

Κέντρο Στήριξης
Επιχειρηματικότητας

ΣΥ.Δ.Ν.Α.

Συνδέσμου Δήμων Νότιας Αττικής

Ψηφιακό μάρκετινγκ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Το παρόν: Digital Marketing 2.0

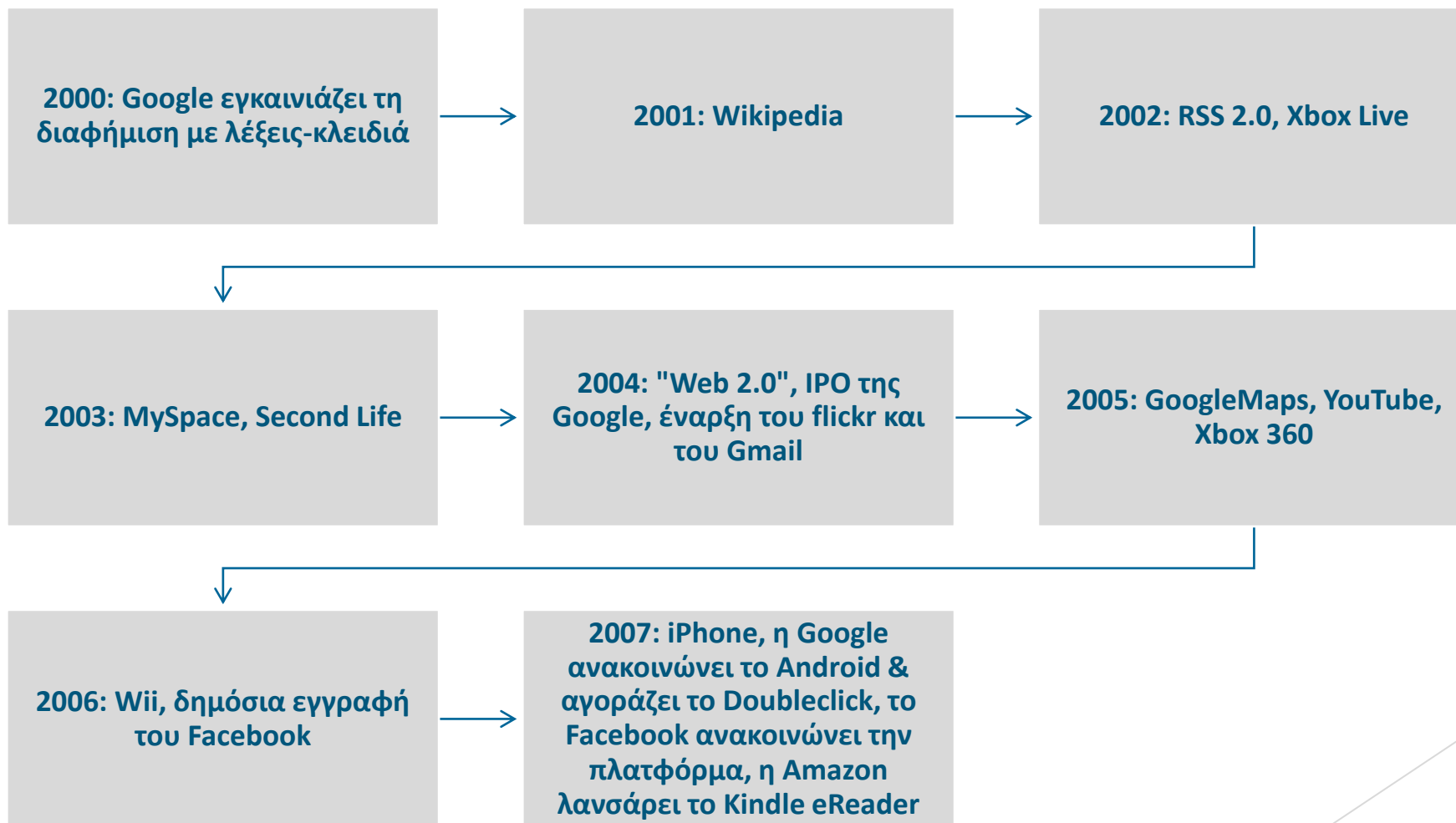
Τι συμβαίνει;
Ποιος ευημερεί;



Τι είναι το marketing 2.0?

web services mobile VoIP call centres
mash-ups rich media
widgets m-this
POD file-sharing AdWords IP-that
eCRM playlists tags integration
video API Social networks WiFi
wireless IPTV RSS
GPS 3G targeted banners
VOiP virtual worlds
WIKI Broadband
blogs AI search

Web 2.0: The Highs & Lows



Τι είναι το Mobile 2.0?

“Διάβασε/Γράψε”



Τι είναι το Web 2.0?

Ομιλία + Κείμενο + Web + Πολυμέσα +
Εφαρμογές



= Κινητές Συσκευές

Τι είναι το κοινωνικό πλέγμα 2.0?

Ένας βαθμός διαχωρισμού



= Είμαστε όλοι ένα κλικ μακριά

Τι είναι η διαφήμιση 2.0?

Στόχευση με βάση τα συμφραζόμενα και τη συμπεριφορά



= Συνάφεια διαφήμισης

Τι είναι το Shopping 2.0?

Αξιολογήσεις Πελατών, Κριτικές & Συστάσεις



The Code of the Road



▶ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

- ▶ Ο κόσμος θέλει cool πράγματα



▶ ΠΡΟΣΒΑΣΗ

- ▶ Κάνε εύκολο το να σε βρουν



▶ ΟΡΡΕΝΕΣΣ

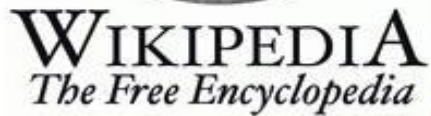
- ▶ Κάνε τους ξεκάθαρο τι προσφέρεις



▶ ΕΛΕΓΧΟΣ

- ▶ Αφήστε τους να παίξουν με αυτό

The Thrivers: bits



Enough Already

Το web 2.0 αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο κάνουμε τα πάντα!

