει χρήση «φραγμού», εμβόλιμης δηλαδή αρχικής σελίδας, ούτε και πλαισίων που από έρευνες φαίνεται να δημιουργούν προβλήματα και στις «αράχνες» των μηχανών αναζήτησης. Τα προϊόντα – υπηρεσίες της τράπεζας εμφανίζονται με πολλούς τρόπους και η ιστοθέση διαθέτει μηχανή αναζήτησης με περαιτέρω κατηγοριοποίηση για να διευκολύνεται ο πελάτης.

Η ταχύτητα φόρτωσης της σελίδας είναι ικανοποιητική καθώς τηρείται ο κανόνας των 12 δευτερολέπτων για φόρτωσή της καθώς και των 4 δευτερολέπτων για φόρτωση έστω μέρους της σελίδας. Υπάρχει πεδίο βελτίωσης στον τομέα της διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες καθώς η ιστοθέση μπορεί να φιλοξενήσει φόρουμ συζητήσεων, μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες, έρευνες πελατών κ.α.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Ύπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Ύπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	√		
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Ύπαρξη εξωτερικών συνδέσεων	√		
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		
Σχεδίαση ιστοθέσης			
Ύπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	√		
Ύπαρξη πεδίου “contact us / about us”	√		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		√	
Κανόνας των τριών κλικ	√		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης	√		
Διατήρηση μικρών σελίδων	√		
Απλή διάταξη σελίδων	√		
Ύπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		√	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	√		
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	√		
Ύπαρξη γραμμής περιήγησης	√		
Ύπαρξη στήλης περιήγησης	√		
Ύπαρξη πλαισίου		√	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	√		
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης	√		
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης	√		

σε όλες τις σελίδες			
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	√		
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	√		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	√		
Προώθηση ιστοθέσης			
Έπαρξη συνδέσεων	√		
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		√	
Αναφορά βραβείων	√		
CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση	√ (σε υπηρεσία της ιστοθέσης)		
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη	√		
Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών		√	
Έπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων	√		
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων	√		
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Έπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Έπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	

Τράπεζα Πειραιώς Α.Ε.

Ο Όμιλος Πειραιώς αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς και δραστήριους της ελληνικής οικονομίας. Η Τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916. Για πολλές δεκαετίες λειτούργησε ως ιδιωτική Τράπεζα και το 1975 πέρασε υπό κρατικό έλεγχο, όπου και παρέμεινε μέχρι το 1991. Από το Δεκέμβριο του 1991 που ιδιωτικοποιήθηκε παρουσιάζει συνεχή και ταχεία ανάπτυξη εργασιών, μεγεθών και δραστηριοτήτων.

Σήμερα η Τράπεζα Πειραιώς ηγείται ενός Ομίλου επιχειρήσεων που καλύπτουν το σύνολο των εργασιών και δραστηριοτήτων του χρηματοοικονομικού τομέα στην Ελλάδα. Η τράπεζα διαθέτει ιδιαίτερη τεχνογνωσία στην καταναλωτική-στεγαστική πίστη και στα άλλα προϊόντα τραπεζικής ιδιωτών, στο χώρο των μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, στην παροχή υπηρεσιών κεφαλαιαγοράς και επενδυτικής τραπεζικής, στην αναπτυσσόμενη αγορά της χρηματοδοτικής μίσθωσης και, τέλος, στον τομέα της ναυτιλίας.

Το σύνολο αυτών των υπηρεσιών προσφέρονται τόσο μέσα από το πολύ καλά οργανωμένο δίκτυο καταστημάτων της, όσο και από το ηλεκτρονικό δίκτυο τραπεζικής της winbank. Η τελευταία δημιουργήθηκε στις αρχές του 2000 ως η πρώτη ολοκληρωμένη υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, παρέχοντας ένα πλήρες και ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης. Η winbank έχει βραβευθεί για τις υπηρεσίες της από διακεκριμένους οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό, ενώ είναι η μοναδική ελληνική υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής πιστοποιημένη κατά ISO 9001:2000.

Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας αξιολόγησης της ιστοθέσης της Τράπεζας Πειραιώς Α.Ε. Πιο αναλυτικά, στην ιστοσελίδα της τράπεζας τηρείται ο κανόνας των 12 και 4 δευτερολέπτων, όχι μόνο κατά τη φόρτωση της αρχικής σελίδας αλλά και κατά την επιλογή στη συνέχεια σελίδας από τα υπομενού. Η αρχική σελίδα μοιάζει με σελίδα φραγμού για την είσοδο στις περαιτέρω σελίδες της επιχείρησης. Με τον τρόπο αυτό όμως η Τράπεζα θέλει να βοηθήσει τον επισκέπτη να κατευθυνθεί σε μία από τις τρεις

κατηγορίες στις οποίες έχει κατατάξει τους πελάτες της, υπάρχοντες και δυνητικούς. Για την ακρίβεια κατατάσσει και προσπαθεί να στρέψει το ενδιαφέρον του επισκέπτη, μειώνοντας με τον τρόπο αυτό τον χρόνο πλοήγησής του, στον κλάδο που τον ενδιαφέρει, ήτοι της τραπεζικής για ιδιώτες, της τραπεζικής για επιχειρήσεις και επαγγελματίες και της τραπεζικής για μεγάλες επιχειρήσεις.

Από άποψη περιεχομένου η ιστοθέση της τράπεζας Πειραιώς θεωρείται άκρως ικανοποιητική. Υπάρχει κύριο και δευτερεύον καθώς και εξατομικευμένο περιεχόμενο. Το κείμενο είναι εύκολα αναγνώσιμο ενώ ταυτόχρονα διαιρείται σε υποενότητες με σαφείς επικεφαλίδες. Δεν θα πρέπει να λησμονήσουμε ότι η ιστοθέση ελέγχεται συχνά και γίνονται παρεμβάσεις, ήτοι προσθήκες και αφαιρέσεις. Τον επισκέπτη βοηθά στην πλοήγηση η ύπαρξη μηχανής αναζήτησης. Από άποψη ειδικότερου περιεχομένου, θα λέγαμε ότι ο επισκέπτης δεν συναντά μόνο πληροφορίες των προϊόντων και υπηρεσιών της εν λόγω τράπεζας αλλά και περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας κατά την έννοια που αναλύθηκε στην εισαγωγή.

Από άποψη βοηθημάτων πλοήγησης η ιστοθέση διαθέτει γραμμή περιήγησης στην αρχική σελίδα καθώς και στις υποσελίδες α) ιδιωτών, β) επιχειρήσεων και επαγγελματιών και γ) μεγάλων επιχειρήσεων. Στήλη πλοήγησης υπάρχει στις σελίδες των μενού της γραμμής πλοήγησης. Από άποψη συνδέσεων θα λέγαμε ότι η ιστοθέση είναι φτωχή και σε καμμία περίπτωση δεν μπορεί να συγκριθεί με τη λίστα συνδέσεων που μνημονεύθηκε παραπάνω για την τράπεζα Millennium. Τη σελίδα συνοδεύουν πολλά άρθρα και δελτία τύπου με συντομεύσεις τύπου «διαβάστε περισσότερα εδώ», τρόπος που κρίνεται σωστός για να αποφεύγονται μακροσκελή κείμενα που κουράζουν τον επισκέπτη.

