

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ**

**ΑΘΑΝΑΣΙΑ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΙΩΑΝΝΑ ΜΠΡΑΚΑΤΣΕΛΟΥ**

**ΜΑΡΙΑ ΜΟΥΣΙΟΥ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΜΙΧΑΛΗΣ ΦΩΤΕΙΝΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ-2016**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία μας έχει ως τίτλο τη διαδικτυακή προώθηση λογιστικών επιχειρήσεων και αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Σκοπός αυτής είναι να δείξουμε σε όλους εκείνους που έχουν μια επιχείρηση και πιο συγκεκριμένα μια λογιστική επιχείρηση πώς μπορούν να την προωθήσουν δημόσια και διαδικτυακά στοχεύοντας αρχικά στην αναγνώρισή της και τέλος στο κέρδος της. Πιο αναλυτικά, θα οριστούν έννοιες όπως web, internet, marketing, τεχνολογίες διαδικτύου. Η συνύπαρξη και ο συνδυασμός των παραπάνω αποτελούν τη βασική γνώση για την επιτυχία μίας σύγχρονης λογιστικής επιχείρησης. Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν τα απαραίτητα εργαλεία για τη διεκπεραίωση των απαιτήσεων εργαλείων του σύγχρονου επαγγελματία λογιστή. Επιπλέον, καταγράφεται η σημαντικότητα της διαδικτυακής προώθησης μέσω διαδικτύου αναφέροντας με έμφαση την κάθε μία από τις μεθόδους-εφαρμογές της που έχει στην πραγματική της διάσταση μιας λογιστική επιχείρηση. Αυτές οι εφαρμογές προώθησης αποτέλεσαν και αποτελούν πλέον το πρώτο βήμα προς την αναγνώριση από την αγορά και τους πελάτες της. Ακολούθως, θα εξεταστεί η διαδικασία βάσει της οποίας δημιουργείται μια δικτυακή σελίδα. Σε αυτό το σημείο έγινε μία προσπάθεια να δοθεί μία πιθανή πραγματική εικόνα και διάσταση στην περίπτωση μας μιας λογιστικής επιχείρησης-γραφείου. Με τη δημιουργία λοιπόν διαδικτυακού site για μια λογιστική επιχείρηση και συνδέοντας το με τα δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα αυτομάτως και σε σύντομο χρονικό διάστημα, μπορεί να επιτευχθεί μέγιστη επισκεψιμότητα, αποδοτικότητα φόρτος εργασίας, κέρδη. Τέλος, θα παρουσιαστούν εκτενέστερα συγκεκριμένα παραδείγματα κοινωνικών δικτύων στο χώρο του ίντερνετ, στα οποία δημιουργώντας ένα λογαριασμό ή ένα επαγγελματικό προφίλ αντίστοιχα δικτυώνεται η εκάστοτε προβληθείς-ενδιαφερόμενη επιχείρηση και αποκτά απήχηση μεγαλύτερη συγκριτικά με την προ-νέας τεχνολογίας εποχή.

## **SUMMARY**

Our labour has as a title the online promotion of the accounting firms and it consists of five chapters. The purpose of this labour is to show in these people who have a business and more specifically, an accounting business, how they can promote it in public and aiming online, firstly, in her recognition and in the end in her profit. More analytically, will appoint meanings such as web, internet, marketing, internet technologies. The coexistence and the combination above, compose the basic knowledge. Furthermore, is recorded the significance of online promotion through internet citing with emphasis to each one from her methods-applications which has in real dimension an accounting business. These applications of promotion composed and compose the first step to recognition from the market and her customers. Subsequently, will be examined the procedure in which created an online page. In this point, done an effort to be given a possible real image and dimension, in our case, an now accounting office. Therefore, with the creation of an online site for an accounting business and by connecting it with popular social networks automatically and in a short time, it can be achieved maximum traffic, efficiency, workload, profits. For the success of a simultaneous accounting business. Consequently, they will be present and they will be analyzee the necessarily instruments for the transaction of the demands of labours for the modern tradesman accountant. In the end, will be present extensively specifically examples in social networks in the place of internet, in which creating an account or a professional profile, respectively network then advertise-interested business and acquire impression bigger comparatively with pre-new season technology.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....</b>	<b>6</b>
1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ-ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	6
1.1.1 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΚΑΙ ΤΟ ΥΛΙΚΟ.....	7
1.1.2 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	9
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ WEB ΚΑΙ INTERNET .....	10
1.2.1 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ.....	12
1.2.2 ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΕΣΩ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ .....	12
1.3 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ MARKETING.....	13
1.3.1 Η ΝΟΟΤΡΟΠΙΑ ΤΟΥ MARKETING .....	14
1.3.2 ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ MARKETING .....	14
1.3.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	17
1.3.4 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	18
1.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ WEB,MARKETING ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ .....	19
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....</b>	<b>23</b>
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	23
2.2 ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ .....	23
2.2.1 MAIL .....	24
2.2.2 WEB-BANKING .....	24
2.2.3 TAXISNET.....	27
2.2.4 ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ .....	33
2.2.5 ΕΝΔΟΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	44
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....</b>	<b>45</b>
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ.....	45
3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ.....	46
3.3 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ .....	48
3.3.1 GOOGLE ANALYTICS.....	48
3.3.2 GOOGLE AD WORDS .....	49
3.3.3 VRISKO .....	50
3.3.4 ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ.....	55

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΗ ΠΡΑΞΗ - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ..... 60**

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ.....	60
4.2 ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ Η ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ .....	60
4.2.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΧΑΜΡΡ.....	60
4.2.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ JOOMLA ( ΕΚΔΟΣΗ 3.5.1).....	61
4.3 ΤΟ SITE .....	64
4.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ.....	65
4.3.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΤΥΠΟΥ.....	66
4.3.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ .....	67

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΩΘΗΣΗ ΜΕΣΩ SOCIAL MEDIA ..... 76**

5.1 FACEBOOK.....	76
5.2 LINKEDIN .....	78
5.3 VRISKO .....	79
5.4 ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ.....	80
5.5 INSTAGRAM .....	80
5.6 TWITTER.....	81
5.7 GOOGLE PLUS .....	82
5.8 RSS.....	83
5.9 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ GOOGLE .....	84
5.9.1 ADD YOU'RE URL – SUBMIT YOUR WEB SITE FOR INCLUSION IN GOOGLE'S INDEX. ....	84
5.9.2 GOOGLE ANALYTICS.....	85
5.9.2.2 ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΣΤΗ (ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ).....	87
5.9.3 GOOGLE ADWORDS .....	89
5.9.4 SEARCH CONSOLE – SUBMIT A SITEMAP ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ GOOGLE ..	90
5.10 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ SITE/ ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ.....	91

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ..... 95**

6.1 ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	95
----------------------------	----

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

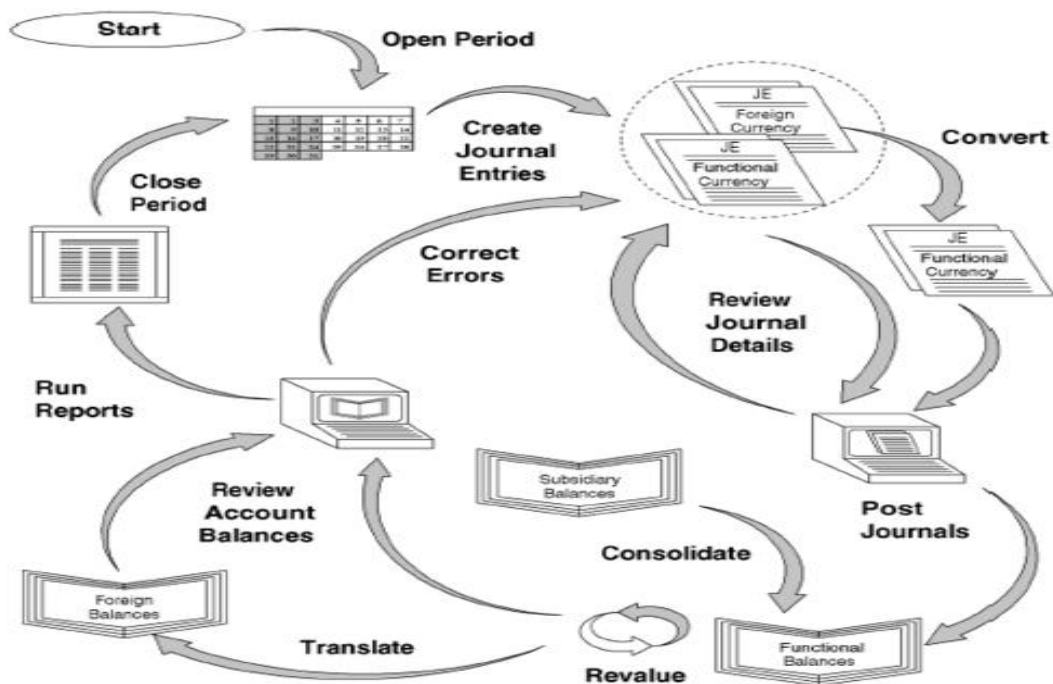
#### 1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ-ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο όρος «Λογιστική» προκύπτει από το ρήμα «λογίζω», καθώς έχει ως κύρια ασχολία της την τήρηση λογαριασμών μέσω των οποίων φανερώνεται ο λογισμός, δηλαδή η καταγραφή-αποτύπωση, λογιστικών γεγονότων. Η αντίστοιχη ορολογία της λογιστικής στη αγγλική γλώσσα είναι «accounting»<sup>1</sup>. Η Λογιστική ανήκει στις Οικονομικές Επιστήμες και συγκεκριμένα ασχολείται με τη συλλογή κατάλληλων κοινωνικοοικονομικών πληροφοριών, μέσω της ανάλυσης, κατάταξης, καταγραφής και συσχέτισης των οικονομικών γεγονότων, οι οποίες καθίστανται χρήσιμες πέρα από τον επιχειρηματία ή τη διοικητική ομάδα (Managers) στους πελάτες, στους προμηθευτές, στις τράπεζες, στο δημόσιο, στους εργαζόμενους, στους πιθανούς επενδυτές κτλ.

A/A	ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ
1	Αρχή της αυτοτέλειας της λογιστικής οντότητας
2	Αρχή της συνέχειας της δραστηριότητας της οικονομικής μονάδας
3	Αρχή της σταθερότητας της νομισματικής μονάδας
4	Αρχή της αυτοτέλειας των χρήσεων
5	Αρχή της αντικειμενικότητας και της δυνατότητας επαλήθευσης
6	Αρχή του κόστους
7	Αρχή της πραγματοποίησης του εσόδου κι αρχή του συσχετισμού
8	Αρχή της συντηρητικότητας
9	Αρχή της συνέπειας των λογιστικών μεθόδων
10	Αρχή της αποκάλυψης
11	Αρχή του ουσιώδους των λογιστικών γεγονότων

<sup>1</sup> Προέρχεται από το «account» που σημαίνει λογίζω, λογαριάζω, λογαριασμός.

## The General Ledger Accounting Cycle



Εικόνα 1.1: Ο Κύκλος της λογιστικής.

Πηγή

εικόνας:

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE#/media/File:Accounting\\_cycle.png](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE#/media/File:Accounting_cycle.png) (ημερομηνία ανάκτησης 01/12/2015)

«Επιχείρηση» ορίζεται ως οικονομικός/-ή οργανισμός/μονάδα που εξυπηρετεί οικονομικές ανάγκες, προσφέροντας προϊόντα ή παρέχοντας υπηρεσίες.

Επίσης η επιχείρηση διαθέτει στην αγορά τα προϊόντα της έναντι μιας τιμής με σκοπό την κάλυψη των εξόδων της και την επίτευξη του επιθυμητού κέρδους. Για να επιτευχθούν οι στόχοι λοιπόν μιας επιχείρησης θα πρέπει να συνδυαστούν κατάλληλα οι συντελεστές παραγωγής, όπου είναι το κεφάλαιο, η εργασία, οι εγκαταστάσεις και η επιχειρηματικότητα.

### 1.1.1 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΚΑΙ ΤΟ ΥΛΙΚΟ

Ο εξοπλισμός του λογιστηρίου εξαρτάται από:

- το μέγεθος του λογιστηρίου,
- τις λειτουργικές ανάγκες του λογιστηρίου,
- τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης.

Εξοπλισμός λογιστηρίου σε έπιπλα, μηχανές και άλλα μέσα:

- γενική επίπλωση και το γενικό εξοπλισμό,
- ειδικό εξοπλισμό του τμήματος αυτού,
- μέσα επικοινωνίας,

- μέσα παραγωγής εντύπων.

#### Γενική επίπλωση και εξοπλισμός:

- γραφεία γενικής χρήσης,
- γραφεία για δακτυλογράφους και χειριστές Η/Υ,
- καθίσματα γραφείων,
- καθίσματα επισκεπτών,
- συρτάρια για φύλαξη εγγράφων και άλλων αναγκαίων ειδών,
- βιβλιοθήκες,
- κλιματιστικό σύστημα για τη ρύθμιση της θερμοκρασίας,
- σύστημα προστασίας κατά της πυρκαγιάς.

#### Ειδικός εξοπλισμός:

- αριθμομηχανές,
- ηλεκτρονικούς υπολογιστές με τα ειδικά προγράμματα εφαρμογών που θα διαθέτει αυτό,
- θήκες για δισκέτες, μαγνητικές ταινίες,
- U.P.S μεταξύ Η/Υ και παροχής ρεύματος,
- σταθεροποιητή τάσης ρεύματος (διότι οι αυξομειώσεις της τάσης του ρεύματος στη χώρα μας είναι συχνές),
- καρτελοθήκες για τα λογιστήρια που ενημερώνουν χειρόγραφα τα βιβλία τους,
- αρχειοθήκες για τη φύλαξη των βιβλίων και στοιχείων,
- χρηματοκιβώτιο για την ασφαλή φύλαξη εγγράφων (χρεογράφων, συναλλαγματικών, επιταγών, επιστολών, κ.λπ.) και χρημάτων,
- ταμιακές μηχανές (αν στο λογιστήριο υπάρχει και ταμείο) και
- μηχανή αχρήστευσης εγγράφων.

#### Τα μέσα επικοινωνίας:

- τηλέφωνο,
- τηλέτυπο (telex-τέλεξ),
- τηλεφωτοαντιγραφικό (telefax-τέλεφαξ-Fax).

#### Τα μέσα παραγωγής εντύπων:

- γραφομηχανές,
- ηλεκτρονικοί υπολογιστές με τα ειδικά προγράμματα για την παραγωγή εντύπων π.χ. πρόγραμμα επεξεργασίας κειμένου. Για την αναπαραγωγή των εντύπων στο λογιστήριο, ένα απλό φωτοτυπικό μηχάνημα είναι αρκετό.

#### Λογισμικά πακέτα:

- Προγράμματα πληροφορικής σε λογιστικά γραφεία προγράμματα φορολογίας Εισοδήματος
- Μισθοδοσία
- Έσοδα – Έξοδα
- Γενική λογιστική
- Αναλυτική λογιστική
- Πάγια
- Πρόγραμμα κατάρτισης ισολογισμού & γεν. εκμετάλλευσης
- Πρόγραμμα κατάρτισης μελετών αναπτυξιακού νόμου 2601/98



- Πρόγραμμα προβλέψεων
- Πρόγραμμα Cash Flow Analysis
- Risk Analysis
- Πρόγραμμα αποτίμησης της αξίας της επιχείρησης
- Πρόγραμμα Cost – Πρότυπη και Απολογιστική Κοστολόγηση
- Πρόγραμμα οικονομικών αναλύσεων ισολογισμών



Εικόνα 1.2: Εικόνα λογιστικής επιχείρησης

Πηγή εικόνας: <http://www.shutterstock.com/s/office/search-vectors.html?page=1&inline=151921928> (ημερομηνία ανάκτησης 01/12/2015)

### 1.1.2 ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Σε αυτό το κομμάτι θα αναφερθούμε στις γνώσεις, στις ικανότητες και στα χαρακτηριστικά στοιχεία του ανθρώπινου δυναμικού μιας λογιστικής επιχείρησης.

Το ανθρώπινο δυναμικό για να μπορεί να ανταποκριθεί με επιτυχία στις προκλήσεις του περιβάλλοντος και να οδηγήσει την επιχείρηση σε ανάπτυξη πρέπει να διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις αλλά και τις απαραίτητες ικανότητες. Τα χαρακτηριστικά επίσης της προσωπικότητας του ανθρώπινου δυναμικού συμβάλουν στην αποτελεσματική άσκηση των καθηκόντων του. Οι γνώσεις του επιτρέπουν να ξέρει τι πρέπει να κάνει σε κάθε περίπτωση, ενώ οι γνώσεις, οι ικανότητες και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του να μπορεί να το κάνει. Ο συνδυασμός επομένως όλων αυτών των στοιχείων παρέχουν στο στέλεχος την απαραίτητη «Διοικητική Προσωπικότητα» δηλαδή το χαρακτηριστικό τρόπο που ασκεί τα καθήκοντά του.

Πιο συγκεκριμένα όσον αναφορά τις γνώσεις ενός διοικητικού στελέχους μιας λογιστικής επιχείρησης θα πρέπει να συνδυάζει ένα σύνολο γνώσεων ανάλογα με το επίπεδο της διοικητικής ιεραρχίας που βρίσκεται, δηλαδή στο κατώτερο ιεραρχικό επίπεδο χρειάζονται κυρίως οι ειδικές γνώσεις αντιθέτως στο ανώτερο χρειάζονται οι γενικές γνώσεις. Έτσι παραδείγματος χάρη, ένα στέλεχος λογιστικής επιχείρησης θα πρέπει να γνωρίζει τα ακόλουθα:

- ✓ Βασικές αρχές διοίκησης,
- ✓ πολύ καλά τα θέματα που αφορούν το λογιστήριο
- ✓ και πώς συνδέεται η θέση ευθύνης του με τη γενικότερη δραστηριότητα της επιχείρησης. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να έχει γνώση ορισμένων πραγμάτων από τις άλλες λειτουργίες αυτής αλλά και από το περιβάλλοντα χώρο στον οποίο δραστηριοποιείται.

Εν συνεχεία για να επιτύχει ένα στέλεχος την αποτελεσματικότερη διοίκηση της λογιστικής επιχείρησης στη οποία εργάζεται απαιτείται μια σειρά από ικανότητες όπου σύμφωνα με τον ΚΑΤΖ<sup>2</sup> διαχωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες ικανοτήτων:

Διανοητικές: λήψη αποφάσεων, ανάπτυξη καινοτομιών, ανάπτυξη οργανωτικών δομών κτλ.

Ανθρώπινες: προφορική και γραπτή επικοινωνία, διαχείριση κρίσεων στην ομάδα (διαφωνίες, συγκρούσεις), η ηγεσία και η παρακίνηση κτλ.

Τεχνικές: η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, διαχείριση του χρόνου, χρήση τεχνικών προγραμματισμού κτλ.

Τέλος, ως προς τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας που πρέπει να διαθέτει ένα στέλεχος λογιστικής επιχείρησης είναι το ενδιαφέρον για τους ανθρώπους, η ψυχραιμία, αυτοπεποίθηση, η εντιμότητα, η φιλοδοξίες, η πρωτοβουλία και άλλα.

## 1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ WEB ΚΑΙ INTERNET

Το Διαδίκτυο (internet) είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει ένα καθολικό δίκτυο από υπολογιστές με χρήση πρωτοκόλλωνTCP/IP<sup>3</sup> τα οποία εξυπηρετούν σε καθημερινή βάση εκατοντάδες χρήστες ανά τον κόσμο. Το Διαδίκτυο είναι η μεγαλύτερη πηγή γνώσης στην υπηρεσία όλων των ανθρώπων. Εκμηδενίζει τις αποστάσεις και διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ τους. Παρόλα αυτά η χρήση του, καθώς και η προβολή μας σε αυτό, έχει κάποιο κόστος σύνδεσης.

Η σύνδεση αυτή χωρίζεται σε δύο μέρη:

- Η χρέωση του παροχέα των υπηρεσιών internet (ISP), η οποία διαφοροποιείται από παροχέα σε παροχέα και συνήθως καθορίζεται ανά τρίμηνο, εξάμηνο ή έτος. Μια επιπλέον διαφορά της αφορά στο αν έχουμε απλή τηλεφωνική ή ISDN γραμμή.

- Το κόστος της τηλεφωνικής γραμμής όπου, η χρέωση της γραμμής πραγματοποιείται μέσω λογαριασμού Ο.Τ.Ε. και καθορίζεται από το χρονικό διάστημα που είμαστε συνδεδεμένοι στο internet. Βέβαια όλες οι εταιρίες παροχής υπηρεσιών, internet, διαθέτουν Ε.Π.Α.Κ.(ενιαίο πανελλαδικό αριθμό κλήσης), όπου το κόστος είναι αρκετά χαμηλότερο συγκριτικά με το κόστος ενός τηλεφώνου.

---

<sup>2</sup>Ο σερ Μπέρναρντ Κατζ (SirBernardKatz, 26 Μαρτίου 1911 – 20 Απριλίου 2003) ήταν ένας Αγγλογερμανός νευρολόγος και βιοφυσικός, που μοιράσθηκε το Βραβείο Νόμπελ Ιατρικής του 1970 .(Αναρτήθηκε από το <https://el.wikipedia.org> στις 1/12/2015)

<sup>3</sup>(TransmissionControlProtocol/Internet Protocol = Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης και πρωτόκολλο του Internet)

Ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής που αποτελεί μέρος του internet είναι συνήθως συνδεδεμένος μόνο με μερικούς άλλους υπολογιστές, οι οποίοι με τη σειρά τους συνδέονται σε ακόμα περισσότερους υπολογιστές κτλ., σχηματίζοντας αυτό που περιγράφεται σαν ένας «ιστός υπολογιστών».



Εικόνα 1.3: ιστός υπολογιστών

Πηγή εικόνας: [http://blogs.sch.gr/mavil/%CE%B2-%CE%B3%CF%85%CE%BC%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%BF%CF%85/#prettyPhoto\[22\]/2/](http://blogs.sch.gr/mavil/%CE%B2-%CE%B3%CF%85%CE%BC%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%BF%CF%85/#prettyPhoto[22]/2/) (ημερομηνία ανάκτησης 01/12/2015)

Το παραπάνω διάγραμμα δίνει την ιδέα του διαδικτύου ένα καθολικό δίκτυο από υπολογιστές που σχηματίζουν ένα ιστό από συνδέσεις.

Πιο συγκεκριμένα για να επιτευχθεί η αλληλοεπικοινωνία και η ανταλλαγή δεδομένων χρειάζονται κάποια πρωτόκολλα επικοινωνίας. Ένα τέτοιο πρωτόκολλο είναι το World Wide Web (www), εν συντομία το λέμε και web, το οποίο δεν είναι άλλο από αυτό που μας «σερβίρει» τις σελίδες στον υπολογιστή μας. Δηλαδή λειτουργεί ως «εγκατεστημένο» στο server και μας στέλνει σε μια ειδική μορφή μια σελίδα στην οποία προσπαθούμε να μπούμε και ο υπολογιστής μας πάλι με τη βοήθειά του, μας προβάλλει όπως πρέπει. Άλλα παραδείγματα πρωτοκόλλων επικοινωνίας που εκτελούν διαφορετικό έργο είναι FTP<sup>4</sup>, EMAIL<sup>5</sup>, TELNET<sup>6</sup> κτλ.

<sup>4</sup> FileTransferProtocol (ελληνικά: Πρωτόκολλο Μεταφοράς Αρχείων)

<sup>5</sup> ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (αγγλικά e-mail, email ή mail προφέρεται "ιμέιλ" ή "μέιλ" αντίστοιχα)

<sup>6</sup> TELecommunicationNETwork, είναι ένα πρωτόκολλο επικοινωνίας διασυνδεδεμένων (σε δίκτυο) υπολογιστών

## 1.2.1 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ

Ο όρος web & internet δεν είναι το ίδιο πράγμα, το ένα είναι κάτι εντελώς διαφορετικό από το άλλο, όσο περίεργο κι αν μας φαίνεται αυτό. Για την ακρίβεια όμως η ύπαρξη του ενός προϋποθέτει την ύπαρξη του άλλου.

Η διαφορά επομένως αυτών των δυο προαναφερόμενων είναι ότι το internet αποτελείται από μεταξύ τους διασυνδεδεμένα μηχανήματα, ενώ το web είναι ένας τρόπος πρόσβασης σε πληροφορίες του διαδικτύου. Όπου το τελευταίο ικανοποιεί ένα προκαθορισμένο τύπο επικοινωνίας μεταξύ τους καθώς επίσης συντελεί στη μετάδοση και προβολή ιστοσελίδων.

## 1.2.2 ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΕΣΩ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Παρακάτω θα αναφερθούμε στις τεχνολογίες διαδικτύου που είναι σε μέγιστο βαθμό χρήσιμες για την πρόσβαση μας στο διαδίκτυο.

Πιο αναλυτικά αναφέρονται οι παρακάτω:

1. Το μοντέλο αναφοράς OSI<sup>7</sup> το οποίο περιλαμβάνει τα εξής επτά επίπεδα:
  - φυσικό επίπεδο (Physical Layer),
  - επίπεδο σύνδεσης δεδομένων (Data Link Layer),
  - επίπεδο δικτύου (Network Layer),
  - επίπεδο μεταφοράς (Transport Layer),
  - επίπεδο συνόδου (Session Layer),
  - επίπεδο παρουσίασης (Presentation Layer),
  - επίπεδο εφαρμογής (Application Layer).
2. Η οικογένεια Πρωτοκόλλων Διαδικτύου (Internet Protocol Suite-TCP/IP, είναι η σουίτα πρωτοκόλλου Internet είναι η δικτύωση των υπολογιστών μοντέλο και ένα σύνολο πρωτοκόλλων επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται στο Διαδίκτυο και σε παρεμφερή δίκτυα υπολογιστών), αναλύονται στα ακόλουθα:
  - πρωτόκολλο έλεγχου μετάδοσης (Transmission Control Protocol- TCP)
  - πρωτόκολλο αυτοδύναμου πακέτου χρήστη (User Datagram Protocol- UDP)
  - πρωτόκολλο διαδικτύου (Internet Protocol-IP)
  - IP διευθύνσεις (IP Addresses)
  - Subnet Mask
  - Domain Name Service – DNS
  - δρομολόγηση σε IP περιβάλλοντα
3. Serial Line Internet Protocol (SLIP) είναι η σειριακή γραμμή πρωτοκόλλου Internet, πρωτόκολλο το οποίο επιτρέπει μια πλήρη προσομοίωση σύνδεση με το Internet χρησιμοποιώντας τις τηλεφωνικές γραμμές.
4. Point-to-point protocol (PPP) είναι η ισοτιμία αγοραστικής δύναμης είναι μια οικονομική θεωρία και μια τεχνική που χρησιμοποιείται για να καθορίσει τη σχετική αξία των νομισμάτων, τον υπολογισμό του ποσού της προσαρμογής που απαιτείται

---

<sup>7</sup> Το μοντέλο αναφοράς Ανοικτής Διασύνδεσης Συστημάτων, ή μοντέλο αναφοράς OSI (αγγλ. OSI reference model) είναι μια διαστρωματωμένη, αφηρημένη περιγραφή για τη σχεδίαση τηλεπικοινωνιακών και δικτυακών πρωτοκόλλων η οποία καθορίστηκε από την πρωτοβουλία Ανοικτή Διασύνδεση Συστημάτων – OSI. Είναι γνωστό και ως μοντέλο των επτά επιπέδων. (Αναρτήθηκε από το [www.el.Wikipedia.org](http://www.el.Wikipedia.org) στις 02/12/2015)

για την ισοτιμία μεταξύ των χωρών, προκειμένου η ανταλλαγή να είναι ισοδύναμη με (ή στο ίδιο επίπεδο με) κάθε νόμισμα.

5. Πολλαπλή αποστολή και δρομολόγηση (multicast transmission and routing<sup>8</sup>)
6. Uniform Resource Locators (URLS) , δηλαδή ένας Uniform Resource Locator (URL) (που συνήθως αναφέρεται ανεπίσημα ως μια διεύθυνση web, αν και ο όρος δεν ορίζεται με τον ίδιο τρόπο είναι μια αναφορά σε μια διαδικτυακή πηγή που καθορίζει τη θέση του σε ένα δίκτυο υπολογιστών και έναν μηχανισμό για την ανάκτηση αυτή).
7. Hypertext Transfer Protocol<sup>9</sup> (HTTP)

### 1.3 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ MARKETING

Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι το Marketing είναι το ίδιο με την προσωπική πώληση και διαφήμιση, άλλοι πιστεύουν ότι ο όρος αυτός είναι συνώνυμος της προσωπικής πώλησης. Άλλοι πάλι πιστεύουν ότι έχει κάποια σχέση με τη διάθεση των προϊόντων στα καταστήματα, τη διαρρύθμιση των θέσεων στις οποίες παρουσιάζονται, τη διατήρηση αποθεμάτων σε προϊόντα για μελλοντική χρήση. Το Marketing επομένως στη πραγματικότητα περιλαμβάνει όλες αυτές τις δραστηριότητες. Τη συσκευασία με την οποία προσφέρονται τα περισσότερα προϊόντα στην κατανάλωση, τα μηνύματα με τα οποία καθημερινά ενημερώνεται το κοινό από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, είναι τεχνικές που υποδεικνύονται από το marketing και εφαρμόζεται πολλές φορές συνειδητά ή υποσυνείδητα. Επίσης το Marketing έχει δύο όψεις. Αρχικά δίνει έμφαση στην ικανοποίηση του πελάτη. Κατά δεύτερον είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων οι οποίες χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση αυτής της φιλοσοφίας.

Επομένως το Marketing μπορεί να ορισθεί ως το σύνολο των ενεργειών μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, οι οποίες αποβλέπουν στην αναγνώριση των αναγκών<sup>10</sup> του καταναλωτή-πελάτη, στην ανάπτυξη των απαραίτητων προϊόντων και υπηρεσιών που τις ικανοποιούν και στη δημιουργία σχετικών προϋποθέσεων ζήτησης, οι οποίες θα οδηγήσουν σε επικερδείς πωλήσεις.

---

<sup>8</sup> Multicast μετάδοση και σήψη

<sup>9</sup> πρωτόκολλο μεταφοράς υπερκειμένου, θεωρείται πρωτόκολλο επικοινωνίας.

<sup>10</sup> Σύμφωνα με την ιεράρχηση των αναγκών κατά τον Maslow: φυσιολογικές ανάγκες (πείνα, δίψα), ανάγκες ασφάλειας (προστασία), κοινωνικές ανάγκες (αίσθηση του να ανήκεις, αγάπη), ανάγκες εκτίμησης (αναγνώριση, αυτό- εκτίμηση), ανάγκες αυτοπραγμάτωσης (ολοκλήρωση, αυτό- ανάπτυξη).

### 1.3.1 Η ΝΟΟΤΡΟΠΙΑ ΤΟΥ MARKETING

Ο χαρακτήρας των δραστηριοτήτων του marketing και ο ρόλος του σε μια επιχείρηση επηρεάζονται από τον προσανατολισμό της. Όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει τη φιλοσοφία της παραγωγής επικεντρώνεται στις εσωτερικές της δυνατότητες και όχι στις ανάγκες και επιθυμίες της αγοράς. Μια επιχείρηση που εφαρμόζει την φιλοσοφία των πωλήσεων θα δώσει έμφαση στις υψηλές πωλήσεις που κατά ακολουθία θα επιφέρουν υψηλά κέρδη, ενώ μια επιχείρηση που εφαρμόζει τη φιλοσοφία της έννοιας του μάρκετινγκ εστιάζει στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών και στην επίτευξη των στόχων της οργάνωσης. Και τέλος, η φιλοσοφία του κοινωνικού marketing, με την εφαρμογή της οποίας δίνεται έμφαση εκτός των άλλων και στην διατήρηση ή στην επέκταση των μελλοντικών συμφερόντων που έχει μια κοινωνία καθώς και τα άτομα.

Επίσης, η φιλοσοφία και το περιεχόμενο της λειτουργίας του μάρκετινγκ, εκφράζεται με το «μίγμα μάρκετινγκ» (marketing mix). Περιλαμβάνει το τι, πού, πόσο, πώς και γιατί θα κάνει το marketing.

### 1.3.2 ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ MARKETING

Το Marketing mix είναι ένα σύστημα δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ που έχουν στενοί σχέση μεταξύ τους και σχεδιάστηκαν για να ικανοποιήσουν τους στόχους και τις ανάγκες της επιχείρησης. Βασικός στόχος της επιχείρησης είναι να ικανοποιήσει μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών<sup>11</sup> προς τους οποίους επιθυμεί να απευθυνθεί μια δεδομένη χρονική περίοδο. Οι μεταβλητές που συνιστούν το «μίγμα μάρκετινγκ» είναι γνωστές ως τα «4 P's» δηλαδή (product, price, place, promotion), προϊόν, τιμή, διανομή, προώθηση, τα οποία αποτελούν τέσσερα επιμέρους μίγματα.

---

<sup>11</sup> Αγορά-στόχος καλείται μια ομάδα ανθρώπων ή επιχειρήσεων αντίστοιχα, για την οποία η εκάστοτε επιχείρηση σχεδιάζει, εφαρμόζει και διατηρεί ένα μείγμα μάρκετινγκ, που στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών αυτής της ομάδας ενώ ως τελικό αποτέλεσμα έχει την ανάπτυξη αμοιβαία ικανοποιητικών συναλλαγών.

# ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING 4P'S



Εικόνα 1.4: τα τέσσερα p's

Πηγή εικόνας: <http://antamathess.blogspot.gr/2012/10/35-4ps-7ps.html> (ημερομηνία ανάκτησης 01/12/2015)

Υπάρχει επίσης μια ευρύτερη αντίληψη ως προς την εφαρμογή της έννοιας του marketing όχι μόνο στις επιχειρήσεις αλλά και σε άλλες κοινωνικές ομάδες ή οργανισμούς που διαθέτουν ένα προϊόν (πνευματικό, υλικό) ή υπηρεσία. Είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που παρατηρείται σε όλες τις διαστάσεις και εκφράσεις της σύγχρονης ζωής. Δεν υπάρχει κοινωνική ομάδα, άτομο ή οργανισμός που να μην επηρεάζεται και να μην έχει σχέση με το marketing.



Εικόνα 1.5: Απεικόνιση στοιχείων του Μάρκετινγκ

Πηγή εικόνας: [http://images.slideplayer.gr/8/2472405/slides/slide\\_2.jpg](http://images.slideplayer.gr/8/2472405/slides/slide_2.jpg) (ημερομηνία ανάκτησης 03/12/2015)

Το προϊόν είναι το σύνολο των υλικών και άλλων χαρακτηριστικών, τα οποία με τη χρησιμότητά τους, παρέχουν ικανοποίηση στις ανάγκες των καταναλωτών. Τιμή είναι η αξία ανταλλαγής ενός αγαθού ή υπηρεσίας. Απεικονίζει με πόσο ή με τι ανταλλάσσεται κάτι στην αγορά, εκφράζεται σε χρήματα και ενεργεί ως ρυθμιστής της οικονομίας. Η διανομή συνιστάται στην τοποθέτηση του προϊόντος εκεί όπου θα είναι διαθέσιμο αποτελεσματικά στους πελάτες. Περιλαμβάνει της δραστηριότητες που είναι απαραίτητες ώστε να μεταφερθεί το προϊόν από τον παραγωγό (π.χ. την βιομηχανία) στον τελικό καταναλωτή. Η επιλογή των κατάλληλων καναλιών διανομής μπορεί να επιβάλλει ένα προϊόν στην αγορά ή να προκαλέσει την αποτυχία του. Η προώθηση του μάρκετινγκ είναι η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ αγοραστή και πωλητή με στόχο την διαμόρφωση κατάλληλης νοοτροπίας και καταναλωτικής συμπεριφοράς από την πλευρά του καταναλωτή. Η προώθηση δεν περιορίζεται μόνο στη διαφήμιση και στις πωλήσεις, αφού περιλαμβάνει ένα συνδυασμό παραγόντων όπως προβολή, προσωπικές πωλήσεις, εκπτώσεις, προσφορές, δημόσιες σχέσεις κ.ά. Το έργο της προώθησης είναι να πληροφορήσει τους καταναλωτές για την ύπαρξη του προϊόντος και να πείσει ότι αυτό είναι το καλύτερο σε σχέση με τα άλλα, λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών που διαθέτει.



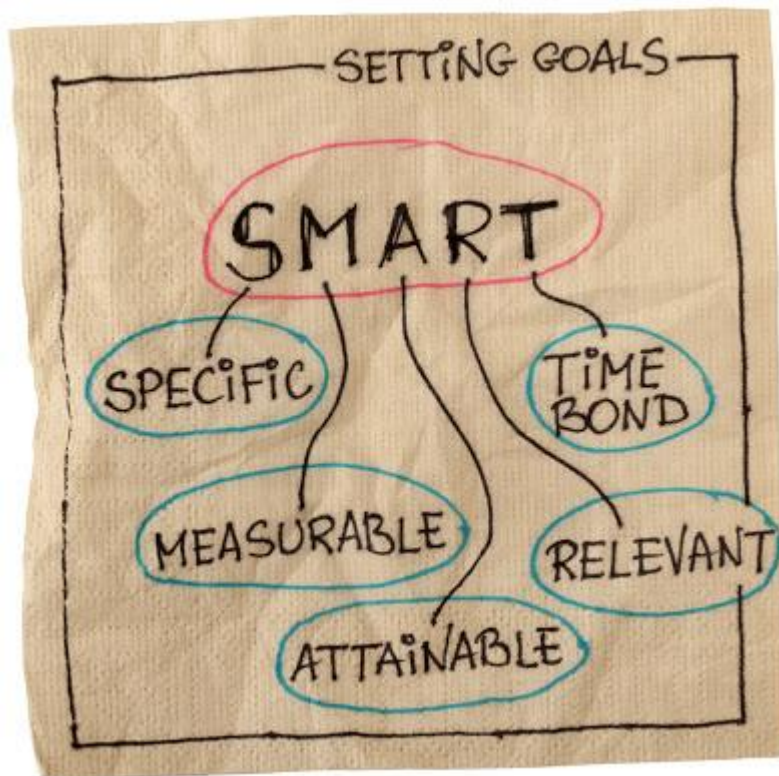
### 1.3.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ένα από τα ζητούμενα στην αγορά σήμερα είναι η μέτρηση αποτυχημένων αποτελεσμάτων των ενεργειών του μάρκετινγκ. Το πρόβλημα εστίασης δεν είναι η αδυναμία εργαλείων ή μηχανημάτων είναι η αδυναμία καθορισμού ουσιαστικών στόχων. Για να έχουν αποτέλεσμα οι στόχοι μας πρέπει να είναι SMART δηλαδή συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, επίκαιροι και προσανατολισμένοι στο αποτέλεσμα. Διότι τα εργαλεία της επικοινωνίας ή του «επιχειρείν» εξελίσσονται διαρκώς διευκολύνοντας τη δραστηριότητα για να κάνουν το αποτέλεσμα της όσο το δυνατόν πιο προβλέψιμο και εξαρτώμενο από τη δουλειά μας. Και αυτό απλώνεται σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης.

1. Specific-συγκεκριμένοι: Τι ακριβώς επιδιώκουμε; Για παράδειγμα ο στόχος μας είναι να αυξηθεί η επισκεψιμότητα μας στην ιστοσελίδα μας.
2. Measureable-μετρήσιμοι: Στη συνέχεια σύμφωνα με το παράδειγμα ο στόχος μας θα πρέπει τώρα να αναφέρει πόσοι επισκέπτες ελπίζουμε να επισκεφτούν τη σελίδα μας σε σχέση με άλλες.
3. Attainable-εφικτοί: Σπάμε τους στόχους που είναι υπερβολικά περίπλοκοι και ευρείς, σε μικρότερους και πιο συγκεκριμένους. Έχοντας την ακριβή μέτρηση.
4. Results oriented-προσανατολισμένοι στα αποτελέσματα: Πώς το % των νέων επισκεπτών στη σελίδα μας θα συγκριθεί σε σχέση με ένα παρόμοιο χρονικό διάστημα πριν από την καμπάνια. Επομένως οι στόχοι θα πρέπει να περιλαμβάνουν ένα επιχειρηματικό αποτέλεσμα.
5. Time Bond-επίκαιροι: Ένα χρονοδιάγραμμα με ημερομηνία λήξης καθιστά εύκολο να εκτιμηθεί κατά πόσον ο στόχος ολοκληρώθηκε (είτε σε τέσσερις ημέρες είτε σε τέσσερις μήνες).

Κατά συνέπεια σύμφωνα με τα παραπάνω ο στόχος μας μπορεί τώρα να μοιάζει κάπως έτσι: Στο τρίτο τρίμηνο να αποκτήσουμε 1.500 επισκέπτες, δηλαδή να αυξηθούν 1,5% στο σύνολο των επισκεπτών σε σχέση με το δεύτερο τρίμηνο.

Πάντα η σκέψη μας πρέπει να λύεται στρατηγικά και να αναρωτιόμαστε πώς ένας επιμέρους στόχος (π.χ. μιας social media καμπάνιας) θα βοηθήσει στην επίτευξη των μεγαλύτερων στόχων της επιχείρησης. Επίσης ένας SMART στόχος θα βοηθήσει στην επίτευξη όχι μόνο στη μέτρηση της επιτυχίας μας αλλά θα μας δείξει περιοχές για βελτίωση και προσαρμογή, οδηγώντας μας έτσι σε συνολική επιτυχία.



Εικόνα 1.6: Εικόνα «έξυπνου» μάρκετινγκ

Πηγή εικόνας: <http://empxtrack.com/wp-content/uploads/2015/11/smart-goal-kra.jpg>  
(ημερομηνία ανάκτησης 03/12/2015)

### 1.3.4 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Γενικότερα το Marketing από την μεριά μιας επιχείρησης δεν είναι σε θέση να εξετάζει τις μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος, διότι αλλάζουν διαρκώς. Για το λόγο αυτό οι διευθυντές της επιχείρησης δημιουργούν ένα μείγμα Marketing ανταποκρινόμενο στις ανάγκες των πελατών – στόχων. Όπως έχουμε προαναφέρει το Μάρκετινγκ δρα στην καθημερινότητα και επηρεάζει τη ζωή του ανθρώπου είτε συνειδητά είτε υποσυνείδητα. Το ίδιο ισχύει και για τις επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, αν είναι μικρές ή μεγάλες. Το Μάρκετινγκ βοηθά τον επιχειρηματία να σχεδιάσει την στρατηγική της επιχείρησης με στόχο την ανάπτυξη και την επιτυχία της, καθώς είναι ένας από τους σπουδαιότερους παράγοντες για τη σωστή λειτουργία της. Με αυτόν τον τρόπο το μάρκετινγκ μας δίνει την δυνατότητα να γνωρίζουμε:

- Πώς θα αναπτύξουμε την επιχείρησή μας.
- Ποια στρατηγική να ακολουθήσουμε για να έχει η επιχείρησή μας υγιή ανάπτυξη.
- Ποιες ενέργειες μάρκετινγκ ταιριάζουν στην επιχείρησή μας.
- Πόσο χρήματα πρέπει να ξοδέσουμε στην προώθηση της επιχείρησής μας.
- Πώς μπορούμε να διαφοροποιηθούμε από τον ανταγωνιστή μας.
- Πώς μπορούμε να βρούμε νέους πελάτες και συγχρόνως να διατηρήσουμε τους ήδη υπάρχοντες.

Επομένως το Μάρκετινγκ μπορεί να ενσωματωθεί, με ασφάλεια στο κέντρο κάθε μιας επιχείρησης, ως μέσο που θα κατευθύνει τη στρατηγική και την κουλτούρα της σε αρμονική συμβίωση με το εξωτερικό της περιβάλλον. Το μάρκετινγκ είναι ένας συνδυασμός χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων, ο οποίος επικοινωνεί με ένα όνομα ή ένα σύμβολο, και επηρεάζει τη διαδικασία σκέψης στο μυαλό ενός πελάτη και δημιουργεί αξία. Η αξία (value) του μάρκετινγκ έγκειται, για τον πελάτη, στην υπόσχεση ότι το προϊόν ή η υπηρεσία θα παραδώσει την υπόσχεσή του. (Το μάρκετινγκ είναι μια βαθιά ψυχο-κοινωνιολογία, που λαμβάνει υπόψη τόσο υλικά όσο και άυλα χαρακτηριστικά – ιδιότητες, π.χ. λειτουργικά και συναισθηματικά οφέλη. Παρ' όλα αυτά, η ονομασία είναι ένα κρίσιμο βήμα του μάρκετινγκ. Ένα καλά επιλεγμένο όνομα μπορεί να είναι τόσο ισχυρό ώστε να γίνει μια «εμπορική λέξη». Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες συχνά στερούνται των απαραίτητων προϋπολογισμών Μάρκετινγκ για την προώθηση του Brand τους αποτελεσματικά.).

#### 1.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ WEB,MARKETING ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



Εικόνα 1.7: Η ραγδαία εξέλιξη του Διαδικτύου

Πηγή εικόνας: <http://wnegocios.com/wp-content/uploads/2015/09/educacion-para-emprender.jpg> (ημερομηνία ανάκτησης 10/12/2015)

## Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

- Ø 1844 Ο Μορς στέλνει το 1ο τηλεγραφικό μήνυμα.
- Ø 1866 Το 1ο τηλεγράφημα στέλνεται μέσω του διατλαντικού καλωδίου.
- Ø 1876 Ο Μπελ στέλνει το 1ο τηλεφωνικό μήνυμα.
- Ø 1945 Ο Bush οραματίστηκε μια συσκευή ονόματι Memex με δυνατότητα διασύνδεσης μεταξύ τους δύο οποιονδήποτε σημείων των εγγράφων του συστήματος.
- Ø Το Διαδίκτυο (Ιντερνετ) είναι ένα ευρύ δίκτυο που συνδέει εκατομμύρια υπολογιστές σε ολόκληρο τον κόσμο. Μεταδίδει τεράστιες ποσότητες πληροφοριών, εικόνων και ήχων. Ξεκίνησε στη δεκαετία του 1960, όταν ο αμερικανικός στρατός ανέπτυξε το δίκτυο Αρπανέτ (ARPANET), για να συνδέσει τους υπολογιστές του στρατού και της κυβέρνησης σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου. Σε πολύ σύντομο διάστημα, χώροι όπως τα πανεπιστήμια ανέπτυξαν τα δικά τους δίκτυα.
- Ø 1963 Εκτοξεύεται ο 1ος τηλεπικοινωνιακός δορυφόρος.
- Ø 1965 Ο Ted Nelson χρησιμοποιεί για πρώτη φορά τον όρο hypertext αλλά και των hypertext συστημάτων.
- Ø 1969 Η ομάδα του Λέοναρντ Κλέινροκ έστειλε το πρώτο ηλεκτρονικό μήνυμα στο Πανεπιστήμιο του Στάνφορντ. Δεν πέρασε πολύς καιρός και, μερικούς μήνες αργότερα, 4 υπολογιστές είχαν συνδεθεί μεταξύ τους. Στην ίδια χρονολογία, Χρηματοδοτείται και εγκαθίσταται η πρώτη υλοποίηση του ARPANET με 4 κόμβους (mini computers μνήμης 12K) διαφορετικού λειτουργικού συστήματος και γραμμές ταχύτητας 50kbps.
- Ø 1971 Αναπτύσσονται προγράμματα e-mail και αρχεία FTP (File Transmission Protocol).
- Ø Έως τα τέλη του 1971, θα έχουν συνδεθεί στο ARPANET συνολικά 23 κόμβοι.
- Ø 1973 Λειτουργεί το πρώτο δίκτυο Ethernet με όνομα Alto Aloha System.
- Ø 1974 Οι Vint Cerf και Bob Kahn είναι οι πρώτοι που επικοινωνούν χρησιμοποιώντας το νέο πρωτόκολλο TCP/IP.
- Ø 1975 συνολικά 57 υπολογιστές είχαν συνδεθεί στο Διαδίκτυο.
- Ø 1980 Η επιτροπή του Αμερικανικού Εθνικού Ινστιτούτου Προτύπων ανακοίνωσε το σχέδιο εργασίας του προτύπου GML (SGML).
- Ø 1981 οι υπολογιστές είχαν ανέλθει στους 210.
- Ø 1984 Εισάγεται το Domain Name Server (DNS).
- Ø 1988 Εμφανίζεται το πρώτο worm, Υλοποιείται το IRC (Internet Relay Chat).
- Ø 1989 Ο Tim Berners Lee στα εργαστήρια CERN στην Ελβετία ανέπτυξε τον Παγκόσμιο Ιστό, χάρη στον οποίο κινούμαστε μέσα στις ιστοθεσίες (sites) του Διαδικτύου.
- Ø Χριστούγεννα 1990 Τίθεται σε λειτουργία ο παγκόσμιος ιστός World Wide Web (www).
- Ø 1991 Υλοποιείται ο Archie, η πρώτη μηχανή αναζήτησης και ανάκτησης αρχείων.
- Ø 1992 Ο Berners-Lee ανεβάζει την πρώτη εικόνα στον Παγκόσμιο Ιστό. Δίνεται σε χρήση η εξελιγμένη μηχανή αναζήτησης Veronica.
- Ø 1993 Ο πρώτος browser (φυλλομετρητής).
- Ø 1994 Αρχίζουν οι απευθείας συνδέσεις στο Internet και επιπλέον Ιδρύεται το πρώτο World Wide Web Consortium (η πρώτη Κοινοπραξία του Παγκόσμιου Ιστού) για την δημιουργία προτύπων HTML.
- Ø 1995 Η Microsoft εισέρχεται στην αγορά των Web browsers, παρουσιάζοντας την παραλλαγή (version) 1.0 του Internet Explorer.
- Ø 1996 Ο «πόλεμος» των φυλλομετρητών μεταξύ της Netscape και της Microsoft.
- Ø 1997 Η τεχνολογία Push κάνει την εμφάνισή της (η χρονιά του Multicasting).

- Ø 1998 Γίνονται οι πρώτες δημοσιεύσεις για την γλώσσα XML.
- Ø 2001 Δημιουργείται το ταχύτατο Global Terabit Research Network (GTRN).
- Ø 2002 Επισοήθηκαν τα weblogs και RSS, που γρήγορα κερδίζουν την αποδοχή του Web.
- Ø 2004 Η φράση Web 2.0 ειπώθηκε για πρώτη φορά.
- Ø 2005 και ύστερα, Έννοιες όπως διαδραστικότητα, δυναμικό περιεχόμενο, συνεργασία, συνεισφορά και social computing διαδραματίζουν πλέον πρωταγωνιστικό ρόλο και πολλοί υποστηρίζουν ότι μια τεχνολογική και κοινωνική επανάσταση είναι εν εξελίξει.
- Ø Τα τελευταία χρόνια, έφεραν και τα socials media (μέσα κοινωνικής δικτύωσης).
- Ø Το Διαδίκτυο Επόμενης Γενιάς στοχεύει στην ικανοποίηση της ανάγκης με το σχεδιασμό ενός πρωτοκόλλου «IP Επόμενης Γενιάς» (Next Generation IP, IPnG). Βέβαια, απαιτείται να λαμβάνουμε υπόψη πως το μέγεθος του διαδικτύου δεν επιτρέπει ριζικές μεταβολές και πως οι αρετές του IPnG δεν θα πρέπει να διαγραφούν. Με τις τελευταίες νοείται αυτό να είναι εύχρηστο, να συνδέει τα πάντα, να το χαρακτηρίζει αναρχία σύμπραξης, μακροζωία και ευημερία.

Συνολικά λοιπόν καταλήγουμε στο ότι τα είδη των νέων τεχνολογιών αποτελούν τη νέα μορφή κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης των ανεπτυγμένων κρατών. Η εκρηκτική ανάπτυξη και εξάπλωση της πληροφορικής επιστήμης έχει ανοίξει νέους ορίζοντες στην υπηρεσία της εκπαίδευσης, της υγείας, της δημόσιας διοίκησης, της έρευνας και επικοινωνίας στο σύνολο της κοινωνίας των πολιτών. Ωστόσο σε οτιδήποτε νέο, ελλοχεύουν και κίνδυνοι, που θα πρέπει όλοι ανεξαιρέτως να έχουν κατά νου, χωρίς να παρασύρονται από τα τεράστια οφέλη της χρήσης του διαδικτύου.

## Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΙΣΤΟΡΙΚΑ

- Ø Στις αρχές του 20ού αιώνα και μέχρι το 1910, καθώς δεν παρατηρείτε πρόβλημα διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών, με άλλα λόγια πωλήσεων, έτσι η λειτουργία του Μάρκετινγκ περιοριζόταν αποκλειστικά στην καλύτερη διαφήμιση αυτών.
- Ø Ήδη από το 1905, έγιναν οι 1ες πανεπιστημιακές διαλέξεις στις Η.Π.Α. στο αντικείμενο, γνωστό ως «Marketing των προϊόντων».
- Ø Από το 1910, η υπερπροσφορά ορισμένων αγαθών υπερβαίνει την ζήτηση, όπου έλαβε χώρα κυρίως στις Η.Π.Α., και κάπως έτσι εμφανίζεται η ανάγκη χρησιμοποίησης μηχανισμών και μέτρων ώστε η τοποθέτηση των προϊόντων στην αγορά να βελτιωθεί. Αυτές είναι οι συνθήκες κάτω από τις οποίες άρχισε να αναπτύσσεται το Μάρκετινγκ.
- Ø Κατά την περίοδο 1930–1960, παρατηρήθηκε σημαντική ανάπτυξη της τεχνολογίας, η οποία ακολούθως έφερε ως αποτέλεσμα την εισαγωγή του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Επιπλέον εδώ, η έννοια του Μάρκετινγκ εδραιώθηκε ως ανεξάρτητη επιχειρησιακή λειτουργία και συγχρόνως ως κλάδος της διοίκησης επιχειρήσεων. Επομένως, αποτελεί τον μοναδικό τομέα σε κάθε επιχείρηση που προσφέρει μέρος κεφαλαίων και κερδών, αντί να δαπανά.
- Ø 1947 Εκδόθηκε το 1ο σημαντικό βιβλίο Management από τον Peter F. Drucker (1909–2005) με τίτλο: «Concept of the corporation»,

- Ø Ενώ το 1956, κυκλοφόρησε το κλασικό έργο του Peter F.Drucker «The New Management Praxis».
- Ø Κατά την περίοδο 1960–1970, στόχος και σκοπός του είναι ο συντονισμός όλων των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων για την ικανοποίηση συγκεκριμένων επιθυμιών και αναγκών του ενεργού, αλλά και του δυνατού μελλοντικού καταναλωτή. Μέσω αυτού αποβλέπει στη βελτιστοποίηση της απόδοσης στο σύνολο και σε ότι αφορά τα ίδια κεφάλαια.
- Ø 1967 Εκδίδεται το κλασικό έργο «Marketing – Management» του Philip Kotler, που αποτελεί έως και σήμερα το κύριο εγχειρίδιο του Marketing και αποτελεί στην ουσία την ιερή βίβλο του τομέα. Το σύγχρονο Marketing έχει ως slogan το: «Ανάδειξε επιθυμίες και προσπάθησε να τις ικανοποιήσεις» και όχι «Δημιούργησε προϊόντα και προσπάθησε να τα πουλήσεις».[<sup>12</sup>]
- Ø Κατά την περίοδο από το 1970 έως σήμερα, σημειώθηκαν ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα του Μάρκετινγκ, και γι αυτόν ακριβώς το λόγο ο καταναλωτής από παθητικό υποκείμενο έγινε ενεργός κριτής επιζητώντας, πέρα από περισσότερα προϊόντα, καλύτερη ποιότητα στην τυποποίηση- συσκευασία, διακίνηση κ.ά.
- Ø 1980 Εκδόθηκε το κλασικό σύγγραμμα «Competitive Strategy» (Στρατηγική ανταγωνισμού) του Michael Eugene Porter, το οποίο απαντά στο ερώτημα «Πώς μπορεί να αντιμετωπίσει επιτυχώς στην αγορά μια επιχείρηση τους ανταγωνιστές της;» Στην ίδια περίοδο, ευδοκίμησε ευκαιρία για να πραγματοποιηθεί διάλογος σε θέματα Κοινωνικής Ευθύνης των Επιχειρήσεων, αλλιώς ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Καταλήγοντας από τότε έως και σήμερα το μόνο που αλλάζει είναι οι τακτικές και τα εργαλεία ενώ οι βασικές αρχές του μάρκετινγκ παραμένουν σταθερές σε κάθε περίπτωση. Φέρνοντας ένα τελευταίο παράδειγμα παλιότερα οι επιχειρήσεις για να μπορούν να επικοινωνήσουν με την αγορά τους χρησιμοποιούσαν telex είτε έστελναν επιστολές μέσω του ταχυδρομείου είτε διαφημιστικά φυλλάδια μέσω fax. Στις μέρες μας χρησιμοποιούν email, social media, internet. Στο μέλλον μπορεί να αναπτυχθεί μια νέα μέθοδος.-

---

[ <sup>12</sup> ] Το παραπάνω κείμενο αποτελεί αυτούσιο και αναπόσπαστο μέρος του βιβλίου ΣΥΓΧΡΟΝΟ MARKETING ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ που αναρτήθηκε στις 2/12/2015.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη για μηχανοργάνωση<sup>13</sup> είναι μεγάλη. Ο λογιστής μάχεται καθημερινά με καταληκτικές ημερομηνίες, με αλλαγές από το φορολογικό σύστημα παραδείγματος χάρη με τις αλλαγές των συλλογικών συμβάσεων, του ΦΠΑ και ούτω καθ' εξής. Η δουλειά του είναι να ενημερώνεται συνεχώς, να καταχωρεί τα παραστατικά των επιχειρήσεων καθώς και να διεκπεραιώνει εργασίες με τους διάφορους δημοσίους φορείς και κυρίως να παλεύει με την γραφειοκρατία.

### 2.2 ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Στις μέρες μας μια παγκόσμια πραγματικότητα αποτελεί η λεγόμενη ψηφιακή οικονομία, η οικονομία δηλαδή που έχει τη βάση της στην αξιοποίηση του internet, επηρεάζοντας άμεσα τόσο τις επιχειρήσεις και τον τρόπο λειτουργίας τους, όσο και τον τελικό καταναλωτή. Επιχειρήσεις κάθε μεγέθους σε όλο τον κόσμο επαναπροσδιορίζουν τον ρόλο τους στην παγκόσμια αγορά προκειμένου να διευκολύνουν σημαντικά τις καθημερινές τους λειτουργίες να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δυνατότητες και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα τους. Οι επιχειρήσεις καλούνται να έχουν σοβαρά υπόψη τις νέες παραμέτρους που διαμορφώνονται, δηλαδή το «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν». Αυτό σχετίζεται με τη χρήση των νέων τεχνολογιών και κυρίως του internet. Προκειμένου :

- Μέσω του διαδικτύου διευκολύνεται η αγορά και πώληση προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών.
- Να βελτιωθεί το επίπεδο παροχής υπηρεσιών μιας επιχείρησης.
- Να μειωθεί το κόστος παραγωγής και διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών.
- Να διεκπεραιωθούν οι συναλλαγές ανάμεσα σε εμπορικούς εταίρους.
- Και τέλος να αυξηθεί ο όγκος πωλήσεων των επιχειρήσεων.

Συμπερασματικά, προκύπτει όσο πιο άμεσα μια επιχείρηση δραστηριοποιηθεί στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, τόσο περισσότερο αυξάνει τις πιθανότητες να κερδίσει από τα νέα δεδομένα παρά να ζημιωθεί.

---

<sup>13</sup> Ο όρος μηχανοργάνωση από την ετυμολογία του σημαίνει οργάνωση επιχειρήσεων και οργανισμών με χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών υπολογιστών

Τα εργαλεία του λογιστή με τη βοήθεια της τεχνολογίας είναι τα εξής: mail, web-banking, taxis net, διάφορα sites (όπως tax heaven κτλ.), ενδοεπικοινωνία μεταξύ λογιστικών υποκαταστημάτων.

### 2.2.1 MAIL



Εικόνα 2.1: έχεις mail

Πηγή εικόνας: [http://clipartfreefor.com/cliparts/files/mail-clipart-can-stock-photo\\_csp2612980.jpg](http://clipartfreefor.com/cliparts/files/mail-clipart-can-stock-photo_csp2612980.jpg) (ημερομηνία ανάκτησης 10/01/2016)

Σήμερα σχεδόν κάθε άνθρωπος που κάνει χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή έχει email. Μάλιστα είναι πολλοί αυτοί που έχουν στην κατοχή τους δύο τρία ή και παραπάνω emails. Συχνά παρατηρείται η κατοχή δύο διαφορετικών emails, ένα για το πλαίσιο της εργασίας και ένα για την προσωπική εργασία. Email, με άλλα λόγια ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, είναι η πιο δημοφιλής υπηρεσία του internet, με αυτό μπορείτε να στέλνεται και να λαμβάνεται ηλεκτρονικά μηνύματα με οποιοδήποτε άλλο άτομο στο διαδίκτυο που έχει μια ταχυδρομική θυρίδα. Αναφερόμενοι στις επιχειρήσεις και στον τρόπο ενδοεπικοινωνία τους η αποστολή ηλεκτρονικού μηνύματος θεωρείται χαμηλότερου κόστους από ένα υπεραστικό τηλέφωνο. Επίσης ο παραλήπτης λαμβάνει το μήνυμα πολύ πιο γρήγορα από ένα συμβατικό γράμμα, κατά συνέπεια μείωση χρόνου και κόστους.

### 2.2.2 WED-BANKING



Εικόνα 2.2: e banking

Πηγή εικόνας: <http://www.grenadaco-opbank.com/wp-content/uploads/2013/07/e-banking-logo-300x94.png> ( ημερομηνία ανάκτησης 10/01/2016)



Το λεγόμενο e-banking (αλλιώς internet banking), είναι ένα από τα μέσα που διατίθενται μέσω του διαδικτύου για την εξυπηρέτηση των ενδιαφερομένων. Θεωρείται ως ένα είδος επανάστασης κατά των συμβατικών τραπεζικών συναλλαγών διότι έχει το χαρακτηριστικό να προσφέρει στην οθόνη του υπολογιστή του λογιστή καθώς και του κάθε πολίτη, παρέχοντας άμεση πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς, έχοντας τη δυνατότητα ολοκλήρωσης συναλλαγών, εξόφλησης λογαριασμών Δ.Ε.Κ.Ο.<sup>14</sup>, πιστωτικών καρτών, αλλά και την πορεία των χαρτοφυλακίων, επίσης ποικίλες υπηρεσίες.

Η εφαρμογή του e-banking στην επιχείρηση συμβάλει στην αύξηση των κερδών μέσα από τις προμήθειες των εργασιών που εκτελούνται καθώς και την γενικότερη αύξηση των τραπεζικών εργασιών τους. Αναφορικά με τους πελάτες της συνεισφέρει στην αύξηση του πελατολογίου, καθώς σε αυτό πλέον συμπεριλαμβάνονται πελάτες που προτιμούν οι συναλλαγές τους να διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά, χωρίς να είναι επιθυμητή η φυσική τους παρουσία σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα. Επίσης παρατηρείται πως η συλλογή πληροφοριών για το πελατολόγιο τους, μέσα από τη χρήση του e-banking, καθιστά την ανάγκη για την προώθηση νέων τραπεζικών προϊόντων και προσφορών.

Μείωση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης διότι η αποσυμφόρηση των συναλλαγών που διεκπεραιώνονται στον γκισέ καταστημάτων ελαύνονται. Η εξυπηρέτηση των πελατών κάτι που πλέον γίνεται ταχύτερα αντικατοπτρίζει και την επιθυμία των πελατών να συναλλάσσονται ηλεκτρονικά. Μικρότερα έξοδα για τους πελάτες που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά κάτι που στην ουσία εξυπηρετεί περισσότερο την τράπεζα αν υπολογίσουμε τα έξοδά της για την φυσική εξυπηρέτηση των πελατών της.

Παρακάτω αναφέρονται οι μορφές ηλεκτρονικής τραπεζικής που είναι οι εξής:

- Online Banking
- Internet Banking
- Mobile Banking
- Phone Banking

Κάποια οφέλη του e-banking για τους πελάτες:

Οι υπηρεσίες του e-banking είναι διαθέσιμες και προσφέρονται 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, ο πελάτης μπορεί να εξυπηρετηθεί οποιαδήποτε στιγμή αυτός επιθυμεί.

Συγκριτικά με τον παραδοσιακό τρόπο εξυπηρέτησης, ο πελάτης έχει στη διάθεση του 6,5 ώρες την ημέρα -5 εργάσιμες ημέρες της εβδομάδας. Τότε μπορούμε εύκολα να κατανοήσουμε τα οφέλη της συνεχούς αυτής εξυπηρέτησης.

Εύκολα και άμεσα εκτελεί την συναλλαγή που επιθυμεί με όλη την άνεση.

Ο χρήστης του e-banking κερδίζει χρόνο, αφού δεν είναι απαραίτητο να φύγει από την οικία του ή την εργασία του για να μεταβεί σε κάποιο από τα καταστήματα της τράπεζας για να εκτέλεση την συναλλαγή του.

---

<sup>14</sup>Το ακρωνύμιο ΔΕΚΟ σημαίνει **Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί** χρησιμοποιείται για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που ανήκουν στο ελληνικό Δημόσιο ή σε κάποιο ποσοστό.

Αρκετοί συνάνθρωποι μας, με κινητικά προβλήματα (Α.Μ.Ε.Α.)<sup>15</sup>, μπορούν να συναλλάσσονται εύκολα και γρήγορα on-line, χωρίς να χρειάζεται η μετακίνηση σε κατάστημα της τράπεζας το οποίο θα ήταν αρκετά δύσκολο.

Επιπρόσθετα οφέλη για τις Επιχειρήσεις:

- Ολοκληρωμένα πακέτα υπηρεσιών πληρωμής για επιχειρήσεις.
- Προσιτή ενημέρωση των μηχανογραφικών συστημάτων της εταιρίας.
- Πραγματοποίηση μισθοδοσίας προσωπικού είτε μαζικών πληρωμών προμηθευτών.
- Υλοποίηση εναλλακτικού δικτύου εξόφλησης λογαριασμών.
- Δημιουργία διαφορετικού δικτύου πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών.

Τα μειονεκτήματα του e-banking είναι τα εξής:

1. Επανεκδοση κωδικών, στη περίπτωση που ξεχάσεις το UserID και PIN.

2. UserInterface.<sup>16</sup>

3. Σε περίπτωση που ο λογαριασμός παραμένει ανενεργός για κάποιους μήνες, η τράπεζα θα χρεώσει κάποιο ποσό.

4. Μη ύπαρξη απόδειξης και υπογραφής κατά την πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών.

5. Ασφάλεια κατά τις συναλλαγές.

6. Οι δαπάνες των τραπεζών διογκώνονται σε κάθε εφαρμογή καινούριας τεχνολογίας.

7. Η επιμόρφωση του εκάστοτε προσωπικού.

---

<sup>15</sup> Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες

<sup>16</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/User\\_interface](https://en.wikipedia.org/wiki/User_interface) αναρτήθηκε στις 10/1/2016.