Shop **Travel** **Watch**
Find **Date** **Bank**
Work **Stay up to date** **Learn**
Meet **Communicate**
Search **Interact**
entertain **Play**
Listen **Evaluate** **Find info**

Μαθήματα που Διδάχτηκαν

- Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο
- Οι πελάτες σου είναι η μάρκα σου
- Οι πελάτες αναμένουν επιλογές και έλεγχο
- Η WOM/eWOM είναι η καλύτερη μορφή διαφήμισης

Το μέλλον: Marketing 3.0

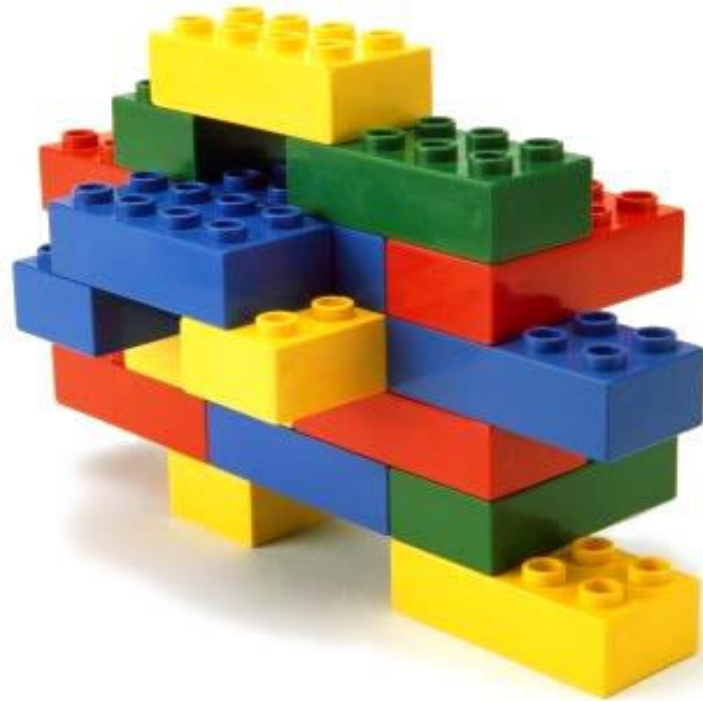
Πού πηγαίνει?
Ποιος ηγείται?



Marketing 3.0?



"Ανάγνωση/Εγγραφή/Εκτέλεση"



= Ο πελάτης προσαρμόζει

Mobile 3.0?

Όλος ο κόσμος στα
χέρια μου

=

Η συσκευή μου είμαι
εγώ



Μηδέν βαθμοί διαχωρισμού

=

Είμαι το κέντρο του σύμπαντός μου

Mobile 3.0?

Προσωπική
στόχευση

=

I am my media

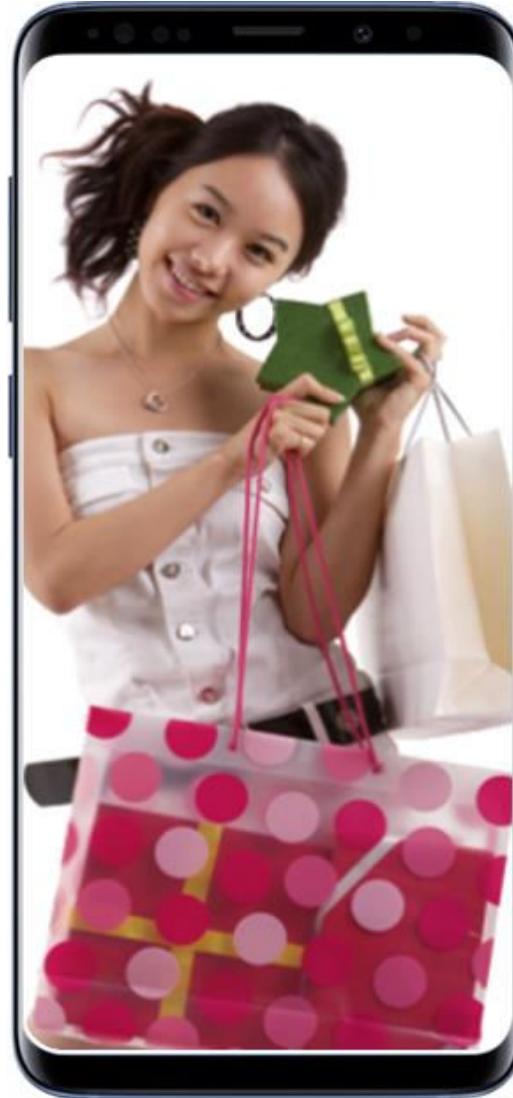


Shopping 3.0?