Από άποψη σχεδίασης υπάρχει το λογότυπο της εταιρείας στην πάνω αριστερή γωνία της ιστοθέσης, διατηρούνται σχετικά μικρές σελίδες σε απλή διάταξη ενώ τα προϊόντα εμφανίζονται αφενός με γραφήματα και μικρές διαφημίσεις (στα πλαίσια προφανώς καμπάνιας που τρέχει στην τράπεζα) αλλά και με «καταράκτη» σε μορφή λίστας αναζήτησης για να μη χάνει το χρόνο του ο επισκέπτης. Στην αρχική σελίδα δεν τηρείται

ο κανόνας του ανοιχτού φόντου με σκούρα γράμματα, η οποία όμως τηρείται στα υπομενού και στις επόμενες σελίδες της ιστοθέσης. Στα πλαίσια αυτού του γεγονότος δε θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι υπάρχει απόλυτη συνέπεια στην εμφάνιση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες και υποσελίδες της. Θα πρέπει να τονίσουμε εδώ ότι από τις επόμενες σελίδες είναι εύκολη η εύρεση της αρχικής σελίδας της ιστοθέσης.

Σε αντίθεση με την ιστοσελίδα της τράπεζας Millennium bank δεν υπάρχει γλωσσάριο γενικότερων εννοιών παρά μόνο λίστα ορολογίας για το ειδικότερο θέμα του treasury. Ακόμη δεν υπάρχει σελίδα συχνών ερωτήσεων που θα μπορούσε να ισχυροποιήσει την τράπεζα αναφορικά με τη διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες. Θα λέγαμε λοιπόν ότι στον τομέα CRM η τράπεζα έχει δυνατότητες βελτίωσης καθώς δεν υπάρχει έντονη διαδραστικότητα (κάποια λιγοστά εργαλεία), δεν υπάρχουν μαρτυρίες από πελάτες, δεν υπάρχουν φόρουμ συζητήσεων ούτε έρευνες πελατών. Στον αντίποδα αυτών, υπάρχει αρκετό υλικό με πληροφορίες για την επιχείρηση καθώς και δελτία τύπου.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Ύπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Ύπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	√		
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Ύπαρξη εξωτερικών συνδέσεων	√		
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		
Ύπαρξη μηχανής αναζήτησης	√		
Σχεδίαση ιστοθέσης			
Ύπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	√		
Ύπαρξη πεδίου “contact us / about us”	√		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		√	
Κανόνας των τριών κλικ	√		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης		√	

Διατήρηση μικρών σελίδων	√		
Απλή διάταξη σελίδων	√		
Ύπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		√	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)		√	
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	√		
Ύπαρξη γραμμής περιήγησης	√		
Ύπαρξη στήλης περιήγησης		√ (όχι στην αρχική σελίδα)	
Ύπαρξη πλαισίου		√	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	√		
Μικρές λίστες – μενού των βοηθημάτων περιήγησης	√		
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες		√	
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	√		
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	√		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	√ (στα υπομενού)	√(στην αρχική σελίδα)	
Προώθηση ιστοθέσης			
Ύπαρξη συνδέσεων	√		
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		√	
Αναφορά βραβείων	√		
CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση		√	
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη		√	
Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών		√	
Ύπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Ύπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Ύπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	



Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, με τη μεγαλύτερη και ισχυρότερη παρουσία στον Ελλαδικό χώρο, αλλά και με το δυναμικό προφίλ της στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και την Ανατολική Μεσόγειο ηγείται του μεγαλύτερου και ισχυρότερου Ομίλου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1841 ως εμπορική τράπεζα και εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από την ίδρυσή του το 1880, ενώ από τον Οκτώβριο του 1999, η μετοχή της Τράπεζας διαπραγματεύεται στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης.

Ο Όμιλος της ΕΤΕ προσφέρει ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες επιχειρήσεων και ιδιωτών, όπως επενδυτικές εργασίες, χρηματιστηριακές συναλλαγές, ασφάλειες, διαχείριση στοιχείων ενεργητικού – παθητικού, εργασίες χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing), διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring). Με το πληρέστατο δίκτυό της που αριθμεί 568 καταστήματα και 1370 ATMs, καλύπτει ολόκληρη τη γεωγραφική έκταση της Ελλάδας. Παράλληλα, αναπτύσσει εναλλακτικά δίκτυα πώλησης των προϊόντων της, όπως οι υπηρεσίες Mobile and Internet Banking.

Λεπτομέρειες για το πως ασκεί το internet banking η μεγαλύτερη σε όγκο τράπεζα στην Ελλάδα βλέπουμε στον πίνακα που ακολουθεί. Αξίζει να σημειώσουμε ότι ένα από τα βασικότερα κριτήρια που μνημονεύθηκαν ανωτέρω, αυτό της ταχύτητας φόρτωσης της σελίδας, δεν πληρούται. Σε πολλές σελίδες δεν τηρείται ο κανόνας των 12 δευτερολέπτων, σε ορισμένες δε, τηρείται ο κανόνας των 4 δευτερολέπτων. Συχνά, ακόμη και η αρχική σελίδα κρίνεται «βαριά», πολύ συχνά δε, υπάρχουν σελίδες στις οποίες δεν μπορείς να πλοηγηθείς. Το αποτέλεσμα είναι ο επισκέπτης να μην θέλει να

χάσει το χρόνο του περιμένοντας και να οδηγηθεί σε ιστοθέση άλλης επιχείρησης του ίδιου κλάδου.

Από άποψη περιεχομένου η ιστοθέση της Εθνικής Τράπεζας θεωρείται απλώς ικανοποιητική αν και δεν υπάρχουν εξωτερικές συνδέσεις παρά αυτές του εγχώριου και των ξένων χρηματιστηρίων καθώς και των ιστοθέσεων των εταιρειών του ευρύτερου ομίλου. Συνδέσεις όπως είδαμε ότι περιλαμβάνουν τόσο η Τράπεζα Πειραιώς όσο και η τράπεζα Millennium δεν περιλαμβάνονται. Με τον τρόπο αυτό η Εθνική τράπεζα δε δημιουργεί στον επισκέπτη έξτρα κίνητρα για να επανέλθει στην ιστοθέση. Επιπρόσθετα, τα κείμενα της ιστοθέσης μπορούν να καταταχθούν ως κύρια και δευτερεύοντα, είναι εύκολα αναγνώσιμα. Θα μπορούσαν να θεωρηθούν ελαφρώς μακροσκελή και πάντα σε σύγκριση με τις ιστοθέσεις των δύο προηγούμενων τραπεζών αλλά σε καμία περίπτωση δεν υπερβαίνουν το όριο των δύο σελίδων. Τον πλοηγό βοηθάει η ύπαρξη μηχανής αναζήτησης με «καταράκτη» επιμέρους θεμάτων. Τέλος, από άποψη περιεχομένου, οι σελίδες της ιστοθέσης της Εθνικής ελέγχονται και αναθεωρούνται αλλά όχι τόσο συχνά όσο οι σελίδες των άλλων τραπεζών.

Αναφορικά με τη σχεδίαση της ιστοθέσης, αρχικά αναφέρουμε ότι το λογότυπο της επιχείρησης υπάρχει στην πάνω αριστερή πλευρά της αρχικής σελίδας, ισχύει ο κανόνας των τριών κλικ στις περισσότερες των περιπτώσεων, ενώ δεν προσφέρεται αυτόματα μουσική, ούτε υπάρχουν πλαίσια που κρίνονται απαγορευτικά από τη βιβλιογραφία. Οι σελίδες (όχι στο σύνολό τους) είναι σχετικά μικρές αλλά πάντως μεγαλύτερες από τις σελίδες των άλλων τραπεζών. Τον επισκέπτη επικουρούν μία γραμμή και μία στήλη πλοήγησης, τόσο στην αρχική σελίδα όσο και στις υπόλοιπες του μενού. Μάλιστα, χαρακτηριστικό είναι ότι κατά την επιλογή από το υπομενού της στήλης πλοήγησης, το επιλεγόμενο μενού καθίσταται και «ανεβαίνει» πρώτο στη λίστα της στήλης πλοήγησης, ανεξαρτήτως του που βρισκόταν όταν έγινε αρχικώς η επιλογή του. Το γεγονός αυτό διευκολύνει τον επισκέπτη που βλέπει πρώτο στη σειρά το μενού που επέλεξε και τον ενδιαφέρει. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η ανεύρεση της αρχικής σελίδας είναι εύκολη από οποιαδήποτε επόμενη σελίδα καθώς και ότι υπάρχει συνέπεια στην εμφάνιση και

αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες, ενώ τηρείται και ο κανόνας του ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα.