## 2.2.3 TAXISNET

The screenshot displays the homepage of the gsis website. At the top, there is a navigation bar with the following menu items: Υπηρεσίες προς >, Φορολογικός Οδηγός >, Δημόσια Βοήθεια >, Διαγωνισμοί/Διαβουλεύσεις >, Επικοινωνία >, Βοήθεια >. Below the navigation bar, there is a search bar and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. The main content area is divided into several sections:

- Υπηρεσίες προς**: This section is further divided into three categories:
  - Πολίτες**: Includes links for Επίδομα Πετροβέρμανσης, Έντυπο Τ.Κ. 2016, Δήλωση Φ.Ε.Φ.Π. (Ε1), Αίτηση Α21, Δήλωση Ε9, e-Παρόβολα, and Εκλογική Αποζημίωση. A link for "Περισσότερα >" is also present.
  - Επιχειρήσεις**: Includes links for Βεβαιώσεις αποδοχών/αμοιβών, Δήλωση Φ.Ε.Ν.Π. (Ν), Αίτησεις Ρυθμίσεων, Ένταξη σε Ειδ. Καθεστώς Αρθ.39β Κώδ. Φ.Π.Α, and Δήλωση Ε9. A link for "Περισσότερα >" is also present.
  - Δημόσια Διοίκηση**: Includes links for Εντοία Αρχή Πληρωμής, Εντοία Σύστημα Πληρωμών (ΕΣΥΠ), e-Παρόβολα, Υποβολή Πιστοποιητικών Φορολογικών Ελέγχων, and Προσαρτητή Φ.Μ.Υ. A link for "Περισσότερα >" is also present.
- Χρήσιμες πληροφορίες**: This section is further divided into three categories:
  - Φορολογικός οδηγός**: Includes links for Γενικές Πληροφορίες, Φόρος Εισοδήματος, Φ.Π.Α - V.I.E.S., Κ.Β.Σ., and Φόρος Κινοσήμου.
  - Ενημέρωση/ Βοήθεια**: Includes links for Συχνές ερωτήσεις - απαντήσεις, Στατιστικά, and Διαγωνισμοί/ Διαβουλεύσεις.
  - Δράσεις**: Includes links for Μισθοί - Συντάξεις, Διαδικτυακές Υπηρεσίες- Web Services, Εφαρμογές κινητών, and Κάρτα Αποδείξεων.
- myTAXISnet**: A section for users with a login button and a link for "Ο Λογαριασμός μου". Below it, there are links for "Εγγραφή Νέου Χρήστη", "Ενεργοποίηση Λογαριασμού", "Εξουσιοδοτήσεις", and "Προσωποποιημένη Πληροφόρηση".
- Οδηγίες Εφαρμογής της Γ.Γ.Δ.Ε. για τον Έλεγχο Νομιμότητας Ταμειακών Μηχανισμών.**
- Οδηγίες Χρήσης Φ.Ε.Φ.Π. 2014**
- Πληρωμή φόρων και τελών από χώρες της ζώνης SEPA για δηλώσεις από 1.1.2014**
- Διαδικασία χορήγησης Α.Φ.Μ. και υποβολής δηλώσεων ΦΠΑ από υπόχρους που είναι εγκατεστημένοι σε άλλο κράτος μέλος της Ε. Ε.**

Εικόνα 2.3: Αρχική gsis

Πηγή εικόνας: [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/index.html](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/index.html) (ημερομηνία ανάκτησης 10/01/2016)

Το Taxisnet είναι το κομμάτι στο οποίο θα αναφέρουμε τις κυριότερες ηλεκτρονικές υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση ενός ατόμου κατά τη χρήση του λογιστή. Το Taxisnet χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες, στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες α) προς τον πολίτη, β) προς την επιχείρηση, γ) προς την δημόσια διοίκηση. Επίσης μας προσφέρει πληροφορίες όπως φορολογικός οδηγός, ενημέρωση και βοήθεια, και δράσεις.

NEO: Υπηρεσία Χορήγησης Επιδόματος Κατανάλωσης Πετρελαίου Θέρμανσης
Εκτύπωση Εντύπων Τελών Κυκλοφορίας και Κατάσταση Οχημάτων
Υποβολή δήλωσης Φορολογίας Εισοδήματος Ε1
Υποβολή Εντύπου Α21 για χορήγηση οικογενειακών επιδομάτων
Αιτήσεις Ρυθμίσεων (Ν.4152/2013)
Εκλογική Αποζημίωση
e-Παράβολο
Δήλωση Μοναδικού Ακατάσχετου Τραπεζικού Λογαριασμού για Φ.Π.
Φόρος Υπεραξίας Ακινήτων Άρθρ.41 Κ.Φ.Ε.
Αίτηση Κοινωνικού Μερισματος
Υποβολή Δηλώσεων Στοιχείων Ακινήτων (Ε9)
Υποβολή Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μισθώσεων Ακίνητης Περιουσίας
Δείτε αν είστε παλαιός χρήστης TAXISnet και χρειάζεται να παραλάβετε κλειδάριθμο από Δ.Ο.Υ
Προβολή Δηλώσεων Στοιχείων Ακινήτων (Ε9)
Ενημέρωση Εκκαθάρισης
Κάρτα Αποδείξεων
e- Α.Π.Α.Α. (Αντικειμενικός Προσδιορισμός Αξίας Ακινήτων)
Τελωνειακές Υπηρεσίες
Ειδοποιήσεις πληρωμής ή επιστροφής φόρου
Προσωρινή Δήλωση Απόδοσης Φόρου και Τελών Χαρτοσήμου
Υποβολή Οριστικής Δήλωσης Φ.Μ.Υ. ( Ε7) οικ.έτους 2014
Υποβολή Οριστικής Δήλωσης Φ.Μ.Υ. ( Ε7) οικ.έτους 2013
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Προκαταβλητέου φόρου στις αμοιβές Αρχιτεκτόνων- Μηχανικών
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Παρακρατούμενου φόρου εισοδήματος εργοληπτών
Υποβολή Δήλωσης παρακρατούμενου φόρου από φορείς γενικής κυβέρνησης κατά την προμήθεια κάθε είδους αγαθών ή παροχής υπηρεσιών
Εκδοση Αποδεικτικού Ενημερότητας
Εγκυρότητα Φορολογικών Στοιχείων
Αναζήτηση Στοιχείων Λογιστή
e- Έντυπα
Έντυπα Αποφυγής Διπλής Φορολογίας
Πίνακας αντικειμενικών τιμών αγροτικών προϊόντων (2014)
Ελεύθερα Προγράμματα και Λογισμικό Ανοικτού Κώδικά της ΓΓΠΣ

Εικόνα 2.4: όλες οι υπηρεσίες προς τους πολίτες

Πηγή εικόνας: [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/Services/polites.html](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/Services/polites.html) (ημερομηνία ανάκτησης 10/01/2016)

Η πρώτη κατηγορία αφορά υπηρεσίες προς πολίτες, αυτές που χρησιμοποιούνται συνήθως είναι:

Η υποβολή δήλωσης φορολογίας εισοδήματος Ε1 (στην οποία αναφέρονται οικονομικά στοιχεία μιας επιχείρησης ή ενός ατόμου στο έτος που υπόκειται η φορολογία παραδείγματος χάρη πού μένει, τόκοι, αποδοχές, παρακρατούμενοι φόροι από τις αποδοχές, επιβατικά αυτοκίνητα, επιδόματα αναπηρίας, εάν πληρώνει ενοίκιο κτλ.). Καθώς συμπληρωματικά έντυπα είναι: Ε2: δηλώνουμε τα ενοίκια που λαμβάνουμε από την ακίνητη περιουσία μας. Η εάν δεν εκμισθώνουμε πως χρησιμοποιούμε το κάθε ακίνητο που έχουμε, Ε3: αναγραφουμε τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης (έσοδα-έξοδα), το επίδομα πετρελαίου θέρμανσης, η εκτύπωση τελών κυκλοφορίας-κατάσταση οχήματος, η υποβολή εντύπου Α21 για χορήγηση οικογενειακού επιδόματος, οι αιτήσεις ρυθμίσεων (σε περίπτωση οφειλής πχ. Εφορία),

η έκδοση παραβολών, η δήλωση μοναδικού ακατάσχετου τραπεζικού λογαριασμού για φυσικά πρόσωπα (όπως εάν οφείλουμε 5000€ κάνοντας το ακατάσχετο, ότι χρήμα μπαίνει στο λογαριασμό έως 1200 € δεν μας τα παίρνουν δηλαδή δεν θα μας κατασχεθούν),η υποβολή δηλώσεων στοιχείων ακίνητων Ε9 (Εισάγουμε, μεταβάλλουμε ή διαγράφουμε την ακίνητη περιουσία μας εφόσον υπάρξει μεταβολή), η υποβολή δήλωσης πληροφοριακών στοιχείων μισθώσεων ακίνητης περιουσίας (Δηλαδή όταν εκμισθώνουμε ένα σπίτι δημιουργούμε το συμφωνητικό, αλλιώς εάν μισθώνουμε μπαίνουμε στην υπηρεσία για να αποδεχτείς το συμφωνητικό), η έκδοση αποδεικτικού ενημερότητας (εάν δεν οφείλουμε μπορούμε να εκδώσουμε ενημερότητα για να τη χρησιμοποιήσουμε α)για κάθε νόμιμη χρήση β) για μεταβίβαση ακίνητου γ)για είσπραξη χρημάτων), και η εκτύπωση εντύπων (χρήσιμα Έντυπα του υπουργού Οικονομικών μας χρησιμεύουν για διαφορές μεταβολές στη Δ.Ο.Υ.).

Υποβολή Δήλωσης Βεβαίωσης Αποδοχών ή συντάξεων, Βεβαίωσης αμοιβών από επιχειρηματική δραστηριότητα, Βεβαίωσης εισοδημάτων από μερίσματα, τόκους, δικαιώματα.

Εισόδημα Νομικών Προσώπων

Υποβολή Καταστάσεων Συμφωνητικών της παραγράφου 16 του άρθρου 8 του Ν.1882/1990

Αιτήσεις Ρυθμίσεων (Ν.4152/2013)

Φόρος Υπεραξίας Ακινήτων Αρθ. 41 Κ.Φ.Ε.

Κ.Β.Σ. / Κ.Φ.Α.Σ. (Κώδικας Φορολογικής Απεικόνισης Συναλλαγών)

Δείτε αν είστε παλιός χρήστης TAXISnet και χρειάζεται να παραλάβετε κλειδάριθμο από Δ.Ο.Υ.

Δηλώσεις Φ.Π.Α. - V.I.E.S

Δήλωση Ένταξης στο Ειδικό Καθεστώς του Άρθρου 39β του Κώδικα Φ.Π.Α.

Σύστημα Εισροών-Εκροών καυσίμων

Υπηρεσία Υποβολής Στοιχείων και Πληροφοριών (ΠΟΛ 1033/2014 & ΠΟΛ 1054/2015).

e-Παράβολο

Υποβολή Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μισθώσεων Ακίνητης Περιουσίας

Υποβολή Δηλώσεων Στοιχείων Ακινήτων (Ε9)

Υποβολή Δηλώσεων Στοιχείων Ακινήτων (Ε9)

Ειδικός Φόρος Ακινήτων (Ε.Φ.Α.) Νομικών Προσώπων

Λοιπές Δηλώσεις Εισοδήματος

Ενδοομιλικές Συναλλαγές

Προσωρινή Δήλωση Παρακρατούμενων και Προκαταβλητέων Φόρων από Μισθωτή Εργασία και Συντάξεις καθώς και από Αμοιβές Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Προσωρινή Δήλωση Απόδοσης Φόρου και Τελών Χαρτοσήμου

Υποβολή Οριστικής Δήλωσης Φ.Μ.Υ. ( Ε7) οικ.έτους 2014

Οριστική δήλωση αμοιβών από ελευθέρια επαγγέλματα (Ε20) οικ. έτους 2014

Οριστική Δήλωση για εισοδήματα από εμπορικές επιχειρήσεις (Ε21) οικ. έτους 2014

Υποβολή Οριστικής Δήλωσης Φ.Μ.Υ. ( Ε7) οικ.έτους 2013
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Προκαταβλητέου φόρου στις αμοιβές Αρχιτεκτόνων- Μηχανικών
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Παρακρατούμενου φόρου εισοδήματος εργοληπτών
Υποβολή Δήλωσης παρακρατούμενου φόρου από φορείς γενικής κυβέρνησης κατά την προμήθεια κάθε είδους αγαθών ή παροχής υπηρεσιών
Ενημέρωση Εκκαθάρισης
e - Α.Π.Α.Α. (Αντικειμενικός Προσδιορισμός Αξίας Ακινήτων)
Τελωνειακές Υπηρεσίες
Έκδοση Αποδεικτικού Ενημερότητας
Έκδοση Αποδεικτικού Ενημερότητας από Συμβολαιογράφους
Υπηρεσία Υποβολής Φορολογικών Πιστοποιητικών
Έλεγχος Εγκυρότητας και Οριστικοποίηση Ηλεκτρονικού Πιστοποιητικού ΕΝ.Φ.Ι.Α. από Συμβολαιογράφους
Ειδοποιήσεις πληρωμής ή επιστροφής φόρου
Υποβολή δηλώσεων Τελών και Ειδικών φόρων
Δήλωση αλλαγής ΚΑΔ
Υποβολή Αιτήσεων Επιστροφής ΦΠΑ/VAT REFUND
Μικρή Μονοαπευθυντική Θυρίδα (Mini One Stop Shop - MOSS)
Εγκυρότητα Φορολογικών Στοιχείων
Αναζήτηση Στοιχείων Λογιστή
e- Εντυπα
Υποβολή Οικονομικών Στοιχείων των Δημοσίων Μονάδων Υγείας
Ελεύθερα Προγράμματα και Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα της ΓΓΠΣ

Εικόνα 2.5: όλες οι υπηρεσίες προς επιχειρήσεις

Πηγή εικόνας: [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/Services/epixeiriseis.html](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/Services/epixeiriseis.html) (ημερομηνία ανάκτησης 10/01/2016)

Η δεύτερη μεγάλη κατηγορία είναι οι υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, αυτές που χρησιμοποιούνται συνήθως είναι :

Η υποβολή δήλωσης βεβαίωσης αποδοχών ή συντάξεων βεβαίωση αμοιβών από επιχειρηματική δραστηριότητα, βεβαίωση εισοδημάτων από μερίσματα τόκους και δικαιώματα. (Δηλαδή ο κάθε εργοδότης δηλώνει μέσω αυτής της υπηρεσίας τις αποδοχές που έχει καταβάλει στον εργαζόμενο του. Επίσης δηλώνονται οι αμοιβές από επιχειρήσεις καθώς τα εισοδήματα από μερίσματα και τόκους καταθέσεων.), τα εισοδήματα νομικών προσώπων (εδώ δηλώνονται τα εισοδήματα των νομικών προσώπων πχ ΑΕ, ΕΠΕ, ΟΕ.), οι αιτήσεις ρυθμίσεων (όπου φυσικά και νομικά πρόσωπα μέσω αυτής της εφαρμογής μπορούν να ρυθμίσουν τα χρέη τους), το Κ.Β.Σ.<sup>17</sup> / Κ.Φ.Α.Σ.<sup>18</sup>. (εδώ δηλώνεται κάθε είδους συναλλαγή πελατών και προμηθευτών. Επίσης κάνουμε γνωστοποιήσεις, υποβάλλουμε δήλωση έναρξης, μεταβολής και παύσης λειτουργίας Φ.Η.Μ.<sup>19</sup>- ΑΔΗΜΕ ταξίμετρων<sup>20</sup>. Καθώς και τα αντίστοιχα σε φορολογικούς Ηλεκτρικούς Μηχανισμούς), η δήλωση ένταξης στο ειδικό καθεστώς του άρθρου 39/6 του κωδ. Φ.Π.Α. (εντάσσονται στο ειδικό καθεστώς αυτό όσες επιχειρήσεις κατά το προηγούμενο φορολογικό έτος είχαν τζίρο<sup>21</sup> -σύνολο πωλήσεων χωρίς να έχουμε αφαιρέσει τα έσοδα- έως 10.000 ευρώ, και απαλλάσσονται με αυτό τον τρόπο από την υποχρέωση απόδοσης Φ.Π.Α.), το σύστημα εισροών-εκροών καυσίμων (το χρησιμοποιούν πρατήρια καυσίμων για να δηλώσουν κάθε είδους συναλλαγή που κάνουν. Είτε εισροής είτε εκροής.),

<sup>17</sup>Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων

<sup>18</sup>Κώδικας Φορολογικής Απεικόνισης Συναλλαγών

<sup>19</sup>φορολογική ηλεκτρονική μηχανή

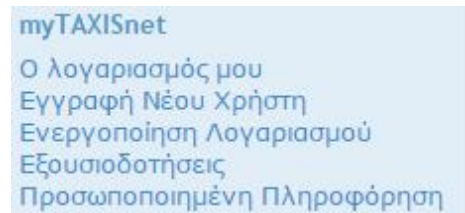
<sup>20</sup>ταμειακές των ταξί

<sup>21</sup> Κύκλος Εργασιών

το e –παράβολο (με αυτή τη υπηρεσία μπορούμε να εκδώσουμε παράβολα για να τα χρησιμοποιήσουμε σε πολλούς δημόσιους φορείς.), η προσωρινή δήλωση παρακρατούμενων και προκαταβλητέων φόρων από μισθωτή εργασία και συντάξεις καθώς και από αμοιβές επιχειρηματικής δραστηριότητας (οι εργοδότες είναι υποχρεωμένοι να παρακρατούν τον φόρο των υπαλλήλων και να τον αποδίδουν μέσω αυτής της εφαρμογής κάθε μήνα.), η έκδοση αποδεικτικού ενημερότητας (εάν το φυσικό ή το νομικό πρόσωπο δεν οφείλει στην εφορία, μέσω της εφαρμογής μπορεί να λάβει πιστοποιητικό οφειλής), η έκδοση αποδεικτικού ενημερότητας από συμβολαιογράφους (οι συμβολαιογράφοι μπορούν να εκδώσουν αποδεικτικό ενημερότητας για λογαριασμό των πελατών τους), η δήλωση αλλαγής Κ.Α.Δ.<sup>22</sup> (Μέσω αυτής της υπηρεσίας κάνουμε αντιστοίχιση από τον παλαιό στον νέο Κ.Α.Δ.) και τα ελεύθερα προγράμματα και λογισμικό ανοιχτού κώδικα Γ.Γ.Π.Σ.<sup>23</sup> (εάν κάποιος φοροτεχνικός δεν έχει πρόγραμμα ή λογισμικό για να χρησιμοποιήσει, χρησιμοποιεί αυτήν την εφαρμογή).

Τώρα γενικά στις «χρήσιμες πληροφορίες» μπορούμε να ενημερωθούμε για το πώς χρησιμοποιείται κάθε εφαρμογή της Γ.Γ.Π.Σ. Πχ Φόρος εισοδήματος, Φ.Π.Α., Κ.Β.Σ. κτλ. Δράσεις:

- Μισθοί – Συντάξεις. Είναι το Γενικό Λογιστήριο του κράτους όπου κάποιος μισθωτός ή συνταξιούχος που πληρώνεται από αυτό , μπορεί να ενημερωθεί για το μισθό του ή τη σύνταξη του.
- Εφαρμογές κινητών. Πληροφορίες σχετικά με την Ηλεκτρονική εφαρμογή της Γ.Γ.Π.Σ. σε κινητά τηλέφωνα.
- Κάρτα Αποδείξεων. Μας πληροφορεί για το πώς χρησιμοποιείται η κάρτα αποδείξεων.



Εικόνα 2.6: στιγμιότυπο mytaxisnet

Πηγή εικόνας: [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/) (ημερομηνία ανάκτησης 20/01/2015)

Mytaxisnet: Ο λογαριασμός μου. Χρησιμοποιώντας τους προσωπικούς κωδικούς μπορούμε να εισέλθουμε στον λογαριασμό μας.( Ενεργοποίηση λογαριασμού) Εκεί μπορούμε να διαχειριστούμε το λογαριασμό μας πχ. αλλαγή συνθηματικού, e-mail, να εξουσιοδοτήσουμε ένα λογιστή ή ένα λογιστικό γραφείο κάνοντας ερωτήματα προς τη Γ.Γ.Π.Σ., να δούμε τα εισερχόμενα μηνύματα μας και να αλλάξουμε διεύθυνση κατοικίας. Εφαρμογές Taxisnet. Εδώ μπορούμε να βρούμε και να χρησιμοποιήσουμε κάθε υπηρεσία που αναλύσαμε προηγουμένως.

<sup>22</sup>κωδικός αριθμός δραστηριότητας

<sup>23</sup>γενική γραμματεία πληροφοριακών συστημάτων

**Σύνδεση**

**Για να συνδεθείτε, καταχωρήστε το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης μοναδικής σύνδεσης.**

Όνομα χρήστη

Κωδικός πρόσβασης

Απαγορεύεται η μη εξουσιοδοτημένη χρήση αυτής της τοποθεσίας, η οποία μπορεί να επιφέρει αστική και ποινική δίωξη.

Εικόνα 2.7: κωδικοί πρόσβασης

Πηγή εικόνας: <https://login.gsis.gr/sso/pages/login.jsp> (ημερομηνία ανάκτησης 20/01/2016)

#### Προσωποποιημένη πληροφόρηση:

Α) Φορολογικό ημερολόγιο βλέπουμε το ημερολόγιο και τις υποχρεώσεις μας για όποιο μήνα θέλουμε (πχ τι λήγει το Γενάρη όπως Φ.Π.Α.).

Β) Στοιχεία Μητρώο, ενημερωνόμαστε για τα στοιχεία του μητρώου ενός φυσικού ή μιας νομικής οντότητας . Επίσης ενημερωνόμαστε για τα στοιχεία της επιχείρησης πχ πότε έκανε έναρξη ,διεύθυνση άσκησης δραστηριότητας ,κατηγορία βιβλίων και τους κωδικούς αριθμούς δραστηριότητας Κ.Α.Δ.

Γ) Στοιχεία οφειλών εκτός ρύθμισης, βλέπουμε οφειλές που δεν έχουν υπαχθεί σε ρύθμιση.

Δ) Στοιχεία ρύθμισης, βλέπουμε οφειλές που είναι ενταγμένες σε ρύθμιση, καθώς και τις δόσεις και τις ημερομηνίες καταβολής τους.

Ε) Στοιχεία πληρωμών. Μπορούμε να αναζητήσουμε οποιαδήποτε πληρωμή έχουμε κάνει στην δημόσια διοίκηση.

ΣΤ) Στοιχεία Κ.Β.Σ. Βλέπουμε το τι έχουμε θεωρήσει και τι φορολογικούς μηχανισμούς έχουμε στην επιχείρηση μας πχ ταμειακή μηχανή.

Στο mytaxisnet μπορούμε να κάνουμε εγγραφή νέου χρήστη δηλαδή αίτηση παραλαβής κλειδαρίθμου από εφορία, ενεργοποίηση λογαριασμού και επανεγγραφή εάν μπλοκάρουμε ή χάσουμε τους κωδικούς μας. Τέλος, στα τελευταία νέα βλέπουμε σημαντικές ενημερώσεις της Γενικής Γραμματείας Δημοσίων Εσόδων πχ διάφορες παρατάσεις.



Ενιαία Αρχή Πληρωμής (Β' Φάση)
e-Παράβολο
ΝΕΟ: Ενιαίο Σύστημα Πληρωμών (ΕΣΥΠ)
Υποβολή Δήλωσης Βεβαίωσης Αποδοχών ή συντάξεων, Βεβαίωσης αμοιβών από επιχειρηματική δραστηριότητα, Βεβαίωσης εισοδημάτων από μερίσματα, τόκους, δικαιώματα.
Υπηρεσία Πιστοποίησης Δ/ντών Διοίκησης Προσωπικού
Υπηρεσία Υποβολής Στοιχείων και Πληροφοριών (ΠΟΛ 1033/2014 & ΠΟΛ 1054/2015).
Προσωρινή Δήλωση Φ.Μ.Υ.
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Προκαταβλητέου φόρου στις αμοιβές Αρχιτεκτόνων- Μηχανικών
Υποβολή Δήλωσης Απόδοσης Παρακρατούμενου φόρου εισοδήματος εργοληπτών
Υποβολή Δήλωσης παρακρατούμενου φόρου από φορείς γενικής κυβέρνησης κατά την προμήθεια κάθε είδους αγαθών ή παροχής υπηρεσιών
Υποβολή Β' Αντιτύπου Βεβαιώσεων Αποδοχών
Υποβολή Συγκεντρωτικών Καταστάσεων Τιμολογίων Πελατών / Προμηθευτών
Προβολή Συγκεντρωτικών Καταστάσεων Πελατών / Προμηθευτών παρελθόντων ετών που έχουν υποβληθεί ηλεκτρονικά (e- Κ.Β.Σ.)
Προσωρινή Δήλωση Απόδοσης Φόρου και Τελών Χαρτοσήμου
Εγκυρότητα Φορολογικών στοιχείων
e- Α.Π.Α.Α.
e - Εντυπα
Υποβολή Οικονομικών Στοιχείων των Δημοσίων Μονάδων Υγείας
Ελεύθερα Προγράμματα και Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα της ΓΓΠΣ

Εικόνα 2.8: όλες οι υπηρεσίες προς δημόσια διοίκηση

Πηγή εικόνας: [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/Services/DimosiaDioikisi.html](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/Services/DimosiaDioikisi.html)  
(ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)

Η τρίτη και τελευταία κατηγορία είναι οι υπηρεσίες προς Δημόσια Διοίκηση. Από αυτή την κατηγορία πολλές υπηρεσίες υπάρχουν και στις δύο προηγούμενες κατηγορίες εκτός από τις εξής: την Ενιαία Αρχή Πληρωμής, το Ενιαίο σύστημα πληρωμών, την προσωρινή δήλωση Φ.Μ.Υ., την Υποβολή Β' Αντιτύπου Βεβαιώσεων Αποδοχών, την Υποβολή συγκεντρωτικών καταστάσεων τιμολογίων πελατών/προμηθευτών, την προβολή συγκεντρωτικών καταστάσεων πελατών/προμηθευτών παρελθόντων ετών που έχουν υποβληθεί ηλεκτρονικά και το e-Α.Π.Α.Α.<sup>24</sup>.

## 2.2.4 ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

Παρακάτω θα παρατεθούν μία σειρά από ηλεκτρονικές διευθύνσεις -αλλιώς ιστοσελίδες- που αποτελούν πηγή έγκυρης και έγκαιρης ενημέρωσης συγκεκριμένα για το επαγγελματία λογιστή.

<sup>24</sup> Αντικειμενικός Προσδιορισμός Αξίας Ακινήτων



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**  
**Υπουργείο Οικονομικών**

Εικόνα 2.9: Εικόνα συμβόλου Ελληνικής Δημοκρατίας

Πηγή Εικόνας: <http://www.minfin.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)

Ξεκινώντας, αναφέρουμε την ηλεκτρονική διεύθυνση της Ελληνικής Δημοκρατίας – Υπουργείου Οικονομικών, η οποία πληροφορεί τους αποδέκτες του διαδικτύου κατά σειρά για την Διοικητική Οργάνωση, τα Οικονομικά Στοιχεία, την Πολιτική και τις Μεταρρυθμίσεις, τη Νομοθεσία και τις Αποφάσεις, το Γραφείο Τύπου, τα Πολυμέσα και την δυνατότητα επικοινωνίας με αυτό. Παράλληλα, και επισκεπτόμενοι την παρακάτω διεύθυνση (<http://www.mnec.gr/?q=el>) θα διαπιστώσουμε πως καλύπτεται από μία κινούμενο φωτογραφικό άλμπουμ που συνοδεύεται από τα τελευταία νέα σε μία λίστα ταξινομημένη κατά την πιο πρόσφατη ημερομηνία.



**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ**  
**ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ**  
**ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

Εικόνα 2.10: Εικόνα συμβόλου Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδος

Πηγή Εικόνας: <http://www.oe-e.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)

Ακολούθως, επισημαίνουμε την επίσημη ιστοσελίδα του Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδος (<http://www.oe-e.gr/oe/>), η οποία περιλαμβάνει τις εξής ενότητες: Αρχική Σελίδα, Προφίλ Ο.Ε.Ε., Δραστηριότητες, Θέσεις-Απόψεις, Υποτροφίες-Απασχόληση, Υπηρεσίες, Επικοινωνία, Παρατάξεις και Ιστοσελίδες Περιφερειακών. Συγχρόνως, εμπεριέχει 3 εικονίδια που αντιστοιχούν στην είσοδο στις Ψηφιακές Υπηρεσίες, στην Ψηφιακή Βιβλιοθήκη (<http://uselib.oe-e.gr/>), καθώς και στους Ελεγκτές Ανωνύμων Εταιριών. Προς διευκόλυνση του κοινού, υπάρχουν και ορισμένες συντομεύσεις -θα λέγαμε- όπως Επιμόρφωση, Επαγγελματικά Θέματα, Επαγγελματική Πληροφόρηση, Υπηρεσίες Μελών και επισκέπτες.



Εικόνα 2.11: Εικόνα κτιρίου Εθνικού Τυπογραφείου

Πηγή Εικόνας: <http://www.et.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)

Στη συνέχεια, υπάρχει το Εθνικό Τυπογραφείο (<http://www.et.gr/>), είναι δημόσια υπηρεσία που υπάγεται στην αρμοδιότητα εποπτείας του Υπουργείου Διοικητικής Μεταρρύθμισης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης. Αποτελεί ενιαίο διοικητικό τομέα στον οποίο προϊσταται Ειδικός Γραμματέας με βαθμό 2ο της Κατηγορίας Ειδικών θέσεων. Οι τυπογραφικές του μονάδες λειτουργούν σε δύο βάρδιες (πρωί-απόγευμα), ενώ οι διοικητικές του υπηρεσίες, καθώς και τα τμήματα εξυπηρέτησης των πολιτών (πώληση Φ.Ε.Κ. και αντιγράφων, πληροφορίες, συνδρομητές κ.λπ.) λειτουργούν μόνο τις πρωινές ώρες.

Στεγάζεται σε ιδιόκτητο παραδοσιακό κτίριο επί της οδού Καποδιστρίου 34 στην Αθήνα, όπου λειτουργούν όλες οι διοικητικές υπηρεσίες κι οι μονάδες παραγωγής, αλλά και τα περισσότερα από τα τμήματα εξυπηρέτησης των πολιτών. Από το 1999, έχει δημιουργηθεί και λειτουργεί αυτοτελώς σε μισθωμένο οίκημα επί της οδού Μάρνη 8 (απέναντι σχεδόν από το Αρχαιολογικό Μουσείο) το τμήμα Φωτοαντιγράφων Φ.Ε.Κ., Βιβλιοθήκης και διάθεσης Προκηρύξεων Α.Σ.Ε.Π. ( <https://www.asep.gr/asep/site/home.csp> )



Εικόνα 2.12: Έντυπο Εφημερίδας της Κυβέρνησης

Πηγή Εικόνας: Google images

(ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)



Εικόνα 2.13: Εικόνα ακρωνύμιου Α.Σ.Ε.Π.

Πηγή Εικόνας: Google images

(ημερομηνία ανάκτησης 26/01/2016)



Εικόνα 2.14: Λογότυπο Εθνικού Τυπογραφείου

Πηγή Εικόνας: <http://www.et.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 03/02/2016)

Το Εθνικό Τυπογραφείο είναι τεχνική παραγωγική μονάδα γραφικών τεχνών και η γενική του αρμοδιότητα συνίσταται στην έκδοση και κυκλοφορία της Εφημερίδος της Κυβερνήσεως καθώς και στην κάλυψη των εκτυπωτικών αναγκών των δημοσίων υπηρεσιών. Ειδικότερα, το Εθνικό Τυπογραφείο είναι αρμόδιο για:

Την παραγωγή και κυκλοφορία όλων των τευχών της Εφημερίδος της Κυβερνήσεως και των κειμένων νομοθετικής λειτουργίας.

Την εκτύπωση γενικού τύπου εντύπων, που χρησιμοποιούνται από τις δημόσιες υπηρεσίες, με τον επίσημο τίτλο τους.

Την παραγωγή εντύπων και εκδόσεων που χρειάζονται για την εξυπηρέτηση των αναγκών των υπηρεσιών του Πρωθυπουργού, των Υπουργείων τους ή των δημοσίων υπηρεσιών.

Την εκτύπωση και βιβλιοδεσία του διαρκούς Κώδικα Νομοθεσίας.

Την παραγωγή εκδόσεων διδακτικού ή εκπαιδευτικού χαρακτήρα, καθώς και τις ετήσιες εκθέσεις πεπραγμένων των Ανεξάρτητων Διοικητικών Αρχών.

Την επιμέλεια και παραγωγή εκδόσεων που κρίνονται από τον Υπουργό Εσωτερικών, ότι εξυπηρετούν εθνικούς ή κοινωνικούς σκοπούς.

Οι δραστηριότητες του Εθνικού Τυπογραφείου είναι δυνατόν να επεκτείνονται -στην περίπτωση αυτή απαιτείται η έκδοση σχετικού Προεδρικού Διατάγματος- προκειμένου να καλυφθούν ανάγκες του Δημοσίου και του ευρύτερου Δημόσιου Τομέα.



Εικόνα 2.15: Εικόνα συμβόλου Π.Ο.Φ.Ε.Ε.

Πηγή Εικόνας: <http://www.pofee.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 03/02/2016)

Ύστερα, θα παρουσιάσουμε την Πανελλήνια Ομοσπονδία Φοροτεχνικών Ελευθέρων Επαγγελματιών, γνωστή ως Π.Ο.Φ.Ε.Ε. (<http://www.pofee.gr/>), όπου στο αριστερό τμήμα της υπάρχουν τα περιεχόμενά της, όπως Αρχική Σελίδα, Π.Ο.Φ.Ε.Ε., Όργανα Π.Ο.Φ.Ε.Ε., τα νέα της, η Εγγραφή νέου μέλους, οι Ενώσεις-Μέλη της, Φιλικά Links και τα Νέα της CFE.