Προνομακή
Προσωπική
Αγοραστική Δύναμη

=

Ατομικό mCommerce /
Social Commerce



The Drivers: Leading the Pack



Πώς να προχωρήσεις μπροστά



Πελατοκεντρικότητα και άλλες επιχειρηματικές λογικές

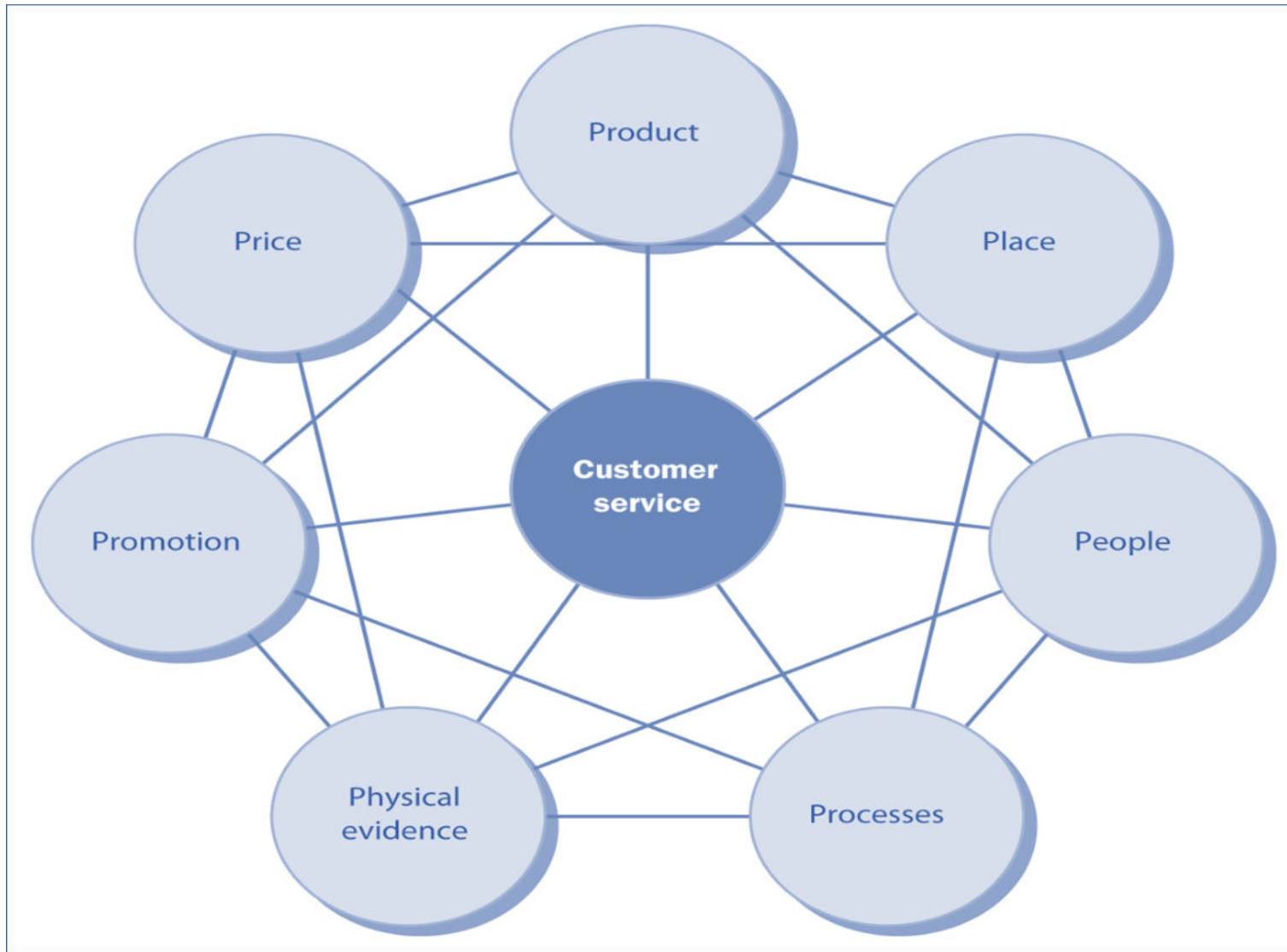
1. Οι επιχειρήσεις με προσανατολισμό στο προϊόν πιστεύουν ότι οι πελάτες επιλέγουν προϊόντα με βάση την καλύτερη ποιότητα, απόδοση, σχεδιασμό ή χαρακτηριστικά του προϊόντος.
2. Οι επιχειρήσεις που προσανατολίζονται στην παραγωγή πιστεύουν ότι οι πελάτες επιλέγουν προϊόντα με βάση τις χαμηλές τιμές.
3. Οι επιχειρήσεις που προσανατολίζονται στις πωλήσεις κάνουν την υπόθεση ότι αν επενδύσουν αρκετά στη διαφήμιση, την πώληση, τις δημόσιες σχέσεις (PR) και την προώθηση των πωλήσεων, οι πελάτες θα πειστούν να αγοράσουν.
4. Μια εταιρεία προσανατολισμένη στον πελάτη ή στην αγορά μοιράζεται ένα σύνολο πεποιθήσεων σχετικά με το να βάζει τον πελάτη στην πρώτη θέση. Συλλέγει, διαδίδει και χρησιμοποιεί πληροφορίες από τους πελάτες και τον ανταγωνισμό για να αναπτύξει προσεγμένες προτάσεις στους πελάτες της. Μια πελατοκεντρική επιχείρηση είναι μια επιχείρηση που μαθαίνει και προσαρμόζεται συνεχώς στις απαιτήσεις των πελατών καθώς και στις συνθήκες του ανταγωνισμού.

Οι ρίζες της Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)

Ο ρόλος της τεχνολογίας:

- Αν και πολλοί πιστεύουν ότι το CRM είναι συνώνυμο του λογισμικού, η στρατηγική για τους πελάτες περιλαμβάνει αναλυτικές και λειτουργικές διαδικασίες.
- Οι τεχνολογικές εξελίξεις στη διαδραστικότητα, όπως το Διαδίκτυο, οι τεχνολογίες κινητής τηλεφωνίας και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν συμβάλλει στην ανάπτυξη των δυνατοτήτων του CRM, αλλά η τεχνολογία αυτή αποτελεί μέσο διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες και όχι αυτοσκοπό.

Εξυπηρέτηση πελατών και το μείγμα μάρκετινγκ





Χρήσιμες Πρακτικές για μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Πως να τις αξιοποιήσεις
αποτελεσματικά

SEO

**Audit, Research, Optimize and
establish authority**



Οι μηχανές αναζήτησης πρέπει να
βρίσκουν τις πιο σχετικές, χρήσιμες,
αξιόπιστες απαντήσεις

Στέλνουν αράχνες που “σέρνονται” στον ιστό ψάχνοντας για αυτό το
περιεχόμενο

Από αυτά τα δεδομένα, δημιουργούν
μια λίστα αποτελεσμάτων.