Ένας ακόμη τομέας όμως που η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος μέσω της ιστοθέσης της δεν έχει δώσει έμφαση αποτελεί και η διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες. Στην ιστοθέση της δεν παρουσιάζεται ευρύτερο περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας και δεν φαίνεται να υπάρχουν όλα εκείνα τα εργαλεία που μνημονεύθηκαν παραπάνω με εξαίρεση την εξατομικευμένη εξυπηρέτηση μέσω του e-banking. Εντύπωση προξένησε το γεγονός ότι δεν υπάρχει σελίδα συχνών ερωτήσεων, έρευνες πελατών, φόρουμ συζητήσεων. Θα ήταν όμως άδικο να μην σημειώσουμε ότι υπάρχουν σελίδες με πληροφορίες για την εταιρεία και για τη δραστηριοποίησή της τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά καθώς και υλικό από δελτία τύπου.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Υπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Υπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου		√	
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Υπαρξη εξωτερικών συνδέσεων		√	
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		
Υπαρξη μηχανής αναζήτησης	√		
Σχεδίαση ιστοθέσης			
Υπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	√		
Υπαρξη πεδίου “contact us / about us”	√		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		√	
Κανόνας των τριών κλικ	√		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης	√		
Διατήρηση μικρών σελίδων	√		
Απλή διάταξη σελίδων	√		

Έπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		√	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	√		
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	√		
Έπαρξη γραμμής περιήγησης	√		
Έπαρξη στήλης περιήγησης	√		
Έπαρξη πλαισίου		√	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	√		
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης	√		
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες	√		
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων		√	
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	√		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	√		
Προώθηση ιστοθέσης			
Έπαρξη συνδέσεων		√	
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		√	
Αναφορά βραβείων		√	
CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση		√	
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη		√	
Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών		√	
Έπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Έπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Έπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	

EFG Eurobank Ergasias A.E.

Ο όμιλος Eurobank EFG, μέλος του EFG Bank European Financial Group με έδρα τη Γενεύη, ιδρύθηκε το 1990 με την αρχική επωνυμία «Ευρωεπενδυτική Τράπεζα» και με στόχο την παροχή κυρίως επενδυτικών υπηρεσιών. Σήμερα, η Eurobank είναι ένας Ευρωπαϊκός οργανισμός με προσωπικό άνω των 19.000 ανθρώπων και παρέχει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του τόσο μέσα από 1.300 σημεία παρουσίας, όσο και μέσα από εναλλακτικά δίκτυα διάθεσης, όπως το e-banking. Το site της επιχείρησης διατίθεται σε δύο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά.

Από άποψη περιεχομένου, η ιστοθέση της εν λόγω τράπεζας κρίνεται ικανοποιητική. Τα κείμενα είναι εύκολα αναγνώσιμα και διαιρούμενα σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες. Η τράπεζα χωρίζει τους πελάτες της σε διάφορες κατηγορίες και το περιεχόμενό της χωρίζεται ανάλογα με τους πελάτες στους οποίους απευθύνεται. Δεν φαίνεται να υπάρχουν συνδέσεις. Αυτές περιορίζονται κυρίως σε συνδέσεις εταιρειών του ομίλου. Υπάρχει κύριο και δευτερεύον περιεχόμενο, θα λέγαμε όμως ότι η ιστοθέση επικεντρώνεται κυρίως στα προϊόντα της τράπεζας, το δε περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας αναφέρεται κυρίως στην κοινωνική ευθύνη της τράπεζας και ως εκ τούτου κρίνεται περιορισμένο. Η ιστοθέση ελέγχεται συχνά και επικαιροποιείται καθώς γίνονται προσθήκες και αφαιρέσεις συχνά.

Από άποψη σχεδίασης και ξεκινώντας από την πρώτη σελίδα η τράπεζα φαίνεται να χρησιμοποιεί εμβόλιμη σελίδα που όμως λειτουργεί όπως τη σελίδα της τραπεζικής Πειραιώς. Προσπαθεί να διευκολύνει τον επισκέπτη ώστε από την αρχή να κατατάξει τον εαυτό του ως ιδιώτη, «μικρό» ή «μεγάλο» επιχειρηματία και επενδυτή και να στρέψει το ενδιαφέρον του στις σελίδες που πραγματικά θέλει να πλοηγηθεί. Οι σελίδες διατηρούνται σχετικά μικρές και σε απλή διάταξη. Υπάρχει στήλη περιήγησης και όχι γραμμή περιήγησης. Το γεγονός όμως αυτό φαίνεται να μεγαλώνει σε αριθμό τις λίστες –

υπομενού που κρίνονται κουραστικές. Προς διευκόλυνση του επισκέπτη υπάρχει μηχανή αναζήτησης αρκετά εξυπηρετική.

Το λογότυπο της τράπεζας υπάρχει στην επάνω αριστερή γωνία κάθε σελίδας. Ο κανόνας ανοιχτόχρωμο φόντο και σκούρα γράμματα τηρείται παντού πλην της αρχικής σελίδας. Σε γενικές γραμμές τηρείται και ο κανόνας των τριών κλικ αλλά όχι πάντα. Από τις επόμενες σελίδες υπάρχει εύκολα η δυνατότητα της άμεσης επιστροφής στην αρχική σελίδα. Πλαίσια δε χρησιμοποιούνται ενώ φαίνεται να υπάρχει συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες. Από άποψη ταχύτητας, η ιστοθέση είναι επίσης ικανοποιητική καθώς τηρείται ο κανόνας των 12 και 4 δευτερολέπτων σε όλες σχεδόν τις σελίδες.

Σε αντίθεση με την ιστοσελίδα της τράπεζας Millennium δεν υπάρχει γλωσσάριο γενικότερων εννοιών. Ακόμη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι δεν υπάρχει ούτε σελίδα συχνών ερωτήσεων με όλα τα θετικά της στοιχεία για τον επισκέπτη. Θα λέγαμε λοιπόν ότι και η τράπεζα Eurobank στον τομέα CRM έχει δυνατότητες βελτίωσης καθώς δεν υπάρχει έντονη διαδραστικότητα (κάποια λιγοστά εργαλεία), δεν υπάρχουν μαρτυρίες από πελάτες, δεν υπάρχουν φόρουμ συζητήσεων ούτε έρευνες πελατών. Στον αντίποδα αυτών, υπάρχει αρκετό υλικό με πληροφορίες για την επιχείρηση καθώς και δελτία τύπου.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Έπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Έπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	√		
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Έπαρξη εξωτερικών συνδέσεων	√		
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		

Σχεδίαση ιστοθέσης			
Υπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	✓		
Υπαρξη πεδίου “contact us / about us”	✓		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		✓	
Κανόνας των τριών κλικ	✓		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης	✓		
Διατήρηση μικρών σελίδων	✓		
Απλή διάταξη σελίδων	✓		
Υπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		✓ αν και η αρχική σελίδα μοιάζει με εμβόλιμη	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	✓		
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	✓		
Υπαρξη γραμμής περιήγησης		✓	
Υπαρξη στήλης περιήγησης	✓		
Υπαρξη πλαισίου		✓	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	✓		
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης		✓	
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες		✓ όχι σε όλες τις σελίδες	
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	✓		
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	✓		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα		✓ όχι στην αρχική σελίδα	
Προώθηση ιστοθέσης			
Υπαρξη συνδέσεων		✓	
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		✓	
Αναφορά βραβείων	✓		
CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση	✓ σε υπηρεσία της ιστοθέσης		
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη		✓	

Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών		√	
Έπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Έπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Έπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	



Τράπεζα Αττικής

Η Τράπεζα Αττικής Α.Ε. ιδρύθηκε το 1925 και είναι σήμερα ένας δυναμικός χρηματοοικονομικός οργανισμός στην Ελλάδα που διαθέτει ένα αναπτυσσόμενο δίκτυο 65 καταστημάτων. Παρακολουθώντας τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται σε μια ταχύτατη αναπτυσσόμενη αγορά, ανταποκρινόμενη στις ανάγκες των πελατών της και έτοιμη να καλύψει κάθε ανάγκη τους, διευρύνει τις δραστηριότητες της σε όλους τους χρηματοοικονομικούς τομείς. Προσφέρει όλο το φάσμα των Τραπεζικών και Επενδυτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ιδιώτες, μικρομεσαίες επιχειρήσεις και μεγάλες εταιρίες.