Εικόνα 2.16: Ανάλυση του CFE

Πηγή Εικόνας: [http://pofee.gr/images/misc/cfe\\_newsletter\\_2.pdf](http://pofee.gr/images/misc/cfe_newsletter_2.pdf) (ημερομηνία ανάκτησης 10/02/2016)

Επίσης, περιλαμβάνει το εικονίδιο



Εικόνα 2.17: Λογιστική και Φορολογική Ενημέρωση

Πηγή Εικόνας: [http://pofee.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34](http://pofee.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=34)  
(ημερομηνία ανάκτησης 10/02/2016)

Το υπόλοιπο της σελίδας καλύπτεται από τις ενότητες Επικαιρότητα, Δελτία Τύπου- Θέσεις- Επιστολές- Εκδηλώσεις, Λογιστική Ενημέρωση (Φορολογικά- Εργατικά- Αναπτυξιακά), Ειδήσεις (Επίκαιρα- Επιχειρησιακά- Διεθνή).



Εικόνα 2.18: Ανάλυση ακρωνύμου Ο.Α.Ε.Ε.

Πηγή Εικόνας: <https://www.oaee.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 10/02/2016)

Επιπλέον, απαραίτητη είναι η επισκεψιμότητα των λογιστών στην ηλεκτρονική διεύθυνση του επίσημου Οργανισμού Ασφάλισης Ελεύθερων Επαγγελματιών ([https://www.oaee.gr/annaounc.asp?banner\\_pg=3](https://www.oaee.gr/annaounc.asp?banner_pg=3)), η οποία κατά κύριο λόγο περιλαμβάνει ανακοινώσεις ανά την πιο πρόσφατη ημερομηνία. Βεβαίως, εμπεριέχει τις Γενικές πληροφορίες για αυτόν, τον Οδηγό Πληροφόρησης Ασφαλισμένων, την Διαφάνεια, τους Νόμους- Εγκυκλίους, τα Δελτία Τύπου και τα Στατιστικά Στοιχεία του.

Από εδώ και κάτω θα παρατεθούν sites, όπως τα λέμε, που επίσης και αυτά με την σειρά τους λαμβάνουν θέση τόσο υψηλής σοβαρότητας, από άποψη ποσότητας και ποιότητας των πληροφοριών που δημοσιεύουν καθημερινά, όσο και υψηλής επισκεψιμότητας από το πλήθος του οικονομικού κλάδου.



Εικόνα 2.19: Εικόνα Tax Heaven

Πηγή Εικόνας: <http://www.taxheaven.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 17/02/2016)

Τέτοια είναι γι αρχή, το <http://www.taxheaven.gr/>, τα περιεχόμενα του οποίου βρίσκονται στο πάνω μέρος του με την παρακάτω εικονιζόμενη μορφή:



Εικόνα 2.20: Εικόνα γραμμής περιεχομένων

Πηγή Εικόνας: <http://www.taxheaven.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 17/02/2016)

Διαθέτει στο πλάι αριστερά Φορολογικό Οδηγό του 2014 και του 2015, Ασφαλιστικό Οδηγό, Λογιστικά -Φορολογικά Θέματα Γενικά, Online Εφαρμογές, Ευρετήρια, Θέματα Λογιστή-Φοροτεχνικού, Ελεγκτές Νόμου 3693/2008 και Έντυπα- Υποδείγματα. Ενώ το υπόλοιπο του ιστοτόπου αυτού περιέχει:

- ✓ Ειδήσεις : Φορολογικά- Εργατικά- Υπενθυμίσεις.
- ✓ Αποφάσεις : Φορολογία- Κ.Φ.Α.Σ.- Φ.Π.Α..
- ✓ Ανακοινώσεις : Υπ.Οικονομικών-Συλλόγων.
- ✓ Αποφάσεις : Εργατικά- Ασφαλιστικά- Έλεγχος.
- ✓ Ειδήσεις : Επενδύσεις-Αναπτυξιακά-Κωδικοποιήσεις.
- ✓ Αποφάσεις : Αναπτυξιακά-Τελωνεία-Χρηματιστήριο.

Επίκαιρα - Σημαντικά θέματα περιόδου, Βοηθός λογιστή - Θέματα που θα μας απασχολούν όλο το έτος: [Κωδικοποιημένοι νόμοι, Άρθρα- μελέτες, Φορολογία εισοδήματος, Φ.Π.Α., Εργατικά, Κ.Φ.Δ., Ασφαλιστικά, Επάγγελμα λογιστή, Θέματα ΑΕ- ΕΠΕ, Φορολογία κεφαλαίου, Δ.Α.Π.-Ελληνικά Λογιστικά πρότυπα, Έλεγχος], Θέματα Οικονομικού Επιμελητηρίου: [Σεμινάρια Αναβάθμισης, Σεμινάρια Επιμόρφωσης, Ανακοινώσεις], Taxheaven - Videos – YouTube: [Θέματα κοινότητας λογιστών, Downloads – Βοηθήματα, Σεμινάρια, Συλλογικές Συμβάσεις, Νέα του κόμβου, Newsletters κόμβου, Αγγελίες], Βιβλιοπωλείο κόμβου.

Επίσης, υπάρχει το <http://www.e-forologia.gr/>, γνωστό όπως αναγράφεται στην παρακάτω μορφή:



Εικόνα 2.21: Εικονίδιο του E- Forologia

Πηγή Εικόνας: <https://www.e-forologia.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 17/02/2016)

Στο πάνω μέρος αυτού του ιστοτόπου αναγράφεται η Αρθρογραφία, η Online Τράπεζα, ο Κομνος, τα Πακέτα Συνδρομών και οι Λοιπές Υπηρεσίες, καθώς και ένα πλαίσιο από το οποίο μπορείς να κάνεις κανείς αναζήτηση. Επισκέπτοντας αυτή την ηλεκτρονική διεύθυνση διακρίνει κανείς ενότητες όπως Ειδησιογραφία, Φορολογική Ενημέρωση, Επώνυμες Σκέψεις, Αναπτυξιακά Νέα, Επιστημονικό Forum, Εργατική Ασφαλιστική Ενημέρωση, Εργατικά κι Πρακτικά, Προτεινόμενα Άρθρα ή και Μελέτες, Τελευταία Σχόλια, Κωδικοποιημένοι Νόμοι, Επιχειρηματικά Νέα, Διεθνή Νέα, Θέσεις Εργασίας, Πρωτοσέλιδα, Ανακοινώσεις Συλλόγων, Ανθρώπινο Δυναμικό και Θέματα Σπουδών.



Εικόνα 2.22: Εικόνα του Tax news

Πηγή Εικόνας: <http://www.taxnews.info/> (ημερομηνία ανάκτησης 18/02/2016)

Στη συνέχεια, η ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.taxnews.info/> επονομάζεται TAX news «Φορολογικός Οδηγός» και περιλαμβάνει Καθημερινά, Εφαρμογές, Οδηγό 2015-2016, Έντυπα, Forum, Πολίτες, Επιχειρήσεις, Ακίνητα Ε9- ΕΝ.Φ.Ι.Α., Εργατικά Σ.Σ.Ε. και my TAX. Χαρακτηρίζεται ως «φορολογική ενημέρωση την κατάλληλη στιγμή».



Αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι ανανεώνεται καθημερινά με όλες τις νέες ισχύουσες αποφάσεις, τους φορολογικούς οδηγούς και φυσικά τις διαδικτυακές εφαρμογές. Στην αρχική της σελίδα μπορούμε να αναγνώσουμε το E1-TAX 2015, την Ενημέρωση TAXnews, τις Ανακοινώσεις – Δελτία Τύπου, τις Εγκυκλίους Εισοδήματος -Φ.Π.Α.- Ε.Λ.Π., τις λοιπές Αποφάσεις και Ε.Λ.Π., τις Εγκυκλίους Εργασίας- Ι.Κ.Α.- ΚΕΑΟ, τις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας, τις Εγκυκλίους Ο.Α.Ε.Ε.- Ο.Γ.Α.- ΕΤΑΑ, τους Νόμους- Προεδρικά Διατάγματα ακόμα και την Ημερήσια Κυκλοφορία Φ.Ε.Κ..



Εικόνα 2.23: Εικόνα του Power- Tax

Πηγή Εικόνας: <http://www.power-tax.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 18/02/2016)

Μία ακόμα ιστοσελίδα χρήσιμη για τον επαγγελματία λογιστή μπορεί να θεωρηθεί η <http://www.power-tax.gr/>. Σ αυτή εμπεριέχονται τέσσερις βασικές ενότητες:

1. Ενημέρωση (Τελευταία Νέα- Ειδήσεις, Φορολογικά Νέα, Επιχειρησιακά Νέα, Εργατικά- Ασφαλιστικά, Αναπτυξιακά Θέματα, Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα).
2. Βιβλιοθήκη (Φορολογία Εισοδήματος, Κ.Φ.Α.Σ., Εργατικά, Ασφαλιστικά, Λογιστικά, Φ.Π.Α., Θέματα Ο.Ε.Ε.- Ελεγκτές/ Άδειες Λογιστών, Άρθρα- Μελέτες).
3. Εργαλειοθήκη (Χρήσιμα Links, Downloads, Σεμινάρια- Εκπαίδευση, Power- TaxTV, Ημερολόγιο Υποχρεώσεων).
4. Ευρετήρια [ΔΟΥ (Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία), ΙΚΑ (Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων), Επιμελητήρια, Νομαρχία, ΣΕΠΕ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών), Κ.Α.Δ. (Κωδικός Αριθμός Δραστηριότητας), ΣΤΑΚΟΔ (ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ), Μ.Σ.Κ.Κ. (Μοναδικός Συντελεστής Καθαρού Κέρδους), Σ.Κ.Κ.(Συντελεστής Καθαρού Κέρδους), Αναπροσαρμογή Μισθωμάτων, Ισοτιμιών Φ.Π.Α.].



Εικόνα 2.24: Εικόνα του Forin

Πηγή Εικόνας: <http://www.forin.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 18/02/2016)

Μία επιπλέον χρήσιμη και εύχρηστη ηλεκτρονική διεύθυνση είναι η <http://www.forin.gr/> . Έχει την ακόλουθη μορφή περιεχομένων:



Εικόνα 2.25: Εικόνα γραμμής περιεχομένων

Πηγή Εικόνας: <http://www.forin.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης : 18/02/2016)

Κάθε μία καρτέλα από αυτό το αρχικό μενού αναπτύσσεται αναλόγως Οικονομικές Ειδήσεις, Δελτία Τύπου, Τα νέα του, Αποφάσεις- Εγκύκλιοι, Διοικητικές Λύσεις, Νομολογία, Υπουργείο Εργασίας, Υπουργείο Ανάπτυξης, Αρθρογραφία, Ερωτήσεις, Ημερολόγιο, Εφαρμογές, Σεμινάρια, Αναζήτηση, E- shop.

Υπάρχουν ωστόσο και διάφορες άλλες ιστοσελίδες που ενημερώνουν για πολλά διαφορετικά θέματα, το σημαντικότερο εκ των οποίων -για τον λογιστή- είναι ο κλάδος της οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα παραδείγματα είναι:



Εικόνα 2.26: Εικονίδιο του in .gr

Πηγή Εικόνας: <http://www.in.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 25/02/2016)

Το <http://finance.in.gr/> που περιλαμβάνει τις ενότητες: Χρηματιστήριο Αθηνών, Παράγωγα, Ξένες Αγορές, Ενημέρωση, Εργαλεία, Χρήσιμα και Φορολογία.



Εικόνα 2.27: Εικονίδιο του dikaiologitika .gr

Πηγή Εικόνας: <http://www.dikaiologitika.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 25/02/2016)

Το <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/oikonomia> που περιλαμβάνει τις τρεις εξής βασικές ενότητες: Ειδήσεις, Δικαιολογητικά και Αιτήσεις. Αυτά που μπορούν να είναι χρήσιμα για τον επαγγελματία λογιστή είναι από τις Ειδήσεις οι καρτέλες Οικονομία, Εργασιακά, Ασφάλιση, Θέσεις εργασίας, Αγροτικά και Δημόσιο.

## 2.2.5 ΕΝΔΟΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



Εικόνα 2.28: εικόνα epsilon.net

Πηγή εικόνας: <https://www.epsilon.net.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 25/02/2016)

Η Ενδοεπικοινωνία μεταξύ των λογιστικών υποκαταστημάτων επιτυγχάνεται μέσω της EpsilonNet A.E., η οποία είναι ένας ταχύτατα αναπτυσσόμενος Όμιλος Εταιρειών που δραστηριοποιείται στους τομείς της πληροφορικής (EpsilonSoftware), της δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου στο διαδίκτυο (EpsilonNetwork) και της εκπαίδευσης (EpsilonNetTraining).

Συμφώνα με τα στατιστικά πάνω από 50% του μεριδίου αγοράς στα Λογιστικά Γραφεία καθώς και πάνω από 550.000 επιχειρήσεις τηρούν τα λογιστικά τους βιβλία με εφαρμογή της EpsilonNet αυτό μας δείχνει πως είναι μια σύγχρονη και αξιόπιστη εταιρία εξυπηρέτησης επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα στον κλάδο των λογιστηρίων όποτε στην περίπτωση που ένας λογιστής έχει παραπάνω από ένα λογιστικό γραφείο σε διαφορετική γεωγραφική τοποθεσία, έχει την δυνατότητα να τα φέρει σε επικοινωνία μεταξύ τους μέσω του EPSILON CLOUD:

Όπου θεωρείται μια επαναστατική on-line υπηρεσία που συνδυάζει ενημέρωση και εξοικονόμηση χρόνου και εξόδων. Η πρόσβαση όλων των δεδομένων επιτυγχάνεται από οποιοδήποτε σημείο και από όλες τις συσκευές (Smartphone, Tablet, Laptop).

Συμπληρώνοντας θα λέγαμε ότι ο λογιστής έχει τους ρόλους του προγραμματιστή-αναλυτή. Σε πρώτο πλάνο ως προγραμματιστής γιατί είναι σε θέση να διαμορφώσει τις ανάγκες του μέσα από ένα λογιστικό πρόγραμμα, αλλά και ως αναλυτής διότι αναγνωρίζει και θα ενημερώνει τους πελάτες του για την πορεία της επιχείρησης (πελάτη).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### 3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

Σε αυτό τα μέρος της εργασίας θα αναπτύξουμε την προώθηση του marketing που σύμφωνα με αρκετές εκτιμήσεις είναι η πιο δυναμική μεταβολή του μάρκετινγκ γιατί φέρνει σε επαφή πωλητές και αγοραστές προώθηση ως ένα από τα 4-p του μίγματος δεν περιορίζεται μόνο στη διαφήμιση και τις πωλήσεις όπως πολλοί πιστεύουν. Περιλαμβάνει ένα μίγμα προώθησης το οποίο αποτελείται από ένα συνδυασμό παραγόντων σε διάφορες ποσότητες όπως διαφήμιση και προβολή, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, εκθέσεις, εκπτώσεις, προσφορές δημοσιότητα, δημόσιες σχέσεις κ.ά. Η βασική αρχή της στρατηγικής της προώθησης είναι ότι πρέπει να κατευθύνεται προς την επίτευξη σαφώς καθορισμένων στόχων και σκοπών, που μάλιστα μπορούν να αξιολογηθούν και να μετρηθούν. Ως τέτοιοι στόχοι μπορούν να καθοριστούν η παροχή πληροφοριών, η διαφοροποίηση των προϊόντων, η αύξηση της ζήτησης, η σταθεροποίηση των πωλήσεων κλπ.

Πιο συγκεκριμένα, η διαδικτυακή προώθηση μιας επιχείρησης αρχίζει εκεί που σταματήσει η παραδοσιακή, πράγμα που σημαίνει ότι, κάποια στοιχεία μεταβάλλονται αλλά και κάποια μένουν αυτούσια, όπως για παράδειγμα ότι ο στόχος είναι η απόκτηση του νέου πελάτη και η διατήρηση του παλιού αλλά πλέον ακολουθώντας τον μέσα από πιο σύγχρονα μέσα. Οι ανάγκες της αγοράς στο κλάδο παρέχονται μέσα από υπηρεσίες και προϊόντα με πολύ μικρό κόστος, δηλαδή έτσι υπάρχει ευελιξία στις απαιτήσεις και τις αλλαγές της αγοράς. Διαδικτυακή προώθηση θεωρείται η προβολή – διαφήμιση μέσω των social media καθώς και ιστοσελίδων οικονομικά άμεσα και εξειδικευμένα. Μέσα από αυτά και σε συνδυασμό με το marketing μας δίνουν την δυνατότητα να αναπτύξουμε ποιοτικές σχέσεις με τους πελάτες που μας ενδιαφέρουν να προσεγγίσουμε. Αναφορικά, τα Social Media είναι μια κατηγορία μέσων όπου οι άνθρωποι μπορούν να επικοινωνούν, μπορούν να συμμετέχουν, να μοιράζονται, αλλά και να δικτυώνονται κατά την περιήγησή τους στο web. Αυτό αποφέρει την ανατροφοδότηση και το μοίρασμα της πληροφορίας σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη βέβαια στην συγκεκριμένη περίπτωση δίνεται μεγαλύτερη βαρύτητα στην αλληλεπίδραση παρά στο περιεχόμενο αυτό κάθε αυτό στατιστικές δίνουν τα εξής αποτελέσματα:

Στο Facebook οι έλληνες χρήστες ξεπερνούν τα 2 εκατομμύρια, το 41% των χρηστών διαβάζουν blogs 330 εκατομμύρια και πλέον χρήστες παρακολουθούν online videos σε παγκόσμιο επίπεδο, επίσης το twitter έχει 32 εκατ. χρήστες παγκόσμιος καθώς και το my space έχει 110 εκ. χρήστες. Βλέποντας αυτά τα δεδομένα από μια γρήγορη ματιά καταλαβαίνουμε ότι η διαδικτυακή προώθηση έχει αρκετά αντικρίσματα και για αυτό είναι πλέον η καλύτερη λύση ώστε να διαφημιστεί η επιχείρηση που έχουμε και στην προκείμενη περίπτωση ένα λογιστικό γραφείο που έχει από την φύση του ιδιαιτερότητες.

Αναφερόμενοι στην προώθηση του συγκεκριμένου κλάδου θα πρέπει σίγουρα να προσδιοριστεί ο στόχος-πελάτης που θα προσεγγίσει ο λογιστής θα επιλέξει ανάμεσα από την στρατηγική που θα ακολουθήσει ο επιχειρηματίας

Ανάλογη κουλτούρα που μπορεί να ακολουθεί μια επιχείρηση ώστε να καταφέρει την βέλτιστη επισκεψιμότητα είναι αρχικά να βελτιώνει καθημερινά τα επίπεδα της επικοινωνίας με τους χρηστές, καθώς επίσης να παρέχει άριστα αγαθά, σε συγκεκριμένη περίπτωση υπηρεσίες να επιλεγεί τεχνολογίες οι οποίες θα επιτρέπον την υλοποίηση των στόχων. Το μάρκετινγκ αρχικά άρα και κατά επέκταση η προώθηση εφαρμόζονται έχοντας τους εξής στόχους: αρχικά τη προσέγγιση του πελάτη-στόχου, έπειτα επιλεκτικότητα ανάμεσα σε αυτούς παράλληλα γίνεται και η ανάδραση ώστε να βρεθεί ο βέλτιστος, ακολουθεί η μέτρηση της αποτελεσματικότητας της αναζήτησης και τέλος ο υπολογισμός του κόστους ώστε να υπάρξει μια σφαιρική εικόνα της έρευνας και έπειτα να δημιουργηθεί η κατάλληλη.

### **3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ**

Όλες οι προσπάθειες προώθησης συγκλίνουν στην τελική αύξηση της ζήτησης για μια υπηρεσία ή για ένα προϊόν. Σ' αυτό, καθοριστικό ρόλο παίζει η προτίμηση των πελατών σε μια υπηρεσία ή καταναλωτών σ' ένα προϊόν. Η προτίμηση αυτή μπορεί να αναφέρεται: στην καλύτερη εξυπηρέτηση σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις τις αγορές, στην καλύτερη τιμή παροχής υπηρεσίας, στην δυνατότητα να ικανοποιεί ειδικές ανάγκες. Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι η πολιτική προώθησης δεν αναφέρεται μόνο σε επιχειρήσεις που έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα. Αντίστοιχη πολιτική μπορούν να αναπτύξουν και άλλοι οργανισμοί ή μη κερδοσκοπικά ιδρύματα με στόχο την ενημέρωση των ενδιαφερόμενων ατόμων σε θέματα κοινωνικά οικονομικά κ.ά.. Το κράτος επίσης μπορεί να εφαρμόσει μια αντίστοιχη πολιτική προώθησης με την οποία θα ενημερώνονται οι πολίτες σε θέματα εθνικά πολιτιστικά κ.ά.. Πρακτικές προώθησης θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι:

Η διαφήμιση επιχείρησης όπου είναι η παρουσίαση μιας πληροφορίας για μια συγκεκριμένη επιχείρηση, σχεδιασμένη για να αυξάνει τη γνώση της καλής φήμης της επιχείρησης. Τα διαφημιστικά μέσα που θα επιλέξει ο επιχειρηματίας θα πρέπει: Να καλύπτουν - αλλά όχι να υπερβαίνουν-την αγορά που θέλει, να παρέχουν τη μεγαλύτερη απόδοση για τα χρήματα που θα δαπανήσει για τη διαφήμιση.

Μέθοδοι διαφήμισης στο Διαδίκτυο: η δημιουργία εταιρικής ιστοσελίδας στο διαδίκτυο, η δημιουργία διαφημιστικού μηνύματος με διακριτικό του χρήστη (banner ads), η προώθηση πωλήσεων είναι οι τεχνικές προώθησης που δεν ανήκουν είτε στην προσωπική πώληση, είτε στη διαφήμιση.

Εργαλεία προώθησης των πωλήσεων: τα διαφημιστικά είδη, οι διαγωνισμοί, τα δώρα, οι εκθέσεις, οι παρουσιάσεις στο χώρο της αγοράς, το δωρεάν εμπόρευμα, η δημοσιότητα, η δειγματοληψία, τα κουπόνια.

Διαφημιστικά είδη: Ημερολόγιο, μπρελόκ, στυλό, κούπες για καφέ, μπλούζες, κλπ.,

Εμπορικές εκθέσεις: Επιτρέπουν στους πελάτες την προσωπική εμπειρία με το προϊόν. Οικονομικότερος τρόπος προώθησης σε σχέση με την προσωπική πώληση.,

Δημοσιότητα: Πληροφορίες για μια επιχείρηση και τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της, η οποία εμφανίζεται σαν αντικείμενο ειδήσεων, χωρίς χρέωση.

Συμπερασματικά, η προώθηση χρησιμοποιείται για διαφήμιση τόσο των προϊόντων όσο και της εικόνας της επιχείρησης. Παρακάτω θα αναφέρουμε κάποια από τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

Η προώθηση μπορεί να γίνει μέσω ορισμένων μέσων όπως περιοδικών, εφημερίδων, ραδιοφώνων, τηλεοράσεων, υπαίθριων μέσων κτλ. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτών θα αναφερθούν παρακάτω. Αρχικά τα περιοδικά παρουσιάζουν τα εξής θετικά δημογραφική και τοπική επιλεκτικότητα, υψηλό επίπεδο κυκλοφορίας, καλή αναπαραγωγή ειδικά για το χρώμα, ζωή διαφήμισης σχετικά μεγάλη αντίθετα τα αρνητικά τους είναι οι μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις του διαφημιστή, οι περιορισμένες δυνατότητες επίδειξης, η έλλειψη του επείγοντος, η μακρά περίοδος επί αγορών, η μικρή δημιουργία κοινού. Των εφημερίδων τα πλεονεκτήματα θα λέγαμε πως είναι η δυνατότητα γεωγραφικής επιλεκτικότητας και ελαστικότητας, οι βραχυπρόθεσμες δεσμεύσεις του διαφημιστή, η ευκαιρία ανάγνωσης όλο το χρόνο, η αμεσότητα, η υψηλή κάλυψη ατομικής αγοράς, η διαθεσιμότητα συνεργασίας και τοπικής δέσμευση, η βραχεία περίοδος επί αγορών. Ενώ τα μειονεκτήματα η μικρή γεωγραφική επιλεκτικότητα, οι περιορισμένες δυνατότητες σε χρώματα, το χαμηλό ποσοστό κυκλοφορίας μπορεί να είναι ακριβό. Στη συνέχεια τα υπέρ της τηλεόρασης είναι η ικανότητα να φτάσει σε ένα ευρύ διαφοροποιημένο κοινό.

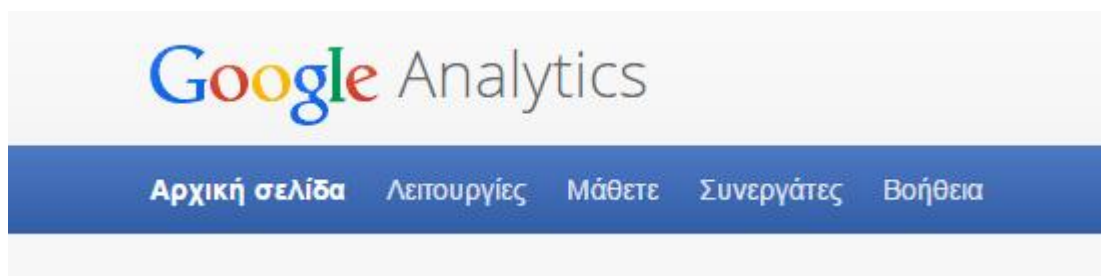
Το χαμηλό κόστος ανά χιλιάδες, οι δημιουργικές ευκαιρίες για παρουσίαση, η αμεσότητα μηνυμάτων, η δημογραφική επιλεκτικότητα με δορυφορικούς σταθμούς, και επίσης είναι Διασκεδαστική σε αντίθεση με τα μειονεκτήματα της που είναι η βραχυπρόθεσμη ζωή μηνυμάτων, το υψηλό κόστος εκστρατείας, η μικρή δημογραφική επιλεκτικότητα με τα δίκτυα σταθμών, οι μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις του διαφημιστή, η εμπορική ακαταστασία, οι μακρές περίοδοι επί αγορών για την παραγωγή. Στη συνέχεια τα θετικά ενός ραδιοφώνου είναι το χαμηλό κόστος, η αμεσότητα του μηνύματος η δυνατότητα να μπορεί να προγραμματιστεί γρήγορα, οι βραχυπρόθεσμες δεσμεύσεις του διαφημιστή.

Και πως είναι διασκεδαστικό ενώ τα κατά του είναι η βραχεία διαφημιστική ζωή του μηνύματος, οι ενοχλήσεις από άλλους ήχους, η εμπορική ακαταστασία.

Το ότι δεν είναι οπτικό, και απαιτεί μεγάλη συχνότητα για την παραγωγή κατανόησης και διατήρησης Και τέλος τα πλεονεκτήματα των υπαίθριων μέσων είναι οι μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις του διαφημιστή, η μικρή δημιουργία κοινού, οι περιορισμένες δυνατότητες επίδειξης, η έλλειψη του επείγοντος, η μακρά περίοδος επί αγοράς ενώ τα μειονεκτήματα τους είναι η έλλειψη δημογραφικής επιλεκτικότητας, ότι το μήνυμα είναι σύντομο κι το ψηλό επίπεδο θορύβου που αποσπά το κοινό.

### 3.3 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

#### 3.3.1 GOOGLE ANALYTICS



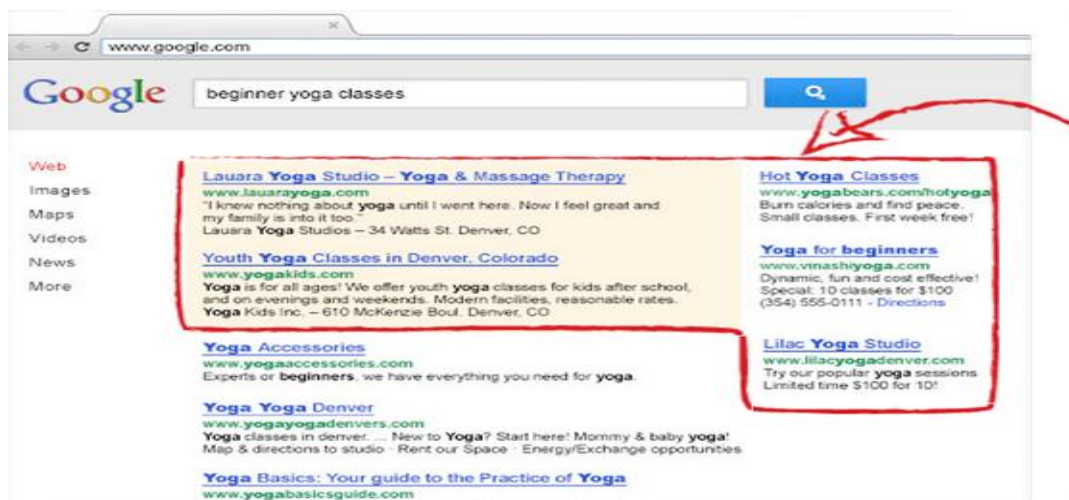
Εικόνα 3.1: Google Analytics

Πηγή εικόνας: <https://www.google.com/intl/el/analytics/> (ημερομηνία ανάκτησης 02/03/2016)

Η εταιρία Google έχοντας αυτή την εφαρμογή μας παρέχει την δυνατότητα έπειτα από εγγραφή σε λογαριασμό να μπορούμε να παρακολουθούμε διαγραμματικές αναλύσεις της αρέσκειας μας παρέχοντας μέσα από αυτήν, τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού για την επιχείρηση και τους εργαζόμενους επίσης έχουν την δυνατότητα να τα μοιραστούν με το κοινό πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει δυνατότητα γνωστοποίησης της παρούσας κατάστασης ενός πελάτη ή μιας επιχείρησης.



### 3.3.2 GOOGLE AD WORDS



Εικόνα 3.2: Google Ad words

Πηγή εικόνας: [http://www.google.gr/adwords/?channel=ha&sourceid=awo&subid=gr-el-ha-aw-d-b9-xx-xx&clid=CjwKEAjwuuy4BRCvs43g9fX9mz4SJACiYydP0XCVmIEDBQmB1GfbiVWhVwpISpsH8lw-CvVnZ- BTRoCo-rw\\_wcB](http://www.google.gr/adwords/?channel=ha&sourceid=awo&subid=gr-el-ha-aw-d-b9-xx-xx&clid=CjwKEAjwuuy4BRCvs43g9fX9mz4SJACiYydP0XCVmIEDBQmB1GfbiVWhVwpISpsH8lw-CvVnZ- BTRoCo-rw_wcB) (ημερομηνία ανάκτησης 02/03/2016)

Πρόκειται για την λεγόμενη διαφήμιση με ένα κλικ. Έχετε την δυνατότητα μέσα από την εφαρμογή να συνδέσετε την επιχείρησή σας με τους πελάτες με ανά κλικ- αναζήτηση. Προσεγγίζοντας δηλαδή σχετικούς πελάτες σε σχετικούς ιστότοπους στο διαδίκτυο. Παρέχοντας ένα ευρύ φάσμα επιλογών υπάρχει η επιλογή να πραγματοποιείτε στόχευση (target group) ανάλογα με τον τύπο του site που αναζητήθηκε, είτε το είδος του κοινού ή το επαναληπτικό μάρκετινγκ, όταν και όπου έχει ενδιαφέρον. Η εγγραφή είναι δωρεάν πληρώνετε μόνο όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σας, για να επισκεφτεί τον ιστότοπό σας ή για να σας καλέσει, δηλαδή όταν η διαφήμισή σας έχει αντίκρισμα.

### 3.3.3 VRISKO

Το Vrisko.gr αποτελεί μία επαγγελματική μηχανή αναζήτησης, η οποία δίνει τη δυνατότητα στον εκάστοτε χρήστη κατά την διάρκεια της περιήγησής του να αναζητά επαγγελματίες και επιχειρήσεις από ολόκληρη την Ελλάδα. Πρόκειται, για το γνωστό στο κοινό, site του Επαγγελματικού Καταλόγου 11880 του News phone Hellas <sup>25</sup>, που αναπτύσσει και παρέχει διαρκώς πρωτοποριακές υπηρεσίες, οι οποίες απευθύνονται είτε στον τελικό χρήστη είτε για λογαριασμό εταιρειών-συνεργατών της <sup>26</sup>. Διατίθεται σε τηλεφωνική, έντυπη αλλά και ηλεκτρονική μορφή, καλύπτοντας έτσι με τον κατά -δύναμη-καλύτερο και ταχύτερο τρόπο τις ανάγκες των καταναλωτών/πελατών. Η απλότητα και η λειτουργικότητα του σχεδιασμού αυτού του site είναι τα κριτήρια που οδήγησαν στην προσέλκυση πολλών επισκεπτών στο να πραγματοποιούν πολυάριθμες αναζητήσεις σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες <sup>27</sup>. Ενώ, εκτός από τους επισκέπτες, επωφελούνται και οι επιχειρηματίες μέσω της διαφήμισης και προβολής των επιχειρήσεών τους στο site.

