

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έρευνα **“Evaluate FTSE 20 2003”** πραγματοποιήθηκε από τη Δευτέρα 14 Ιουλίου έως την Τρίτη 21 Ιουλίου 2003 από την εταιρεία interactive marketing yellownetroad ([www.yellownetroad.com](http://www.yellownetroad.com)). Κατά τη διάρκειά της, ερευνήθηκε η ποιότητα των 20 δικτυακών τόπων των εταιρειών που ανήκουν στο δείκτη FTSE 20 του Χ.Α.Α.

Για την αξιολόγηση χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος evaluate που έχει αναπτυχθεί σε συνεργασία με το Τμήμα Πληροφορικών Συστημάτων του London School of Economics (<http://is.lse.ac.uk>). Σκοπός της έρευνας ήταν να μελετηθεί η ποιότητα των δικτυακών αυτών τόπων τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Δεν μελετήθηκαν ιστοσελίδες που ήταν ανεξάρτητες από τον εταιρικό δικτυακό τόπο, όπως ιστοσελίδες θυγατρικών ή/και εμπορικών συνεργατών οι οποίες ήταν συνδεδεμένες με την εταιρική σελίδα με link.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε μία σειρά κριτηρίων τα οποία ομαδοποιήθηκαν σε 5 άξονες:

- Πληροφόρηση
- Διαφήμιση και Προώθηση
- Επικοινωνία
- Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας
- Ευκολία Χρήσης

Ο κάθε άξονας έφερε διαφορετικό βάρος στην έρευνα και τα κριτήρια προσαρμόστηκαν στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των 20 δικτυακών τόπων που εξετάστηκαν. Στη συγκεκριμένη έρευνα, ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στην πληροφόρηση, τόσο για την εταιρεία όσο και για τα προϊόντα και υπηρεσίες της, καθώς και στην ευκολία χρήσης. Σκοπός του Evaluate FTSE 2003 είναι η αντικειμενική αξιολόγηση των site.

Τα κριτήρια είχαν τη μορφή ερώτησης όπου η πιθανή απάντηση ήταν Ναι / Όχι. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται ο μέγιστος δυνατός βαθμός αντικειμενικότητας. Το κάθε κριτήριο είχε διαφορετικό συντελεστή βαρύτητας. Για παράδειγμα, η ύπαρξη διεύθυνσης και τηλεφώνου της εταιρείας και η δυνατότητα επικοινωνίας με email θεωρήθηκαν πιο σημαντικές από την ύπαρξη βίντεο που παρουσίαζε τα στελέχη της εταιρείας.

Το τελικό αποτέλεσμα ήταν η αξιολόγηση των ελληνικών δικτυακών τόπων σε ποσοστιαίες μονάδες με άριστα το 100, τόσο σε συνολικό επίπεδο όσο και στους επιμέρους άξονες.

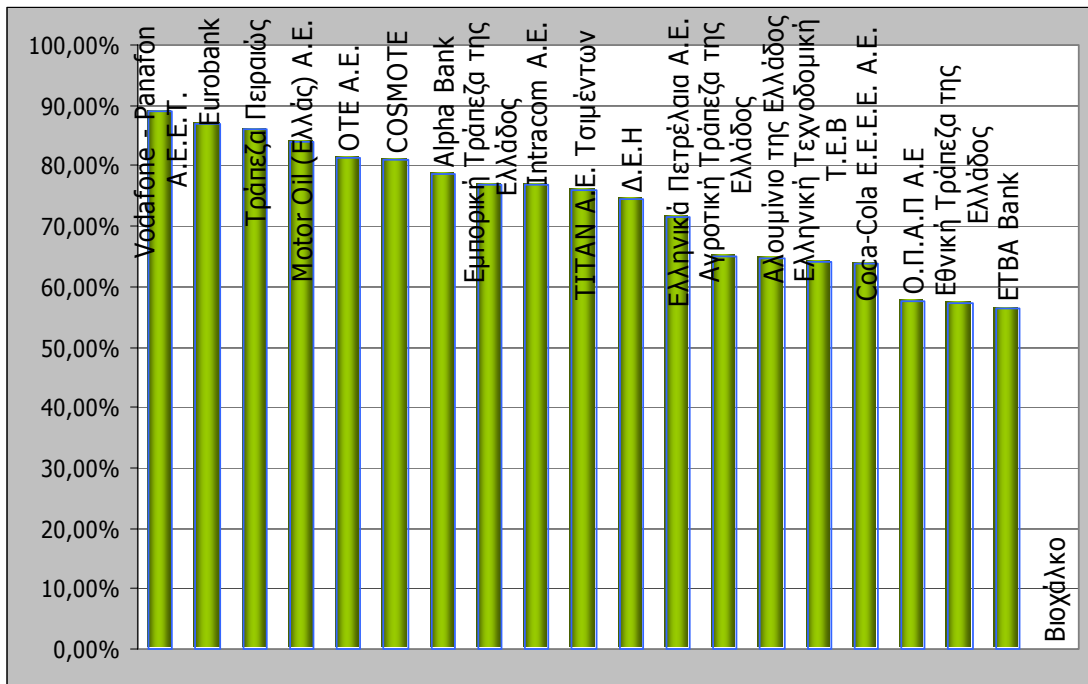
**Τα γενικά αποτελέσματα δείχνουν ότι το επίπεδο των 20 αυτών δικτυακών τόπων ήταν από ικανοποιητικό έως πάρα πολύ καλό, αφού 17 εταιρείες βαθμολογήθηκαν με ποσοστό από 50% και άνω, ενώ 6 συγκέντρωσαν πάνω από 80%.**