Από άποψη περιεχομένου, η ιστοθέση της εν λόγω τράπεζας κρίνεται απλώς ικανοποιητική. Τα κείμενα είναι εύκολα αναγνώσιμα και διαιρούνται σε μικρότερες ενότητες με επικεφαλίδες που τις διαφοροποιούν μεταξύ τους. Πολλές από τις σελίδες της επιχείρησης μεταξύ των οποίων και η αρχική σελίδα είναι μεγαλύτερες συγκριτικά με το μέγεθος των σελίδων των παραπάνω τραπεζών. Συνδέσεις δεν υπάρχουν, γεγονός που αναιρεί έξτρα κίνητρα για τον επισκέπτη να παραμείνει στη ιστοθέση ή να επιστρέψει στην ιστοθέση. Υπάρχει κύριο και δευτερεύον περιεχόμενο, θα λέγαμε όμως ότι η ιστοθέση επικεντρώνεται κυρίως στα προϊόντα της τράπεζας. Περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας δε φαίνεται να υπάρχει ή αν υπάρχει αυτό κρίνεται περιορισμένο. Η ιστοθέση ελέγχεται και γίνονται συχνά αναθεωρήσεις.

Από άποψη σχεδίασης, η τράπεζα δεν χρησιμοποιεί εμβόλιμη σελίδα. Οι σελίδες διατηρούνται σχετικά μικρές και σε απλή διάταξη, αλλά όχι τόσο μικρές όσο στις ιστοθέσεις των υπολοίπων τραπεζών. Υπάρχει στήλη περιήγησης και όχι γραμμή περιήγησης. Το γεγονός όμως αυτό φαίνεται να μεγαλώνει σε αριθμό τις λίστες – υπομενού που κρίνονται κουραστικές, όπως και στην ιστοθέση της τράπεζας Eurobank. Προς διευκόλυνση του επισκέπτη υπάρχει μηχανή αναζήτησης αρκετά εξυπηρετική και σε εμφανές σημείο τόσο της αρχικής σελίδας όσο και των επομένων.

Συνεχίζοντας, το λογότυπο της τράπεζας υπάρχει στην επάνω αριστερή γωνία κάθε σελίδας. Ο κανόνας ανοιχτόχρωμο φόντο και σκούρα γράμματα τηρείται παντού πλην της στήλης πλοήγησης όπου τηρείται το αντίθετο (άσπρα γράμματα σε μπλε φόντο). Λόγω της ύπαρξης της στήλης περιήγησης φαίνεται να διευκολύνεται η εφαρμογή του κανόνα των τριών κλικ. Από όλες τις σελίδες υπάρχει εύκολα η δυνατότητα της άμεσης επιστροφής στην αρχική σελίδα. Η εμφάνιση και η αίσθηση της ιστοθέσης φαίνεται συνεπής σε όλες τις σελίδες της επιχείρησης. Από άποψη ταχύτητας, η ιστοθέση είναι επίσης ικανοποιητική καθώς τηρείται ο κανόνας των 12 και 4 δευτερολέπτων σε όλες σχεδόν τις σελίδες.

Δυνατότητες βελτίωσης φαίνεται να υπάρχουν στη διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες. Αν και υπάρχει αρκετό υλικό με πληροφορίες για την επιχείρηση, ενημέρωση για τα πεπραγμένα, η ιστοθέση δεν κρίνεται διαδραστική. Δεν υπάρχουν εργαλεία (πχ υπολογισμού δόσεων κα), δεν υπάρχει σελίδα συχνών ερωτήσεων, δεν υπάρχουν μαρτυρίες ικανοποιημένων πελατών, δεν υπάρχουν φόρουμ συζητήσεων, ούτε και έρευνες αγοράς. Θα πρέπει να υπογραμμίσουμε εδώ όμως ότι η ιστοθέση της τραπεζικής Αττικής διαθέτει e-newsletter, γεγονός που δεν εμφανίστηκε σε καμία από τις ιστοθέσεις των υπόλοιπων τραπεζών. Μέσω αυτού, ενισχύεται ο επικοινωνιακός ρόλος της επιχείρησης καθώς και η εξωστρέφειά της προς το κοινό της.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Ύπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Ύπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	√		
Ύπαρξη e-newsletter	√		
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Ύπαρξη εξωτερικών συνδέσεων		√	
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		

Σχεδίαση ιστοθέσης			
Έπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	✓		
Έπαρξη πεδίου “contact us / about us”	✓		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		✓	
Κανόνας των τριών κλικ	✓		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης	✓		
Διατήρηση μικρών σελίδων		✓	
Απλή διάταξη σελίδων	✓		
Έπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		✓	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	✓		
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	✓		
Έπαρξη γραμμής περιήγησης		✓	
Έπαρξη στήλης περιήγησης	✓		
Έπαρξη πλαισίου		✓	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	✓		
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης	✓		
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες	✓		
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	✓		
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	✓		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	✓ αλλά όχι στη στήλη περιήγησης		
Προώθηση ιστοθέσης			
Έπαρξη συνδέσεων		✓	
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		✓	
Αναφορά βραβείων		✓	
CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση	✓ σε υπηρεσία της ιστοθέσης		
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη		✓	

Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών	√ δωρεάν συναλλαγές στο e-banking		
Ύπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων		√	
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Ύπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Ύπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	



Alpha Τράπεζα Πίστewος Α.Ε.

Η Alpha Bank ιδρύθηκε το 1879 και είναι η δεύτερη σε μέγεθος Τράπεζα στην Ελλάδα. Με 652 Καταστήματα, ο Ομιλος της Alpha Bank δραστηριοποιείται και στη διεθνή τραπεζική αγορά με παρουσία στην Κύπρο και στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, καθώς επίσης και στη Νέα Υόρκη, στο Λονδίνο, στο Jersey (Channel Islands). Δραστηριοποιείται σε όλους τους τομείς της σύγχρονης τραπεζικής και μάλιστα όχι μόνο μέσω του δικτύου των καταστημάτων της αλλά και μέσω των εναλλακτικών δικτύων όπως και του internet banking.

Αναφορικά με την αξιολόγηση της επιχείρησης για την ηλεκτρονική της δραστηριοποίηση παρουσιάζουμε τα παρακάτω στοιχεία του πίνακα που ακολουθεί.