Κατατάσσουν τα αποτελέσματα με βάση τη δημοτικότητα και την
αυθεντία των ιστότοπων.

Ο ΣΤΟΧΟΣ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΣΤΕ ΣΤΑ ΠΡΩΤΑ ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Τα 5 πρώτα οργανικά αποτελέσματα αντιπροσωπεύουν το 70%
όλων των κλικ, συμπεριλαμβανομένων των πληρωμένων
διαφημίσεων.**

Το 2022 υπάρχουν περισσότεροι από 200 παράγοντες κατάταξης που χρησιμοποιούν οι μηχανές αναζήτησης για να καθορίσουν τη λίστα των αποτελεσμάτων για οποιονδήποτε όρο αναζήτησης.

Αν μια μηχανή αναζήτησης ήταν άνθρωπος, θα "σκεφτόταν" κάπως έτσι

Πρέπει να καταλάβω τι μου ζητάει αυτό το άτομο

Είναι οι σελίδες αυτές από αξιόπιστους, έγκυρους ιστότοπους
PageRank, Authority, Backlinks

01

Ποιες σελίδες γνωρίζω που απαντούν σε αυτό το ερώτημα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο
Keywords, Technical SEO, On Page SEO

02

Με ποια σειρά εμφανίζω τα σχετικά αποτελέσματα
Search Engine ranking factors

03

Πλεονεκτήματα του SEO

Το SEO βελτιώνει την εμπειρία χρήστη της ιστοσελίδας σας

- Η Google παρακολουθεί διαρκώς τη συμπεριφορά των χρηστών, συμπεριλαμβανομένου του χρόνου παραμονής σε μια σελίδα ή έναν ιστότοπο, του ποσοστού αναπήδησης κ.λπ. για να αποφασίσει αν είχαν καλή εμπειρία κατά την επίσκεψή τους σε έναν ιστότοπο. Αυτός είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες κατάταξης της Google στο SEO και δεν μπορεί να αγνοηθεί.

Το SEO αυξάνει την ορατότητα της μάρκας

- Το SEO σας βοηθά να δημιουργήσετε συνεχή διαδικτυακή φήμη γύρω από το εμπορικό σήμα σας, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στην προώθηση της ανάκλησης του εμπορικού σήματος. Με το SEO, μπορείτε να δημιουργήσετε μια οριστική, ξεχωριστή φωνή μάρκας που θα σας βοηθήσει να συνδεθείτε με τη δημογραφική ομάδα χρηστών που έχετε στο μυαλό σας.

Δημιουργεί αξιοπιστία και εμπιστοσύνη της μάρκας

- Το SEO βοηθά στην εδραίωση της αυθεντίας του ιστότοπού σας μέσω διαφόρων πρακτικών, όπως η απόκτηση backlinks από άλλους αξιόπιστους ιστότοπους στον τομέα σας.
- Το SEO βοηθά στην επίτευξη όλων αυτών των στόχων, ενώ παράλληλα κάνει θαύματα για την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη της μάρκας σας.

Το SEO είναι η μεγαλύτερη πηγή επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας

- Το SEO είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους για να εμπλακείτε στο inbound marketing. Όταν οι χρήστες αναζητούν κάτι που σχετίζεται με τη θέση, τον τομέα ή τον κλάδο σας, γνωρίζουν τι θέλουν και αναζητούν ενεργά πληροφορίες/οδηγίες. Το SEO συμβάλλει στη στόχευση μιας συγκεκριμένης δημογραφικής ομάδας και φέρνει ποιοτική επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας, ενώ δεν είναι παρεμβατικό. Το SEO είναι πολύ πελατοκεντρικό και μπορεί να σας βοηθήσει να στοχεύσετε ένα συγκεκριμένο τμήμα ανθρώπων στο διαδίκτυο.

Το SEO σας παρέχει εξαιρετικές πληροφορίες

- Το SEO σας δίνει εξαιρετικές πληροφορίες για τους πελάτες σας ενώ μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Google Keyword Planner για να μάθετε τις λέξεις-κλειδιά που είναι πιο σχετικές με την επιχείρησή σας ή τη θέση σας, το Google Analytics θα σας πει πολλά για τη συμπεριφορά περιήγησης των χρηστών, τα ενδιαφέροντά τους κ.λπ.
- Αυτό θα σας βοηθήσει όχι μόνο να σχεδιάσετε τη στρατηγική SEO σας αλλά και να διορθώσετε την πορεία σας σε περίπτωση που δείτε νέες τάσεις στη συμπεριφορά των χρηστών

Πλεονεκτήματα του SEO

Το SEO δεν περιλαμβάνει πληρωμένες διαφημίσεις

- χαμηλό συνολικό κόστος είναι ένα από τα μεγαλύτερα οφέλη του SEO. Το SEO χρειάζεται μόνο μια εφάπαξ επένδυση σε ανθρώπινους πόρους και μπορεί να παράγει μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.

Το SEO σας βοηθά να προσελκύσετε τοπικούς πελάτες

- Η τοπική αναζήτηση επικεντρώνεται σε γεωγραφικές αναζητήσεις και καταχωρίσεις τοπικών επιχειρήσεων. Οι ευνοϊκότερες κριτικές τοπικών χρηστών στο Google κλπ. μπορούν να σας βοηθήσουν να προσελκύσετε τοπικούς πελάτες. Και αν παίξετε σωστά τα χαρτιά σας στο τοπικό SEO, μπορείτε να στοχεύσετε σε άτομα με συγκεκριμένο ταχυδρομικό κώδικα, πόλη ή ακόμη και πολιτεία.