---

<sup>25</sup> Μητρική εταιρεία του ομίλου επιχειρήσεων, η οποία είναι πρωτοπόρος στην εγχώρια αγορά στον τομέα παροχής καινοτόμων υπηρεσιών επικοινωνίας, περιεχομένου και εφαρμογών μέσω εναλλακτικών δικτύων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας και Internet. (<http://www.newsphone.gr/default.asp?pid=7&la=1> στις 15/1/2016 )

<sup>26</sup> Οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται μέσω όλων των διαθέσιμων τύπων επικοινωνίας όπως: φωνή, SMS, MMS, e-Commerce, WAP κ.ά. Οι υπηρεσίες αυτές διακρίνονται σε Διαδραστικές (interactivemedia), Ενημερωτικές και Ψυχαγωγικές. (<http://www.newsphone.gr/default.asp?pid=45&la=1> στις 15/1/2016)

<sup>27</sup> Αναρτήθηκε από το <http://advertising.vrisko.gr/online-diafimisi-vrisko-proteraiotita> στις 15/1/2016

## Παρεχόμενες Υπηρεσίες του Vrisko.gr

**vrisko.gr** τι;  πού;   
🔍 **Βρίσκω** Ιστορικό ▾

📄 [Διασύντακα ταξίδια](#)

📍 Χάρτες Δρομολόγηση   🏠 Επιμετρούμενα Παράνομα   🏠 Επιμετρούμενα Νοσοκομεία   🏠 Δορυφόρα Πύλων   🏠 Τριές Κουζίμες   🏠 Πρόγραμμα Στελέ   🏠 Πρόγραμμα Βαπτιστή   🏠 Ταξιδιωτικοί Κωδικοί   🏠 Αναίτηση με Λ.Σ.Μ.

Delivery   Escape Rooms   Jumbo   Ανθοπωλεία   Αστυνομικά Τμήματα   Γενική Ταχυδρομική   Γιατροί ΕΟΠΥΥ  
Γυμναστήρια   Δημόσια Σχολεία   ΔΟΥ - Εφορίες   Εθνική Τράπεζα   Εκκλησίες - Ιεροί Ναοί   Ενοικιαζόμενα Δωμάτια  
ΚΕΠ   Κλειδιά & Κλειδαριές   ΚΤΕΛ   Λιμάνια - Λιμεναρχεία   Μετακομίσεις - Μεταφορές   Νοσοκομεία - Κέντρα Υγείας  
Οδοντίατροι   Οφθαλμίατροι   Παιδίατροι   Παιδικά Ρούχα   Στρατόπεδα   Συστήματα Ασφαλείας   Ταβέρνες   Ταξί -  
Ραδιοταξί   Τράπεζα Πειραιώς   Φαρμακεία   Ψαροταβέρνες   Ψυχίατροι   Ψυχολόγοι   ΩΡΛ

### Ανοιξη και ανανέωση!

Η άνοιξη είναι η εποχή της ανανέωσης και εσείς μπορείτε να την ξεκινήσετε από το σπίτι σας! Είναι ευκαιρία να κάνετε εκείνη την ανακαίνιση που σχεδιάζατε καιρό ή να ξεμπερδέυετε με την μόνωση της ταράτσας σας. Τώρα που ανοίγει και ο καιρός, είναι η ιδανική περίοδος για να ετοιμάσετε και τον εξωτερικό χώρο του σπιτιού σας με πέργκολες και έπιπλα κήπου καθώς το καλοκαίρι δεν αργεί!

#### Τοπικές Σελίδες

📍 Αθήνα	📍 Πειραιάς
📍 Θεσσαλονίκη	📍 Λάρισα
📍 Περιστερί	📍 Καλλιθέα
📍 Ιωάννινα	📍 Τρίπολη

[Όλα α ναμαί](#)

#### Ολοκληρωμένες Λύσεις Προβολής

Πάνω από 3.600.000 μοναδικοί επισκέπτες το μήνα **ψάχνουν** εσάς. Κερδίστε τους ακριβώς τη στιγμή που βρίσκονται ένα βήμα πριν την απόφασή αγοράς!

👔 Προβολή στο Vrisko.gr	🔨 Κατασκευή ιστοσελίδας	📁 Προβολή στον Επαγγελματικό Κατάλογο	🔧 Προβολή στις Μηχανές Αναζήτησης
-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

**Θέλω να προβληθώ**

Εικόνα 3.3: Αρχική εικόνα του Vrisko.gr

Πηγή εικόνας: <http://www.vrisko.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 02/03/2016)

Αρχικά, στην πάνω μαύρη λωρίδα υπάρχουν οι εξής επιλογές:



Εικόνα 3.4: Εικονίδιο του Vrisko doctor

Πηγή εικόνας: <http://doctor.vrisko.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 07/03/2016)

Ραντεβού με γιατρό, δηλαδή « κλείσιμο » συνάντησης με γιατρό της επιλογής του κάθε χρήστη πληκτρολογώντας στην αναζήτηση τα στοιχεία: ειδικότητα, περιοχή, ασφάλεια, επιπλέον κριτήρια.



Εικόνα 3.5: Εικονίδιο του Vrisko blog

Πηγή εικόνας: <http://blog.vrisko.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 07/03/2016)

Blog, δηλαδή ιστολόγιο όπου επαγγελματίες έχουν την δυνατότητα ανάρτησης άρθρων για διάφορα θέματα όπως: υγεία, εργασία, διασκέδαση, τουρισμός,

An advertisement for Vrisko advertising solutions. At the top, it says 'Ολοκληρωμένες Λύσεις Προβολής'. Below that, it states 'Πάνω από 3.600.000 μοναδικοί επισκέπτες το μήνα ψάχνουν εσάς. Κερδίστε τους ακριβώς τη στιγμή που βρίσκονται ένα βήμα πριν την απόφαση αγοράς!'. There are four columns of services: 'Προβολή στο Vrisko.gr', 'Κατασκευή ιστοσελίδας', 'Προβολή στον Επαγγελματικό Κατάλογο', and 'Προβολή στις Μηχανές Αναζήτησης'. At the bottom left is the Vrisko logo with the text 'Διαφημιστικές Λύσεις'. At the bottom center is a yellow button that says 'Θέλω να προβληθώ'.

Εικόνα 3 6: Εικονίδιο του Vrisko Διαφημιστικές Λύσεις

Πηγή εικόνας: <http://advertising.vrisko.gr/contact-us/> (ημερομηνία ανάκτησης 07/03/2016)

και Ολοκληρωμένες λύσεις προβολής, όπου παρέχονται λύσεις προβολής μιας επιχείρησης, στο internet, στο κινητό και στον Επαγγελματικό Κατάλογο 11880, καθώς επίσης και δημιουργία ιστοσελίδας (website) κατάλληλα διαμορφωμένο σύμφωνα με τις ανάγκες του επιχειρηματία.

Σ' αυτή τη σελίδα, η μηχανή αναζήτησης δίνει στον χρήστη τη δυνατότητα να αναζητήσει επιχειρήσεις και επαγγελματίες, πληκτρολογώντας τα εκάστοτε στοιχεία του. Κάτω από την αναζήτηση παρέχεται η δυνατότητα στο χρήστη :

- “ να περιηγηθεί στους χάρτες εισάγοντας διεύθυνση, με σκοπό την εύρεση επιχειρήσεων και δημόσιων υπηρεσιών, την αναζήτηση δρομολογίων, καθώς και τον εντοπισμό διάφορων σημείων όπως νοσοκομεία, πρατήρια καυσίμων, χώρους στάθμευσης,
- “ να αναζητήσει εφημερεύοντα φαρμακεία, νοσοκομεία επιλέγοντας το νομό και τη πόλη,
- “ να αναζητήσει δρομολόγια πλοίων, εισάγοντας λιμάνι αναχώρησης, προορισμού, ημερομηνία αναχώρησης και επιστροφής,
- “ να συγκρίνει τιμές καυσίμων, επιλέγοντας νομό και πόλη,
- “ να αναζητήσει προγράμματα σινεμά και θεάτρου. Διατίθενται φίλτρα όπως είδος ταινίας-παράστασης, επιλογή σινεμά-θεάτρου,
- “ να βρει την διεύθυνση ή και τον Ταχυδρομικό Κώδικα που ψάχνει,
- “ να αναζητήσει εταιρίες συμπληρώνοντας το ΑΦΜ του νομικού προσώπου που επιθυμεί.

Πιο αναλυτικά, σχετικά με την κατασκευή ιστοσελίδας εξηγούμε πως για την ενίσχυση και βελτίωση της εικόνας των επιχειρήσεων, προσφέρεται από το site κατασκευή ιστοσελίδων με στόχο την καλύτερη επαφή των επιχειρηματιών με τους πελάτες και κατά συνέπεια την αύξηση της ανταγωνιστικότητας στο εύρος της αγοράς. Το vrisko.gr, βασισμένο στις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης, αναλαμβάνει την δημιουργία και το σχεδιασμό του site, καθώς τη συντήρησή του και την επίβλεψη των στατιστικών επισκεψιμότητας. Παρέχεται βελτιστοποίηση του vrisko.gr (SEO)<sup>28</sup>, την οποία αναλαμβάνουν εκπαιδευμένοι SEO experts, στοχεύοντας στην αύξηση της επισκεψιμότητάς και ακολούθως της αναγνωσιμότητας του site. Ακόμα, το site επιλέγει την πιο κατάλληλη ηλεκτρονική διεύθυνση (domain name) και τα ιδανικότερα κείμενα σε συμφωνία με τον επιχειρηματία. Καταλήγοντας, για όσες επιχειρήσεις διαθέτουν ιστοσελίδα (website), το vrisko.gr προσφέρει δωρεάν αξιολόγηση του site, απλά συμπληρώνοντας ονοματεπώνυμο, website, email και τηλέφωνο.

---

<sup>28</sup> Search Engine Optimization

Και επιπλέον, σε ότι αφορά την προβολή και προώθηση που παρέχεται από το Vrisko.gr γνωρίζουμε πως υπάρχει η δυνατότητα σε εκατομμύρια επιχειρήσεις να προβληθούν και ταυτόχρονα να διαφημιστούν με τους εξής παρακάτω τρόπους:

μέσω του site, το οποίο:

- “ δημιουργεί το κατάλληλο προφίλ για κάθε επιχείρηση με λεπτομερή περιγραφή των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει, καλύπτοντας τις ανάγκες και επιθυμίες του επιχειρηματία,
- “ προσφέρει υψηλές θέσεις στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης (Bing, Google),
- “ με τις προσφορές ή τα εκπτώτικα κουπόνια, που ο επιχειρηματίας μπορεί να αναρτήσει σ’ αυτό, ενισχύει την εικόνα του και προσελκύει δυνητικούς πελάτες, οι οποίοι με ένα click έχουν τη δυνατότητα να λάβουν τα κουπόνια για τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν.

μέσω έντυπου Επαγγελματικού Καταλόγου 11880, ο οποίος:

παρέχει την πιο προσβάσιμη και έγκυρη πληροφόρηση βοηθώντας στην ενίσχυση των τοπικών αγορών. Διατίθενται Επαγγελματικός Κατάλογος για την Αττική, ο οποίος επανακυκλοφορεί σε 4 εκδόσεις το χρόνο, αλλά και για την Θεσσαλονίκη.



Εικόνα 3.7: Εικονίδιο του Vrisko Apps

Πηγή εικόνας: <http://apps.vrisko.gr/>

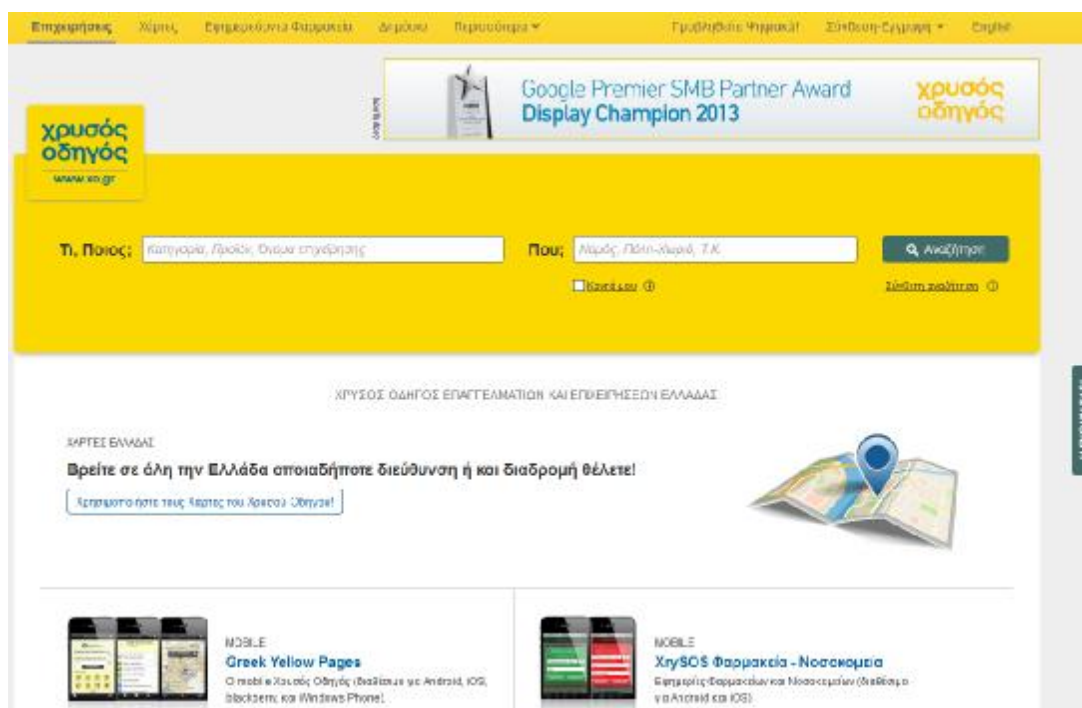
(ημερομηνία ανάκτησης 10/03/1016)

και τέλος μέσω mobile εφαρμογών, όπου:

εξαιτίας της συνεχής εξέλιξης της τεχνολογίας και της εκτεταμένης χρήσης κινητών τηλεφώνων και internet, το vrisko.gr παρέχει την mobile εφαρμογή Vrisko App για android smartphones και iphone. Το Vrisko App δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να αναζητά δημόσιες υπηρεσίες από όλη την Ελλάδα, επιχειρήσεις, και επαγγελματίες, με λεπτομερείς χάρτες, λίστες, και δρομολογήσεις, αλλά και προτεινόμενες αναζητήσεις με βάση το ιστορικό.

### 3.3.4 ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

Ύστερα από έρευνες, το Xo.gr αποτελεί την πιο μεγάλη μηχανή αναζήτησης επαγγελματιών και επιχειρήσεων της Ελλάδας. Πρόκειται για το γνωστό στο κοινό site του Χρυσού Οδηγού που μηνιαίως προσελκύει 5,5 εκατομμύρια επισκέπτες<sup>29</sup>, από τους οποίους μπορεί να επωφεληθεί άμεσα οποιοσδήποτε καταχωρημένος επιχειρηματίας ή επιχείρηση. Κατά την περιήγηση στο site αυτό οι εν δυνάμει καταναλωτές μπορούν να αναζητήσουν επαγγελματικά αλλά και ψυχαγωγικά προϊόντα όπως και υπηρεσίες. Κατά αντιστοιχία οι επιχειρηματίες έχουν δυνατότητα προβολής και διαφήμισης μέσω αυτού. Ο Χρυσός Οδηγός, εκτός από το site παρέχει έγκυρα πληροφόρηση με τους εξής τρεις χρήσιμους τρόπους: μέσω υπηρεσιών του κινητού, μέσω του τηλεφωνικού αριθμού 11811, καθώς και των εντύπων που εκδίδει.



Εικόνα 3.8: Αρχική εικόνα του Χρυσού Οδηγού

Πηγή εικόνας: <https://www.xo.gr/> (ημερομηνία ανάκτησης 10/03/2016)

<sup>29</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/> στις 28/2/2016

Στην επάνω κίτρινη λωρίδα υπάρχουν οι εξής επιλογές:

- Περιήγηση σε οδικούς χάρτες που βοηθούν τους χρήστες στην ανεύρεση διαδρομών, συμπληρώνοντας το σημείο αφετηρίας, προορισμού και διαλέγοντας διαδρομή με αυτοκίνητο ή μέσο μαζικής μεταφοράς,
- Εύρεση για εφημερεύοντα φαρμακεία όπου εδώ ενημερώνεται κανείς με εύκολο και γρήγορο τρόπο για τις εφημερίες και τα διανυκτερεύοντα φαρμακεία της περιοχής που ψάχνει,
- Αναζήτηση για super markets με σύγκριση τιμών των προϊόντων τους,
- Αναζήτηση για περισσότερα με δυνατότητα στον χρήστη: να ενημερωθεί για τον καιρό διάφορων πόλεων-περιοχών, να αναζητήσει σινεμά, θέατρα, καθώς και πρατήρια καυσίμων, να αναζητήσει εφημερεύοντα νοσοκομεία, εισάγοντας διεύθυνση, πόλη και TK, να κάνει αναζήτηση δρομολογίων πλοίων, συμπληρώνοντας λιμάνι αναχώρησης, προορισμού και ημερομηνία αναχώρησης, να κάνει αναζήτηση TK επιλέγοντας ή πληκτρολογώντας διεύθυνση, αλλά και το αντίστροφο, να κατεβάσει mobile εφαρμογές για το smartphone του, να αναζητήσει επιχειρήσεις στις γειτονικές χώρες της Ελλάδας, Βουλγαρία, Σερβία.

Ακριβώς από κάτω στη συνέχεια, στη μηχανή αναζήτησης του Xo.gr υπάρχουν 3 μέθοδοι αναζήτησης: η Απλή αναζήτηση, όπου ο χρήστης επιλέγει ή πληκτρολογεί κατηγορία/ προϊόν/ όνομα επιχείρησης, καθώς και νομό/ πόλη/ χωριό/ ταχυδρομικό κώδικα, η Κοντά μου, όπου εκτός από τα παραπάνω, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κάνει αναζήτηση εισάγοντας διεύθυνση σε ακτίνα χιλιομέτρων από την τοποθεσία που θέλει, και η Σύνθετη αναζήτηση, όπου ο χρήστης συμπληρώνει: κατηγορία/ προϊόν, πόλη/ χωριό, όνομα επιχείρησης, όνομα δρόμου, τηλέφωνο, νομό και ταχυδρομικό κώδικα.

Πλεονεκτήματα παρεχόμενων υπηρεσιών<sup>30</sup>

### **1. Κατασκευής Ιστοσελίδας:**

Αυτό περιλαμβάνει δημιουργία επαγγελματικών websites για τον επιχειρηματία προσαρμοσμένων στις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης. Στόχος της διαδικασίας κατασκευής ιστοσελίδας είναι η προβολή, όπως και η ενημέρωση των καταναλωτών της κάθε συνεργαζόμενης επιχείρησης. Ειδικότερα, ο Χρυσός Οδηγός δίνει τη δυνατότητα στον επιχειρηματία να διαλέξει ανάμεσα σε 1 από τα 4 παρακάτω: Single Page Website<sup>31</sup>, Basic Website<sup>32</sup>, Ποιοτικός Κατάλογος<sup>33</sup>, E-Shop<sup>34</sup>.

<sup>30</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/> στις 5/3/2016.

<sup>31</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/website-single-page/> στις 5/3/2016.

<sup>32</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/basic-website-multiple-page/> στις 5/3/2016.



Και οι τέσσερις αυτές επιλογές περιλαμβάνουν: βελτιστοποίηση στο site ως προς Google<sup>35</sup>, copywriting, διευθύνσεις email, στατιστικά χρήσης, διαδραστικό χάρτη, διεύθυνση domain name σε συμφωνία με τον κάθε πελάτη, σχεδιασμό του site προσαρμοσμένο στις ανάγκες του και καταχώρηση στον έντυπο κατάλογο.

Το Χο.gr έχει κατασκευάσει 4000 ιστοσελίδες<sup>36</sup>. Επίσης, με τη βοήθεια εκπαιδευμένων SEO experts εφαρμόζει βελτιστοποίηση της ιστοσελίδας για όλα τα websites που δημιουργεί. Υπηρεσία ψηφιακού μάρκετινγκ<sup>37</sup> αποτελεί η υπηρεσία SEO<sup>38</sup>, που ενισχύει την online παρουσία μιας επιχείρησης. Εφόσον πρώτα ο επιχειρηματίας συμπληρώσει το website και τα στοιχεία της εταιρίας του σε μία online φόρμα, επωφελείται από την δωρεάν αξιολόγηση της. Να σημειωθεί πως ακόμη και για τον πιο απαιτητικό επιχειρηματία, ο Χρυσός Οδηγός κατασκευάζει mobile web sites, δηλαδή δημιουργία ιστοσελίδας για smartphones.

## **2. Προβολής και Διαφήμισης μέσω του site:**

Το site του Χρυσού Οδηγού συγκεκριμένα εξυπηρετεί τους χρήστες με τους εξής μεθόδους:

Mobile εφαρμογές: Εδώ αναφέρουμε τη ανάγκη δημιουργίας εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα από τον Χρυσό Οδηγό εξαιτίας της εξέλιξης της τεχνολογίας. Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο αυξάνεται το ποσοστό των χρηστών-χειριστών smartphones. Ειδικότερα, το χο.gr προωθεί τις εξής 2 mobile εφαρμογές: «Greek Yellow Pages» και «ΧrySOS Φαρμακεία – Νοσοκομεία».

---

<sup>33</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/proiontikos-katalogos/> στις 5/3/2016.

<sup>34</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/e-shop-website/> στις 5/3/2016.

<sup>35</sup> Search Engine Optimization (SEO)

<sup>36</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/> στις 5/3/2016.

<sup>37</sup> Digital Marketing

<sup>38</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/dimiourgia-periechomenou/seo-audit/> στις 5/3/2016.



MOBILE

### Greek Yellow Pages

Ο mobile Χρυσός Οδηγός (διαθέσιμο για Android, iOS, blackberry, και Windows Phone).

Εικόνα 3.9: Greek Yellow Pages

Πηγή εικόνας: <https://www.xo.gr/kinita/#greek-yellow-pages-mobile-app>

(ημερομηνία ανάκτησης 10/03/2016)



MOBILE

### XrySOS Φαρμακεία - Νοσοκομεία

Εφημερίδες Φαρμακείων και Νοσοκομείων (διαθέσιμο για Android και iOS).

Εικόνα 3.10: XrySOS Φαρμακεία – Νοσοκομεία

Πηγή εικόνας: <http://www.xo.gr/kinita/#greek-yellow-pages-mobile-app>

(ημερομηνία ανάκτησης 10/03/2016)

Google Ad Words: που έχουν την ικανότητα να πραγματοποιούν στοχευμένη προβολή της κάθε διαφημιζόμενης επιχείρησης σε επιλεγμένο κοινό, με άμεση απόρροια την προσέλκυση ολοένα και περισσότερων υποψήφιων πελατών.

Και Θεάσεις και clicks (PPC <sup>39</sup>): εδώ περιλαμβάνονται στο σύνολό τους οι εμφανίσεις των καταχωρημένων επιχειρήσεων στο Xo.gr και τα clicks που ενημερώνουν για την απόδοση των επενδύσεων αυτών (Return on investment). Η εκάστοτε εταιρία που προβάλλεται σ' αυτό, χρεώνεται όταν γίνεται click στη διαφήμιση από κάποιον χρήστη. Το κόστος αυτού διαμορφώνεται από τον ανταγωνισμό που έχει η εκάστοτε επαγγελματική κατηγορία. Βέβαια, είναι απαραίτητο η διαφήμιση να τηρεί τους προαπαιτούμενους όρους για την κατάταξη της στην μηχανή αναζήτησης της Google.

---

<sup>39</sup> Pay per Click, δηλαδή πληρωμή μόνο όταν κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή σου.

Έτσι, κρίνεται αναγκαίο ο Χρυσός Οδηγός να αναλαμβάνει τον σχεδιασμό και την διαχείριση των Google AdWords καμπανιών μέσω των Google Expert Managers που έχει στη διάθεσή του, όπως και την τακτική ενημέρωση για την απόδοση των διαφημιστικών τους καμπανιών.

### **3. Διαφήμισης μέσω έντυπων καταλόγων:**

Μέσω έντυπων καταλόγων εδώ πλέον, οι οποίοι προσφέρουν πληροφορίες ταξινομημένα ανά περιοχή. Λόγω των πολυάριθμων αντιτύπων που εκδίδονται η χρήση των επαγγελματικών καταλόγων από τους υποψήφιους πελάτες είναι δωρεάν και συγχρόνως παρέχουν άμεσα χρήσιμη πληροφόρηση. Υπάρχουν 4 έντυποι κατάλογοι<sup>40</sup>:

Ο Χρυσός Οδηγός: που είναι ο βασικός οδηγός αναζήτησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών, που παρέχει κουπόνια προσφορών και απαραίτητα τηλέφωνα, τα οποία είναι ταξινομημένα κατηγορία και ανά περιοχή,

ο Τοπικός Χρυσός Οδηγός<sup>41</sup>: που πρόκειται για κατάλογο πληροφοριών τοπικών αγορών δηλαδή της κάθε πόλης ή δήμου, παρέχοντας τηλέφωνα, ονομαστικές λίστες επαγγελματιών-επιχειρήσεων, χάρτες, ταξινομημένα ανά επωνυμία και κατηγορία, ο Χρυσός Συνοδηγός<sup>42</sup>: που είναι χρήσιμο εργαλείο για τους κατοίκους μιας πόλης αλλά και τους ταξιδιώτες ανά την Ελλάδα. Εδώ παρέχονται πληροφορίες για μετακινήσεις, εστιατόρια, ξενοδοχεία, πρατήρια καυσίμων, διασκέδαση, τράπεζες και διάφορα άλλα, και τέλος ο Τουριστικός Κατάλογος (Greek Yellow Pages): που προσφέρεται δωρεάν σε τουριστικές επιχειρήσεις, παρέχει πληροφορίες για διαμονή, σίτιση, τέχνες, διασκέδαση, επαγγελματίες-επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου και ταυτόχρονα ταξιδιωτικές υπηρεσίες.

---

<sup>40</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/xo-entypoi-katalogoi/xo-entypos/> στις 7/3/2016.

<sup>41</sup> Αναρτήθηκε από το <http://blog.xo.gr/vres-tora-pelates-stin-periochi-sou> στις 10/3/2016.

<sup>42</sup> Αναρτήθηκε από το <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/xo-entypoi-katalogoi/> στις 12/3/2016.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΗ ΠΡΑΞΗ - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

### 4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Σε αυτό το μέρος θα δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα, βήμα-βήμα, ώστε έπειτα να έχουμε την δυνατότητα προώθησης της δικής μας δουλειάς.

Για την υλοποίηση του site, μέσω της εφαρμογής Joomla<sup>43</sup> (:Το Joomla είναι ένα ελεύθερο και ανοικτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου όπου χρησιμοποιείται για τη δημοσίευση περιεχομένου στον παγκόσμιο ιστό αλλά και σε τοπικά δίκτυα-intranets.), όπου και θα αναλυθεί παρακάτω, προϋπόθεση αποτελεί η εγκατάσταση ενός πακέτου προγραμμάτων που ονομάζεται XAMPP.

Η XAMPP<sup>44</sup> είναι ένα πακέτο προγραμμάτων ελεύθερου λογισμικού, λογισμικού ανοικτού κώδικα και ανεξάρτητο, το οποίο περιέχει το «εξυπηρετητή» ιστοσελίδων «http Apache», καθώς και την βάση δεδομένων MySQL και ένα διερμηνέα για κώδικα γραμμένο σε γλώσσες προγραμματισμού PHP και Perl.

Με άλλα λόγια, τα δυο βασικά βήματα είναι η εγκατάσταση, αρχικά του XAMPP και έπειτα του Joomla. Μετά ακολουθεί η δημιουργία του επιλεγμένου site στην δική μας περίπτωση ενός λογιστικού γραφείου.

### 4.2 ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ Η ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

#### 4.2.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ XAMPP

Ü Αναζήτηση στο διαδίκτυο, έπειτα αφού επιλέγει η νεότερη έκδοση (στην δική μας περίπτωση XAMPP 7.06) γίνεται η εγκατάστασή του.

\*Σημείωση: επιλογή να λειτουργήσει ο χρήστης σαν διαχειριστής.

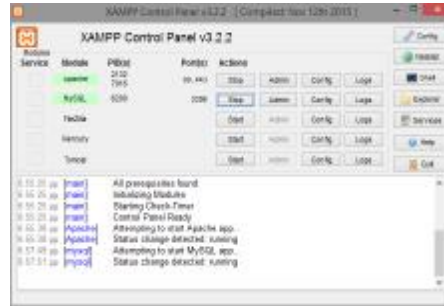


<sup>43</sup> <https://el.wikipedia.org/wiki/Joomla>

<sup>44</sup> <https://el.wikipedia.org/wiki/XAMPP>

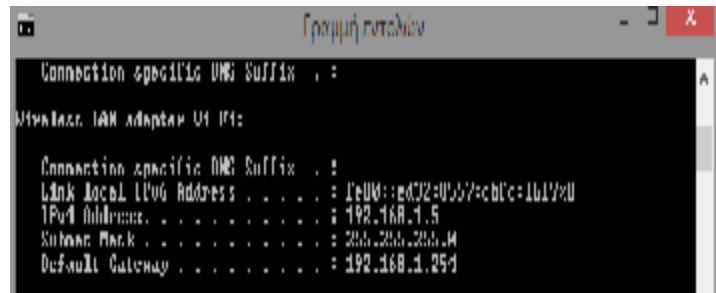
Û Εκκίνηση του Apache server και MySQL, μέσα από τον φάκελο control panel.

\*Σημείωση: κάθε φορά που γίνεται είσοδος εκ νέου στο πρόγραμμα, θα πρέπει να ενεργοποιούνται («start») τα κουμπιά από την γραμμή εργαλείων.



Û Εύρεση της διεύθυνσης:

- Ip address του υπολογιστή μας, στο τοπικό δίκτυο.
- Όλες οι εφαρμογές → Αναζήτηση cmd στη γραμμή εντολών → Enter → Πληκτρολόγηση ipconfig → Enter (Σε όποιον υπολογιστή αναζητηθούν η καρτέλα που θα εμφανιστεί θα δείχνει τον ίδιο τον υπολογιστή στο τοπικό δίκτυο.)



Με τα προηγούμενα βήματα είναι έτοιμο προς χρήση το υποστηρικτικό πακέτο προγραμμάτων XAMPP.

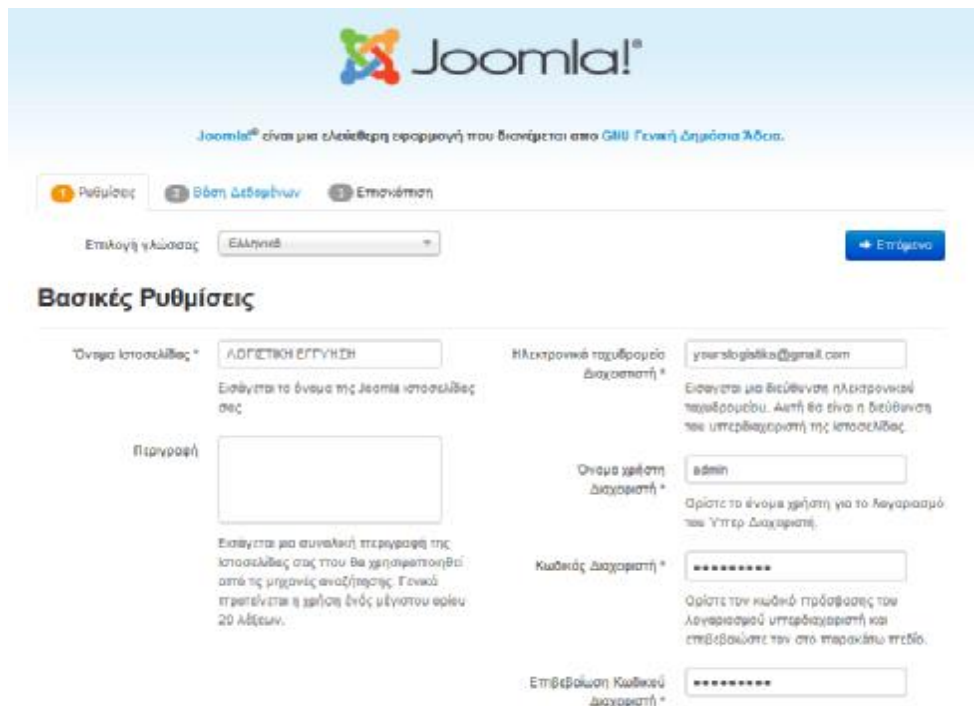
#### 4.2.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ JOOMLA (ΕΚΔΟΣΗ 3.5.1)

Το αρχικό βήμα είναι η αποσυμπίεση του zip αρχείου joomla, μέσα σε συγκεκριμένο φάκελο του XAMPP, ο οποίος ονομάζεται «htdocs<sup>45</sup>» και δημιουργώντας έναν ακόμα φάκελο με ονομασία «site». Έπειτα γράφοντας στον browser «localhost/joomla» γίνεται πρόσβαση στα αρχεία της Joomla (on line), με σκοπό να πραγματοποιηθεί η εγκατάσταση.

Αφού πραγματοποιηθεί το προηγούμενο βήμα, μας εμφανίζεται το παρακάτω παράθυρο-καρτέλα με τρία βασικά βήματα – ρυθμίσεις, βάσεις δεδομένων, επισκόπηση.

Ρυθμίσεις: Σε πρώτο στάδιο για την πρώτη θα πρέπει να συμπληρωθούν κάποια απαιτούμενα πεδία όπως: Η γλώσσα, το όνομα της ιστοσελίδας, το mail καθώς και το όνομα χρήστη διαχειριστή και ο κωδικός διαχειριστή.

<sup>45</sup> Αυτός ο φάκελος όπου ο web server εκπέμπει προς τα έξω, στο δίκτυο.