Αρχικά και αναφορικά με το περιεχόμενο της ιστοθέσης θεωρούμε ότι παρουσιάζει στοιχεία προστιθέμενης αξίας για τον πελάτη και δεν περιορίζεται σε παροχή πληροφοριών μόνο για τα προϊόντα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες από το τραπεζικό ίδρυμα. Αυτό όμως συμβαίνει σε σχετικά περιορισμένη βάση. Ακόμη, το site δεν παρουσιάζει έντονη διαδραστικότητα καθώς υπάρχουν εργαλεία για υπολογισμό δόσεων αλλά δεν υπάρχει η δυνατότητα υποβολής αίτησης ηλεκτρονικά που υπάρχει στην τράπεζα Millennium όπως είδαμε παραπάνω ή άλλης μορφής διάδρασης. Το κείμενο είναι εύκολα αναγνώσιμο, διαιρείται σε υποενότητες με σαφείς επικεφαλίδες ενώ διατηρείται ο κανόνας ανοιχτού φόντου και σκούρων γραμμμάτων. Αξίζει να σημειώσουμε εδώ ότι το περιεχόμενο της ιστοθέσης ελέγχεται. Μάλιστα, είναι η μοναδική ιστοθέση που μνημονεύει ρητά την τελευταία ενημέρωση της κάθε σελίδας.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην ιστοθέση της τράπεζας υπάρχουν χρήσιμες συνδέσεις με πολλούς εμπλεκόμενους του τραπεζικού τομέα κλάδους αλλά και με εταιρείες του ομίλου που θα λέγαμε ότι αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος. Το γεγονός

αυτό δημιουργεί από μόνο του λόγους παραμονής ή επιστροφής στην σελίδα για τον επισκέπτη.

Αναφορικά με τη σχεδίαση της ιστοθέσης αναφέρουμε ότι υπάρχει προς εξυπηρέτηση του πελάτη μόνο στήλη περιήγησης και όχι γραμμή περιήγησης. Η στήλη περιήγησης απαρτίζεται από υπομενού, αρκετά από τα οποία είναι μεγάλα σε έκταση. Η ιστοθέση δεν κάνει χρήση «φραγμού», εμβόλιμης δηλαδή αρχικής σελίδας, ούτε και πλαισίων. Τα προϊόντα – υπηρεσίες της τράπεζας εμφανίζονται με πολλούς τρόπους και η ιστοθέση διαθέτει μηχανή αναζήτησης. Πέραν αυτής, επικουρικό ρόλο αποτελούν και τρεις άλλες μηχανές αναζήτησης, μία για γρήγορη πρόσβαση που έχει την έννοια του επείγοντος, μία για υπηρεσίες που αφορούν πελάτες – ιδιώτες και μία τρίτη για υπηρεσίες που αφορούν πελάτες – επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό κάνει εξαιρετικά εύκολη την πλοήγηση του επισκέπτη που δε «χάνεται» σε πολλά επίπεδα και βρίσκει αυτό που ψάχνει εύκολα και γρήγορα.

Η ταχύτητα φόρτωσης της σελίδας είναι ικανοποιητική καθώς τηρείται ο κανόνας των 12 δευτερολέπτων για φόρτωσή της καθώς και των 4 δευτερολέπτων για φόρτωση έστω μέρους της σελίδας. Ακόμη, στην εμφάνιση και αισθητική της ιστοθέσης και των επιμέρους σελίδων της υπάρχει συνέπεια, ενώ δίδεται από παντού η δυνατότητα της εύκολης επιστροφής σε αρχική σελίδα.

Υπάρχει πεδίο βελτίωσης στον τομέα της διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες καθώς η ιστοθέση μπορεί να φιλοξενήσει φόρουμ συζητήσεων, μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες, έρευνες πελατών κ.α.

Πεδίο έρευνας	Ναι	Όχι	Μη επαρκή στοιχεία
Δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου			
Ύπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	√		
Ύπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	√		
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	√		

Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	√		
Ύπαρξη εξωτερικών συνδέσεων	√		
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	√		
Σχεδίαση ιστοθέσης			
Ύπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	√		
Ύπαρξη πεδίου “contact us / about us”	√		
Αυτόματη προσφορά μουσικής		√	
Κανόνας των τριών κλικ	√		
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης		√	
Διατήρηση μικρών σελίδων	√		
Απλή διάταξη σελίδων	√		
Ύπαρξη φραγμού – εμβόλιμης σελίδας		√	
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	√		
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος προϊόντων)	√		
Ύπαρξη γραμμής περιήγησης		√	
Ύπαρξη στήλης περιήγησης	√		
Ύπαρξη πλαισίου		√	
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	√		
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης	√ αλλά όχι σε όλες τις περιπτώσεις		
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες	√		
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	√		
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	√		
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	√		
Προώθηση ιστοθέσης			
Ύπαρξη συνδέσεων	√		
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες		√	
Αναφορά βραβείων	√		

CRM			
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση		√	
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη		√	
Υποστήριξη χρηστών	√		
Ανταμοιβή επισκεπτών		√	
Ύπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων	√ περισσότερ επικεντρωμένη στα προϊόντα		
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων	√		
Διεξαγωγή έρευνας πελατών		√	
Ύπαρξη φόρουμ συζητήσεων		√	
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	√		
Ύπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες		√	

Συγκριτικός Πίνακας Αποτελεσμάτων

Πεδίο έρευνας & Εταιρεία	Millennium	Πειραιώς	Εθνική	Eurobank	Attica	Alpha
Ύπαρξη κυρίου και δευτερεύοντος περιεχομένου	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Ύπαρξη εξατομικευμένου περιεχομένου	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Εύκολα αναγνώσιμο κείμενο	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Διαίρεση του κειμένου σε ενότητες με σαφείς επικεφαλίδες	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Ύπαρξη εξωτερικών	Ναι και μάλιστα μεγάλη ποικιλία	Ναι αλλά θα μπορούσε να	Όχι, η ιστοθέση έχει	Όχι, η ιστοθέση έχει	Όχι	Ναι περισσότερο

συνδέσεων		έχει περισσότερες	ελάχιστες συνδέσεις που αφορούν κυρίως εταιρείες του ευρύτερου ομίλου	ελάχιστες συνδέσεις που αφορούν κυρίως εταιρείες του ευρύτερου ομίλου		όμως για εταιρείες του ομίλου και λιγότερο του ευρύτερου κλάδου
Προσθήκη, αναθεώρηση και αφαίρεση περιεχομένου	Ναι	Ναι	Ναι αλλά όχι τόσο συχνά	Ναι	Ναι	Ναι Η μοναδική ιστοθέση που διαθέτει πεδίο «τελευταία ενημέρωση»
Ύπαρξη λογότυπου στην επάνω αριστερή γωνία	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Ύπαρξη πεδίου “contact us / about us”	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Αυτόματη	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι

προσφορά μουσικής						
Κανόνας των τριών κλικ	Ναι	Ναι αλλά οριακά, θα μπορούσε να βελτιωθεί σε αυτό το κομμάτι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Σημαντικό περιεχόμενο στην κορυφή της ιστοθέσης	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι Το τηρεί περισσότερο από τις λοιπές τράπεζες	Όχι
Διατήρηση μικρών σελίδων	Ναι	Ναι	Ναι αλλά μεγαλύτερες από ότι οι δύο προηγούμενες τράπεζες	Ναι	Όχι	Ναι
Απλή διάταξη σελίδων	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

Υπαρξη εμβόλιμης σελίδας	Όχι	Η αρχική σελίδα μοιάζει με εμβόλιμη σελίδα, βοηθά όμως τον επισκέπτη να επικεντρώσει το ενδιαφέρον του εκεί που θέλει	Όχι	Η αρχική σελίδα μοιάζει με εμβόλιμη σελίδα, βοηθά όμως τον επισκέπτη να επικεντρώσει το ενδιαφέρον του εκεί που θέλει	Όχι	Όχι
Εμφάνιση προϊόντων κατά πολλούς τρόπους (με βάση την τιμή, το μοντέλο, αλφαβητικά κ.α.)	Ναι	Ναι θα μπορούσε όμως η ιστοθέση να είναι περισσότερο «προϊοντική»	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι
Εύκολη εύρεση κύριου περιεχομένου (πχ κατάλογος	Ναι	Ναι οριακά	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι Υπάρχουν πέραν της μηχανής αναζήτησης

