

# ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟ II

Δρ Χριστιάνα Κολιούσκα

Δασολόγος – Περιβαλλοντολόγος ΑΠΘ

## Case Study: airtickets.gr

Η airtickets.gr ιδρύθηκε το 1999 και δραστηριοποιείται κυρίως στις online κρατήσεις αεροπορικών θέσεων. Η εταιρία θέλησε από την αρχή να χρησιμοποιήσει τις δυνατότητες που παρέχει το Διαδίκτυο ως μέσο προώθησης και επικοινωνίας. Αρχικά προσπάθησε να προωθήσει τις υπηρεσίες που παρέχει μέσω banner σε διάφορα portal. Τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου προγράμματος προβολής ήταν ικανοποιητικά, αλλά όχι όσο επιθυμούσε. Όταν η εταιρία διαπίστωσε ότι πάνω από το 90% των χρηστών του Διαδικτύου χρησιμοποιεί μηχανές αναζήτησης για να εντοπίσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα αγοράσει, αποφάσισε να δοκιμάσει το Google Adwords. Σημαντικό ρολό στην απόφαση της έπαιξε επίσης και το γεγονός ότι το Adwords δίνει πλήρη δυνατότητα ελέγχου και μέτρησης των αποτελεσμάτων αλλά και του κόστους. Ο αρχικός στόχος της airtickets.gr ήταν η αύξηση της επισκεψιμότητας του site της κατά 20% και των κρατήσεων κατά 10%. Το τελικό αποτέλεσμα δικαιώσε τις προσδοκίες της εταιρίας.

«Μέσα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα πετύχαμε αύξηση 25% στην επισκεψιμότητα του site μας και αύξηση 15% στις κρατήσεις μας. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα του Google Adwords είναι ότι προβάλλει το site μας με βάση τις λέξεις-κλειδιά που έχουμε επιλέξει. Έτσι είναι δυνατό για εμάς να προσαρμόζουμε τις διαφημιστικές μας καμπάνιες σε σχέση με τις λέξεις-κλειδιά που αναζητούν οι χρήστες. Με το Google Adwords έχουμε τη δυνατότητα να προβάλλουμε τα διαφημιστικά μας μηνύματα μόνο στους χρήστες του Διαδικτύου που μας ενδιαφέρουν χρησιμοποιώντας ως κριτήρια τη γλώσσα και την γεωγραφική περιοχή που βρίσκονται. Το Adwords έχει αποφασιστική συμβολή στην επιτυχία της εταιρίας μας και στο μέλλον σκοπεύουμε να συνεχίσουμε τη χρήση του καθώς μας προσφέρει άριστη σχέση τιμής-αποτελέσματος» τονίζει ο κ. Κοντογεώργος, γενικός διευθυντής της airtickets.gr

## Case Study: vrisko.gr

Η μηχανή αναζήτησης vrisko.gr αποτελεί την ηλεκτρονική διαφημιστική πλατφόρμα του Επαγγελματικού Καταλόγου 11880 του ομίλου επιχειρήσεων Newsphone Hellas. Ένας χρήστης στη σελίδα του vrisko.gr μπορεί να αναζητήσει τοπικές πληροφορίες σε κατηγορίες επαγγελματιών και επιχειρήσεων, να βρει χάρτες με δρομολόγηση καθώς και πολλές άλλες χρήσιμες πληροφορίες. Πρωταρχικός σκοπός του vrisko.gr είναι να δημιουργήσει επιπλέον χρήση για τους διαφημιζόμενούς του. Από την αρχή της λειτουργίας του το 2010 αποφασίστηκε να επενδυθεί η μεγαλύτερη μερίδα του marketing budget στο online marketing και ειδικότερα στο Google Adwords. Μέσω της online διαφήμισης, το vrisko.gr μπόρεσε να στοχεύσει τόσο χρήστες των υπηρεσιών που προσφέρει όσο και δυνητικούς πελάτες δηλαδή επιχειρήσεις και επαγγελματίες.