Εικόνα 4.1: Εγκατάσταση joomla

Πηγή εικόνας: <https://www.joomla.org/> (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)

Για το επόμενο βήμα της καρτέλας απαιτείται η δημιουργία μιας νέας βάσης δεδομένων, η οποία θα ονομαστεί «Joomla», ώστε να υπάρχει σωστή σύνδεση στην βάση δεδομένων μας. Για την πραγματοποίηση θα πρέπει να πατηθεί το εικονίδιο admin του MySQL στην καρτέλα control panel του XAMPP και θα μας μεταφέρει στην διεύθυνση «localhost/phpmyadmin/». Αυτό το περιβάλλον μας δίνει την δυνατότητα να επιλέξουμε την επιθυμητή γλώσσα για την χρήση μας στη νέα βάση, καθώς και τα όνομα της νέας βάσης με σκοπό την σύνδεση με το Joomla.

Βάσεις δεδομένων: Συμπληρώνουμε τα πεδία όσο αφορά το είδος της βάσης, το όνομα διακομιστή, το όνομα χρήστη, τον κωδικό και το όνομα βάσης δεδομένων.

1 Ρυθμίσεις 2 Βάση Δεδομένων 3 Επισκόπηση

## Ρυθμίσεις Βάσης Δεδομένων ← Προηγούμενο → Επόμενο

**Είδος βάσης δεδομένων \***    
Πιθανό να είναι "MySQL"

**Όνομα διακομιστή \***    
Συνήθως είναι "localhost"

**Όνομα χρήστη \***    
Συνήθως είναι "root" ή το όνομα χρήστη από τον κεντρικό υπελογιστή.

**Κωδικός**    
Είναι απαραίτητο για την ασφάλεια της ιστοσελίδας να χρησιμοποιείτε κωδικό πρόσβασης για τη βάση δεδομένων.

**Όνομα βάσης Δεδομένων \***    
Ορισμένοι διακομιστές επιτρέπουν μόνο συγκεκριμένα ονόματα βάσεων δεδομένων για κάθε ιστοσελίδα. Χρησιμοποιήστε ως αυτή την περίπτωση προθέματα πινάκων για ξεχωριστές ιστοσελίδες Joomla!

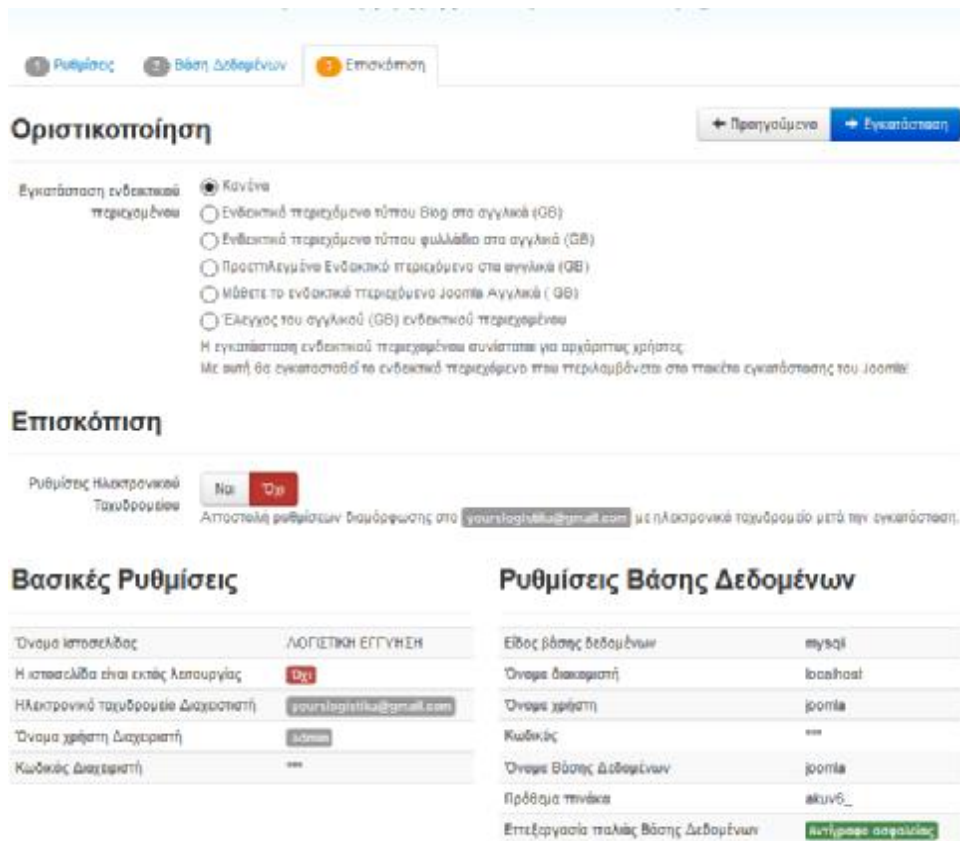
**Πρόθεμα πινάκων \***    
Επιλέξτε ένα πρόθεμα πινάκων ή χρησιμοποιήστε το παλαιό παραγόμενο. Μπορούν επιλέξτε ένα πρόθεμα τριών ή ποσών χαρακτήρων, μόνο με αλφαριθμητικούς χαρακτήρες το οποίο ΠΡΕΠΕΙ να ταιριάζει με κάποιο πούλο. Βεβαιωθείτε ότι το πρόθεμα που επιλέξατε δεν ενήκει σε άλλο πίνεκα.

**Επιχειρησιακό πηκός Βάσης Δεδομένων \***     
Υπάρχοντα αντίγραφα ασφαλείας πινάκων στα παλαιότερα εγκαταστάσεις Joomla! θα αντικατασταθούν.

Εικόνα 4.2: Εγκατάσταση Joomla

Πηγή εικόνας: <https://www.joomla.org/> (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)

Επισκόπηση: Με αυτήν την επιλογή έχουμε την δυνατότητα να παρατηρήσουμε με μια ματιά τις ρυθμίσεις για την διαδικασία της εγκατάστασης. Σε περίπτωση λάθους έχουμε την δυνατότητα επιστροφής σε προηγούμενες ρυθμίσεις με το κουμπί «προηγούμενο».



Εικόνα 4.3: Εγκατάσταση Joomla

Πηγή εικόνας: <https://www.joomla.org/> (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)

Έχοντας εκτελέσει όλα τα παραπάνω βήματα έχει εγκατασταθεί το πρόγραμμα Joomla. Θεωρείται σημαντικό να αναφέρουμε ότι μετά την εγκατάσταση, θα πρέπει να διαγραφεί ο φάκελος «installation», ώστε να επιτραπεί η πρόσβαση στον ιστότοπο. Για την ανεύρεση του προγράμματος στο τοπικό δίκτυο αναγράφουμε στην γραμμή διεύθυνσης την φράση «localhost/site».

#### 4.3 TO SITE

Η διαχείριση-επεξεργασία του site γίνεται από τον πίνακα ελέγχου της σελίδας. Για να το βρούμε ανοίγουμε το browser και πληκτρολογούμε στην γραμμή αναζήτησης «localhost/site/administrator», έπειτα βάζουμε user name & password για να επιτύχουμε την εισαγωγή στην περιοχή διαχείρισης.





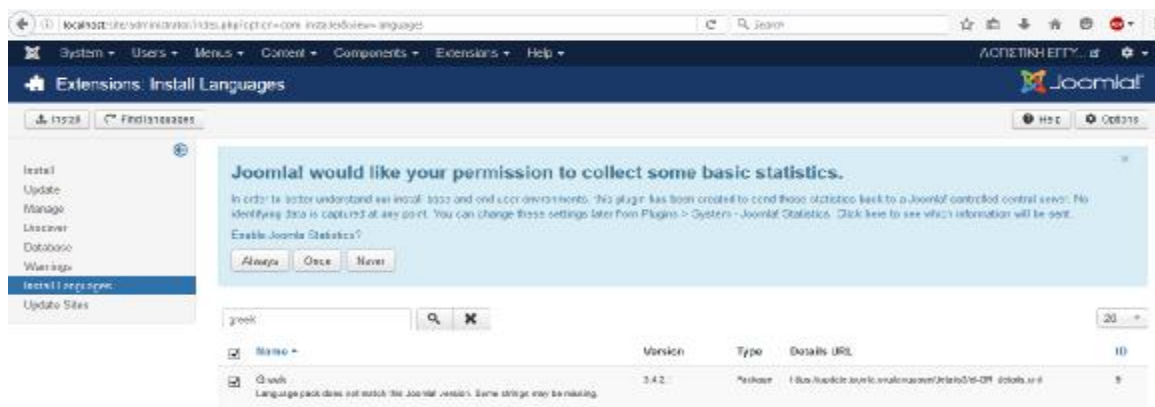
Εικόνα 4.4: Εισαγωγή κωδικών

Πηγή εικόνας: <https://www.joomla.org/> (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)

Η αλλαγή της γλώσσας, όπως και οποιοδήποτε άλλο πρότυπο είναι στην ουσία επέκταση-ένθεμα. Η λειτουργία του Joomla, έχει δυο κινήσεις που πρέπει να πραγματοποιηθούν. Η πρώτη είναι η εγκατάσταση της επέκτασης και η επόμενη είναι η διαχείριση αυτής.

#### 4.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ:

Για την ομαλότερη διαχείριση καθώς και ευκολία προς τους επισκέπτες θα εγκατασταθεί η ελληνική γλώσσα. Η διαδικασία είναι η εξής: αφού υπάρχει η γλώσσα που μας ενδιαφέρει σαν επέκταση μετά από την «εγκατάσταση», επιλέγουμε επεκτάσεις → διαχείριση επεκτάσεων → εγκατάσταση γλωσσών, επιλεγούμε την ελληνική και πατάμε εγκατάσταση. Τέλος, την επιλεγούμε σαν προεπιλογή πατώντας το αστεράκι.



Εικόνα 4.5: Προεπιλογή ελληνικής γλώσσας

Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_installer&view=languages](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_installer&view=languages)

(ημερομηνία ανάκτησης 18/05/2016)

Στις επεκτάσεις → διαχείριση επεκτάσεων → διαχείριση μπορούμε να ελέγχουμε την κατάσταση της κάθε επέκτασης, που στο συγκεκριμένο σημείο μας ενδιαφέρει να είναι η ελληνική γλώσσα δημοσιευμένη.

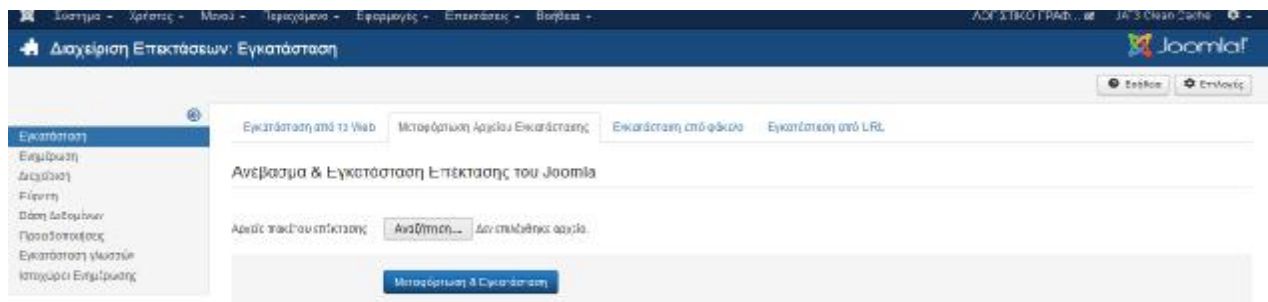
<input checked="" type="checkbox"/>	Greek	Περιοχή Διαχείρισης	Γλώσσα	3.4.2.1
<input checked="" type="checkbox"/>	Greek Language Pack	Ιστότοπος	Πακέτο	3.4.2.1

Εικόνα 4.6: Δημοσίευση ελληνικής γλώσσας

Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_installer&view=manage](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_installer&view=manage)  
(ημερομηνία ανάκτησης 18/05/2016)

### 4.3.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΤΥΠΟΥ

Μια ακόμα επέκταση, η οποία είναι απαραίτητη ώστε να πραγματοποιηθεί η δημιουργία της ιστοσελίδας, είναι η εφαρμογή-εγκατάσταση του πρότυπου (θέμα ή αλλιώς οδηγός). Με αυτή την επιλογή υπάρχει η δυνατότητα να διαμορφώσουμε σύμφωνα με μια ήδη υπάρχουσα ιστοσελίδα από πλευράς άρθρων και κατηγοριών, τις επιλογές που έχουμε. Στην συγκεκριμένη περίπτωση θα εγκατασταθεί το JA\_Elastika.



Εικόνα 4.7: Εισαγωγή επεκτάσεων

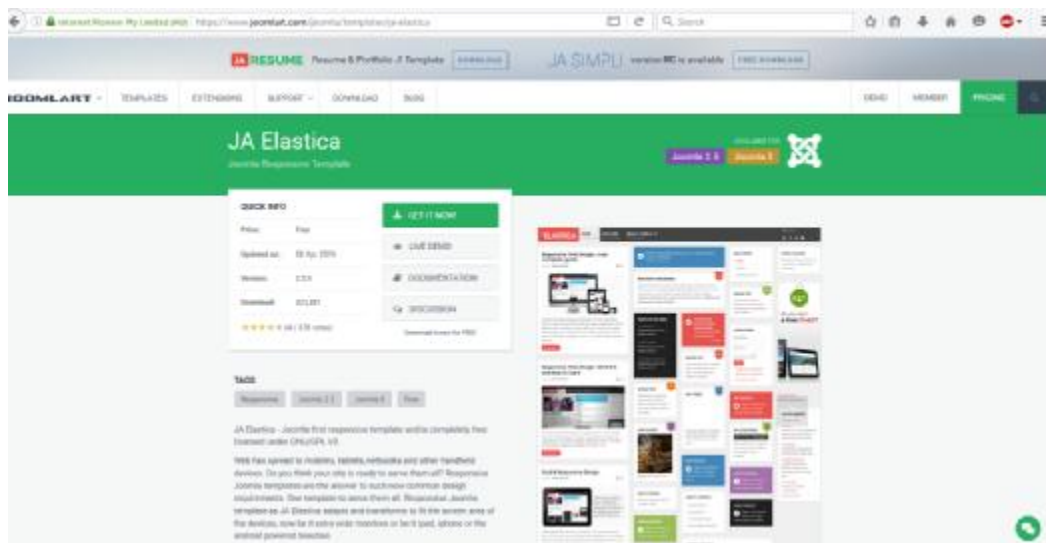
Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_installer](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_installer)  
(ημερομηνία ανάκτησης 19/05/2016)

Στην παραπάνω εικόνα αναλύεται το πρώτο σκέλος όπου περιλαμβάνεται το ανέβασμα του θέματος. Για την ολοκλήρωση του είναι αναγκαίο να τεθεί σαν προεπιλογή το επιλεγμένο θέμα, ακολουθούμε επεκτάσεις → διαχείριση προτύπων, το επιλέγουμε και έπειτα το θέτουμε ως προεπιλογή για να λειτουργεί στον ιστότοπό μας.

### 4.3.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ

Για να δημιουργηθεί η επιλεγμένη μορφή μενού, καθώς και να εμπλουτιστεί με διάφορα στοιχεία -όπως για παράδειγμα ποιοι είμαστε, τι υπηρεσίες παρέχουμε, πού βρισκόμαστε και άλλα- απαιτείται να φτιαχτούν πρώτα οι κατάλληλες κατηγορίες άρθρων<sup>46</sup> και έπειτα τα άρθρα<sup>47</sup> (articles) όπου στο συγκεκριμένο περιβάλλον Joomla ονομάζονται έτσι.

Στο ήδη κατεβασμένο πρότυπο (JA\_Elastica) όπου θα χρησιμοποιηθεί σαν κύριο για τον ιστότοπο, υπάρχουν ήδη κάποιες δημιουργημένες κατηγορίες αλλά και πλάνα-θέσεις για άρθρα. Παρόλα αυτά θα αναλύσουμε παρακάτω πως θα μπορεί ένας διαχειριστής να δημιουργήσει τα παραπάνω από το μηδέν.



Εικόνα 4.8: Προεπισκόπηση θέματος

Πηγή εικόνας: <https://www.joomlart.com/joomla/templates/ja-elastica> (ημερομηνία ανάκτησης 19/05/2016)

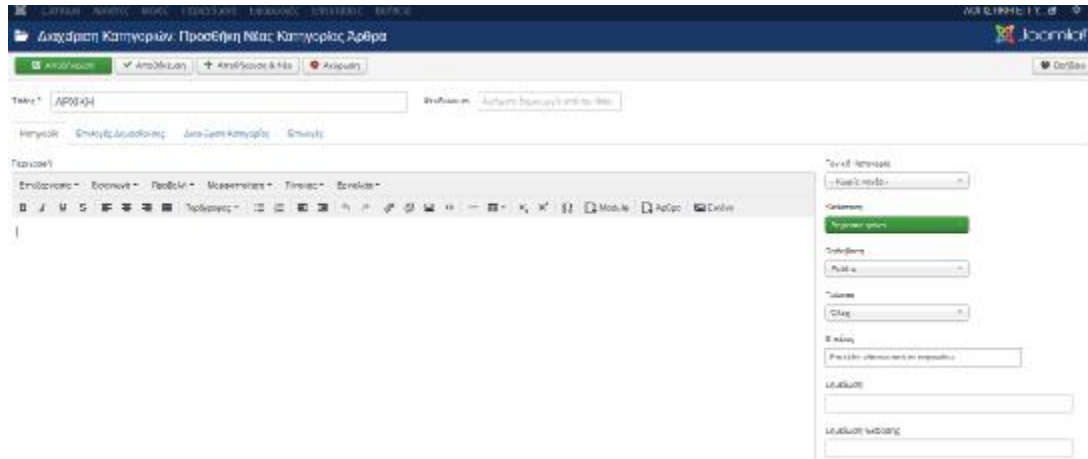
#### 4.3.3.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Για την δημιουργία των κατηγοριών ακολουθούμε την παρακάτω διαδικασία: διαχείριση, διαχείριση κατηγοριών, νέο. Συμπληρώνουμε τον τίτλο με την ανάλογη λέξη-φράση που θα χρειαστούμε όπως για παράδειγμα: «προφίλ εταιρείας». Εκεί ανάλογα με τα νέα άρθρα της εταιρείας θα ανανεώνεται η κατηγορία με προσθήκη των νέων που την αφορούν στην συγκεκριμένη καρτέλα. Μετά την επεξεργασία που κάναμε, πατάμε «αποθήκευση και νέο» για την δημιουργία όλων των κατηγοριών που θα χρειαστούν.

<sup>46</sup> Είναι κατά κύρια βάση ένας τρόπος ομαδοποίησης των απερχόμενων άρθρων δηλαδή να υπάρχουν κάπου καταχωρημένα.

<sup>47</sup> Γενικότερη ονομασία τους είναι «σελίδες».

Με εγκατεστημένο πρότυπο μορφοποιούμε τις υπάρχουσες κατηγορίες ώστε να δημιουργήσουμε τις αναγκαίες για το site που θα κατασκευάσουμε. Οι υπόλοιπες επιλέγονται να μην εμφανίζονται στην αρχική ή κάπου κατά την κρίση του διαχειριστή.



Εικόνα 4.9: Προσθήκη νέας κατηγορίας

Πηγή

εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_categories&view=category&layout=edit&extension=com\\_content](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_categories&view=category&layout=edit&extension=com_content) (ημερομηνία ανάκτησης 19/05/2016)

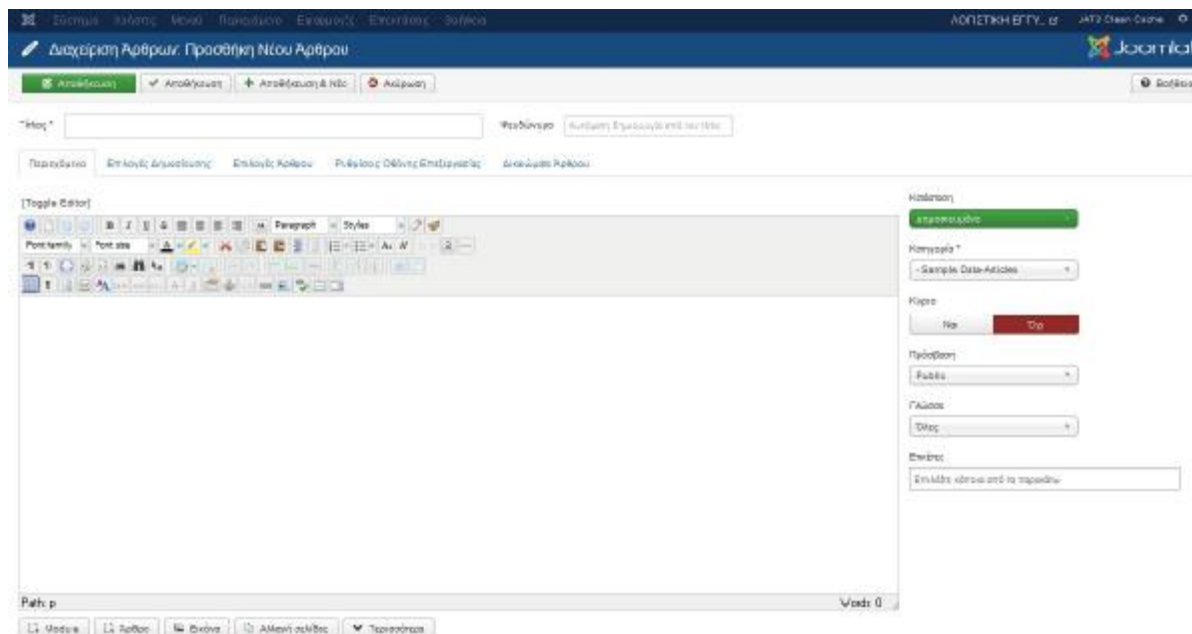
#### 4.3.3.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΑΡΘΡΩΝ

Για την δημιουργία άρθρων ακολουθούνται τα εξής βήματα: Περιεχόμενο → διαχείριση άρθρων → προσθήκη νέου άρθρου → νέο άρθρο → στο παράθυρο που μας εμφανίζει συμπληρώνουμε τα απαιτούμενα στοιχεία.

**Κατάταξη:** αυτή η επιλογή είναι πολύ σημαντική όσον αφορά την κατάταξη-τοποθέτηση του συγκεκριμένου άρθρου

**Ανέβασμα εικόνας σε άρθρο:** στο πλαίσιο όπου θα εμφανίζει για να συνταχτεί κείμενο υπάρχει η επιλογή εισαγωγής εικόνας με το αντίστοιχο εικονίδιο. Τα βήματα: εικονίδιο εισαγωγής εικόνας upload → browse → επιλογή εικόνας άνοιγμα → upload (πριν ανέβει υπάρχει η δυνατότητα να γίνει αλλαγή στις διαστάσεις την επιλεγμένης εικόνας) → κουμπί insert.

**Εισαγωγή Link:** στο ίδιο πλαίσιο με προηγουμένως υπάρχει και το ακόλουθο εικονίδιο με μορφή αλυσίδας (∞) γίνεται η επιλογή → αντιγραφή της URL διεύθυνσης → επικόλληση → URL (υπάρχει η επιλογή εισαγωγής κειμένου) → insert.



Εικόνα 4.10: Προσθήκη νέου άρθρου

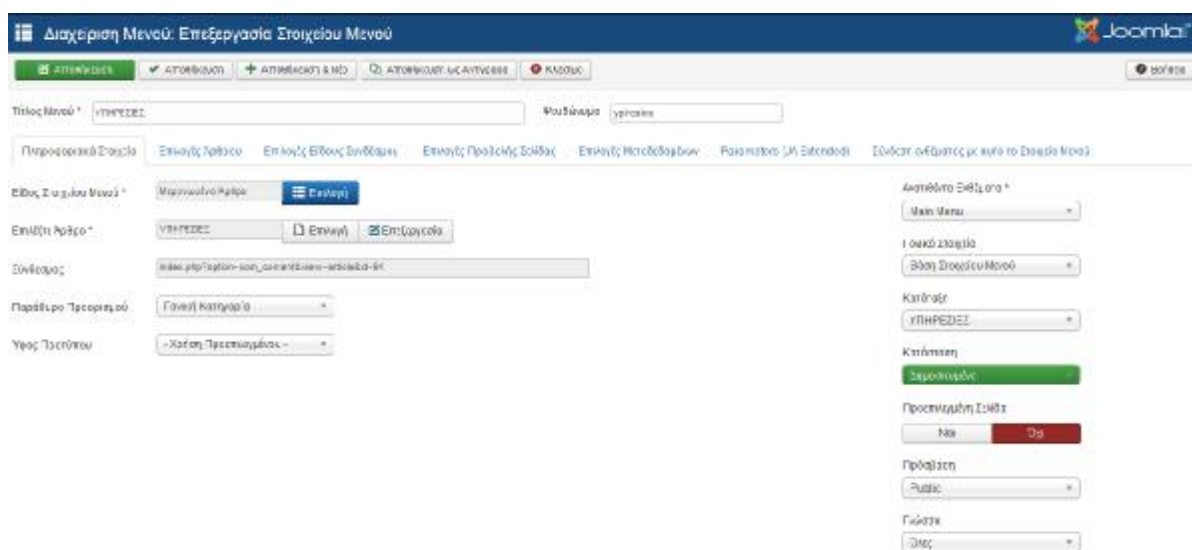
Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=edit](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit) (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

Έχοντας καταχωρήσει και τα άρθρα<sup>48</sup>, βλέπουμε ότι στην κύρια σελίδα του site δεν υπάρχει μενού αντίστοιχο για το άρθρο που δημιουργήθηκε. Για την ρύθμιση αυτού του προβλήματος, με άλλα λόγια την σύνδεση τους ακολουθούνται τα παρακάτω βήματα: ενώ βρισκόμαστε στο μενού της διαχείρισης, επιλεγούμε μενού → main menu → προσθήκη νέου στοιχείου μενού.

<sup>48</sup> Άρθρα της σελίδας μας: η έδρα μας, προθεσμίες υποχρεώσεων, προφίλ εταιρείας, υπηρεσίες, παρεχόμενες υπηρεσίες, υπηρεσίες λογιστικού γραφείου, προς πολίτες, προς επιχειρήσεις, προς δημόσια διοίκηση, χρήσιμες συμβουλές για, εργασιακά, λογιστικά, φοροτεχνικά, επικοινωνήστε μαζί μας, προσωπική επικοινωνία, στοιχεία εταιρείας, συνεργάτης 1, συνεργάτης 2, συνεργάτης 3, νομική υποστήριξη, τεχνική υποστήριξη, χρήσιμα links.

Κατά την επεξεργασία:

- Εισαγωγή τίτλου μενού<sup>49</sup>
- Επιλογή είδους του στοιχείου μενού
- Επιλογή συνδεδεμένου άρθρου
- Επιλογή γονικού στοιχείου, σε περίπτωση δημιουργίας υπομενού<sup>50</sup> ή αντίστοιχα μενού του υπό-μενού<sup>51</sup>
- Επιλογή κατάταξης
- Κατάσταση: δημοσιευμένο.



Εικόνα 4.11: Επεξεργασία στοιχείου μενού

Πηγή

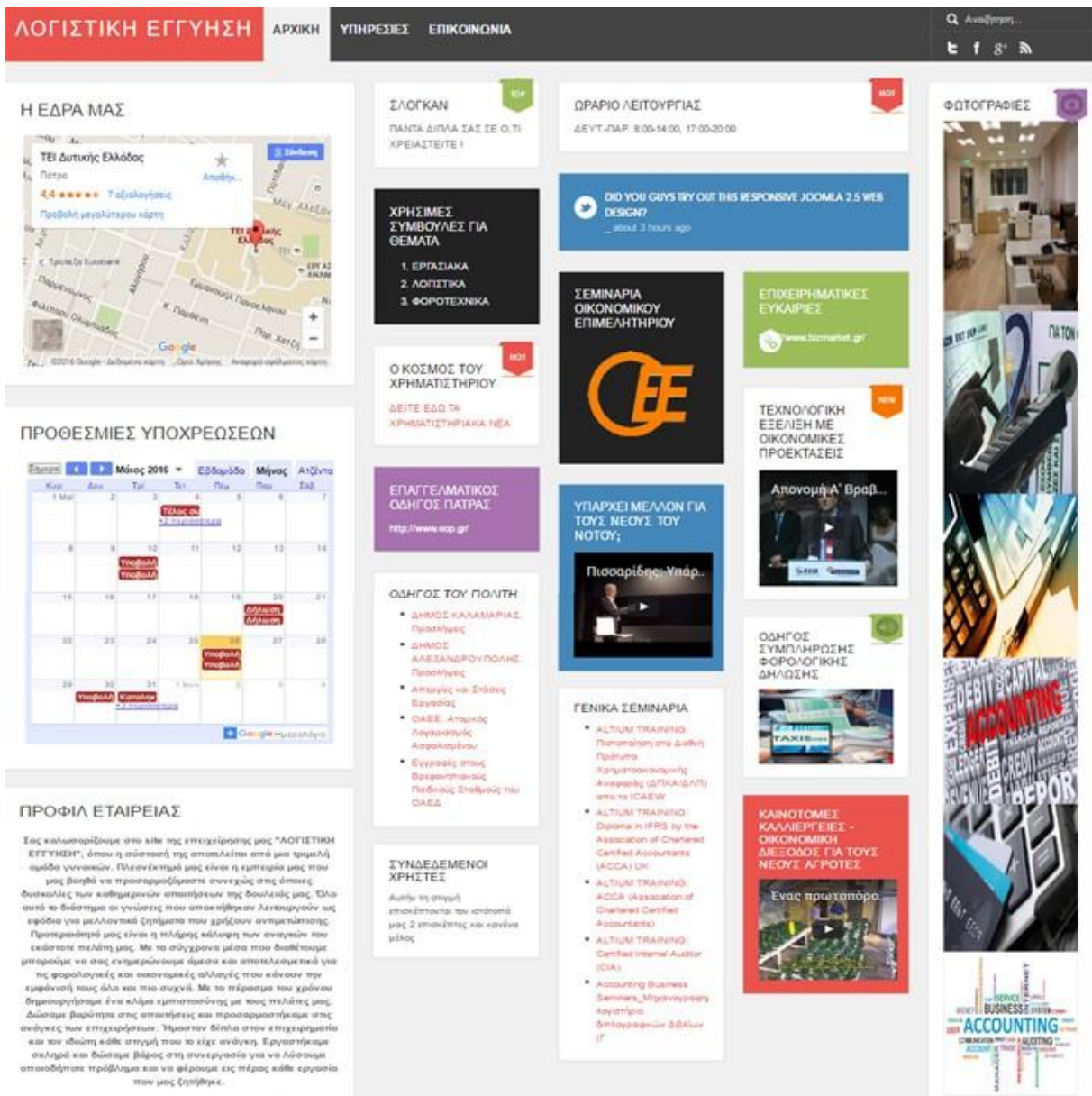
εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_menus&view=item&layout=t=edit&id=506](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_menus&view=item&layout=t=edit&id=506) (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

<sup>49</sup> Στοιχεία μενού της σελίδας μας: αρχική, υπηρεσίες, επικοινωνία.

<sup>50</sup> Στοιχεία υπομενού της σελίδας μας: παρεχόμενες υπηρεσίες, χρήσιμες συμβουλές για, προσωπική επικοινωνία.

<sup>51</sup> Στοιχεία μενού του υπομενού: υπηρεσίες λογιστικού γραφείου, προς πολίτες, προς επιχειρήσεις, προς δημόσια διοίκηση, εργασιακά, λογιστικά, φοροτεχνικά, στοιχεία εταιρείας, συνεργάτης 1, συνεργάτης 2, συνεργάτης 3, νομική υποστήριξη, τεχνική υποστήριξη, χρήσιμα links.



Εικόνα 4.12: Προεπισκόπηση αρχικής εικόνας της ιστοσελίδας μας

Πηγή εικόνας: <http://creationnet.gr/logistiki/> (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

Για τη δομή και τη δημιουργία της αρχικής σελίδας ακολουθηθήκαν τα πρότυπα άρθρα και κατηγορίες του εφαρμοσμένου πρότυπου θέματος. Χρειάστηκαν πληροφορίες όπως τοποθεσία, προφίλ εταιρείας, ωράριο λειτουργίας, σεμινάρια, καθώς και κάθε ευκαιρία που θα μπορούσε να προσεγγίσει κάποιον πελάτη μέσω ενός «χτυπήματος».

Κατευθυνόμενοι μέσω του προτύπου διαμορφώνουμε την αρχική αυτή εικόνα της ιστοσελίδας μας.

Πιο αναλυτικά:

Για εισαγωγή χάρτη<sup>52</sup>:

Αρχικό βήμα είναι η εύρεση της ακριβής τοποθεσίας της επιχείρησης από την σελίδα Google Maps. Έπειτα επιλέγεται η επιλογή «κοινοποίηση» → ενσωμάτωση χάρτη (επιλεγούμε μέγεθος, ανάλογα με τις ανάγκες μας) → αντιγραφή → το επικολλούμε στο άρθρο με ονομασία της αρεσκείας μας, στην περίπτωση αυτή «Η ΕΔΡΑ ΜΑΣ».

Για εισαγωγή ημερολογίου υποχρεώσεων και προθεσμιών<sup>53</sup>:

Η προβολή των προθεσμιών συγκεντρωμένες σ' ένα πλαίσιο ημερολογίου αποτελεί προϊόν της Google Calendar. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του Gmail<sup>54</sup> επιλέγουμε τη «δημιουργία νέου συμβάντος σ' αυτό το ημερολόγιο»<sup>55</sup> → «αποθήκευση» → «κοινοποίηση αυτού του ημερολογίου» → αντιγραφή και επικόλληση στο πλαίσιο δημιουργίας άρθρου → «αποθήκευση». Αναζητώντας την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας, τοποθετούμε σε πρώτο πλάνο το ημερολόγιο που κατασκευάσαμε.