προϊόντων)	υπάρχουν τρεις καταράκτες ιδιαίτερα εξυπηρετικοί					
Υπαρξη γραμμής περιήγησης	Ναι	Ναι στην αρχική σελίδα	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι
Υπαρξη στήλης περιήγησης	Ναι	Στις σελίδες των μενού της γραμμής πλοήγησης	Ναι με έξτρα δυνατότητες	Ναι	Ναι	Ναι
Υπαρξη πλαισίου	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Αρχική σελίδα εύκολη στην εύρεση	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Μικρές λίστες - μενού των βοηθημάτων περιήγησης	Ναι	Δεν υπάρχουν λίστες παρά μόνο αν επιλέξει κανείς το μενού από τη γραμμή	Ναι	Όχι επειδή υπάρχει μόνο στήλη και όχι γραμμή περιήγησης	Όχι επειδή υπάρχει μόνο στήλη και όχι γραμμή περιήγησης	Όχι επειδή υπάρχει μόνο στήλη και όχι γραμμή περιήγησης

		περιήγησης (σε επόμενη σελίδα)					
Συνέπεια στην εμφάνιση και αίσθηση της ιστοθέσης σε όλες τις σελίδες	Ναι	Ναι αν και δεν τηρείται ο κανόνας ανοιχτού φόντου σκούρων γραμμμάτων παντού	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Ταχύτητα : Κανόνας των 12 δευτερολέπτων	Ναι	Ναι	Όχι, υπάρχουν σελίδες που δε φορτώνουν γρήγορα ή και ποτέ	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Ταχύτητα : Κανόνας των 4 δευτερολέπτων	Ναι	Ναι	Όχι, υπάρχουν σελίδες που δε φορτώνουν γρήγορα ώστε	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

	να δείχνουν έστω κάτι					
Χρήση ανοιχτόχρωμου φόντου με σκούρα γράμματα	Ναι	Ναι εκτός από την αρχική σελίδα	Ναι	Ναι εκτός από την αρχική σελίδα	Ναι εκτός από τη στήλη περιήγησης	Ναι
Ύπαρξη συνδέσεων	Ναι α	Ναι λιγοστών	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι
Μαρτυρίες από ικανοποιημένους πελάτες	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Αναφορά βραβείων	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι
Δυνατότητα εγγραφής στην ιστοθέση	Ναι σε υπηρεσία της ιστοθέσης	Όχι	Όχι	Ναι σε υπηρεσία της ιστοθέσης	Όχι	Όχι
Εξατομίκευση της εμπειρίας του χρήστη	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Υποστήριξη	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

χρηστών						
Ανταμοιβή επισκεπτών	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι Η μοναδική ιστοθέση που διαφημίζει «δωρεάν συναλλαγές μέσω του e- banking	Όχι
Ύπαρξη σελίδας συχνών ερωτήσεων	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι αλλά επικεντρωμένη σε ερωτήσεις για τα προϊόντα της μόνο
Γρήγορη φόρτωση σελίδας συχνών ερωτήσεων	Ναι Η μοναδική τράπεζα που έχει μεγάλη κατηγοριοποιημένη λίστα καθώς και γλωσσάριο	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι

Διεξαγωγή έρευνας πελατών	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Υπαρξη φόρουμ συζητήσεων	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
Σύνδεση με πληροφορίες για την εταιρεία	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
Υπαρξη μαρτυρίας από πιστούς πελάτες	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως διαφαίνεται κυρίως από τον συγκεντρωτικό παραπάνω πίνακα αξιολόγησης που παρουσιάζεται με όρους σύγκρισης για τα έξι πιστωτικά ιδρύματα και τις ιστοθέσεις τους, οι τράπεζες εφαρμόζουν σε γενικές γραμμές τις ίδιες πάνω κάτω πρακτικές. Θα προσπαθήσουμε εδώ να δούμε που ειδικότερα διαφέρουν και που υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.

Έτσι, από άποψη περιεχομένου, δημιουργίας και διαχείρισης αυτού οι περισσότερες ιστοθέσεις έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά. Σημαντικές διαφορές υπάρχουν αναφορικά με την ύπαρξη ή μη εξωτερικών συνδέσεων. Βλέπουμε λοιπόν ότι υπάρχουν ιστοθέσεις όπως αυτή της Millennium bank που φιλοξενεί πολλές συνδέσεις του ευρύτερου οικονομικού και τραπεζικού κλάδου και δημιουργεί έτσι με τον τρόπο αυτό έξτρα κίνητρα για τους πελάτες ώστε να παραμείνουν και ειδικότερα να ξαναεπισκεφθούν την ιστοσελίδα της. Το ίδιο κάνει και η Alpha bank.

Από άποψη σχεδίασης της ιστοθέσης παρατηρούμε κοινές πρακτικές στις τράπεζες τουλάχιστον στα βασικά πεδία όπως τοποθέτηση λογοτύπου, γραμμές και στήλες περιήγησης, χρώμα φόντου και γραμμάτων κ.α. Θα αναφέρουμε εδώ μόνο την ύπαρξη (κατά μία έννοια) εμβόλιμης σελίδας στις Τράπεζες της Πειραιώς και της Eurobank. Αν και θα ανέμενε κανείς ότι θα ήταν ιδιαίτερα αποκρουστικές για τον πελάτη, εντούτοις βοηθούν τον επισκέπτη να κατευθυνθεί εκεί που επιθυμεί, κατηγοριοποιώντας τον εαυτό του ως πελάτη – ιδιώτη, πελάτη – μικροεπιχειρηματία, πελάτη – μεγαλοεπιχειρηματία.

Από άποψη προώθησης της ιστοθέσης, πρέπει να τονίσουμε ότι :

- Καμία τράπεζα δεν έχει στην ιστοθέση της πεδίο που να αναφέρει μαρτυρίες ικανοποιημένων πελατών. Στο σημείο αυτό συνεπώς υπάρχει περιθώριο βελτίωσης.

- Οι μισές τράπεζες αναφέρουν για βραβεία που έχουν λάβει. Οι άλλες μισές ή δεν έχουν λάβει βραβεία ή έχουν λησμονήσει να τα αναφέρουν στην ιστοθέση τους. Αν συμβαίνει το δεύτερο υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης

Το μεγαλύτερο δε περιθώριο βελτίωσης υπάρχει στον τομέα του διαδικτυακού CRM. Υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης συστημάτων διαδραστικότητας με τους πελάτες κυρίως μέσω της ανάπτυξης εργαλείων, ηλεκτρονικών αιτήσεων κ.α. Ακόμη, η διεξαγωγή έρευνας αγοράς για τις τράπεζες μέσω των σελίδων τους, η ανάπτυξη ομαδικών συζητήσεων ή φόρουμ συζητήσεων καθώς και οι μαρτυρίες πιστών και αφοσιωμένων πελατών θα συνδράμουν στην ανάπτυξη συστημάτων διαχείρισης των σχέσεων των πελατών και κατ' επέκταση θα προωθηθεί η πιστότητα των πελατών. Σελίδα συχνών ερωτήσεων δεν υπάρχει από τις παραπάνω επιχειρήσεις, με εξαίρεση την τράπεζα Millennium και Alpha. Άρα και εδώ υπάρχει δυνατότητα βελτίωσης. Τέλος, για την αύξηση των χρηστών των υπηρεσιών e-banking θα πρέπει να δοθούν από τις τράπεζες κίνητρα και ανταμοιβές, που αυτή τη στιγμή εφαρμόζει μόνο η τράπεζα Αττικής.