Το SEO βοηθά σε υψηλό ROI και μετατροπές

- Το SEO αντιπροσωπεύει ένα μεγάλο μέρος της επισκεψιμότητας ενός ιστότοπου, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί να υπάρξουν περισσότερες μετατροπές. Είτε θέλετε να κάνετε τους επισκέπτες του ιστότοπού σας να προβούν σε αγορά, να εγγραφούν στο ενημερωτικό σας δελτίο είτε να μοιραστούν το περιεχόμενό σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το SEO ανοίγει το δρόμο για όλα αυτά. Καθώς το SEO είναι φθηνότερο από άλλες μεθόδους ψηφιακού μάρκετινγκ και προσελκύει την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα του ιστότοπου, η απόδοση της επένδυσής του είναι επίσης σημαντική.

Το SEO είναι μια μακροπρόθεσμη στρατηγική

- Αυτό είναι ένα από τα σημαντικότερα οφέλη του SEO - μπορεί να αρχίσει να δείχνει αποτελέσματα οπουδήποτε μεταξύ έξι και 12 μηνών από την ημερομηνία εφαρμογής και να διατηρηθεί για τα επόμενα χρόνια. Και αυτός ακριβώς είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους πρέπει να επενδύσετε είτε σε μια καλή εσωτερική ομάδα SEO είτε να αναθέσετε την εργασία αυτή σε εξωτερικούς συνεργάτες.

Ενημέρωση για τις αλλαγές του αλγορίθμου αναζήτησης της Google

- Η Google δημοσιεύει εκατοντάδες αλλαγές ή ενημερώσεις στον αλγόριθμο αναζήτησης της κάθε χρόνο. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να είστε ενήμεροι για όλες τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα του SEO, προκειμένου να διατηρήσετε τις θέσεις σας στην κατάταξη αναζήτησης ή να συνεχίσετε να ανεβαίνετε στις SERPs.

Lead Generation



Lead generation

- Η προσέγγισή αφορά τη συνεχή βελτιστοποίηση όλων των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία επισκεψιμότητας (π.χ. αγορά μέσω ενημέρωσης, οργανική επισκεψιμότητα) και τη μετατροπή σε πωλήσεις (η ικανότητα του ιστότοπού σας ή άλλων ψηφιακών ιδιοτήτων να δημιουργούν πωλήσεις). Στόχος είναι η σταδιακή μείωση του κόστους απόκτησης πελατών με παράλληλη αύξηση των πωλήσεων.
- Το lead generation περιλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:
- Εφαρμογή ενός πλήρους συστήματος δημιουργίας leads για πωλήσεις, ενεργοποιώντας τα ακόλουθα σημεία επαφής (εφόσον είναι σχετικά), ένα ιστολόγιο, μηχανισμό αποστολής ενημερωτικών δελτίων, φόρμα εγγραφής, σελίδα προορισμού

Lead generation

- Καθορισμός ορισμένων παραμέτρων στόχευσης για τμήματα πελατών και πεδίο εφαρμογής σχετικού περιεχομένου που πρέπει να παραχθεί για την προσέλκυση δυνητικών πελατών.
- Ρύθμιση των Google analytics για τη μέτρηση της μετατροπής των πωλήσεων.
- Αυτοματοποίηση και διευκόλυνση της διαδικασίας πώλησης με βάση τις ενέργειες των επισκεπτών (π.χ. στείλτε μια προσφορά με έκπτωση αν δεν ολοκληρωθεί η κράτηση ή προσφέρετε την αποστολή επιπλέον πληροφοριών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για τις υπηρεσίες γυμναστικής ενός ξενοδοχείου, αν ο επισκέπτης βλέπει τις εγκαταστάσεις γυμναστικής στον ιστότοπο)

Πώς να δημιουργήσετε Leads



Lead generation είναι η διαδικασία προσέλκυσης ανθρώπων στην επιχείρησή σας και η μετατροπή τους σε υποψήφιους πελάτες, πελάτες ή ακόμη και σε "πρεσβευτές της μάρκας". Η διαδικασία αυτή μπορεί να υλοποιηθεί με διάφορους ψηφιακούς τρόπους (ηλεκτρονική φόρμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου - διαφημίσεις για τη δημιουργία leads κ.λπ.) ή φυσικούς τρόπους (έντυπα). Η διαδικασία δημιουργίας leads μπορεί να ακολουθήσει ορισμένα από τα παρακάτω βήματα:

- Προσδιορίστε το κοινό-στόχο σας
- Προσφέρετε αξία στους χρήστες
- Βρείτε τον μαγνήτη lead σας
- Χρησιμοποιήστε τα ενημερωτικά δελτία για να χτίσετε σχέσεις & δεσμούς

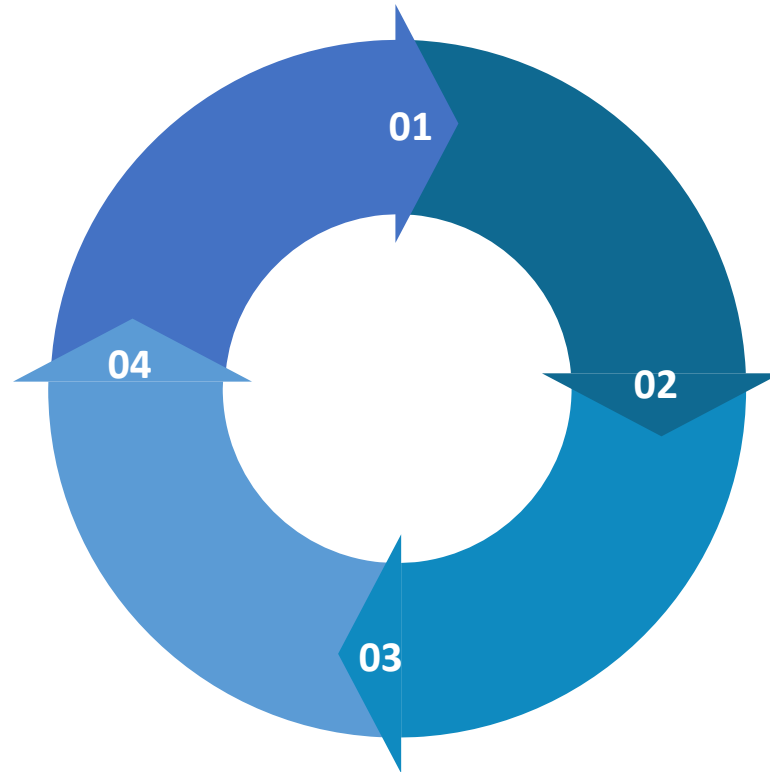
Lead Generation Strategy

Καταγραφή Lead

Χρησιμοποιώντας ένα σύνολο εργαλείων θα τραβήξετε την προσοχή των δυνητικών leads, με στόχο να λάβετε τα στοιχεία επικοινωνίας τους.