Για τα παρακάτω:



Εικόνα 4.13: Απεικόνιση σλόγκαν

Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=106](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=106)  
(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)



Εικόνα 4.14: Απεικόνιση χρηματιστηριακών νέων

Πηγή εικόνας:  
[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=96](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=96)  
(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)

<sup>52</sup>[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=edit&id=70](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit&id=70)

<sup>53</sup>[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=edit&id=73](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit&id=73)

<sup>54</sup> Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

<sup>55</sup> Συμπληρώνουμε τίτλο συμβάντος, ημερομηνία και ορατό σε όλους.





Εικόνα 4.15: Απεικόνιση ωραρίου λειτουργίας λογιστικού γραφείου μας

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=108](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=108)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)

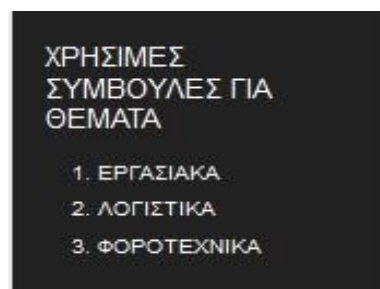


Εικόνα 4.16: Απεικόνιση οδηγού φορολογικής δήλωσης

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=98](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=98)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)



Εικόνα 4.17: Απεικόνιση χρήσιμων συμβουλών

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=92](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=92)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)



Εικόνα 4.18: Απεικόνιση σεμιναρίων οικονομικού επιμελητηρίου

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=102](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=102)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)



Εικόνα 4.19: Απεικόνιση επιχειρηματικών ευκαιριών

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=103](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=103)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)



Εικόνα 4.20: Απεικόνιση επαγγελματικού οδηγού Πάτρας

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=107](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=107)

(ημερομηνία ανάκτησης 21/05/2016)

Διαχείριση ενθεμάτων → ένθεμα προσαρμοσμένος κωδικός HTML → επιλεγούμε την συγκεκριμένη θέση, δηλαδή να εμφανίζεται στην αρχική σε αυτήν την συγκεκριμένη περίπτωση «θέση 7», δημοσιευμένο.

Για τα γενικά σεμινάρια όπως και για τον οδηγό του πολίτη:

#### ΓΕΝΙΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

- ALTIUM TRAINING: Πιστοποίηση στα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (ΔΠΧΑ/ΔΛΠ) από το ICAEW
- ALTIUM TRAINING: Diploma in IFRS by the Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) UK
- ALTIUM TRAINING: ACCA (Association of Chartered Certified Accountants)
- ALTIUM TRAINING: Certified Internal Auditor (CIA)
- Accounting Business Seminars\_Μηχανογραφή

#### ΟΔΗΓΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ

- Φτηνότερα τα συμβόλαια, Δικαστικό ένσημο, Δημοσιεύσεις καταστατικών και μετατροπές ποινών
- ΝΟΜΟΣ 4393/2016: Κύρωση Προγραμματικής Συμφωνίας ΜΙΟΣJ
- ΟΑΕΔ: Πρόγραμμα κοινωνικού χαρακτήρα για 413 θέσεις
- ΕΚΕΒΕ ΦΛΕΜΙΓΚ: Πρόσληψη προσωπικού
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΔΗΜΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΟΥ ΠΕΝΤΕΛΙΚΟΥ: Προσλήψεις

Εικόνα 4.21: Απεικόνιση γενικών σεμιναρίων

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=119](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=119) (ημερομηνία ανάκτησης 22/05/2016)

Εικόνα 4.22: Απεικόνιση οδηγού του πολίτη

Πηγή εικόνας:

[http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com\\_modules&view=module&layout=edit&id=118](http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=118) (ημερομηνία ανάκτησης 22/05/2016)

Διαχείριση ενθεμάτων → ένθεμα προβολή ροής → συμπληρώνουμε τα απαιτούμενα πεδία ανάλογα με τις ανάγκες και τον σκοπό → αποθήκευση.

Για εισαγωγή εικόνων:

Στην πρώτη εμφάνιση μιας σελίδας εξίσου σημαντικό ρόλο παίζει η εμφάνιση εικόνων. Στην παρούσα φάση και βάσει του πρότυπου θέματος ja\_elastica, αφού αναζητήσουμε το ένθεμα (Module) fotogallery, αρχικά το μετονομάζουμε σε ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ και έπειτα εισάγουμε κατά σειρά και συνεχόμενα όσες εικόνες επιθυμούμε και τέλος πατάμε «Αποθήκευση».

Εισαγωγή βίντεο από το κανάλι του you-tube:

Υπάρχει η δυνατότητα να αναρτηθεί σε επιλεγμένη περιοχή της σελίδας για παράδειγμα σε όλα τα πεδία είτε μόνο στην αρχική, ενώ κριτήριο θεωρείται να υπάρχει η ανάγκη προβολή του. Διαχείριση ενθεμάτων (Modules) → επιλέγετε το εικονίδιο που εισάγετε ο σύνδεσμος ( $\infty$ ), έπειτα εισάγεται η διεύθυνση url του επιλεγμένου βίντεο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΜΕΣΩ SOCIAL MEDIA

Σε αυτό το κομμάτι θα παρουσιάσουμε κάποια από τα μέσα διαδικτυακής προώθησης μίας επιχείρησης όπως είναι το vrisko.gr, το xo.gr, το Facebook, το Instagram, το twitter, το Google plus, το linked in, και το rssβασισμένα στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Καθώς επίσης και μέσα με τα όποια ελέγχουμε την πορεία της προώθησης google analytics. Διαδικτυακή προώθηση όπως έχουμε είδη αναφέρει θεωρείται κάθε μέσω διαφήμισης και προβολής. Θα κινηθούμε με συγκεκριμένους στόχους όπως είναι για παράδειγμα η προσέγγιση και η πληροφόρηση νέων πρόσωπων με σκοπό να γίνουν οι νέοι μας πελάτες.

Ας αναλύσουμε τη διαδικασία δημιουργίας αυτών των μέσων και πως αυτά επηρεάζουν την προώθηση και τον τρόπο που παρακολουθούμε εμείς και οι υποψήφιοι πελάτες μας την εξέλιξη αυτής.

### 5.1 FACEBOOK <sup>56</sup>

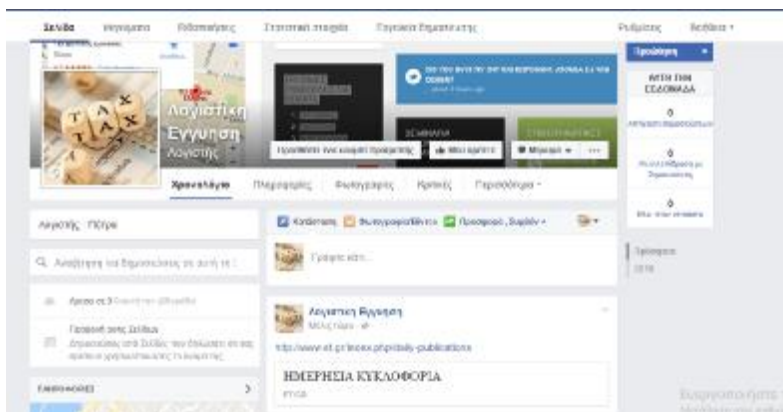
Το Facebook ανήκει στα μέσα Κοινωνικής δικτύωσης και είναι ως ώρας το δημοφιλέστερο στο είδος του. Το χρησιμοποιούμε συνήθως για να μαθαίνουμε νέα φίλων και γνωστών μέσω μηνυμάτων καθώς επίσης και για να ενημερωνόμαστε για επιχειρήσεις και σελίδες με αλλά ενδιαφέροντα. Θεωρείται το πληθέστερο social media σε λειτουργίες. Παρ' όλα αυτά οι επιλογές που έχουμε και οι ρυθμίσεις μας μπερδεύουν, έτσι η πλειοψηφία των χρηστών για το λόγω αυτό αρκείται στην απλή πλοήγηση και χρήση αυτού. Κάθε χρήστης άνω των 13 ετών έχει τη δυνατότητα όπως έχουμε προαναφέρει να δημιουργήσει το δικό του προφίλ να προσθέσει πληροφορίες για αυτόν και φωτογραφίες. Να κάνει φίλους, να συμμετέχει σε group που τον ενδιαφέρουν να ακολουθεί σελίδες και να ενημερώνεται αντίστοιχα για αυτές. Από την στιγμή που αποκτήσουμε φίλους και γίνουμε μέλη κάποιων σελίδων, στην αρχική μας σελίδα στο Facebook παρουσιάζονται φιλτραρισμένες και επιλεγμένες κάποιες δημοσιεύσεις και ορισμένες δραστηριότητες καθώς και άλλες πληροφορίες αυτών που ακολουθούμε, αποτέλεσμα αυτού είναι η ενημέρωση και η δυνατότητα να κάνουμε like share, comment.

Ο ιστόχωρος του Facebook δίνει την δυνατότητα δημιουργίας σελίδας μέσα σε αυτό, μπορεί να προβάλλεται μια μικρή επιχείρηση ή ένα σχολείο μέχρι και να δημιουργηθεί για κάποιο όμιλο εταιρειών, έχοντας την δυνατότητα προβολής της σε παγκόσμιο επίπεδο λόγω του διαδικτύου. Προϋπόθεση θεωρείται να υπάρχει ήδη ένα προφίλ-λογαριασμός και έπειτα να ακολουθηθούν τα απαραίτητα βήματα από τον διαχειριστή. Επιλέγεται από τις ρυθμίσεις η δημιουργία σελίδας, επιλογή κατηγορίας ( τοπική επιχείρηση), τοποθέτηση απαιτούμενων στοιχείων. Εμφανίζεται μια φόρμα όπου έχει τέσσερα βήματα( πληροφορίες, εικόνα προφίλ, προσθήκη στα αγαπημένα, προτιμώμενο κοινό σελίδας) με πεδία που συμπληρώνονται τα απαραίτητα στοιχεία ώστε να δημιουργηθεί. Εφόσον πραγματοποιηθούν τα παραπάνω βήματα, πλέον η σελίδα έχει ολοκληρωθεί και είναι έτοιμη προς χρήση αλλά και προβολή.

<sup>56</sup><https://el.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Οι δυνατότητες που μας παρέχει μια τέτοιου είδους σελίδα είναι να την προβάλλουμε, να λαμβάνουμε μηνύματα που μπορεί να έχει στείλει κάποιος ενδιαφερόμενος πελάτης, να έχουμε ειδοποιήσεις για κινήσεις άλλων λογαριασμών σε σχέση με την ομάδα( κοινοποιήσεις, like, προσκλήσεις σε εκδηλώσεις κλπ. ).Εξίσου σημαντικό είναι τα στατιστικά στοιχεία όπου εκεί ο διαχειριστής έχει την ευκαιρία να δει και να συγκρίνει την απήχηση της σελίδας προς τα κοινό, την επισκεψιμότητα, πόσες κοινοποιήσεις δέχτηκε κλπ., τις δημοσιεύσεις ,τα άρθρα και βασιζόμενος σε αυτό να δει τα αποτελέσματα, να τροποποιήσει ότι θεωρεί αδυναμία για την εικόνα της σελίδας, δηλαδή ότι δεν συνεισφέρει ουσιαστικά στην προώθηση της επιχείρησης.

Η επιλογή προώθηση δίνει την δυνατότητα κοινοποίησης καθώς και πρόσκλησης ενδιαφερόμενων στην σελίδα. Στις ρυθμίσεις υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης του υπάρχων λογαριασμού με το Instagram. Στην παρακάτω προβάλλεται η σελίδα στο Facebook:



Εικόνα 5.1: Η σελίδα στο Facebook

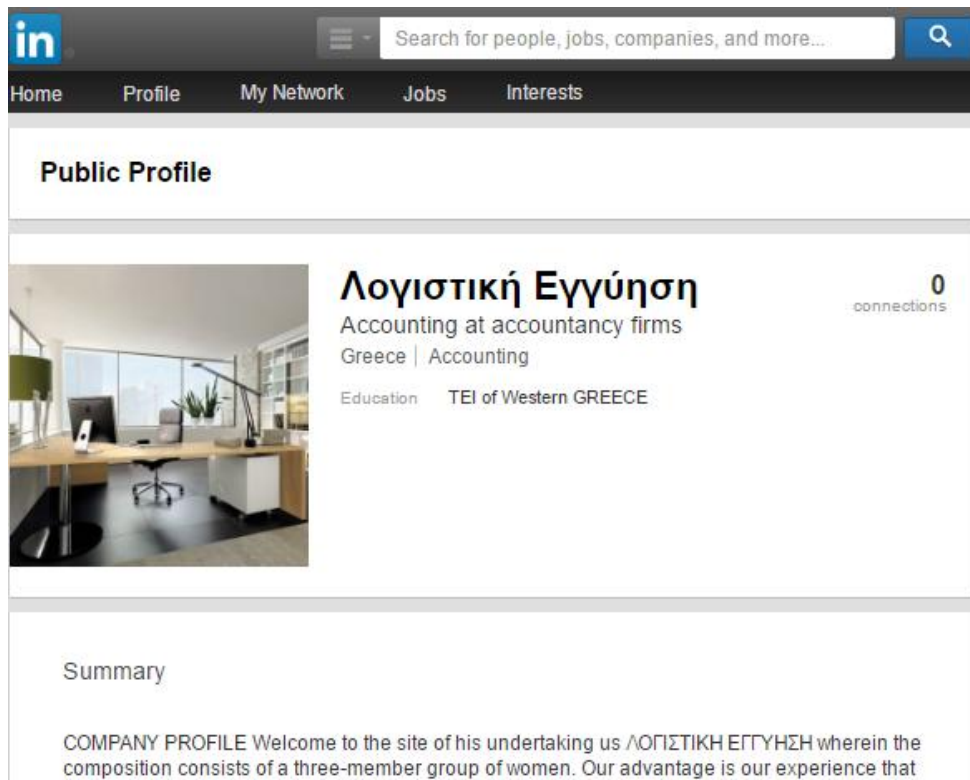
Πηγή εικόνας: [www.facebook.com](http://www.facebook.com) (ημερομηνία ανάκτησης 25/05/2016)

Το Facebook έχει την επιλογή να δημιουργήσει διαφήμιση μέσω της δική της εφαρμογής που ονομάζεται διαχείριση διαφημίσεων, μπορεί να ξεκινήσει ο ενδιαφερόμενος εκστρατείες, διαφημίσεις (άρθρα τα οποία εμφανίζουν την ονομασία «χορηγούμενη») καθώς και ότι άλλο προσελκύει κλικ στην σελίδα του στ Facebook και έπειτα στην επίσημη σελίδα όπου και είναι ο στόχος.

## 5.2 LINKED IN<sup>57</sup>

Το LinkedIn χαρακτηρίζεται από ποικίλες λειτουργίες με κυριότερες:

- την παρουσίαση και τη δημιουργία του προφίλ μελών
- τη δυνατότητα αναλυτικής παρουσίασης της εργασιακής εμπειρίας και ανάλυση του εκπαιδευτικού υπόβαθρου.
- τη δυνατότητα καταχώρησης προσωπικών πληροφοριών και ενδιαφερόντων
- την αλληλεπίδραση και τη δικτύωση με τα συνδεδεμένα μέλη
- τη δυνατότητα παροχής συστάσεων (endorsement) από συναδέλφους, συνεργάτες και γενικότερα μέλη του δικτύου με τα οποία συνδεδεμένα σε αυτό.
- τη δημοσίευση και το “share” αναρτήσεων και παρουσιάσεων.  
(η σύσταση της πραγματοποιείται στην αγγλική ωρολόγια.)



Εικόνα 5.2: Η σελίδα στο LinkedIn

Πηγή

εικόνας:

[https://www.linkedin.com/start/join?trk=login\\_reg\\_redirect&session\\_redirect=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fprofile%2Fpublic-profile-settings%3Ftrk%3Dprof-0-ovw-public\\_profile-secondary](https://www.linkedin.com/start/join?trk=login_reg_redirect&session_redirect=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fprofile%2Fpublic-profile-settings%3Ftrk%3Dprof-0-ovw-public_profile-secondary) (ημερομηνία ανάκτησης 26/05/2016)

<sup>57</sup><https://el.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

Το linked in ένα άλλο μέσω διαδικτυακής προώθησης και διαφήμισης όπου για να λειτουργήσει και να γίνεις μέλος του, χρειάζεται να βάλεις ένα first name και ένα last name, ένα email, το password(που θα αποτελείται από έξι ή και λιγότερους χαρακτήρες) και τέλος τις προσωπικές σου φωτογραφίες καθώς και της επιχείρησής σου.

Το linked in όπως είναι γνωστό είναι ένα Κοινωνικό Δίκτυο και ανήκει στα social media τα λεγόμενα Κοινωνικά Μέσα. Αποτελεί σημείο συνάντησης όλων των επαγγελματιών. Στόχος του είναι να συνδέσει όλους τους επαγγελματίες του κόσμου κάνοντας τους πιο παραγωγικούς και καλύτερους στη δουλειά τους. Η χρήση αυτού του επαγγελματικού Κοινωνικού Δικτύου έχει να κάνει με την ενημέρωσή μας γύρω από τις επαφές του κλάδου

εργασίας μας καθώς επίσης μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε για να βρούμε εργασία απαντώντας σε αγγελίες όπου μπορούμε να προβάλλουμε ένα on line βιογραφικό.

Η λειτουργία του linked in πραγματοποιείται με τη δημιουργία προφίλ στο οποίο προσθέτουμε πληροφορίες οι οποίες αναφέρονται στην απασχόλησή μας, στις γλώσσες τις οποίες γνωρίζουμε, την εκπαίδευσή μας, τις δεξιότητές μας κτλ. πληροφορίες χρήσιμες ώστε να μπορούμε να δημιουργήσουμε συνεργασίες και σχέσεις με άλλους επαγγελματίες. Κάθε προφίλ έχει την δυνατότητα να στείλει αίτημα σύνδεσης σε άλλα προφίλ με αποτέλεσμα τα άλλα προφίλ είτε να δεχθούν είτε να το απορρίψουν. Εκτός από τη δυνατότητα να κοινοποιήσουμε τις δημοσιεύσεις μας να κάνουμε σχόλιο ή like σε άλλους χρήστες, μπορούμε να αφήσουμε συστάσεις στα προφίλ τους. Επίσης οι χρήστες της λειτουργίας endorsements μπορούν να επιβεβαιώσουν δεξιότητες τις οποίες έχουν προσθέσει ή δεν έχουν προσθέσει οι επαφές τους. Φεύγοντας από το προφίλ μας το linked in περιέχει εταιρικές σελίδες ακόμα και groups τα οποία έχουμε τη δυνατότητα να ενημερωνόμαστε πάνω σε συγκεκριμένα θέματα ή τη συγκεκριμένη εταιρία αντίστοιχα. Τέλος το LinkedIn διαθέτει λειτουργίες όπως π.χ. για μαθητές οι οποίοι αναζητούν πανεπιστήμια είτε τομέα σπουδών και επαγγελματίες οι οποίοι θέλουν να μάθουν περισσότερα για τη σχέση σπουδών και εργασίας.

### 5.3 VRISKO



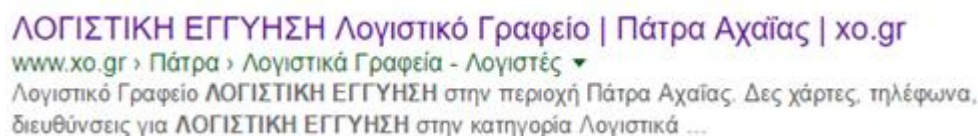
Εικόνα 5.3: θέλω να προβληθώ

Πηγή εικόνας: <http://apps.vrisko.gr/apo-pou-krataei-i-skoufia-sou>

(ημερομηνία ανάκτησης 10/05/2016)

Με αυτό το μέσω προώθησης μπορούμε να βρούμε επαγγελματίες, επιχειρήσεις, δημόσιους φορείς, χάρτες, προσφορές, εφημερίες, πρατήρια καυσίμων, Α.Φ.Μ., Τ.Κ., δρομολόγια πλοίων, σινεμά, θέατρο στο *vrisko.gr*. Για να δημιουργήσουμε το *vrisko* θα πρέπει στο πρώτο βήμα να συμπληρώσουμε τα στοιχεία της επιχείρησής μας όπως επωνυμία, τηλέφωνο, οδό, e mail. Στο δεύτερο βήμα επαληθεύουμε ορισμένες πληροφορίες της διεύθυνσης που έχουμε είδη δώσει και στο τρίτο και τελευταίο βήμα ολοκληρώνεται η αίτησή μας αφού μας ενημερώσουν με e-mail ότι είναι ενεργή.

## 5.4 ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ



Εικόνα 5.4: εμφάνιση γραφείου στον χ.ο.

Πηγή εικόνας: Google search (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)

Για να μπορέσουμε να προβληθούμε μέσω του χρυσού οδηγού θα πρέπει να κάνουμε τα εξής βήματα. Αρχικά καταχωρούμε στοιχεία όπως πόλη, δήμο, νομό, οδό, τηλέφωνο, επωνυμία. Ύστερα στοιχεία επικοινωνίας δηλαδή ονοματεπώνυμο, θέση στην εταιρία, τηλέφωνο και το email.

## 5.5 INSTAGRAM



Εικόνα 5.5: Instagram

Πηγή\_εικόνας: <https://www.instagram.com/>

(ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)



Το Instagram ανήκει στο Facebook και είναι μία mobile social εφαρμογή και ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Σύμφωνα με αυτή πραγματοποιείτε λήψη για διαμοιρασμός βίντεο και φωτογραφιών. Στο Instagram δεν υπάρχουν φιλίες αλλά followers δηλαδή ακολουθούμε όποιους χρήστες επιθυμούμε και μας ακολουθούν όσοι ενδιαφέρονται για το περιεχόμενο του προφίλ μας. Έχουμε την δυνατότητα να ανεβάσουμε φωτογραφίες και βίντεο, όχι όμως πάνω από δεκαπέντε δευτερόλεπτα, αυτά μπορούμε να τα επεξεργαστούμε με διάφορα φίλτρα που υπάρχουν στην εφαρμογή.

Τις φωτογραφίες και τα βίντεο μπορούμε να τα ανεβάσουμε μόνο από τα κινητά και όχι από τον υπολογιστή. Από τον υπολογιστή βλέπουμε τις φωτογραφίες, τα βίντεο, τα προφίλ των χρηστών όπου ακολουθούμε κάνοντας like και σχόλια. Τέλος το Instagram υποστηρίζει την λειτουργία των hashtags δηλαδή ομαδοποίηση φωτογραφιών και βίντεο γύρω από συγκεκριμένα θέματα. Καθώς επίσης και την tagging λειτουργία με την οποία μπορούμε να προσθέσουμε ετικέτα χρηστών σε φωτογραφίες.

Για την δημιουργία αυτής της εφαρμογής θα προβούμε στον ιστότοπό της google και θα πληκτρολογήσουμε Instagram ώστε να κάνουμε την εγγραφή μας ως νέα μέλη. Συμπληρώνουμε όλα τα απαραίτητα στοιχεία με σκοπό την ολοκλήρωση της εγγραφής έπειτα βάζουμε τις φωτογραφίες που επιθυμούμε για να έχουμε το δικό μας αναγνωρίσιμο προφίλ και τέλος ακολουθούμε τα άτομα τα οποία μας ενδιαφέρουν ώστε να μπορούμε να επικοινωνούμε και να ενημερωνόμαστε αντίστοιχα.

## 5.6 TWITTER



Εικόνα 5.6: λογαριασμός στο Instagram

Πηγή εικόνας: <https://twitter.com/?lang=el> (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

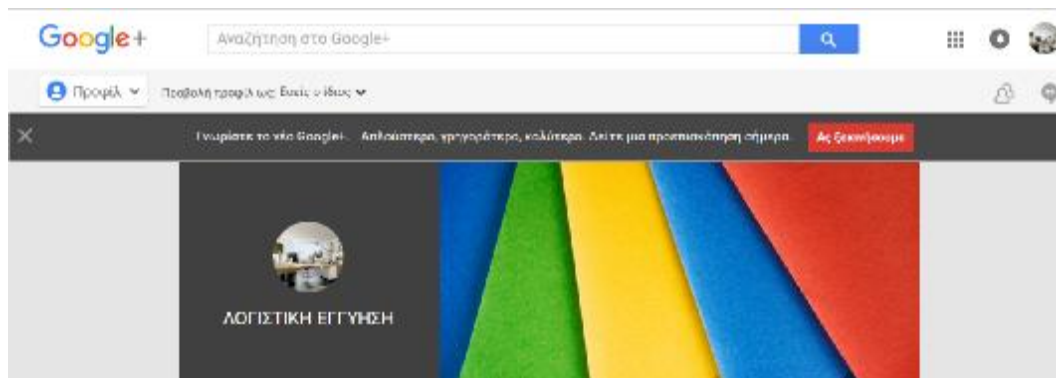
Το twitter ανήκει στην ευρύτερη κατηγορία κοινωνικής δικτύωσης και αυτή την στιγμή σύμφωνα με τα στατιστικά είναι το δεύτερο δημοφιλέστερο social media πίσω από το Facebook. Χαρακτηριστικό αυτού του κοινωνικού δικτύου από όλα τα υπόλοιπα είναι πως για κάθε μας δημοσίευση έχουμε όριο τους εκατόν σαράντα (140) χαρακτήρες τα λεγόμενα ως tweets η χρήση του έχει να κάνει με την ενημέρωση.

Μπορούμε να δημιουργήσουμε το δικό μας προφίλ δωρεάν βάζοντας φωτογραφίες, ένα μικρό βιογραφικό και κάποιες πληροφορίες για εμάς. Το ψευδώνυμο ή αλλιώς το username χρησιμοποιείτε πιο πολύ από το όνομα του χρήστη αφού για να αναφέρουμε ένα χρήστη θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε το ψευδώνυμο. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο twitter κάνεις followers και όχι φίλους. Ακολουθούμε όποιον θέλουμε και μας ακολουθεί ο οποιοσδήποτε, στην αρχική σελίδα μας εμφανίζονται όλα τα tweets των χρηστών που ακολουθούν.

Οι βασικές του λειτουργίες είναι το retweet το οποίο κοινοποιεί ένα twitte. Το “favorite” όπου είναι σαν το “like” του Facebook και το reply όπου το χρησιμοποιούμε προς απάντηση σε ένα “tweet”. Τέλος και χαρακτηριστικό αυτού είναι η ενίσχυση του δημοσίου διαλόγου.

Αναλυτικότερα η δημιουργία : Πρώτο βήμα μπαίνουμε στη σελίδα του twitter και συμπληρώνουμε τη φόρμα ‘Καινούργιος στο twitter; Κάνε εγγραφή, με τα προσωπικά μας στοιχεία ώστε να γίνουμε ενεργά μέλη αυτού. Αρχικά δίνουμε ένα πλήρες όνομα το οποίο θα αναγράφεται στην σελίδα μας μαζί με το e mail μας. Ύστερα βάζουμε έναν δικό μας κωδικό πρόσβασης εύκολο για εμάς ώστε να μπορούμε να τον χρησιμοποιούμε καθώς και το όνομα χρήστη. Δεύτερο βήμα επιλογή σελίδων που μας ενδιαφέρουν για παράδειγμα πολιτικά, καιρός, μη κυβερνητικές οργανώσεις, δημόσιοι φορείς, οικονομικοί οργανισμοί καθώς και άλλες υπηρεσίες ώστε να έχουμε τη δυνατότητα να ενημερωνόμαστε. Τρίτο βήμα κάνουμε follow στα άτομα που έχουν τα αντίστοιχα ενδιαφέροντα (απαραίτητο να κάνουμε follow στα προτεινόμενα άτομα που θα μας προβληθούν ώστε να συνεχίσουμε τη διαδικασία ολοκλήρωσης της σελίδας). Τέταρτο βήμα βάζουμε τις φωτογραφίες που μας αρέσουν για να μας εκπροσωπούν.

## 5.7 GOOGLE PLUS



Εικόνα 5.7: λογαριασμός στον Google+

Πηγή εικόνας: <https://plus.google.com/100290379089128364174>

(ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

Το Google plus είναι ένα από τα νεότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (τριών χρόνων λειτουργίας) θεωρείται ως μία social πλατφόρμα, στην οποία συνδέονται όλες οι υπόλοιπες υπηρεσίες, όπως είναι το Gmail, YouTube κλπ. Χαρακτηριστικό αυτού του δικτύου είναι η υπηρεσία hangout για βίντεο κλήσεις, όπου επιτρέπει την σύνδεση μέχρι και σε δέκα χρήστες και διάφορες λειτουργίες και επεξεργασία των φωτογραφιών.

Ο κάθε χρήστης μπορεί να φτιάξει το δικό του προφίλ το οποίο να περιέχει προσωπικές πληροφορίες όπως εργασία, εκπαίδευση κ.α. Λειτουργεί σαν το twitter αλλά χρησιμοποιεί διαφορετικούς όρους. Όπως παραδείγματος χάρη στις φιλίες αντί να ακολουθούμε κάποιον άλλον χρήστη λέμε πως «κυκλώνουμε» κάποιον, όπου κυκλώνομαστε από τον οποιοδήποτε και κυκλώνομε όποιον θέλουμε. Τους φίλους μας μπορούμε να τους κατηγοριοποιήσουμε σε «κύκλους», ώστε να γίνεται πιο εύκολη η ενημέρωσή μας ανάλογα με το ενδιαφέρον μας, αλλιώς στην αρχική σελίδα έχουμε την δυνατότητα να ενημερωνόμαστε για όλους τους χρήστες. Αυτό που μας ενδιαφέρει είναι πως το Google plus περιέχει σελίδες επιχειρήσεων και κοινοτήτων. Οι κοινότητες είναι παρόμοιες με τα groups που υπάρχουν στο face με τη διαφορά πως είναι πιο εύχρηστες διότι περιέχουν πολλά και διαφορετικά θέματα. Οι λειτουργίες δημοσιεύσεων αυτού του δικτύου είναι το +1 (like στο face), η κοινοποίηση και τα σχόλια.

Για αρχή ενεργοποιούμε το λογαριασμό μας, στην προκειμένη περίπτωση το g-mail μας ώστε να είμαστε συνδεδεμένοι, στη συνέχεια ανοίγουμε μια νέα σελίδα την λεγόμενη Google plus και εντοπίζουμε το σημείο που λέει 'αρχική σελίδα'. Αφού γίνει αυτό κάνουμε κλικ επάνω για να μπούμε στο προφίλ μας. Αυτό πραγματοποιείται εφόσον προσθέσουμε ορισμένες φωτογραφίες υποδηλώνοντας το χαρακτήρα της σελίδας μας. Επίσης μπορούμε να προσθέσουμε πληροφορίες που κρίνουμε πως θα ήταν απαραίτητες για εμάς όπως βιογραφικό, άλλες παρόμοιες σελίδες που μπορεί κάποιος να μας βρει, σύνδεσμοι που μας απασχολούν και ορισμένα από τα στοιχεία μας. Τέλος έχουμε τη δυνατότητα να κάνεις φίλους ώστε να μοιραστείς ιδέες και απόψεις και να βελτιώσουμε την ποιότητα ζωής, στην δίκια μας περίπτωση την εικόνα της επιχείρησής.

## 5.8 RSS <sup>58</sup>

Μέσω αυτής της εφαρμογής ένας χρήστης του διαδικτύου μπορεί έτσι να ενημερώνεται αυτομάτως για γεγονότα και νέα από όσο sites υποστηρίζουν το RSS, αρκεί να έχει εγγραφεί ο ίδιος συνδρομητής στην αντίστοιχη υπηρεσία της εκάστοτε ιστοσελίδας που τον ενδιαφέρει. Οι εν λόγω ενημερώσεις λεγόμενες ροές RSS (αγγλ.: «RSS feeds») περιέχουν τα πλήρη δεδομένα-πληροφορίες αλλά κυρίως τη σύνοψη των πληροφοριών, ημερομηνία έκδοσης κλπ.. Ο τρόπος αποστολής των ειδοποιήσεων είναι αυτόματος στον συνδρομητή μέσω διαδικτύου.

Η διαδικασία απαιτεί ένα ειδικό λογισμικό, το οποίο μπορεί να είναι ενσωματωμένο στον browser του χρήστη. Ο τρόπος ενεργοποίησης της εφαρμογής ως πρώτη επαφή είναι όταν ο χρήστης πληκτρολογεί τη διεύθυνση [URL](#) της ζητούμενης ροής μιας ιστοσελίδας, ώστε να εγγραφεί σε αυτήν ως συνδρομητής. Ο αναγνώστης έχει την δυνατότητα να ελέγχει τακτικά για τις ενημερώσεις περιεχομένου στις καταγεγραμμένες ροές όπου ο ίδιος τις έχει επιλέξει.

---

<sup>58</sup><https://el.wikipedia.org/wiki/RSS>

Για την συμμετοχή μιας σελίδας στο RSS ώστε να έχει την δυνατότητα να παρέχει στους επισκέπτες την πλήρη ενημέρωση ανά πάσα στιγμή, χρειάζεται αρχικά η εγγραφή και έπειτα η σύνδεση (εικόνα: 5.8). συνεπώς αναφερόμενοι στην σύνδεση ακολουθούμε τα εξής: δημιουργία λογαριασμού εισαγωγή στοιχείων πληρωμής → στην συγκεκριμένη περίπτωση υπάρχει ένα χρονικό όριο δωρεάν λειτουργίας έπειτα υπάρχει χρέωση.



Εικόνα 5.8: rss

Πηγή εικόνας: <https://www.rss.com/signup>

(Ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

## 5.9 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ GOOGLE

### 5.9.1 ADD YOU'RE URL – SUBMIT YOUR WEB SITE FOR INCLUSION IN GOOGLE'S INDEX

Με αυτή την επιλογή θέλουμε να εμφανίζεται η ονομασία της ιστοσελίδας μας στην αρχική αναζήτηση. Μπαίνοντας στην Search Console της Google επιλεγούμε να προσθέσουμε τον ισότοπο που θέλουμε να παρακολουθήσουμε ώστε να έχουμε την δυνατότητα να βελτιώσουμε την αποδοτικότητα της. Το μόνο που χρειάζεται έπειτα είναι η επαλήθευση ή αλλιώς σύνδεση μες στο site. Η επαλήθευση παρέχεται με διαφορές επιλογές, εδώ θα αναλυθεί με την εφαρμογή Google analytics όπου θεωρείται στην συγκεκριμένη περίπτωση πιο εύχρηστη. Η παρακάτω εικόνα παρουσιάζει πως θα είναι η ιστοσελίδα μας αφού προστεθεί το URL και γίνει η επαλήθευση( την όποια θα δείξουμε παρακάτω).