Μέσω του Google Analytics μπόρεσαν να δουν τι δουλεύει καλύτερα για αυτούς και τους πελάτες τους και με τα στοιχεία που είχαν μπόρεσαν να επαναπροσδιορίσουν και να βελτιστοποιήσουν τις καμπάνιες τους. Με τη βοήθεια της Google Hellas, αύξησαν τον αριθμό των AdGroups και τις κατηγορίες ενώ είδαν θετικό ROI καθώς μεγάλωναν την επένδυση στο Google Adwords. Ένα από τα πολλά θετικά που παρατήρησαν χρησιμοποιώντας τα προϊόντα της Google είναι πως μπορείς να μετρήσεις και να παρακολουθήσεις τα πάντα σχετικά με τις καμπάνιες σου. Στο [vrisko.gr](http://vrisko.gr) απασχολούνται 5 άτομα με αποκλειστικό αντικείμενο το Google Adwords και Google Analytics με σκοπό τη συλλογή πληροφοριών και στοιχείων με σκοπό να βελτιστοποιήσουν τις καμπάνιες τους.

Έπειτα από μεθοδική χρήση των εργαλείων της Google, σήμερα το vrisko.gr κατάφερε να βρίσκεται στην πρώτη θέση της αγοράς. Το 2012 κατέγραψαν αύξηση του τζίρου πωλήσεων κατά 138% σε σχέση με το 2011 ενώ παράλληλα πέτυχαν ένα ποσοστό της τάξης του 90% στη διατήρηση του πελατολογίου τους. Το vrisko.gr για να επιτύχει τα θαυμαστά αποτελέσματα έχει χρησιμοποιήσει συνδυασμένα διάφορα προϊόντα της Google όπως το Google Adwords, το Google Analytics, AdSense, Trends και άλλα.

*«Για κάθε 5 φορές που μεγαλώναμε τη δαπάνη μας στο Adwords, βλέπαμε 7 φορές περισσότερους χρήστες για τους διαφημιζόμενούς μας και τις υπηρεσίες μας. Σκοπός μας είναι να φέρουμε όσο το δυνατό περισσότερους πελάτες στους πελάτες μας. Αυτή είναι η δουλειά μας και κάθε ενέργεια γίνεται υπό αυτό το πρίσμα. Ακόμη και μέσα στην κρίση το budget μας για το online marketing και συγκεκριμένα το Google Adwords θα συνεχίσει να αναπτύσσεται μιας και η στοχευμένη διαφήμιση που προσφέρεται αποτελεί τον πιο οικονομικό τρόπο για τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα.»* Βασίλης Πάτρας – Digital Service Director.

## Case Study: Ξενοδοχείο στη Ζάκυνθο

**Success Story** της χρήσης των εργαλείων της Google αποτέλεσε το παράδειγμα **επιχειρηματία – ξενοδόχου** από την **Ζάκυνθο** που διατηρεί οικογενειακή επιχείρηση. Καθώς αντιλήφθηκε την ανάγκη των τουριστών να οργανώνουν από το χειμώνα τις καλοκαιρινές διακοπές τους, δημιούργησε το 2010 την ιστοσελίδα [www.zantehotels4u.com](http://www.zantehotels4u.com) για να προσφέρει μία ολοκληρωμένη πρόταση (διαμονή, μεταφορά και μονοήμερες κρουαζιέρες) σε όσους επισκέπτονται το νησί.

Πέρασε τις εξετάσεις **Google Partners** ώστε να μπορεί να ακολουθεί της εξελίξεις από κοντά, ξεκίνησε να διαφημίζεται με το **AdWords** από τον Ιανουάριο φέτος και γνωρίζει πλέον πως οι αναζητήσεις για διακοπές ξεκινάνε μόλις τελειώσουν οι διακοπές του Δεκεμβρίου. Η **κίνηση** στην **ιστοσελίδα** του επιχειρηματία έχει **αυξηθεί** κατά **97%** σε σχέση με πέρσι και το **45%** αυτής προέρχεται **από** το **AdWords**, ενώ το τηλεφωνικό κέντρο δέχεται τηλεφωνήματα, κάτι το οποίο δεν ίσχυε από τόσο νωρίς τα προηγούμενα χρόνια. Ένας άλλος χρήσιμος τρόπος επικοινωνίας των χρηστών για να επικοινωνούν με την επιχείρηση είναι μέσω γραπτών μηνυμάτων κάνοντας κλικ στις **επεκτάσεις μηνυμάτων AdWords**.



[https://ads.google.com/intl/en\\_uk/home/success-stories/](https://ads.google.com/intl/en_uk/home/success-stories/)