Επιτυχία

Η επιτυχία θα παρακολουθείται τόσο από πλευράς ποιότητας όσο και από πλευράς ποσότητας



Ανάπτυξη του Lead

Μια προσεκτικά σχεδιασμένη ροή επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη του ενδιαφέροντος των leads

Ενέργεια

Η επικοινωνία θα έχει ως στόχο ο πελάτης να προβεί σε μια συγκεκριμένη ενέργεια (π.χ. να ζητήσει μια κλήση ή μια συνάντηση).

Πώς αξιολογούμε- Strategy

Αύξηση Brand Awareness

- Δημιουργήστε & δείξτε στον συνδρομητή σας ενημερωμένο περιεχόμενο
- Εξατομικευμένο περιεχόμενο - Αποστολή ενημερωτικού δελτίου με διαφορετικό περιεχόμενο σε συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα
- Δημιουργήστε αυτοματισμούς (αυτοματοποιημένες απαντήσεις, μήνυμα καλωσορίσματος, εξατομικευμένο περιεχόμενο κ.λπ.)
- Χρήση νέων ψηφιακών εργαλείων & widgets

Αύξηση μεγέθους λίστας

- Δημιουργία και εκτέλεση εκστρατειών δημιουργίας νέων πελατών
- Επικοινωνία με τους HCP για τη νέα ιατρική πύλη
- Δημιουργία λιστών επανεμπορίας

Αύξηση Engagement Rate

- Βελτιστοποίηση του περιεχομένου και των θεμάτων
- Χρησιμοποιήστε φράσεις call-to-action- Κρατήστε τους συνδρομητές σας πιστούς
- Τμηματοποίηση του κοινού με βάση τα ενδιαφέροντά του

Workflows and Scoring

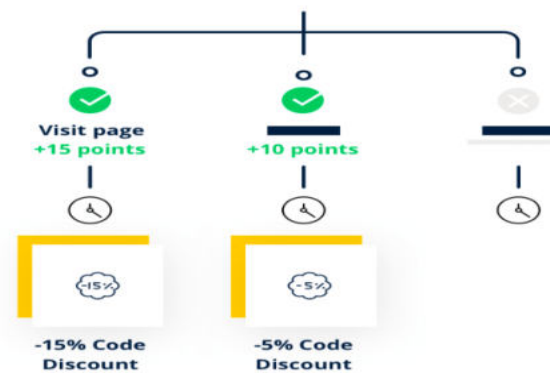
Workflows

Ολόκληρη η διαδικασία είναι αυτοματοποιημένη, οδηγώντας τον πελάτη μέσα από ένα ταξίδι βασισμένο σε συγκεκριμένα βήματα που έχουν σχεδιαστεί για να αυξήσουν το ενδιαφέρον και τη δέσμευση του πελάτη.



Lead Scoring

Το επίπεδο αλληλεπίδρασης που επιτυγχάνεται σε κάθε βήμα για κάθε πελάτη μετρείται και παρακολουθείται. Κάθε φορά που ένα lead αντιδρά σε αυτό που στέλνουμε, κατανέμονται πόντοι, καθιστώντας το lead πιο ώριμο. Ορίζονται συγκεκριμένοι κανόνες που λένε "όταν ένα lead φτάσει τους X πόντους, σηκώστε το τηλέφωνο, είναι έτοιμο να αγοράσει!"



Chatbots

Ορισμός and Πλεονεκτήματα



Chatbots - Ορισμός

- Ένα chatbot είναι μια εφαρμογή τεχνητής νοημοσύνης (AI) που μπορεί να μιμηθεί μια πραγματική συνομιλία με έναν χρήστη στη φυσική του γλώσσα. Τα chatbots επιτρέπουν την επικοινωνία μέσω κειμένου ή ήχου σε ιστότοπους, εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων, εφαρμογές κινητών τηλεφώνων ή τηλέφωνο.
- Τα chatbots χρησιμοποιούν μηχανική μάθηση για να αναγνωρίζουν μοτίβα επικοινωνίας. Με συνεχείς αλληλεπιδράσεις με ανθρώπους, μαθαίνουν να μιμούνται πραγματικές συνομιλίες και να αντιδρούν σε προφορικά ή γραπτά αιτήματα, παρέχοντας με τη σειρά τους μια συγκεκριμένη υπηρεσία.

Δεδομένου ότι τα chatbots χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη, καταλαβαίνουν τη γλώσσα και όχι μόνο τις εντολές. Έτσι, γίνονται πιο έξυπνα καθώς έχουν περισσότερες συνομιλίες με τους χρήστες.

Γιατί είναι σημαντικά για την επιχείρησή μου?

01

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

02

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

03

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

04

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

05

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

06

Βοηθάει τις εταιρείες να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση

Με τα bots, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι ανταποκρίνονται στα ερωτήματα των πελατών ανεξαρτήτως ώρας, ενισχύοντας έτσι την εμπειρία των πελατών - έναν ουσιαστικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρήσεων.

Usability Testing

Σημασία, Πλεονεκτήματα & Στρατηγική



Τι είναι το usability testing?

