

# ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ WEB 2.0 ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΟ MARKETING

Του Καθ. Dr. Walter Ruf

## Περιεχόμενο

- Βασικές Πληροφορίες
- Τροφοδοσία – Feeds (RSS-Feed, XML-Feed)
- Weblog (Blog)
- Social Software (Κοινωνικά προγράμματα)
- Κίνδυνοι στο Web 2.0
- Web 3.0;

## 1. Βασικές Πληροφορίες

Στην κοινωνία μας πολλές μεγάλες αλλαγές συντελούνται μέσω των υπολογιστών. Ιδιαίτερα το Internet οδηγεί σε αλλαγές στην επαγγελματική και ιδιωτική ζωή. Π.χ. στην Γερμανία το έτος 2007 το 51% των νοικοκυριών διέθετε Internet περίπου, ενώ στις επιχειρήσεις ανέρχεται σήμερα το ποσοστό στα περίπου 93%.

Όροι όπως <Multimedia>, <New Economy>, <Dot.Com>, <e-business> εμφανίζονται και εν μέρει εξαφανίζονται και πάλι.

Λέγεται πως ο όρος <Web 2.0> δημιουργήθηκε το 2004 από τον περίγυρο του εκδότη Tim O'Reilly. Συγκεκριμένα σε ένα συνέδριο για το Internet με την ονομασία <Web 2.0 Conference> το κέντρο της προσοχής εστίασε στις νέες δυνατότητες εφαρμογής και χρήσεις των τεχνολογιών στο διαδίκτυο.

Με τον όρο <Web 2.0> δεν περιγράφονται ούτε νέες τεχνολογίες στο τομέα του Hardware, ούτε νέα συστήματα προγραμματισμού. Δεν

υπάρχει καθαρή ερμηνεία του όρου αυτού, αλλά μόνο ενδείξεις και παραδείγματα για τον διαχωρισμό του <Web 1.0> από το <Web 2.0>.

Καμιά φορά θεωρείται σαν σημείο αλλαγής από το Web 1.0 στο Web 2.0 η κρίση του Dot-Com από το φθινόπωρο του 2001.

Η βασική αλλαγή από το Web 1.0 στο Web 2.0 έγκειται στα ακόλουθα σημεία:

Το Web 2.0 είναι μια πλατφόρμα για όλους. Το Web 1.0 δίνει μόνο σε λίγους την δυνατότητα να διανέμει πληροφορίες μέσω του διαδικτύου. Στο Web 2.0 πηγάζει ένα μεγάλο μέρος της <εξουσίας> από πολλούς <μικρούς> και όχι από λίγους <μεγάλους>.

Στο Web 2.0 προσφέρονται κυρίως υπηρεσίες και όχι Software σε μορφή πακέτου.

Η αξία των υπηρεσιών ανεβαίνει μαζί με την αύξηση του αριθμού χρηστών. Και η υπηρεσία κερδίζει μόνο σε ενδιαφέρον μέσω ενός μεγάλου αριθμού χρηστών (π.χ. στην ανταλλαγή μουσικής). Στο Web 2.0 προσφέρονται εύκολα User Interfaces, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιούνται από πολλά διαφορετικά συστήματα IT.

Δημιουργούνται νέες μορφές εμπορίου (π.χ. το εμπόριο μέσω eBay).

Στο Web 1.0 ο χρήστης καλεί μια URL, λαμβάνει πληροφορίες και μέσω Hyperlinks, μπορεί να φτάνει σε άλλες τοποθεσίες στο διαδίκτυο. Στην ουσία πρόκειται για μια παθητική χρήση των προϋπαρχόντων δεδομένων.

Εφαρμογές στο Web 2.0 όπως Wiki, Podcasts κτλ. επιτρέπουν στον χρήστη να εισάγει ο ίδιος άμεσα χωρίς μεγάλα τεχνικά εμπόδια τις δικές του πληροφορίες στο διαδίκτυο. Αυτές οι πληροφορίες βρίσκονται σε άμεση διάθεση για τους άλλους χρήστες. Έτσι μπορεί ο καθένας να έχει πρόσβαση γράφοντας. Συνεπώς ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Web 2.0 είναι αυτός ο απλά διαμορφωμένος δίαυλος.