Ας μην ξεχνάμε τέλος ότι θα απαιτηθεί χρόνος έως ότου η ηλεκτρονική τραπεζική λάβει απολύτως μαζικό χαρακτήρα, ωστόσο όπως αναφέρθηκε και στην αρχή, η ένταξη στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις. Οι χρήστες χρόνο με το χρόνο ωριμάζουν. Οι εταιρείες χρόνο με το χρόνο βελτιώνονται. Ο συνδυασμός των δύο αυτών παραμέτρων δύναται να εμφανίσει εκπλήξεις στο μέλλον της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ας αναμείνουμε λοιπόν να τις δούμε.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Turban, E. David King, Denniw Viehland, Jae Lee (2006), “Electronic Commerce A Managerial Perspective”, Prentice Hall
2. Laudon, K.C., Laudon J.P. (2006), “Management Information Systems: Managing the digital firm” 9th ed., Prentice Hall

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

<http://www.millenniumbank.gr/>

<http://www.piraeusbank.gr/>

<http://www.nbg.gr/>

<http://www.eurobank.gr/>

<http://www.atticabank.gr/>

<http://www.alphabank.gr>

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ

Εικόνα 1 : Η ιστοθέση της Τράπεζας Millenniumbank A.E.

Millennium
bank

Τετάρτη, 6 Ιουνίου 2007

Home

Ιδιώτες

Επιχειρήσεις

Factoring

Private

Επενδύσεις

English | Site map | Καταστήματα | Επικοινωνία

υπηρεσίες και λύσεις

Millennium bank

Η Τράπεζα

Οικονομικά Στοιχεία

Ανθρώπινο Δυναμικό

Εναλλακτικά Δίκτυα

Κέντρο Ενημέρωσης

Εργαλεία

Καταστήματα / ATM

Online Αιτήσεις

Υπολογιστές

IBAN / BIC

Συχνές Ερωτήσεις

Γλωσσάριο

Χρήσιμες Διευθύνσεις

Όμιλος Millennium bcp

Millennium bcp

Millennium bank (Poland)

Millennium bcpbank

Millennium bank (Turkey)

Millennium bim

Millennium Angola

ΑΜΕΤΡΗΤΑ ΟΠΕΡΑ

ΑΜΕΤΡΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΧΕΙΣ

Στη Millennium bank, έμπνευσή μας είναι η κάθε σας στιγμή!

Millennium bank

Η ΖΩΗ ΜΑΣ ΕΜΠΝΕΙ

e-banking

Ιδιώτες

Επιχειρήσεις

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ "ΚΕΡΔΟΣ"

Τώρα, η Millennium bank σας φέρνει πιο κοντά σε όλα όσα θέλετε να αποκτήσετε με το νέο καταναλωτικό δάνειο «Κέρδος», το μόνο δάνειο που σας κάνει δώρο τους τόκους μιας ολόκληρης χρονιάς!

Ισχύει και για μεταφορά καταναλωτικών δανείων και πιστωτικών καρτών από άλλες τράπεζες!

Η προσφορά ισχύει για αιτήσεις από 25/04/2007 έως 29/06/2007.

ΜΑΘΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ

ΑΠΟΚΤΗΣΤΕ ΧΩΡΙΣ ΕΜΠΟΔΙΑ ΟΛΑ ΟΣΑ ΟΠΕΙΡΕΥΕΣΤΕ!

Millennium bank

Η ΖΩΗ ΜΑΣ ΕΜΠΝΕΙ

ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

«ΕΙΝΑΙ ΟΡΑΙΟ ΝΑ ΕΧΕΙΣ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΟΥ ΣΠΙΤΙ»

ΚΑΤΑΒΕΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ



Δείκτες

Μονάδες

Δ.%

Σύμβολο

Κλείσιμο

Δ.%

FTSE	2.601,62	-0,78	DJ-INDS	13.595,46	-0,59
FTSEM	6.170,77	-1,06	FFT-DAX	7.919,83	-0,71
FTSES	1.082,41	-0,94	FTSE100	6.632,80	-0,47
FTSEA	5.934,65	-0,84	HANG	20.842,15	0,54
GA	4.852,41	-0,94	NAS	2.611,23	-0,27
			NIKKEI	18.053,81	0,45
			PAR-CAC	6.078,54	-0,77

Νέα - Δελτία Τύπου

Δελτίο Τύπου 02/05/2007 [περισσότερα >](#)

Καρδίστα...αγοράζοντας με MasterCard! [περισσότερα >](#)

Αυξήστε τα χρήματά σας με ασφάλεια [περισσότερα >](#)

Διαγωνισμός MasterCard UEFA Champions League [περισσότερα >](#)

Millennium Προορισμοί - Πασχαλινές Διακοπές [περισσότερα >](#)

Εκτύπωση σελίδας

Υπόσχεση Εχεμύθειας | Νομικοί Όροι | Ασφάλεια | Newsletter | Bookmark page | Set as Homepage | Forward Link

© Millennium bank all rights reserved

designed & developed by PROFILE Business Solutions

Εικόνα 2 : Η ιστοθέση της Τράπεζας Πειραιώς Α.Ε.



Εικόνα 3: Η ιστοθέση της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος Α.Ε.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

TE 6/6/2007



[Η ΤΡΑΠΕΖΑ](#)
[ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ/
ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ](#)
[INVESTOR
RELATIONS](#)
[TREASURY](#)
[ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ
ΓΙΑΡΟΥΣΙΑ](#)
[ENGLISH](#)

→ [Ιδιώτες](#)

→ [Private
Banking](#)

→ [Μικρομεσαίες
Επιχειρήσεις](#)

→ [Μεγάλες
Επιχειρήσεις](#)

→ [Project Finance](#)

→ [Financial
Institutions
Services](#)

→ [Μορφωτικό
Τμήμα](#)

→ [Ιστορικό
Αρχείο](#)

→ [Εκπαιδευτικό
Κέντρο](#)



Φροντίζω
Επενδυτικό πρόγραμμα για παιδιά.



Επιχειρηματικό Πολυδάνειο "ΑΝΑΠΤΥΞΗ"
Με επιτόκιο από 5,25% και δάνεια με την
εγγύηση και την επιδότηση του ΤΕΜΠΜΕ, με
επιτόκιο από 1,75%.



ESTIA 3,25
Νέο στεγαστικό δάνειο με σταθερό επιτόκιο για
4 ή 6 χρόνια και με 3,25% τον πρώτο χρόνο!



ΑΜΕΣΩΣ
Επαγγελματικό δάνειο ΑΜΕΣΩΣ χωρίς
εγγυήσεις, με έγκριση και εκταμίευση
αυθημερόν...



Άρση Βαρών
Πρόγραμμα μεταφοράς οφειλών. Για να
ξενοιάσετε μια και καλή από τα περιττά βάρη...

→ [Εθνική Τράπεζα και Γ' Κ.Π.Σ.
URBAN II 2000-2006](#)



Ηλεκτρονικός Κλειδάριθμος
Ο καλύτερος συνδυασμός υψηλού επιπέδου ασφάλειας και
ευκολίας χρήσης στις ηλεκτρονικές συναλλαγές σας.

Internet Banking
Τώρα, μπορείτε γρήγορα και εύκολα, μέσω του Internet
Banking, να ενημερώνεστε για τα στεγαστικά, καταναλωτικά
και επαγγελματικά σας δάνεια!

Πωλήσεις Ακινήτων
Εκμεταλλευθείτε τις ευκαιρίες σε ελκυστικές τιμές!