- Το usability testing είναι μια μέθοδος δοκιμής της λειτουργικότητας ενός ιστότοπου, μιας εφαρμογής ή άλλου ψηφιακού προϊόντος, παρατηρώντας πραγματικούς χρήστες καθώς προσπαθούν να ολοκληρώσουν εργασίες σε αυτόν.
- Ο στόχος του usability testing είναι να αποκαλύψει περιοχές σύγχυσης και ευκαιρίες για τη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας του χρήστη.
- (Σημείωση: εάν όλα τα usability testing λαμβάνουν χώρα σε έναν ιστότοπο, οι όροι "usability testing" and "website usability testing" μπορούν να χρησιμοποιούνται εναλλακτικά - πράγμα που θα κάνουμε και στο υπόλοιπο της παρουσίασης).

Γιατί το usability testing είναι σημαντικό?

Οι δοκιμές γίνονται από πραγματικούς χρήστες, οι οποίοι είναι πιθανό να αποκαλύψουν ζητήματα που οι άνθρωποι που είναι εξοικειωμένοι με έναν ιστότοπο δεν μπορούν πλέον να εντοπίσουν - πολύ συχνά, η βαθιά γνώση μπορεί να τυφλώσει τους σχεδιαστές, τους εμπόρους και τους ιδιοκτήτες προϊόντων στα ζητήματα ευχρηστίας ενός ιστότοπου.

Η προσέλκυση νέων χρηστών για να δοκιμάσουν τον ιστότοπό σας ή/και η παρατήρηση του τρόπου με τον οποίο τον χρησιμοποιούν ήδη πραγματικοί άνθρωποι είναι αποτελεσματικοί τρόποι για να διαπιστώσετε αν οι επισκέπτες σας:

- Κατανοούν πώς λειτουργεί ο ιστότοπός σας και μην "χάνεστε" ή μπερδεύεστε.
- Μπορούν να ολοκληρώσουν τις κύριες ενέργειες που χρειάζονται
- Δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα ευχρηστίας ή σφάλματα
- Έχουν μια λειτουργική και αποτελεσματική εμπειρία
- Παρατηρούν τυχόν άλλα προβλήματα ευχρηστίας

Αυτός ο τύπος έρευνας χρηστών είναι εξαιρετικά σημαντικός για νέα προϊόντα ή νέες αναβαθμίσεις του σχεδιασμού: χωρίς αυτόν, μπορεί να κολλήσετε με μια διαδικασία σχεδιασμού UX που τα μέλη της ομάδας σας κατανοούν, αλλά το κοινό-στόχος σας όχι.

Λόγοι για τους οποίους η επιχείρησή σας χρειάζεται usability testing

Εξοικονομήστε χρόνο και χρήματα

- Η έγκαιρη επένδυση σε usability testing θα εξοικονομήσει χρόνο και χρήμα για την επιχείρησή σας. Θα γνωρίζετε ακριβώς πού χάνονται οι χρήστες, γιατί φεύγουν, τι τους απογοητεύει, τι τους εμποδίζει να ολοκληρώσουν μια αγορά και πολλά άλλα. Και τα μαθαίνετε όλα αυτά πριν δαπανήσετε οτιδήποτε για την ανάπτυξη.
- Το να κάνετε αλλαγές στον ιστότοπο ή την εφαρμογή σας μετά την ανάπτυξη είναι ακριβό και χρονοβόρο. Το να το κάνετε πριν είναι φθηνό και γρήγορο.
- Και δεν πρόκειται μόνο για το κόστος των επανασχεδιασμών. Η δημιουργία ενός εύχρηστου σχεδιασμού σημαίνει ότι οι πελάτες σας ξοδεύουν λιγότερο χρόνο για να επικοινωνήσουν μαζί σας για υποστήριξη εκτός σύνδεσης. Λιγότερες κλήσεις υποστήριξης σημαίνουν λιγότερο προσωπικό υποστήριξης που σημαίνει λιγότερο κόστος στη μισθοδοσία.
- Τι γίνεται αν ο σχεδιασμός σας προορίζεται για εσωτερική χρήση; Για παράδειγμα, το ενδοδίκτυο της εταιρείας σας; Και πάλι θα εξοικονομήσετε πολλά χρήματα. Εάν τα σχέδιά σας είναι εύχρηστα, η εταιρεία σας ξοδεύει λιγότερο χρόνο και χρήμα για την εκπαίδευση των εργαζομένων στη χρήση του.

Αυξήστε τα έσοδα με πιο υψηλά Conversion Rates

- Σε μια μελέτη που διεξήγαγε η NNg, διαπιστώθηκε 100% αύξηση των ποσοστών μετατροπής και 150% αύξηση της επισκεψιμότητας.
- Κατανοώντας τι χρειάζονται οι χρήστες σας και πώς συμπεριφέρονται, μπορείτε να διασφαλίσετε ότι τα σχέδιά σας βοηθούν τους χρήστες σας να κάνουν αυτό για το οποίο ήρθαν στον ιστότοπό σας. Αυτό οδηγεί άμεσα σε αυξημένες μετατροπές, οι οποίες οδηγούν σε αυξημένα έσοδα.
- Και όταν οι άνθρωποι έχουν θετικές αλληλεπιδράσεις με τον ιστότοπό σας (δηλαδή επιτυγχάνουν τους στόχους τους), είναι πιο πιθανό να γράψουν θετικές κριτικές και συστάσεις και να παραπέμψουν τους φίλους και την οικογένειά τους.
- Και δεν υπάρχει τίποτα καλύτερο από τη θετική προφορική διαφήμιση για την αύξηση της επισκεψιμότητας στον ιστότοπό σας.