Εκμετάλλευση της συλλογικής νοημοσύνης

Εντυπωσιακό παράδειγμα για την συλλογική νοημοσύνη είναι το Βικιπαίδεια, δηλαδή ένα είδος διαδικτυακής εγκυκλοπαίδειας στο διαδίκτυο. Σε μικρό μόνο χρονικό διάστημα δημιουργήθηκε μια

εκτενέστατη συλλογή και παρουσίαση γνώσης μέσω από το κοινό του Internet.

Ο όρος Web 2.0 παραπέμπει σε ένα άλμα στην εξέλιξη του δικτύου. Αυτή δε, εξέλιξη ήταν σταθερή και σταδιακή.

## 2. Τροφοδοσία (RSS-Feeds)

- Πρόβλημα: οι ιστοσελίδες αλλάζουν τακτικά
- Επισημαίνουν τις περιοχές μιας ιστοσελίδας που άλλαξε.
- Μέσω ενός link γίνονται μέρος μιας ιστοσελίδας.
- Δείχνουν τι άλλαξε
- Μπορούμε να είμαστε συνδρομητές και να λαμβάνουμε αυτόματα E-Mail, όταν αλλάζει κάτι σε μια ιστοσελίδα.

## 3. Weblog

- Weblog ως νέο φαινόμενο επικοινωνίας
- Επιχειρήσεις και Weblogs (Corporate Blogs)  
Σφαίρα επιρροής
- Αναγνωρίζει αλλαγές στο περιβάλλον της επιχείρησης.  
Εξέλιξη στην αγορά  
Νεωτερισμοί  
γενικοί κίνδυνοι
- Blog – Monitoring  
ανάγκες των πελατών  
προβλήματα του προϊόντος  
ατομικές δυνατότητες εφαρμογής
- Πως βρίσκω ένα Blog
- Πως φτιάχνω ένα Blog

## Το Blog της Διεύθυνσης της επιχείρησης

Το Management πρέπει να επικοινωνεί

- Μετάδοση οραμάτων, στόχοι της επιχείρησης, στρατηγικές, οδηγίες
- Παρουσίαση προς τα έξω/ προς τα μέσα

Τα Blogs σε επιλεγμένους τομείς λειτουργίας

- Marketing – Blogs
- Support – Blogs για υποστήριξη / Service – Blogs

- Blogs των ειδημόνων / Blogs στην ανάπτυξη

### Blogs στο Marketing

- Weblogs ως εργαλεία στην διαφήμιση
- Weblogs ως PR - εργαλείο
- Blogs στις εκστρατείες
- Blog για προϊόντα

### Viral Marketing στην χρήση των Blog

Πρόκειται για ένα σχέδιο επικοινωνίας και διανομής, βασισμένο στους πελάτες, οι οποίοι μεταδίδουν ψηφιακά προϊόντα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε άλλους εν δυνάμει πελάτες στην δική τους κοινωνική σφαίρα και προτρέπουν αυτές τις επαφές σε περαιτέρω μετάδοση των προϊόντων αυτών.

### Παράγοντες επιτυχίας

- Αισθητό όφελος για την μετάδοση πληροφοριών
- Χωρίς κόστος
- Εύκολη μετάδοση πληροφοριών
- Επιλογή των πρώτων μεσολαβητών

### Πλεονεκτήματα

- Ξεπερνιέται η απόσταση προς τον πελάτη
- Δυνατότητα για την εσωτερική επικοινωνία της επιχείρησης
- Ελάχιστες τεχνολογικές προϋποθέσεις
- Εύκολος χειρισμός
- Γρήγορη κατασκευή
- Ενσωμάτωση τεχνολογιών για την ταχεία εξάπλωση των πληροφοριών
- Δίαυλος ανάμεσα στο αποστολέα και στο παραλήπτη
- Μεταφορά των περιεχομένων σε κινητές συσκευές

### Μειονεκτήματα

- Επιπλέον χρόνος για την επεξεργασία κειμένου
- Ανάγκη για τακτική ενημέρωση
- Ενσωμάτωση στα συστήματα του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας της επιχείρησης
- Η επιτυχία χρήζει τακτικού ελέγχου
- Υπάρχει ο κίνδυνος για διαρροή εσωτερικών στοιχείων

- Λάθη μπορεί να επιφέρουν νομικές συνέπειες
- Αρνητικά σχόλια μπορεί να οδηγούν σε ζημιές για την επιχείρηση

Η ανεύρεση ενός Blog γίνεται μέσω

- Αναζήτηση Google Blog
- Bloglines
- Icerocket

Κατασκευή ενός Blog

- Προσωπικό Server (Selfhosting)
- Φιλοξενούμενο από Server (Blogservice)

Hardware για Blogs

- PC/ Notebook
- Κινητές συσκευές

Κανόνες για το Blogging

- Προσεκτική διατύπωση
- Χρήση ενός ψευδώνυμου
- Αποφυγή συγκρούσεων με τον εργοδότη
- Προσοχή στα Copyrights των άλλων
- Απενεργοποίηση του Ping στη δοκιμαστική φάση
- Παρουσίαση των δικαιωμάτων τρίτων

## 4. Social Software

- Portal για φωτογραφίες
- Tagging / Social Bookmarking
- Wiki
- Podcasting
- Επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο
- Κοινωνική δικτύωση
- Software ως εξυπηρέτηση
- Πλατφόρμες για βίντεο
- Mashups
- Εικονικός φύλακας

Εφαρμογές Wiki στην επιχείρηση

- Στο Project - Management
- Στην ανάπτυξη νέων προϊόντων

- Ως πλατφόρμα για το E-Learning
- Ως υποστήριξη εικονικών ομάδων
- Στο μάρκετινγκ
- Για την τεχνολογική παρουσίαση
- Για το επιχειρησιακό σύστημα προτάσεων
- Για Glossar
- Για οργανωμένο Brainstorming
- Για ομαδικές εργασίες

Το Podcasting στην επιχείρηση

- Μετάδοση στρατηγικής της επιχείρησης (CEO- Podcast)
- Διαδικασία πρόσληψης
- Για την τεχνολογική παρουσίαση
- Project - Management

Οι εφαρμογές αντιστοιχούν στις εφαρμογές των Blogs.

Επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο

- Σκοπός της χρήσης  
Ανταλλαγή γλωσσικών μηνυμάτων, τηλεδιασκέψεις μέσω Internet
- Χρήση των συστημάτων Messenger

Εικονικός φύλακας

- Παρατήρηση αλλαγών στο διαδίκτυο
- Συνεχής έλεγχος του κυβερνοχώρου
- Ανάλυση ανταγωνιστών
- Αλλαγές σε Newsletters
- Αλλαγές στους μηχανισμούς αναζήτησης τιμών
- Παρατήρηση καταχωρήσεων σε Blog
- Αλλαγές σε βίντεο – πλατφόρμες
- Συστήματα Fotosharing
- Παρατήρηση Mashups

## 5. Κίνδυνοι στο Web 2.0

- Παραβίαση προσωπικών δικαιωμάτων

- Δύναται απλή κατασκευή προσωπικών Profile
- Δημοσιευμένα σχόλια δεν ακυρώνονται ή ακυρώνονται μονό με δυσκολίες
- Οι Beta – Versions μετατρέπονται σε <Κανονικά>
- Δεν υπάρχουν δεσμεύσεις μέσω συμβολαίου μεταξύ της υπηρεσίας και του χρήστη

## 6. Web 3.0;

Τι θα μπορούσε να σημαίνει για το μέλλον;