**Την υψηλότερη βαθμολογία είχε φέτος η Vodafone-Panafon με 89,06** ενώ τελευταία κατατάχθηκε για η Βιοχάλκο με 00,00% (στην περίοδο που πραγματοποιήθηκε το evaluation δεν είχε site). Στην πρώτη πεντάδα βρέθηκαν 2 τράπεζες (Eurobank, Πειραιός) δύο εταιρείες τηλεπικοινωνιών (Vodafone, ΟΤΕ) και μία επιχείρηση επεξεργασίας και διακίνησης πετρελαίων (Motor Oil).

Από τη διακύμανση των αποτελεσμάτων του έτους 2003 (από 56,49% έως 89,06%), φάνηκε ότι η ποιότητα των ιστοσελίδων που εξετάστηκαν διαφέρει κατά πολύ. Διαφορετική είναι επίσης και η κατάταξη σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη. Τα συνολικά αποτελέσματα φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πληροφορίες εταιρειών		Γενικές βαθμολογίες		
ΟΝΟΜΑ	WEB	2001 Γενική βαθμολογία	2002 Γενική βαθμολογία	2003 Γενική βαθμολογία
Vodafone - Panafon A.E.E.T.	<a href="http://www.vodafone.gr">www.vodafone.gr</a>	55,84%	70,54%	89,06%
Eurobank	<a href="http://www.eurobank.gr">www.eurobank.gr</a>	74,81%	76,56%	86,89%
Τράπεζα Πειραιώς	<a href="http://www.piraeusbank.gr">www.piraeusbank.gr</a>	75,45%	78,31%	85,92%
Motor Oil (Ελλάς) A.E.	<a href="http://www.moh.gr">www.moh.gr</a>	-	58,15%	84,04%
Ο.Τ.Ε. A.E.	<a href="http://www.ote.gr">www.ote.gr</a>	52,32%	74,25%	81,31%
COSMOTE	<a href="http://www.cosmote.gr">www.cosmote.gr</a>	48,87%	63,17%	81,01%
Alpha Bank	<a href="http://www.alpha.gr">www.alpha.gr</a>	75,26%	72,86%	79,81%
Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος	<a href="http://www.emporiki.gr">www.emporiki.gr</a>	67,41%	62,47%	76,77%
Intracom A.E.	<a href="http://www.intracom.gr">www.intracom.gr</a>	52,18%	58,54%	76,74%
TITAN A.E. Cement	<a href="http://www.titan-cement.com">www.titan-cement.com</a>	39,82%	59,48%	75,87%
Δ.Ε.Η.	<a href="http://www.dei.gr">www.dei.gr</a>	-	48,75%	74,57%
Ελληνικά Πετρέλαια A.E.	<a href="http://www.hellenic-petroleum.gr">www.hellenic-petroleum.gr</a>	39,03%	52,36%	71,62%
Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος	<a href="http://www.ate.gr">www.ate.gr</a>	50,28%	50,91%	65,05%
Αλουμίνιο της Ελλάδος	<a href="http://www.alhellas.pechiney.com">www.alhellas.pechiney.com</a>	-	53,64%	64,78%
Ελληνική Τεχνοδομική ΤΕΒ	<a href="http://www.etae.com">www.etae.com</a>	41,83%	54,92%	64,15%
Coca-Cola E.E.E. A.E.	<a href="http://www.3e.gr">www.3e.gr</a>	28,60%	37,83%	63,76%
Ο.Π.Α.Π. A.E.	<a href="http://www.opap.gr">www.opap.gr</a>	-	-	57,68%
Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος	<a href="http://www.ethniki.gr">www.ethniki.gr</a>	57,91%	55,71%	57,26%
ΕΤΒΑ Bank	<a href="http://www.etba.gr">www.etba.gr</a>	34,05%	38,61%	56,49%
Βιοχάλκο	<a href="http://www.viohalco.gr">www.viohalco.gr</a>	19,95%	21,53%	0,00%

Σχηματικά τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

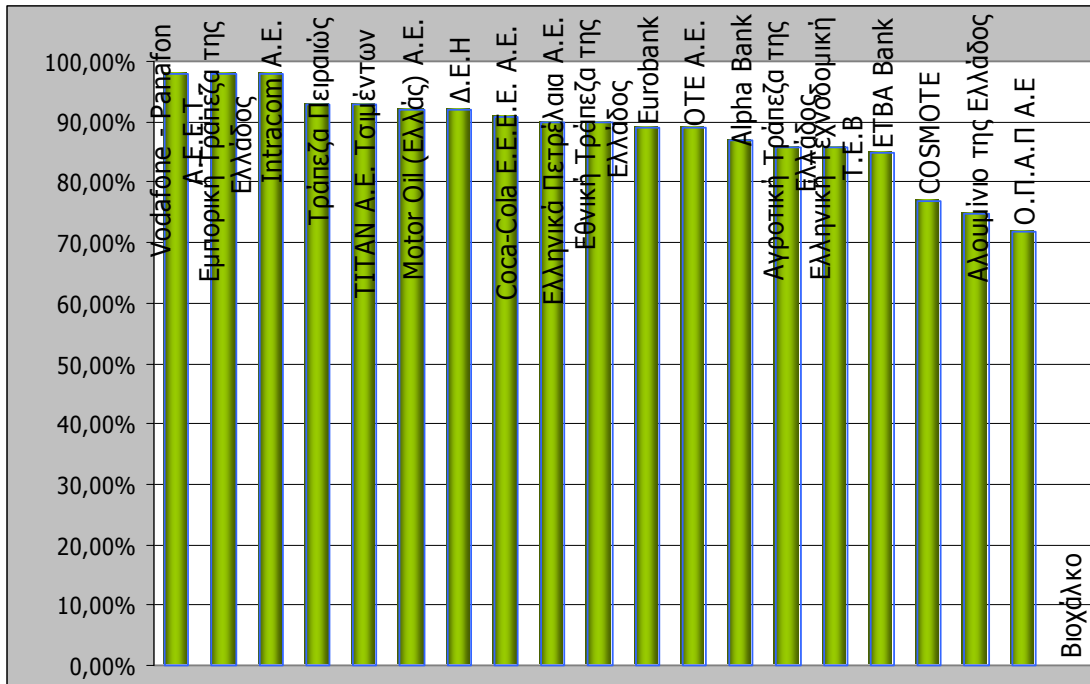


Οι δικτυακοί τόποι των πρώτων τριών εταιρειών (Τράπεζα Πειραιώς, Eurobank, Vodafone) χαρακτηρίζονται από πλούσιο και ενημερωμένο υλικό που απευθύνεται σε όλες τις πιθανές ομάδες κοινού τους. Έχουν καλή και δομημένη δυνατότητα επικοινωνίας με τους επισκέπτες και συλλέγουν τα στοιχεία των χρηστών τους. Είναι ευχάριστοι και καλοσχεδιασμένοι ώστε να διευκολύνουν την πλοήγηση σε αυτούς. Διαθέτουν επίσης μεθόδους για τη γρήγορη και εύκολη εύρεση πληροφοριών.

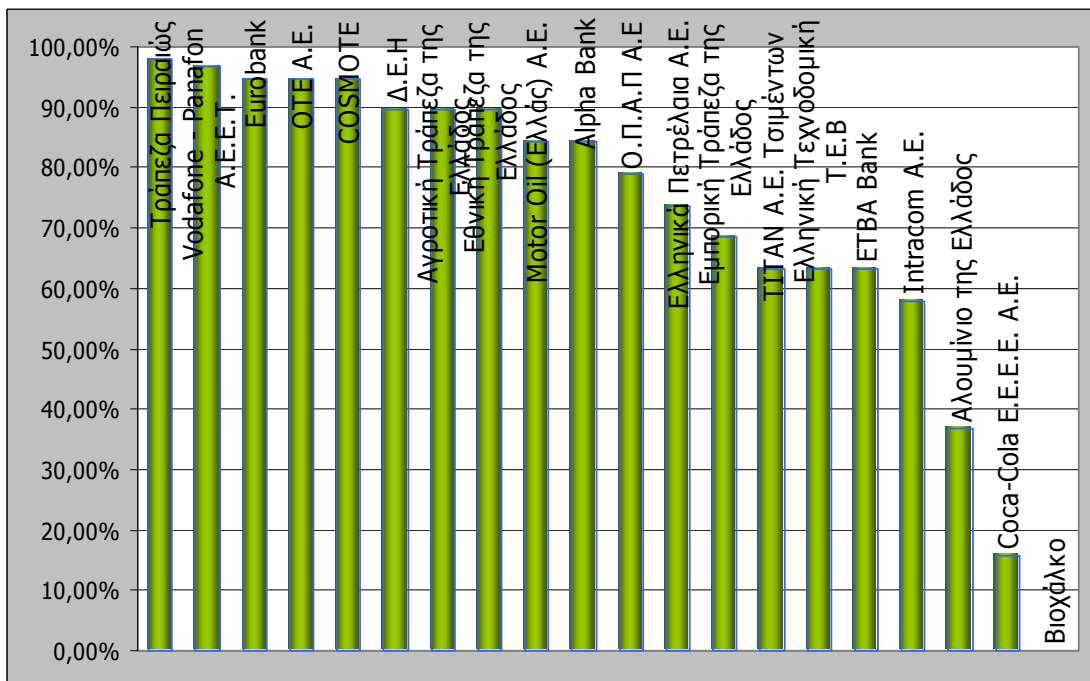
Ως προς τους επιμέρους άξονες, τα αποτελέσματα παρατίθενται παρακάτω.

■ Πληροφόρηση

■ Πληροφόρηση Εταιρίας



■ Πληροφόρηση Προϊόντων/Υπηρεσιών



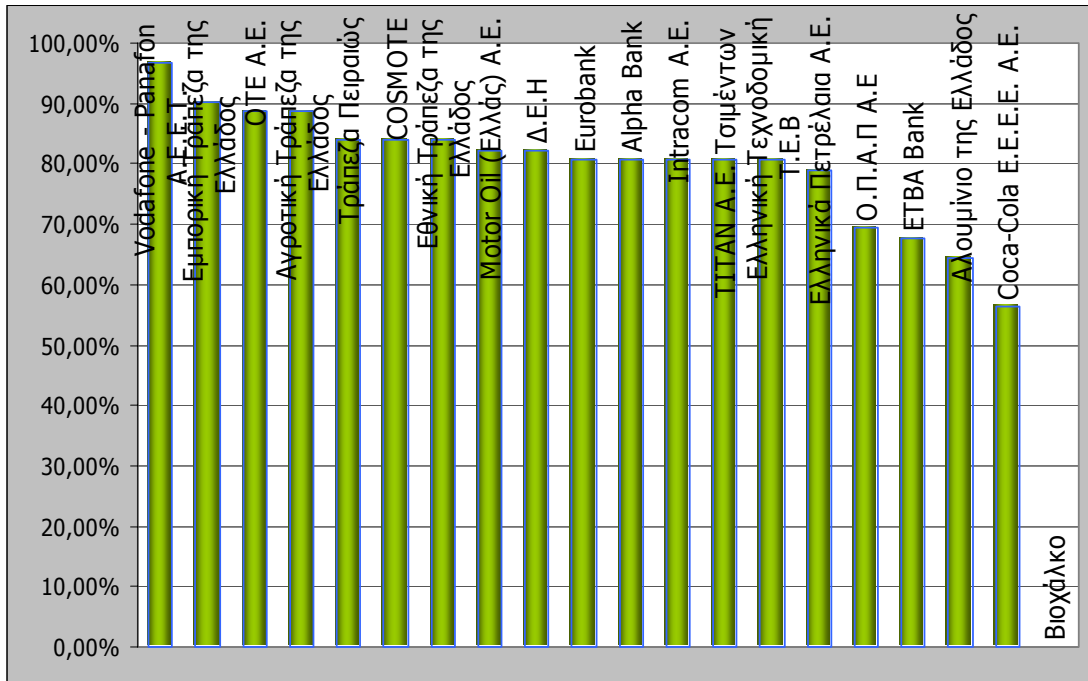
Στον άξονα της πληροφόρησης περιλαμβάνονται τόσο πληροφορίες για την εταιρεία όσο και για τα προϊόντα. Πληροφορίες για την εταιρεία που θεωρούνται σημαντικές είναι τα οικονομικά στοιχεία (συμπεριλαμβανομένων των ισολογισμών) και πληροφορίες για τη μετοχή τους, για τους στόχους, τη δομή και την ιστορία της εταιρείας. Πολύ σημαντική είναι, επίσης, η ύπαρξη της κεντρικής διεύθυνσης επικοινωνίας της εταιρείας.

Σχετικά με τις πληροφορίες των προϊόντων και υπηρεσιών, πολύ σημαντικές θεωρούνται οι λεπτομερείς πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας, η αναφορά τιμών και η καλή δομή στην παρουσίαση των προϊόντων και των υπηρεσιών ώστε η αναζήτησή τους να είναι εύκολη από τους χρήστες.

**Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι ιστοσελίδες των εταιρειών που ανήκουν στο δείκτη FTSE 20 παρείχαν καλή και αρκετά λεπτομερή πληροφόρηση τόσο για την εταιρεία όσο και για τα προϊόντα και υπηρεσίες.**

Οι πληροφορίες αυτές (και κυρίως όσες αναφέρονταν στα οικονομικά στοιχεία και στα προϊόντα) παρουσίαζαν μία πρόσφατη εικόνα των εταιριών αυτών. Οι περισσότερες εταιρείες περιελάμβαναν, επίσης, τα δελτία τύπου και τις ανακοινώσεις τους.

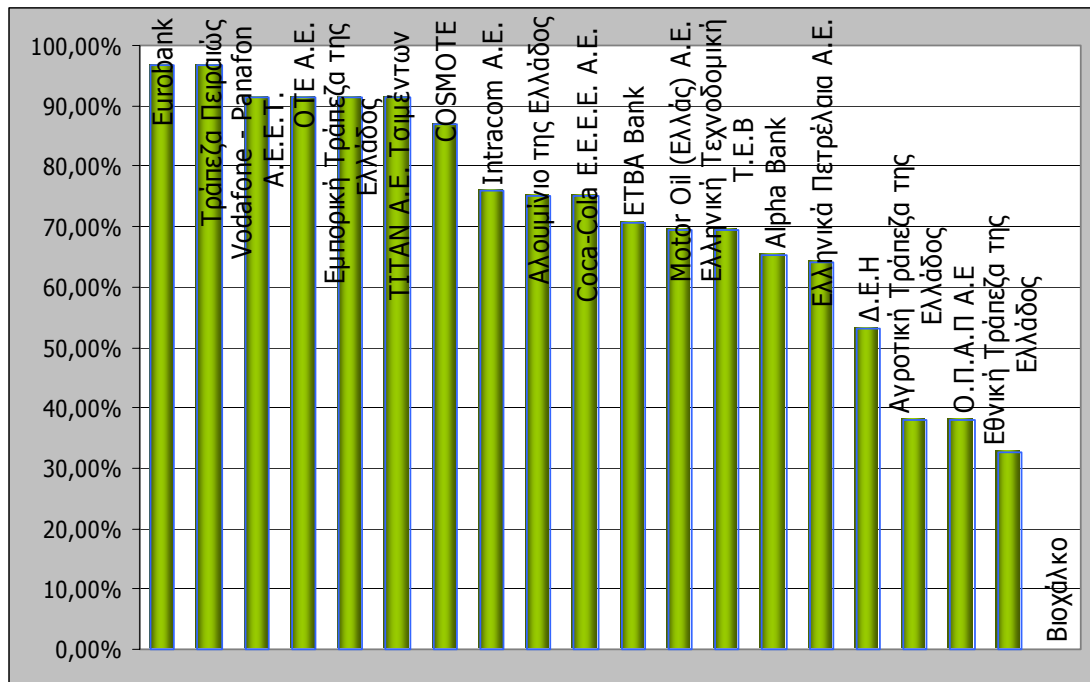
## ■ Διαφήμιση και Προώθηση



Η διαφήμιση και η προώθηση των υπηρεσιών και των προϊόντων ενός δικτυακού τύπου είναι εξίσου σημαντική με την πληροφόρηση για αυτά. Κάθε εταιρεία έχει ξεχωριστές ανάγκες. Για παράδειγμα, άλλες ανάγκες έχει η ΔΕΗ στην προώθηση των προϊόντων της και άλλες έχει ο ΟΠΑΠ. Ένα site πρέπει να αξιολογείται σύμφωνα με τις ανάγκες του οργανισμού που αντιπροσωπεύει και με την έρευνα Evaluate βάσει αυτών έχει αξιολογηθεί. Βασικό κριτήριο σε αυτήν την κατηγορία πέρα από την προώθηση των υπηρεσιών είναι η ευκολία ανεύρεσης των ίδιων των δικτυακών τόπων από τους χρήστες μέσω μηχανών αναζήτησης.

**Στους εταιρικούς δικτυακούς τόπους των εταιρειών FTSE 20, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα είχαν πλούσια κάλυψη. Τα ποσοστά στον άξονα διαφήμιση και προώθηση κυμάνθηκαν από 56,45% έως 96,77%.**

## ■ Επικοινωνία

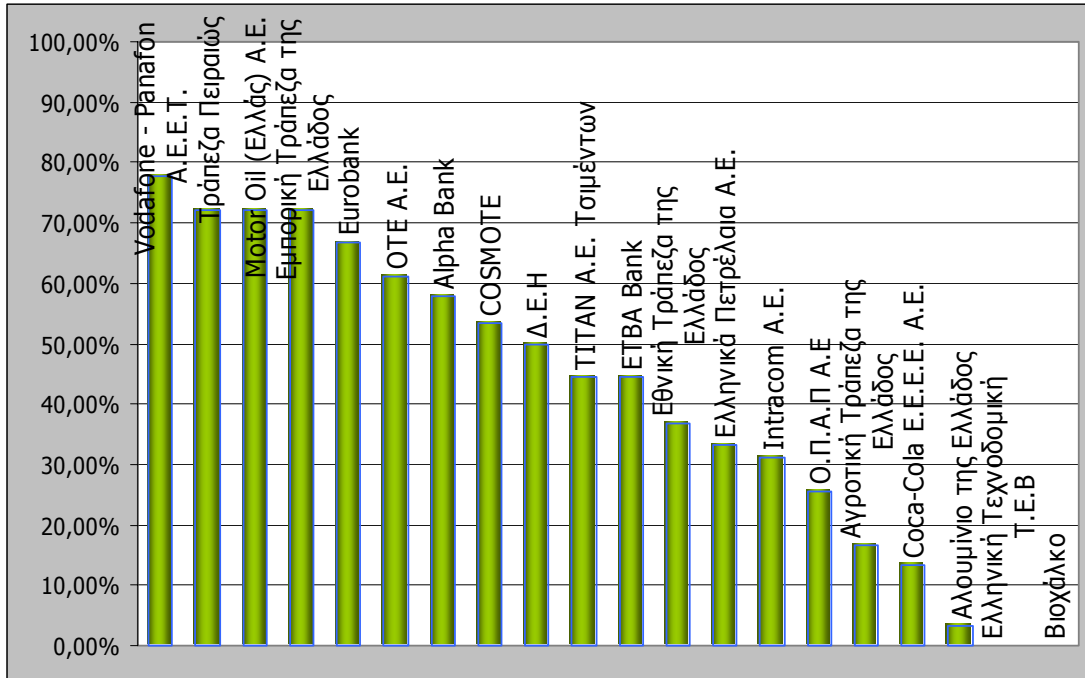


Η δυνατότητα επικοινωνίας με την εταιρεία είναι βασικό μέρος της παρουσίας της στο Διαδίκτυο.

Όλα τα ελληνικά site που μελετήθηκαν διέθεταν δυνατότητα επικοινωνίας με email ή με φόρμα επικοινωνίας. Η φόρμα επικοινωνίας δίνει τη δυνατότητα στις εταιρείες να συλλέξουν στοιχεία για τους επισκέπτες, καθώς συνήθως είναι απαραίτητη η συμπλήρωση κάποιων προσωπικών στοιχείων προκειμένου να υποβληθεί επιτυχώς. Μελανό σημείο ήταν ότι **μόνο 9 ιστοσελίδες από τις 19 ανέφεραν την πολιτική της εταιρείας για την προστασία των προσωπικών δεδομένων**. Ως θετική χαρακτηρίζεται η δυνατότητα αποστολής μηνύματος σε συγκεκριμένο τμήμα (πωλήσεις, marketing, ανθρώπινο δυναμικό) για την πλειονότητα των δικτυακών τόπων (17 εταιρείες) .

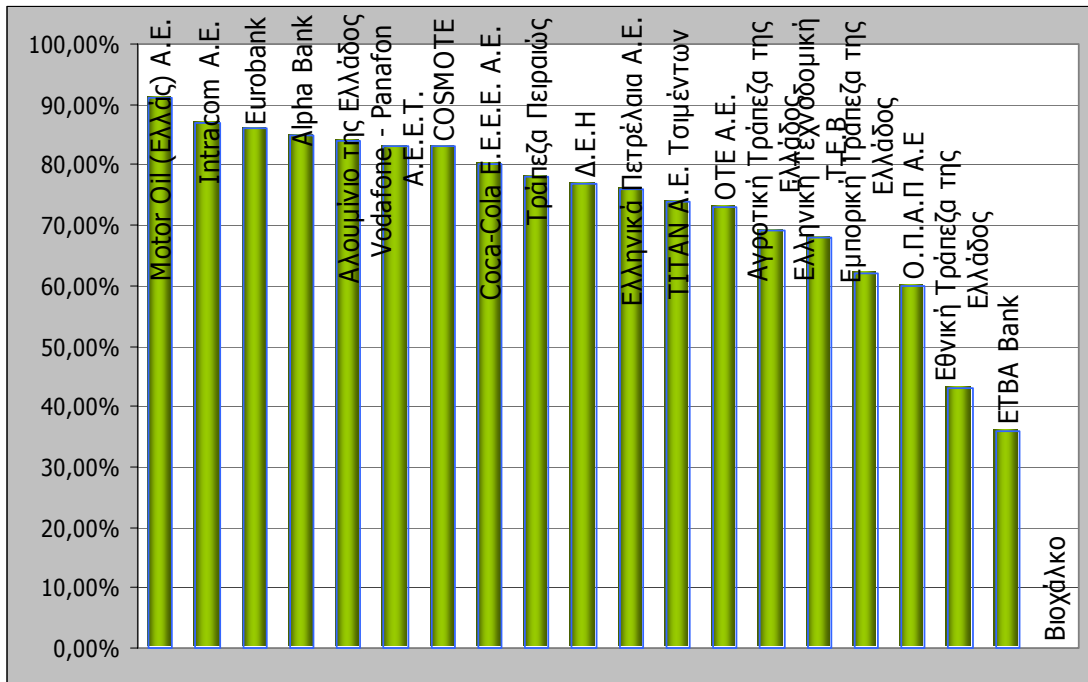
**Η γενική εικόνα των δικτυακών τόπων του FTSE 20 ως προς την επικοινωνία είναι θετική καθώς 11 εταιρείες συγκέντρωσαν ποσοστά πάνω από 70%.**

■ Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας



Στον όρο υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας περιλαμβάνονται όλες οι πρωτοποριακές υπηρεσίες που δίνουν επιπλέον αξία στις ιστοσελίδες με στόχο να κάνουν τον επισκέπτη να παραμείνει στο site και να του δημιουργήσουν την επιθυμία να επιστρέφει συχνά σε αυτό. Για παράδειγμα, η ύπαρξη στοιχείων που διευκολύνουν τις συναλλαγές, η προσπάθεια για cross-selling και πρωτότυπων υπηρεσιών (υπολογιστές, μηχανές αναζήτησης, υπολογιστές δόσεων, κ.λπ.) τείνουν να κάνουν τους δικτυακούς τόπους πιο θελκτικούς. **Οι 20 εταιρείες σε αυτόν το κλάδο συγκέντρωσαν τις χαμηλότερες βαθμολογίες 11 εκ των οποίων συγκέντρωσαν βαθμό μικρότερο από 50%.**

■ Ευκολία χρήσης



Η ευχρηστία και η εύκολη πλοήγηση είναι πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά ενός δικτυακού τόπου, κυρίως όταν περιλαμβάνει πολλές πληροφορίες και υπάρχει φόβος να γίνει δαιδαλώδης και δύσχρηστος.

**Σε γενικές γραμμές, οι δικτυακοί τόποι που εξετάστηκαν ήταν εύχρηστοι και με καλή αρχιτεκτονική, με αποτέλεσμα η βαθμολογία 17 δικτυακών τόπων να είναι πάνω από 50%.** Οι περισσότερες ιστοσελίδες ήταν καλά δομημένες ώστε ο χρήστης να γνωρίζει πάντα πού βρίσκεται και να υπάρχει ευκολία στην πλοήγηση (ορατό navigation bar, εύκολο backtracking, ευανάγνωστο κείμενο κ.λπ.). Επίσης, τα κείμενα σε γενικές γραμμές ήταν ευανάγνωστα και κατανοητά και έκαναν καλή χρήση του διαθέσιμου χώρου.

Με εξαίρεση λίγων εταιριών ο εικαστικός σχεδιασμός ήταν ο ίδιος σε όλες τις σελίδες. Υπήρχαν περιπτώσεις με έντονες διαφοροποιήσεις και με προβλήματα καθώς ο τρόπος πλοήγησης δεν ήταν ενιαίος.

## ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

---

**Οι δικτυακοί τόποι των εταιρειών που ανήκουν στο δείκτη FTSE 20 του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών συγκέντρωσαν αρκετά υψηλά ποσοστά, ιδίως όσον αφορά στην πληροφόρηση, στην ευκολία χρήσης και στη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων τους.** Σε γενικές γραμμές, οι ιστοσελίδες που μελετήθηκαν ήταν πλούσιες σε περιεχόμενο και αρκετά εύχρηστες.

Στα αρνητικά στοιχεία των αποτελεσμάτων, οι εταιρείες που μελετήθηκαν δεν φάνηκε να αξιοποιούν ιδιαίτερα τις δυνατότητες direct και one-to-one marketing που προσφέρει το μέσο. Παρόλο που το Internet ενδείκνυται για προσωποποιημένη, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με τα διάφορα stakeholder groups της κάθε εταιρείας, λίγες είναι οι ελληνικές εταιρείες που επιλέγουν να αλληλεπιδρούν με τον τρόπο αυτό. Η έλλειψη πολιτικής για την προστασία προσωπικών δεδομένων επίσης αποτελεί σημείο «δικτυακής ανωριμότητας» που δεν δείχνει να βελτιώνεται στα τρία χρόνια διεξαγωγής της έρευνας Evaluate.

Συνολικά, ο τομέας των Τραπεζών και τηλεπικοινωνιών φαίνεται ότι πρωτοπορεί ως προς τη χρήση του διαδικτύου δημιουργώντας και βελτιώνοντας συνεχώς τις προσφερόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες.

## ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ EVALUATE

---

Το **“Evaluate FTSE 20: 2002-2003”** γίνεται στα πλαίσια της υπηρεσίας αξιολόγησης εταιρικών site της yellownetroad, evaluate.

Σκοπός της έρευνας είναι να εξετάσει τη διαφοροποίηση στην ποιότητα των εταιρικών δικτυακών τόπων των εταιρειών που ανήκουν στο δείκτη FTSE 20 του Χ.Α.Α. μετά από την πάροδο ενός έτους.

Έως σήμερα για την υπηρεσία evaluate έχουν ολοκληρωθεί τα ακόλουθα reports:

- Evaluate FTSE 20: 2001-2002 (Σεπτέμβριος 2002)
- Evaluate Food Retailers Report 2002 (Απρίλιος 2002)
- Evaluate Email Response Automotive 2002 (Μάρτιος 2002)
- Evaluate Automotive Report 2002 (Φεβρουάριος 2002)
- Evaluate Email Response 2001 (Σεπτέμβριος 2001)
- Evaluate FTSE 20 Report 2001 (Σεπτέμβριος 2001)
- Evaluate Media Report 2001 (Αύγουστος 2001)
- Evaluate Telecoms Report 2001 (Μάιος 2001)
- Evaluate FTSE 20: 2002-2003 (Ιούλιος 2003)
- Evaluate FTSE 20 Report 2003 (Ιούλιος 2003)

## ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ yellownetroad

---

Η yellownetroad ιδρύθηκε στην Αθήνα τον Ιούνιο του 2000 και ειδικεύεται στον τομέα του διαδραστικού marketing.

Στόχος της είναι η δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων μεταξύ εταιρειών και των πελατών τους, χρησιμοποιώντας την τεχνολογία και τη δημιουργική σκέψη.

Οι υπηρεσίες της yellownetroad χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:  
Consulting | Direct Marketing | Promotions

Για περισσότερες πληροφορίες: [www.yellownetroad.com](http://www.yellownetroad.com)