:: [Αναζήτηση](#)

:: [Online Υπηρεσίες](#)

e - Banking

- [είσοδος](#)
- [βοήθεια](#)

:: [Ηλεκτρονική
Εξυπηρέτηση](#)



Auto Fast Credit



Business Fast Credit

:: [Εργαλεία](#)



Υπολογισμοί



Επιτόκια



**Δελτίο Τιμών
Συναλλάγματος**



**Τιμολόγιο Βασικών
Εργασιών**

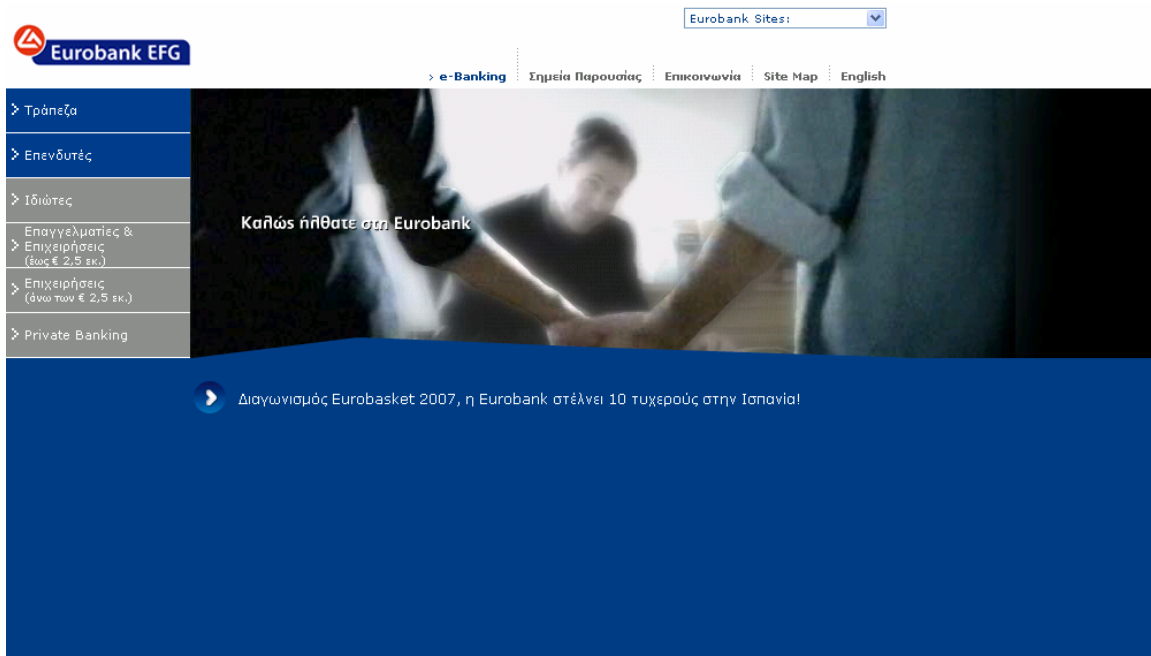


IBAN

© 2003-2007, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

[Site map](#)
[Όροι Χρήσης](#)
[Προστασία Προσωπικών Δεδομένων](#)

Εικόνα 4: Η ιστοθέση της τράπεζας Eurobank Ergasias A.E.



Εικόνα 5 : Η ιστοθέση της Τράπεζας Αττικής Α.Ε.



Ένα βήμα μπροστά

"Γνωρίζουμε τι σημαίνει ταχύτητα στις συναλλαγές"



Τετάρτη 6 Ιουνίου 2007



Προϊόντα Μελών
Τ.Σ.Μ.Ε.Δ.Ε.-Τ.Ε.Ε.

Οικοδομήστε την ευκολία σας με προϊόντα της Attica Bank. Στεγαστικά Δάνεια, Καταναλωτικά Δάνεια και Πιστωτικές Κάρτες, ειδικά σχεδιασμένα για τα μέλη του ΤΣΜΕΔΕ-ΤΕΕ

[περισσότερα >](#)

Η Τράπεζα
Δύσεις για Ιδιώτες
Δύσεις για Επιχειρήσεις
Επενδυτικά Προϊόντα
Ενημέρωση Επενδυτών
Επιτόκια
Γ.Κ.Π.Σ.
Νέες Θέσεις Εργασίας
Επικοινωνία
IBAN
Όροι συναλλαγών
Όροι χρήσης
Δελτία Τύπου
Newsletter

Δίκτυο Εξυπηρέτησης
ΑΤΙΚΗ
Θεσσαλονίκη
Υπόλοιπη Ελλάδα
Εξωτερικά ΑΤΜ

Αναζήτηση EN

Δωρεάν Συναλλαγές στο e-banking

Μέχρι 31/12/2007, πραγματοποιήστε ΔΩΡΕΑΝ όλες τις συναλλαγές σας μέσω e-banking γρήγορα και με ασφάλεια.

[μάθετε περισσότερα >](#)

Προνομιακός Τρεχούμενος Λογαριασμός Καταθέσεων

Νέα Επιτόκια, Νέα Πλεονεκτήματα για ιδιώτες και επαγγελματίες.

[μάθετε περισσότερα >](#)

Νέα & Ανακοινώσεις

[Ανακοίνωση Αύξησης Μετοχικού Κεφαλαίου 29/05/2007 - 12/06/2007](#)

[περισσότερα >](#)

Attica MultiΜεταφορά

Στην Attica Bank γνωρίζουμε τι σημαίνει να έχετε τακτοποιημένα τα οικονομικά σου για αυτό δημιουργήσαμε το νέο καταναλωτικό δάνειο Attica MultiΜεταφορά.

[μάθετε περισσότερα >](#) [κάντε αίτηση >](#)

Στεγαστικά Δάνεια

Νέα σειρά στεγαστικών δανείων, με ιδιαίτερα ανταγωνιστικά επιτόκια για να αποκτήσετε το δικό σας σπίτι, να το ανακαινίσετε ή να μεταφέρετε το δάνειό σας από άλλη Τράπεζα

[μάθετε περισσότερα >](#)

Attica Gift Card Visa

Η πρώτη προπληρωμένη κάρτα VISA στην Ελλάδα, είναι γεγονός! Ιδανικό και ξεχωριστό δώρο για εσάς και τα αγαπημένα σας πρόσωπα



[μάθετε περισσότερα >](#) [κάντε αίτηση >](#)

Attica Smart

Μετατρέψτε το ακίνητό σας σε ισχυρή κινητήριο δύναμη για την υλοποίηση των μελλοντικών σας κινήσεων, με ιδιαίτερα ευνοϊκούς όρους αποπληρωμής

[μάθετε περισσότερα >](#) [κάντε αίτηση >](#)

Γραμμή Εξυπηρέτησης Πελατών: **801-11-00008**

[Sitemap](#) [Όροι συναλλαγών](#) [Προσωπικά Δεδομένα](#)

[Επικοινωνία](#) [IBAN](#) [Όροι χρήσης](#)

© Copyright 2006 ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε. Created and Hosted by [FORTHnet eBusiness Services](#) - Powered by 

Εικόνα 6 : Η ιστοθέση της Alphabank Α.Ε.


ALPHA BANK

[Επικοινωνία](#)
[Βοήθεια](#)
[Δομή σελίδων](#)
[ENGLISH](#)
[Ανοζήτηση](#)

Αξιοπιστία, συνέπεια και ταχύτητα στην τραπεζική εξυπηρέτηση. Πίστη, αφοσίωση και όραμα.

Γρήγορη πρόσβαση

Ιδιώτες

Επιχειρήσεις

Alpha Bank

Ο Όμιλος

Πληροφόρηση Επενδυτών

Γραφείο Τύπου

Οικονομικές Αναλύσεις

Ευκαιρίες Σταδιοδρομίας

Alpha Bank Νέα

Κοινωνική Ευθύνη



Μαζί, ο αθλητισμός είναι γιορτή

Alpha Web Banking

... για Ιδιώτες

... για Επιχειρήσεις

Συναλλαγές ALPHATRADE

Απολογισμός Δραστηριοτήτων 2006

Τιμή μετοχής € 23,18

06 Ιουν 2007 16:30

Καταστήματα διευρυμένου ωραρίου

Αποτελέσματα Α' τριμήνου 2007 - Καθαρά Κέρδη Ευρώ 256 εκατ. (+70%)

Επενδυτική Ημερίδα "Alpha Bank: Agenda 2010 Revisited"

Γαλάζιες Σημαίες 2007



Νέο Καταναλωτικό Δάνειο

Νέο Alpha Plus!

Το Plus στις επενδύσεις σας



Πρόγραμμα Bonus



Εξασφαλίστε σταθερότητα στη δόση του στεγαστικού σας δανείου



Τελευταία ενημέρωση 6/6/2007