Εικόνα 5.9: μετά την επαλήθευση

Πηγή εικόνας: <https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=el>

(ημερομηνία ανάκτησης 25/05/2016)

## 5.9.2 GOOGLE ANALYTICS

Πραγματοποιούμε δωρεάν σύνδεση μέσω της Google, παρέχοντας ορισμένες βασικές πληροφορίες σχετικά με το ποιον ιστότοπο θέλουμε να παρακολουθήσουμε. Έπειτα λαμβάνουμε έναν κώδικα παρακολούθησης τον οποίο πρέπει να επικολλήσουμε στις σελίδες μας ώστε η εταιρία της Google να γνωρίζει πότε δέχεται επισκέπτες το site μας. ( Σε λίγες ώρες από την δημιουργία, θα έχουμε τη δυνατότητα να δούμε δεδομένα σχετικά με τον ιστότοπό μας.)

Κατά την δημιουργία ,προσθέτουμε τα απαιτούμενα στοιχεία όπως το όνομα του site μας την διεύθυνση URL, τη χώρα. Με αποτέλεσμα τα κάνουμε λήψη αναγνωριστικού παρακολούθησης (κάνοντας κλικ στο κουμπί "αποδέχομαι" γίνεται η ολοκλήρωση της διαδικασίας εγγραφής, κατά αυτόν τον τρόπο δηλώνουμε ότι αναγνωρίζουμε και έχω μελετήσει τους όρους της παρούσας σύνδεσης και ότι υπάρχει εξουσιοδότηση, ότι λειτουργεί αυτός ο λογαριασμός από εμάς στα πλαίσια αυτής).

Πιο συγκεκριμένα στην αρχική σελίδα: μας δίνεται η δυνατότητα να δούμε την περίοδο σύνδεσης, τη μέση διάρκεια περιόδου σύνδεσης, ποσοστό εγκατάλειψης και ποσοστό μετατροπής στόχου. Πατώντας «όλα τα δεδομένα ιστότοπου», μας εμφανίζεται η δεύτερη καρτέλα όπου ονομάζεται «αναφορές»: πιο αναλυτικά: στην επισκόπηση κοινού υπάρχει η δυνατότητα να αποστείλουμε μέσω mail την επιθυμητή ανάλυση. Καθώς επίσης υπάρχουν οι επιλογές Σύνοψη, Χρήση ιστότοπου, Ηλεκτρονικό εμπόριο σε μια ξεχωριστή καρτέλα. Σύνοψη: εδώ υπάρχει η δυνατότητα, ώστε να εμφανίζονται σε χρονοδιαγράμματα οι Περίοδοι, οι χρήστες, οι προβολές σελίδας, Σελίδες / περίοδο σύνδεσης, η μέση διάρκεια περιόδου σύνδεσης, το ποσοστό εγκατάλειψης, το ποσοστό Νέων περιόδων σύνδεσης. Σε αντιστοιχία με την επιλογή: ανά ώρα, ημέρα, εβδομάδα, μήνα. Δημογραφικά στοιχεία: βασισμένα στις κατηγορίες: γλωσσά- χώρα- πόλη, κλικάροντας την επιλογή πλήρους αναφοράς, παίρνει η σελίδα στην πλευρά της μορφοποίησης, όπου εκεί μπορούμε να επιλέξουμε τον τρόπο εμφάνισης δηλαδή αν θα είναι δεδομένα, ποσοστό, απόδοση, σύγκριση αλλά και συγκεντρωτικά αυτών. Η επομένη επιλογή που αξίζει αν αναφερθούμε είναι αυτή που ονομάζεται δευτερεύων ιδιότητα, μαζί με αυτή μπορεί να συγκριθεί η κυρία. → Τα ίδια ισχύουν και στις άλλες δυο επιλογές της καρτέλας (Χρήση ιστότοπου, Ηλεκτρονικό εμπόριο).

Διαχείριση χρηστών:

**Προσθήκη άδειας για:**  
 yourslogistika@gmail.com Ανάγνωση και ανάλυση ▾  
 Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο χρήστη που έχει καταχωριστεί στους Λογαριασμούς Google

Ειδοποίηση αυτού του χρήστη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

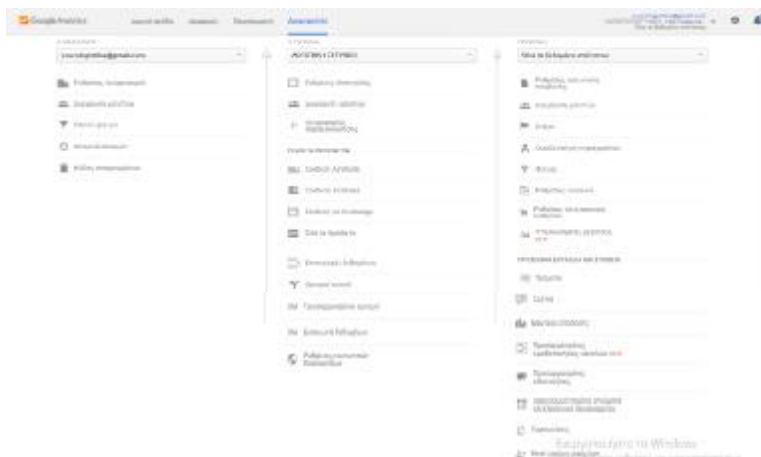
Προσθήκη Ακύρωση

Εικόνα 5.10: Διαχείριση χρηστών

Πηγή εικόνας: <https://analytics.google.com/analytics> (ημερομηνία ανάκτησης 27/05/2016)

Διαχειριστής: μέσα από εδώ μπορούμε να διαχειριστούμε τις επιλογές και τα δεδομένα που έχουμε ώστε να βγάλουμε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τον άρτιο τρόπο που θα πρέπει να επιλέξουμε ώστε να προωθηθεί κατά το μέγιστο η σελίδα μας, πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του πελατολόγιο που διαθέτουμε.

Ρυθμίσεις ιδιοκτησίας: εδώ επιλεγούμε τον κλάδο που μας ενδιαφέρει, ενεργοποιήσουμε αναφορές δημογραφικών στοιχείων και ενδιαφέροντος μας ώστε να αποφασίσουμε προς ποια κοινωνική ομάδα μπορούμε να αναφερθούμε κατά κύριο λόγο.



Εικόνα 5.11: Ρυθμίσεις Analytics

Πηγή εικόνας: <https://analytics.google.com/analytics> (ημερομηνία ανάκτησης 30/05/2016)

Πρόκειται να μεταβούμε στο Google Analytics, έχουμε την δυνατότητα να προσθέσετε την ιδιότητα ιστού σας. Όταν ολοκληρώσουμε, επιστρέφουμε σε αυτήν τη σελίδα και πατάμε το κουμπί «Ανανέωση» στο πρόγραμμα περιήγησής μας και θα εμφανιστεί η ιδιότητα ιστού Google Analytics.

### 5.9.2.2 ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΣΤΗ (ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ)

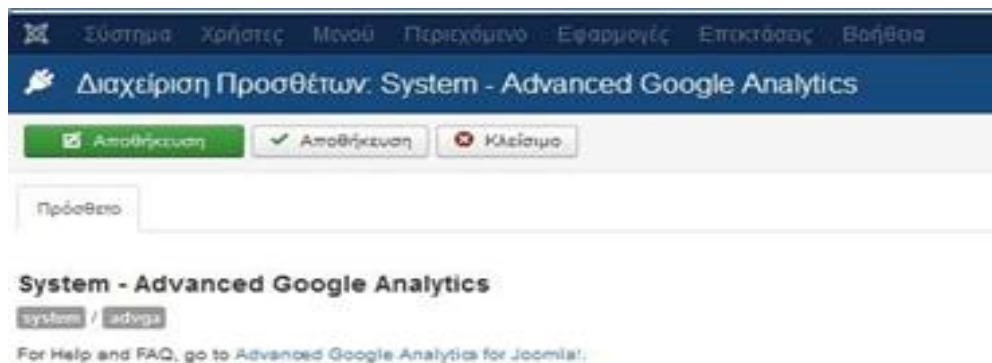
Για να ρυθμίσουμε τη λειτουργία User ID, πρέπει πρώτα να την ενεργοποιήσουμε στο λογαριασμό μας Analytics κατόπιν, να την εφαρμόσουμε στον κώδικα παρακολούθησης Το User-ID μάς επιτρέπει να συσχετίσουμε τα δεδομένα που αφορούν πληροφορίες από διαφορετικές συσκευές και πολλές περιόδους σύνδεσης, προκειμένου να μπορούμε να ανακαλύψουμε τον τρόπο αλληλεπίδρασης των χρηστών με το περιεχόμενό μας κατά τη διάρκεια μιας παρατεταμένης χρονικής περιόδου.

1 βήμα: Ελέγχουμε την πολιτική αναγνωριστικού χρήστη.

2 βήμα: Ρύθμιση του αναγνωριστικού χρήστη.

3 βήμα: επαλήθευση του url μέσα από τον console.

Αναλυτικότερα το βήμα 2: αυτό το βήμα λαμβάνει χώρα στην διαχείριση του site, με τη έξις διαδικασία → επεκτάσεις → διαχείριση πρόσθετων.



Εικόνα 5.12: ΠέρασμαID σε Joomla!

Πηγή εικόνας: [www.joomla.org](http://www.joomla.org) (ημερομηνία ανάκτησης 30/05/2016)

Έπειτα ακολουθεί η επαλήθευση! Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται πως καταλήγουμε με την επαλήθευση δηλαδή στο αρχικό μας στόχο, ο οποίος ήταν να προστεθεί το URL του site στην search console της Google.

## Search Console



Συγχαρητήρια, έχει γίνει επιτυχής επαλήθευση της κατοχή του <http://creationnet.gr/logistiki/> από εσάς.

[Συνέχεια](#)

Εικόνα 5.13: η επαλήθευση

Πηγή εικόνας: Google search (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

Με την πραγματοποίηση Παρακάτω μπορούμε να δούμε πως στην πράξη προσθέτουμε την URL του site μας στον ιστότοπο της Google, δηλαδή να υπάρχει εμφάνιση τη ονομασίας στην αρχική αναζήτηση.

### ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ Λογιστικό Γραφείο | Πάτρα Αχαΐας | xo.gr

[www.xo.gr](http://www.xo.gr) > Πάτρα > Λογιστικά Γραφεία - Λογιστές ▼

Λογιστικό Γραφείο ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ στην περιοχή Πάτρα Αχαΐας. Δες χάρτες, τηλέφωνα, διευθύνσεις για ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ στην κατηγορία Λογιστικά ...

### PDF ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

[www.karagiwrgos.gr/files/ekd\\_files/askiseis/ex\\_40.pdf](http://www.karagiwrgos.gr/files/ekd_files/askiseis/ex_40.pdf) ▼

Στη συνέχεια γίνονται τα εξής λογιστικά γεγονότα : 1. Αγοράζονται ... Με εγγύηση των παραπάνω συναλλαγματικών , η επιχείρηση λαμβάνει βραχυπρόθεσμο ...

### ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ - ΑΡΧΙΚΗ

[creationnet.gr/logistiki/index.php](http://creationnet.gr/logistiki/index.php) ▼

Σας καλωσορίζουμε στο site της επιχείρησης μας "ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ", όπου η σύστασή της αποτελείται από μια τριμελή ομάδα γυναικών. Πλεονέκτημά μας ...

Εικόνα 5.14: αναζήτηση στην Google

Πηγή εικόνας: Google search (ημερομηνία ανάκτησης 15/05/2016)



### 5.9.3 GOOGLE AD WORDS

Οι πελάτες θα μας βλέπουν ακριβώς τη στιγμή που αναζητούν στη Google αυτά που προσφέρουμε σαν λογιστική επιχείρηση. Εμείς σαν επιχείρηση θα πληρώνουμε μόνο όταν κάνουν κλικ οι υποψήφιοι πελάτες μας, με σκοπό να επισκεφτούν τον ιστότοπό σας ή για να σας καλέσουν<sup>59</sup>.

Με τη σύνδεση των λογαριασμών μας στο Analytics και στο Ad Words, διευκολύνετε την αμοιβαία κοινή χρήση πληροφοριών και δεδομένων. Δηλαδή στο Analytics γίνεται λήψη δεδομένων για όλες τις αναφορές του Ad Words και στο Ad Words υπάρχει η δυνατότητα να εισαχθούν στόχοι και συναλλαγές, καθώς επίσης και να εμφανίζονται στην οθόνη τα δεδομένα του κοινού, όπως τα ποσοστά εγκατάλειψης, η διάρκεια περιόδου σύνδεσης και οι σελίδες ανά περίοδο σύνδεσης αλλά και οι σελίδες σε κάθε περίοδο που μας ενδιαφέρει.

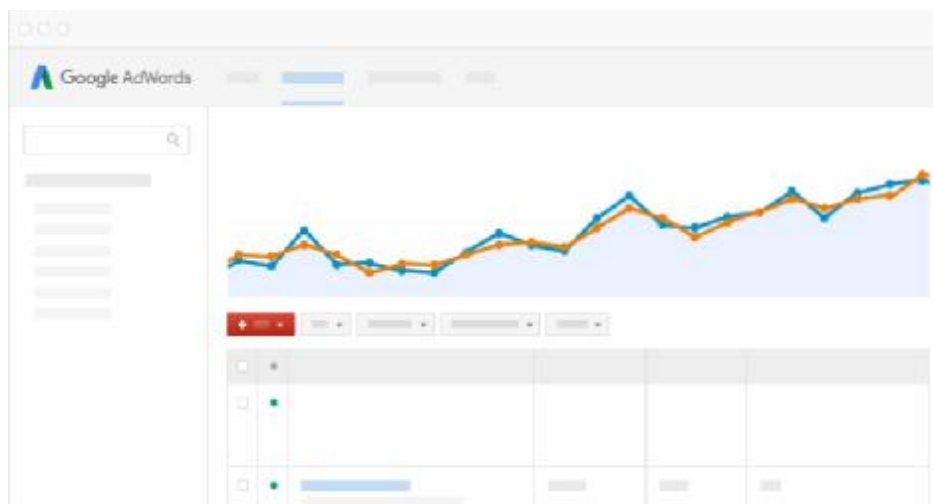
Γίνεται ευκολότερη η εισαγωγή μέσα από την εφαρμογή του analytics, όπου σε στέλνει στον οδηγό δημιουργίας Ad Words.

→ Αναλυτικότερα: Η διαδικασία αποτελείται από τα έξι βήματα και έπειτα ένα πρότυπο παράδειγμα (παρακάτω πίνακας).

1 Σχετικά με την επιχείρησή σας	<ul style="list-style-type: none"><li>• e-mail</li><li>• site/ιστότοπος</li><li>• να θέλω συμβουλές</li></ul>
2 Η πρώτη σας καμπάνια -	<ul style="list-style-type: none"><li>• χρέωση ημερο/ημέρα</li><li>• τοποθετούμε στοιχεία και λέξεις κλειδιά</li></ul>
3 Χρέωση -	<ul style="list-style-type: none"><li>• τρόπος χρέωσης</li></ul>

<sup>59</sup><https://www.google.gr/adwords/>

<p>4 Έλεγχος</p>	<p>Ύ ελέγχουμε πριν την τελειωτική δημιουργία του λογαριασμού</p>
------------------	---



(Σημείωση: Εδώ φαίνονται αναλυτικότερα οι προβολές του Analytics εφαρμοσμένα σε περιβάλλον Ad Words)

Εικόνα 5.15: Παράδειγμα Ad words

Πηγή\_εικόνας:

<https://www.google.gr/adwords/images/illustrations/overview-costs-bg.png> (ημερομηνία ανάκτησης 01/06/2016)

#### 5.9.4 SEARCH CONSOLE – SUBMIT A SITEMAP<sup>60</sup> ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ GOOGLE

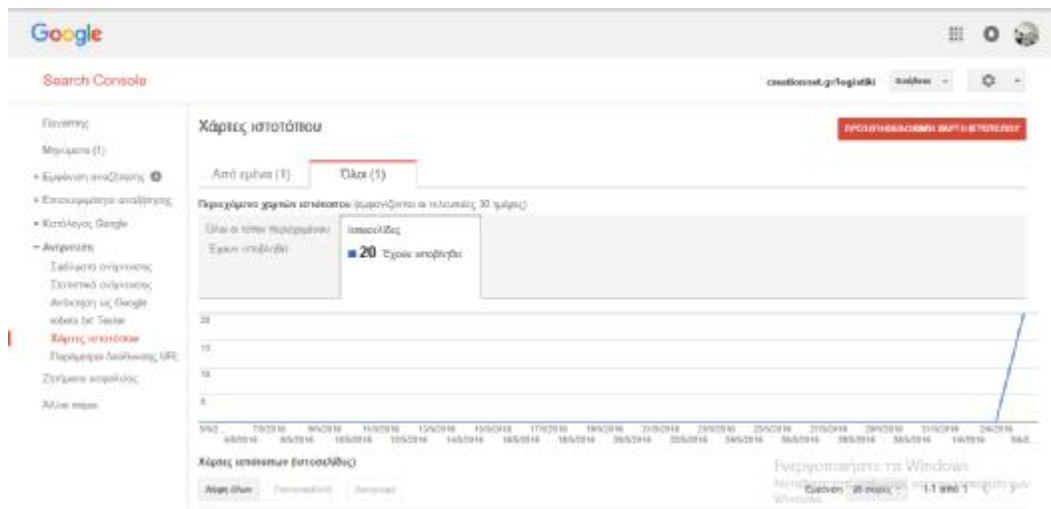
Το πρωτόκολλο sitemaps επιτρέπει σε ένα χρηστή του διαδικτύου να ενημερώσει τις μηχανές αναζήτησης με τις διευθύνσεις URL σε ένα δικτυακό τόπο που είναι διαθέσιμες για την ανίχνευση.

Το ονομαζόμενο sitemap είναι στην ουσία ένα αρχείο XML που απαριθμεί τις διευθύνσεις URL για την τοποθεσία. Δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να συμπεριλάβαν πρόσθετες πληροφορίες για κάθε URL δηλαδή, όταν ενημερώθηκε για τελευταία φορά, ποσό συχνά

<sup>60</sup><https://en.wikipedia.org/wiki/Sitemaps>

αλλάζει και ποσό σημαντικό είναι συγκριτικά με άλλες στον ιστότοπο. Αξίζει να σημειωθεί ότι δίνει την δυνατότητα στις μηχανές αναζήτησης να ανιχνεύσουν το site με έξυπνο τρόπο. Διαθέτει ένα πρωτόκολλο που επιτρέπει την ένταξη της URL διεύθυνσης και με συμπληρώματα robots.txt, είναι ένα πρωτόκολλο αποκλεισμού URL.

Η ιδιαιτερότητα του sitemap που προσφέρει στις υποστηριζόμενες σελίδες, από αυτό, την ομαλότερη εμφάνιση στην αρχική σελίδα αναζήτησας που κανονικά δεν θα υποβάλλονταν σε επεξεργασία από τις μηχανές αναζήτησης.



Εικόνα 5.16: χάρτης ιστοτόπου

Πηγή\_εικόνας: <https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=el> (ημερομηνία ανάκτησης 01/06/2016)

## 5.10 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ SITE / ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ



Εικόνα 5.17: εικονίδια σύνδεσης

Πηγή εικόνας: <http://creationnet.gr/logistici/> (ημερομηνία ανάκτησης 25/05/2016)

Η σύνδεση είναι τα τελειωτικό βήμα ώστε να έχουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα για την πορεία της σελίδας μας και ως απόρροια της εργασίας μας. Με αλλά λόγια να ενεργοποιήσουμε τις συνδέσεις μέσω των εικονιδίων (εικόνα 5.17).

Μέσω των συνδέσεων ο διαχειριστής δίνει την δυνατότητα στους επισκέπτες να συνδεθούν πατώντας το κουμπί σύνδεσης στις ποικίλες εφαρμογές σελίδες που διαθέτει το site και να ενημερωθούν για μια πιο στοχευόμενη πληροφορία. Καθώς γίνεται και τα αντίστροφο, δηλαδή, μέσω των εφαρμογών να μεταφερθεί ο επισκέπτης στην κεντρική σελίδα του site. Βασικός σκοπός της δημιουργίας του site καθώς και των υπολοίπων εφαρμογών (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, VRISKO, χρυσός οδηγός, Google plus, rss), είναι να επικυρωθεί κάθε εφαρμογή σε ξεχωριστό κοινό. Για παράδειγμα υπάρχουν κοινωνικές ομάδες οι οποίες δεν χρησιμοποιούν το ίδιο εύκολα όλες τις εφαρμογές, όπως είναι ένα ηλικιωμένος, ο οποίος έχει βασική γνώση από τεχνολογία. Προφανώς μέσω των συνδέσεων θα είναι πολύ πιο εύκολο προς χρήση και προβολή τις ιστοσελίδας, με αποτέλεσμα την πιθανότητα αύξησης του πελατολογίου μας.

Πλεονεκτήματα εφαρμογών <sup>61</sup>	διαδικτυακών	Μειονεκτήματα εφαρμογών	διαδικτυακών
Άμεση πρόσβαση από οποιαδήποτε συσκευή.		Μη δυνατότητα χρήσης της εφαρμογής εκτός διαδικτύου.	
Δυνατότητα χρήσης ανεξαρτήτου τοποθεσίας.		Πιθανή μη συμβατότητα κάποιων στοιχείων της εφαρμογής με μια μελλοντική έκδοση του περιηγητή μας.	
Συμβατές με όλα τα λειτουργικά συστήματα.		Μη πλήρη συμβατότητα των περιηγητών.	
Δεν καταναλώνουν πόρους, Δεν καταλαμβάνουν χώρο.		-	
Άμεση αναβάθμιση, Γρήγορη αναβάθμιση.		-	

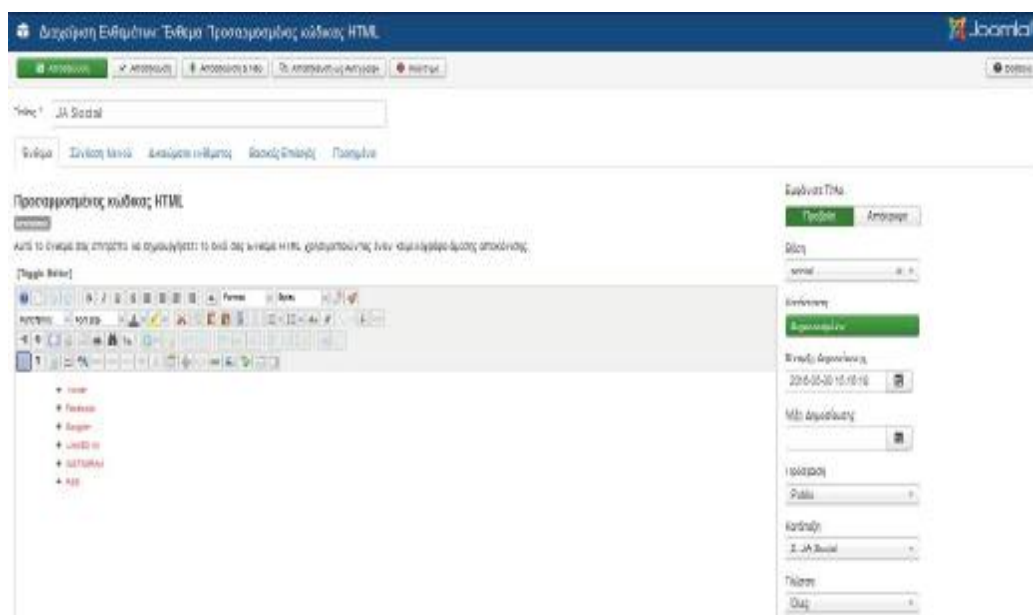
<sup>61</sup> **Διαδικτυακή εφαρμογή** (web application ή web app) ονομάζεται κάθε εφαρμογή η οποία είναι διαθέσιμη στους χρήστες της μέσω του Διαδικτύου (Internet) ή του ενδο-δικτύου (Intranet) μιας εταιρίας και ο χρήστης χρησιμοποιεί μόνο τον περιηγητή του για να την χρησιμοποιήσει. Πηγή: [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AE](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AE)

---

Παρακάτω να αναλυθεί πως θα πραγματοποιηθεί η σύνδεση με την ιστοσελίδα μας. Τα βήματα είναι ως εξής: το πρώτο βήμα ήταν η δημιουργία των εφαρμογών όπου αναλύσαμε παραπάνω.

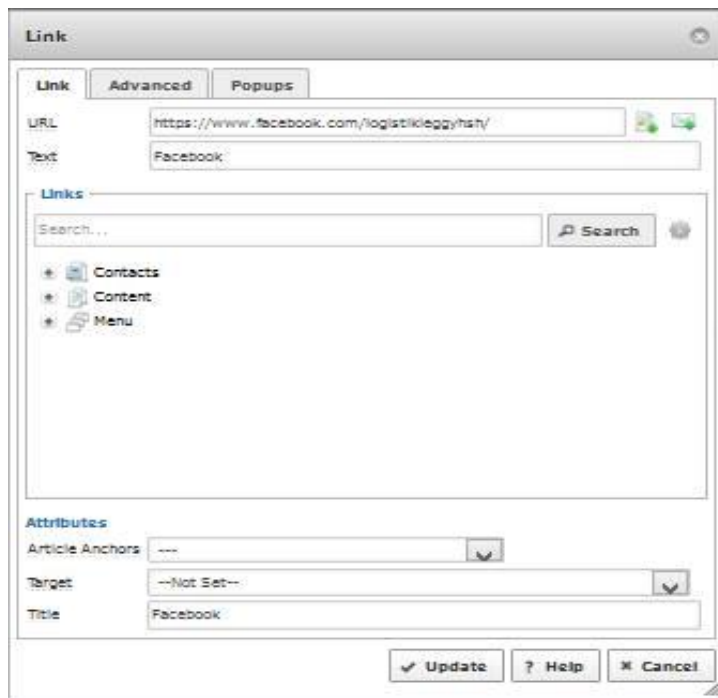
Έπειτα βρισκόμαστε στο μέρος της διαχείρισης της σελίδας μας εικόνα:5.18(administrator), → διαχείριση ενθεμάτων: επιλογή του φακέλου ja social → γράφουμε τον τίτλο που θέλουμε να έχει το εικονίδιο της αρεσκείας μας και πατάμε τον σύνδεσμο (∞) εικόνα: αντιγράφουμε το Link από την σελίδα (πχ του Facebook)→ προσθέτουμε ένα τίτλο update εικόνα: 5.19→αποθήκευση.

Έτσι δημιουργείται μια ολοκληρωμένη καμπάνια προώθησης της επιχείρησής μας ώστε να καλύψει και τους πιο απαιτητικούς.



Εικόνα 5.18: διαχείριση ενθεμάτων: επιλογή του φακέλου ja social

Πηγή εικόνας: <http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php> (ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)



Εικόνα 5.19: αντιγράφουμε το Link από την σελίδα (πχ του Facebook)

Πηγή εικόνας: <http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php>

(ημερομηνία ανάκτησης 20/05/2016)

Επομένως συνοψίζοντας, γίνεται γνωστό πως για να προωθήσουμε την επιχείρησή μας, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ένα από τα παραπάνω μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χρησιμοποιώντας τα πιο αποτελεσματικά για τις απαιτήσεις της κάθε οικονομικής μονάδας που μπορεί να διαθέτουμε. Δίνοντας τις απαραίτητες προσωπικές πληροφορίες στο αντίστοιχο προφίλ για το γραφείο μας θα έχουμε την ευκαιρία να γίνουμε ευρέως γνωστοί και να αποκτήσουμε τους πελάτες στόχους που επιθυμούμε!

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### 6.1 ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται απόπειρα ανάλυσης σπουδαιότητας της διαδικτυακής προώθησης επιχειρήσεων και στην περίπτωσή μας λογιστικών. Στην εποχή μας κρίνεται σε άμεση προτεραιότητα η χρήση των νέων τεχνολογιών. Το κλειδί λοιπόν είναι η ενημέρωση για τις νέες δυνατότητες και παροχές της τεχνολογίας, έτσι ώστε να είναι σε θέση οι επιχειρήσεις όχι μόνο να ανταπεξέλθουν στην κάθε είδους απαίτηση των πελατών αλλά και να βρίσκονται μπροστά από τις υπόλοιπες στην αγορά. Ερευνώντας για τα καταλληλότερα πληροφοριακά συστήματα στην αρχή, αλλά και για την πιο εύστοχη και καθοριστική χρήση του διαδικτύου έπειτα καταφέρνουν τελικά οι σύγχρονες επιχειρήσεις να δημιουργήσουν το κλίμα που θα ευνοήσει τη διατήρηση και την καλή τους πορεία. Ενδεικτικά παραθέτοντας τα θέματα με τα οποία ασχοληθήκαμε:

- Ορίσαμε τις έννοιες: λογιστής, λογιστική επιχείρηση, marketing και αναλύσαμε και συγκρίναμε το web και internet.
- Αναλύσαμε την έννοια της προώθησης και την εφαρμογή της στο χώρο του διαδικτύου.
- Δημιουργήσαμε από το μηδέν μια διαδικτυακή σελίδα με όνομα ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΗ.
- Δημιουργήσαμε τέλος λογαριασμούς στα πιο δημοφιλή social media.

Ξέροντας λοιπόν να φτιάχνουμε τη δική μας ιστοσελίδα για την δική μας επιχείρηση και τον τρόπο δημιουργίας των social media, τα οποία είναι απαραίτητα ώστε να γίνει εφικτή η διαδικτυακή μας προώθηση, μας δίνεται η ευκαιρία και το κίνητρο για την πλήρης αναγνώριση και υλοποίηση των στόχων μας. Με ότι θετικό αυτό συνεπάγεται για την λογιστική μας επιχείρηση.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων- Μαρία Βαξεβανίδου

Εφευρέσεις και τεχνολογία – John Farndon

Ecdl οδηγός εκπαίδευσης – Μάνος Λεόντιος

Αρχές marketing- Lamb Charles, Hair Joseph, McDaniel Carl

### ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE#/media/File:Accounting\\_cycle.png](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE#/media/File:Accounting_cycle.png)
- <https://el.wikipedia.org>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/User\\_interface](https://en.wikipedia.org/wiki/User_interface)
- [http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis\\_site/index.html](http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/index.html)
- <http://www.mnec.gr/?q=el>
- <http://www.oe-e.gr/oe/>
- <http://uselib.oe-e.gr/>
- <http://www.et.gr/>
- <https://www.asep.gr/asep/site/home.csp>
- <http://www.pofee.gr/>
- [http://www.pofee.gr/images/misc/cfe\\_newsletter\\_2.pdf](http://www.pofee.gr/images/misc/cfe_newsletter_2.pdf)
- [http://pofee.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34](http://pofee.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=34)
- [https://www.oaee.gr/annaounc.asp?banner\\_pgc=3](https://www.oaee.gr/annaounc.asp?banner_pgc=3)
- <http://www.taxheaven.gr/>
- <https://www.e-forologia.gr>
- <http://www.taxnews.info/>
- <http://www.power-tax.gr/>
- <http://www.forin.gr/>
- <http://finance.in.gr/>
- <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/oikonomia>



- <http://www.epsilonnet.gr/>
- <https://www.google.com/adwords/>
- <http://www.google.com/analytics/>
- <http://www.newsphone.gr/default.asp?pid=7&la=1>
- <http://www.newsphone.gr/default.asp?pid=45&la=1>
- <http://advertising.vrisko.gr/online-diafimisi-vrisko-proteraiotita>
- <http://www.vrisko.gr/>
- <http://doctor.vrisko.gr/>
- <http://blog.vrisko.gr/>
- <http://advertising.vrisko.gr/contact-us/>
- <http://apps.vrisko.gr/>
- <https://adsolutions.xo.gr/>
- <http://www.xo.gr/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/website-single-page/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/basic-website-multiple-page/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/proiontikos-katalogos/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/kataskevi-istoselidon/e-shop-website/>
- <https://adsolutions.xo.gr/>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/dimiourgia-periechomenou/seo-audit/>
- <http://www.xo.gr/kinita/#greek-yellow-pages-mobile-app>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/xo-entypoi-katalogoi/xo-entypos/>
- <http://blog.xo.gr/vres-tora-pelates-stin-periochi-sou>
- <https://adsolutions.xo.gr/ypiresies/xo-entypoi-katalogoi/>
- <https://www.apachefriends.org>
- <https://www.joomla.org/announcements/release-news/5654-joomla-3-5-is-here.html>

- <http://creationnet.gr/logistiki/administrator/index.php>
- <http://creationnet.gr/logistiki/>
- <https://www.google.gr/adwords/>
- <https://analytics.google.com/analytics>
- <https://www.rss.com/signup>
- <https://www.facebook.com/logistikiegyhsh/>
- <https://plus.google.com/u/0/100290379089128364174>
- <https://twitter.com/yourslogistika1?lang=el>
- <https://www.instagram.com/yourslogistika/>
- [https://www.linkedin.com/in/%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CE%B3%CE%B3%CF%8D%CE%B7%CF%83%CE%B7-b35944121?trk=nav\\_responsive\\_tab\\_profile\\_pic](https://www.linkedin.com/in/%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CE%B3%CE%B3%CF%8D%CE%B7%CF%83%CE%B7-b35944121?trk=nav_responsive_tab_profile_pic)