Λόγοι για τους οποίους η επιχείρησή σας χρειάζεται usability testing

Μείωση των ποσοστών εγκατάλειψης

- Όταν ο ιστότοπός σας δεν παρέχει αυτό που περιμένουν οι χρήστες σας γρήγορα και αποτελεσματικά, κινδυνεύετε να χάσετε πιθανούς πελάτες. Οι έρευνες δείχνουν ότι το 79% των επισκεπτών θα μεταβούν σε άλλον ιστότοπο εάν δυσκολευτούν να ολοκληρώσουν μια εργασία.
- Η ανάκτηση των χαμένων πελατών λόγω μιας κακής εμπειρίας είναι πολύ δύσκολη. Το 40% των χρηστών δεν επιστρέφουν ποτέ σε έναν ιστότοπο εάν αισθάνθηκαν ενοχλημένοι ή απογοητευμένοι κατά την πρώτη τους επίσκεψη. Και με τα κανάλια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να βρίσκονται σε απόσταση αναπνοής, οι χρήστες που διαδίδουν μια αρνητική κριτική ή ένα παράπονο για την επωνυμία σας μπορεί να αποβεί μοιραίο για την επιχείρησή σας.
- Από την άλλη πλευρά, ικανοποιώντας τους πελάτες σας με μια ευχάριστη εμπειρία, δημιουργείτε μια σχέση μαζί τους. Οι ευτυχισμένοι πελάτες που έρχονται για πρώτη φορά γίνονται πελάτες που επιστρέφουν. Αν ο ιστότοπός σας το κάνει σωστά με την πρώτη φορά, έχετε πολύ περισσότερες πιθανότητες να διατηρήσετε την αφοσίωση και την υποστήριξη των πελατών σας.

Αύξηση εσόδων με υψηλότερα ποσοστά μετατροπής

- Πότε ήταν η τελευταία φορά που είδατε ένα εστιατόριο με βαθμολογία 1 αστέρι και σκεφτήκατε: "Ει, ας πάω να το δοκιμάσω"; Οι πιθανότητες είναι... **Ποτέ.**
- Οι κριτικές, οι αξιολογήσεις και οι συστάσεις είναι μία από τις πιο ισχυρές τεχνικές πειθούς που χρησιμοποιούνται στο διαδίκτυο. Μπορούν να κάνουν ή να καταστρέψουν την επιχείρησή σας. Και οι άνθρωποι δεν φοβούνται να μοιραστούν τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους.
- Οι usability testing σας βοηθούν να αποφύγετε τους τύπους των σχεδιαστικών ατελειών που βλάπτουν τη φήμη σας στους πελάτες, ακούγοντας πρώτα τι χρειάζονται οι άνθρωποι. Δοκιμάζοντας με ένα μικρό δείγμα του κοινού-στόχου σας σε wireframes και πρωτότυπα, προσαρμόζετε τυχόν προσκρούσεις που συναντάτε στην πορεία πριν οριστικοποιήσετε το προϊόν σας.
- Η αυξημένη ικανοποίηση των χρηστών και η εμπιστοσύνη, βελτιώνουν την αξιοπιστία και τη φήμη της επιχείρησής σας.

Λόγοι για τους οποίους η επιχείρησή σας χρειάζεται usability testing

Αποκτήστε πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού σας

Σε έναν συνεχώς ανταγωνιστικό κόσμο, η δημιουργία μέσω προϊόντων απλά δεν αρκεί. Να θυμάστε ότι οι ανταγωνιστές σας είναι πάντα ένα κλικ μακριά.

Όταν παρέχετε μια εξαιρετική εμπειρία χρήστη, ξεχωρίζετε από τους ανταγωνιστές σας, δίνοντας στην επιχείρησή σας ένα πλεονέκτημα στον κλάδο. Το usability testing κάνει τις ομάδες πιο έξυπνες, βελτιώνοντας τη λήψη αποφάσεων σχεδιασμού. Οι χρήστες αναζητούν εξαιρετικές αλληλεπιδράσεις που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Δεν έχουν την υπομονή να μείνουν για να ανακαλύψουν τι έχετε να προσφέρετε. Οι άνθρωποι γνωρίζουν ότι έχουν και άλλες επιλογές και δεν διστάζουν να τις εξετάσουν.

Αποκτήστε το πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού σας.

Το usability testing διασφαλίζει ότι όλες οι προσπάθειες που καταβάλλονται για τη βελτίωση του ιστότοπού σας δεν θα χαθούν. Δεν αποκαλύπτει μόνο τι πρέπει να βελτιώσετε στον ιστότοπό σας, αλλά μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση των ανταγωνιστών σας, ώστε να μάθετε τι λειτουργεί και τι όχι, δίνοντάς σας μια σύντομη διαδρομή προς την επιτυχία.

Όλες οι μεγαλύτερες μάρκες, όπως η Amazon, η Google και η Airbnb, πραγματοποιούν usability testing.

"Θέλετε οι χρήστες σας να ερωτευτούν τα σχέδιά σας? Ερωτευτείτε τους χρήστες σας"

Ο καλύτερος τρόπος για να κάνετε μια σπουδαία επιχείρηση είναι να γνωρίσετε πραγματικά τους πελάτες σας. Το usability testing είναι ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία έρευνας χρηστών για να γνωρίσετε πραγματικά τους πελάτες σας. Εστιάζοντας στον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρούν με το προϊόν σας, δημιουργείτε ικανοποιητικά αποτελέσματα τόσο για τους ίδιους όσο και για την επιχείρησή σας.

Ποιοι είναι ορισμένοι τρόποι usability testing σε ιστότοπους



Απομακρυσμένα
ή αυτοπροσώπως



Ελεγχόμενα ή μη
ελεγχόμενα



Scripted ή
unscripted



Διερευνητική,
αξιολογική ή
συγκριτική έρευνα

Ποιοι είναι ορισμένοι τρόποι usability testing σε ιστότοπους



Low-Fidelity Wireframes



High Fidelity Wireframes



Interactive Prototypes



UI Design



Κέντρο Στήριξης
Επιχειρηματικότητας

ΣΥ.Δ.Ν.Α.

Συνδέσμου Δήμων Νότιας Αττικής

*Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας ΣΥΔΝΑ
Λεωφόρο Συγγρού 320 & Σαρωνικού 17-19, Καλλιθέα
Τηλέφωνα επικοινωνίας : 2109574418/2109569929*



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης