

Ανδρέας Μαχαίρας

**ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΔΕΑ ΣΤΗΝ
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ**

WORKSHOP

Παραγωγή Ιστοσελίδων



*Το έγγραφο είναι **phygital** σκανάρετε το QR code και βρείτε επιπλέον υλικό.*

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: Ανδρέας Μαχαίρας

Τηλ: +491608155303

Email: andreas@pubbuh.com

Το παρών τεύχος αποτελεί υλικό που διανέμεται στα σεμινάρια παραγωγής ιστοσελίδων. Τα πνευματικά δικαιώματα αυτού του τεύχους ανήκουν στην ομάδα PUBBUH και δεν επιτρέπεται καμία τμηματική χρήση του υλικού. Επιτρέπεται η αναπαραγωγή του και η διανομή του ακριβώς όπως είναι.

I. Υπηρεσίες στο Διαδίκτυο

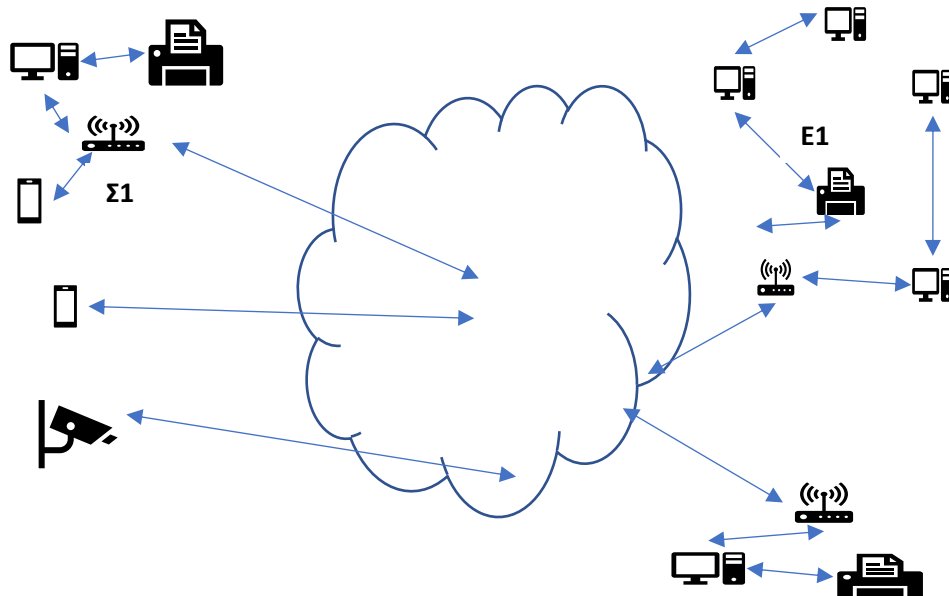
Για την παραγωγή ενός website θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσουμε διάφορες υπηρεσίες που προσφέρονται στο Διαδίκτυο. Θα χρειαστούμε ωραίες φωτογραφίες, video που να αναδεικνύουν τις ιδέες μας, χάρτες και ένα σωρό άλλες εφαρμογές που θα μας βοηθήσουν να φτάσουμε στο καλύτερο αποτέλεσμα.

Στο πρώτο εργαστήριο μελετάμε τις βασικότερες από αυτές τις εφαρμογές.

1 – ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) ξεκινά κάπου το 1969 από τις ένοπλες δυνάμεις των ΗΠΑ. Σκοπός να δημιουργηθεί ένα δίκτυο συσκευών και υπολογιστών το οποίο θα μπορούσε να είναι σε λειτουργία ακόμα και αν ένα μεγάλο μέρος του είχε καταστραφεί. Μετά το 1990 όλη η ιδέα του Διαδικτύου πέρασε στα πανεπιστήμια και αυτά το εκμεταλλεύτηκαν για να συνδεθούν μεταξύ τους. Εν τέλη μαζί με τη νέα χιλιετία ανέτειλε και η επανάσταση της πληροφορικής. Η διάδοση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, η βελτίωση των τηλεπικοινωνιακών υποδομών και το Διαδίκτυο άλλαξαν πολλές από τις δραστηριότητες της καθημερινότητάς μας.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχουν αναπτυχθεί μια σειρά από υπηρεσίες οι οποίες είναι πολύ χρήσιμες σε όλους τους επαγγελματίες που θέλουν να προβάλλουν τη δουλειά τους. Εδώ θα κάνουμε ένα πέρασμα σε κάμποσες από αυτές και θα σχολιάσουμε το πως μπορούν να χρησιμοποιηθούν. Πριν από αυτό όμως ας οπτικοποιήσουμε λίγο τις λειτουργίες του Διαδικτύου.



Ένα σχετικά απλοποιημένο σχήμα για να γνωρίσουμε λίγο την «γεωγραφία» του Διαδικτύου. Στην πάνω αριστερή γωνία (Σ1) είναι ένα σπίτι. Εκεί υπάρχει ένα υπολογιστής συνδεδεμένος με έναν εκτυπωτή και κάποιος έχει ένα κινητό τηλέφωνο συνδεδεμένο με το ασύρματο δίκτυο. Στη δεξιά πλευρά (E1) μια εταιρεία. Με πολλούς υπολογιστές συνδεδεμένους μεταξύ τους καθώς και με τον ή τους

εκτυπωτές. Ένας άνθρωπος κάπου στην πόλη με το κινητό του τηλέφωνο και μια κάμερα πιθανά κάπου σε ένα κτήριο.

Το Διαδίκτυο λοιπόν είναι ένα δίκτυο διαφορετικών και πολύ απομακρυσμένων δικτύων. Όλες οι συσκευές που είναι συνδεδεμένα με το «σύννεφο» μπορούν να ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες. Αυτές οι πληροφορίες είναι οτιδήποτε από κείμενα που θέλουμε να διαβάσουμε μέχρι εικόνες, βίντεο, χάρτες, χρήματα που δαπανούμε.

Κάθε συσκευή και κάθε πληροφορία ή όπως λένε σε μια πιο τεχνική γλώσσα κάθε πόρος έχει μία και μοναδική ονομασία. Αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι περισσότερο η ονομασία μιας ιστοσελίδας. Μια ιστοσελίδα είναι ένας πόρος του διαδικτύου και ως εκ τούτου θα πρέπει να έχει το δικό της μοναδικό όνομα.

Είναι πολύ σημαντικό για την ιστοσελίδα μας να επιλέξουμε ένα μοναδικό και σωστό όνομα. Όλα ξεκινούν από το DOMAIN NAME. Αυτό αποτελείται από δύο μέρη:

ΟΝΟΜΑ-ΠΟΥ-ΕΠΙΘΥΜΟΥΜΕ . top-level-domain

Το ΟΝΟΜΑ μπορεί να οτιδήποτε και το μόνο που θα πρέπει να προσέξουμε είναι να αντιπροσωπεύει όσο περισσότερο γίνεται τη δουλειά μας και του σκοπούς της ιστοσελίδας. Είναι πολύ σημαντικό γιατί αυτή είναι η ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ μας ταυτότητα.

Το top-level-domain μπορεί να είναι πολύ συγκεκριμένες λέξεις. Οι πιο κοινές είναι η .com, .net, .org, .gov, .edu, .mil και τα δηλωτικά των χωρών π.χ .gr για την Ελλάδα και .de για την Γερμανία. Τα τελευταία χρόνια έχουν εμφανιστεί και αρκετά εξειδικευμένα όπως το .info, .accountant, .bar και άλλα για έναν πληρέστερο κατάλογο μπορείτε να κοιτάξετε εδώ:

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_top-level_domains

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



2 – Η παρουσία μας στο Internet

Είναι αλήθεια ο κάθε επαγγελματίας έχει πολύ διαφορετικές ανάγκες και απαιτήσεις από την παρουσία του στο Διαδίκτυο. Στην πράξη το πως κάποιος θα επιλέξει να εμφανίσει τον εαυτό του ή το brand του εξαρτάται πολύ από τη φύση της δουλειάς του και τους σκοπούς που πρέπει να εξυπηρετηθούν. Δυστυχώς δεν υπάρχουν συνταγές επιτυχημένης εμφάνισης. Το να απευθυνθεί κάποιος σε έναν επαγγελματία που θα του προτείνει λύσεις είναι καλό αλλά θα πρέπει να υπολογίσει το αντίστοιχο κόστος.

Αν θέλουμε να δώσουμε ένα σχεδιάγραμμα των εργασιών που απαιτούνται για την παραγωγή ενός ολοκληρωμένου website θα είναι το παρακάτω:

1. Επιλογή και αγορά domain name

Είναι πολύ βασική εργασία. Σε γενικές γραμμές το όνομα θα πρέπει να είναι εύκολο για να μπορεί να το απομνημονεύει ο οποιοσδήποτε. Να έχει εύκολη ορθογραφία. Να είναι δηλωτικό των δραστηριοτήτων της ιστοσελίδας. Να είναι όσο πιο απομακρυσμένο από τον ανταγωνισμό. Θα ήταν κακιά ιδέα να θέλουμε να ονομάσουμε το εμπορικό κατάστημά μας ως «amazonn.com» Αυτοί είναι κάποιοι γενικοί κανόνες οπωσδήποτε όμως δεν είναι και πανάκεια.

2. Θα πρέπει να αποφασίσουμε τι θα δείχνει ο ιστότοπός μας. Τι περιεχόμενα θα έχει και ποια θα είναι η δομή του.

Τα πιο κοινά περιεχόμενα είναι «Ποιοι είμαστε», «Τι προσφέρουμε», «Επαφές με κοινωνικά δίκτυα», «FAQ», «Που θα μας βρείτε», «Γκαλερί με φωτογραφίες», «BLOG» και φυσικά μια αρχική σελίδα.

3. Θα πρέπει να συγκεντρώσουμε όλο το υλικό το οποίο θα εμφανίζεται στις σελίδες του website μας.

Κείμενα θα πρέπει να γραφούν αν χρειαστεί να μεταφραστούν. Φωτογραφίες θα πρέπει να επιλεγτούν ή και ενδεχομένως να γίνει κάποια φωτογράφιση. Βίντεο θα πρέπει βρεθούν ή να δημιουργηθούν. Χάρτες θα πρέπει να δημιουργηθούν και γενικά ό,τι χρειάζεται για να μπορεί να εξυπηρετηθεί η δομή του website. Φυσικά δεν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα. Οπωσδήποτε όμως θα χρειαστούν κείμενα και ωραίες φωτογραφίες.

4. Να γραφτούν οι όροι χρήσης, το impressum και να αποφασιστεί η πολιτική απόρρητου.

Εδώ θα χρειαστεί σίγουρα μια βοήθεια από κάποιον νομικό. Αυτοί οι όροι καθορίζουν τη σχέση σας με τον χρήστη του Internet που θα επισκεφτεί το site σας.

5. Να σχεδιαστεί η εμφάνιση και η λειτουργικότητα του site

Η διαδικασία αυτή είναι σημαντική γιατί από εδώ θα καθοριστεί όλη η εικόνα της ιστοσελίδας μας. Είναι αυτό που οι άλλοι βλέπουν αντί για εμάς. Οι περισσότεροι δεν μας ξέρουν προσωπικά. Άρα ό,τι συμπεράσματα θα βγάλουν για εμάς θα το κάνουν από αυτό που θα δουν. Εδώ θα γνωριστείτε με τον όρο UI – UX (User Interface – User Experience). Θα πρέπει η εμπειρία του χρήστη από το site σας να είναι μοναδική.

6. Να αναπτυχθεί το site

Εδώ συνδέουμε όλα τα παραπάνω προκειμένου να φτιάξουμε κάτι λειτουργικό. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι να γίνει αυτό και τι θα επιλέξουμε εξαρτάται καθαρά από το είδος και τους σκοπούς του site. Εδώ θα πρέπει να αποφασίσουμε και που θα φιλοξενείται το website μας.

7. Να αναπτυχθεί ένας τρόπος παρακολούθησης της λειτουργίας και της χρήσης του site

Από αυτές τις πληροφορίες μπορούμε να ξέρουμε

8. Τέλος θα πρέπει με κάποιο τρόπο να καταστρώσουμε ένα σχέδιο για το πως θα διαδώσουμε και θα γνωστοποιήσουμε την ύπαρξη του.

Οι παραπάνω εργασίες είναι οι απαραίτητες προκειμένου να χτιστεί οποιοδήποτε website όσο απλό και αν είναι. Σε αυτό το σεμινάριο θα φτιάξουμε μια απλή ολοκληρωμένη ιστοσελίδα και θα διαχειριστούμε όλες αυτές τις εργασίες. Σε ένα έργο του πραγματικού κόσμου αυτή η ανάπτυξη μπορεί να χρειαστεί ένα με δύο ανθρωπομήνες αλλά αν αυξηθούν οι απαιτήσεις και η πολυπλοκότητα πολύ παραπάνω.

Ένας βασικός στόχος αυτού του σεμιναρίου είναι να μπορείτε να διαχειριστείτε την παραγωγή ενός πραγματικά πολύπλοκου website που πραγματικά καλύπτει τις ανάγκες σας.

Σήμερα στο Internet μπορούμε να βρούμε μια πληθώρα από υπηρεσίες τις οποίες μπορούμε να τις χρησιμοποιήσουμε προκειμένου να φτιάξουμε και να οργανώσουμε την παρουσία μας.

Στα επόμενα θα κάνουμε ένα πέρασμα από αυτές τις υπηρεσίες. Θα παρουσιαστούν αυτές που πιστεύουμε ότι είναι αρκετά καλές και εύκολες στη χρήση. Γενικά όμως υπάρχουν και πολλές άλλες ανταγωνιστικές και φυσικά θα σας δώσουμε ένα τρόπο να τις βρείτε και να επιλέξετε. Πολλές από αυτές τις υπηρεσίες που θα δούμε είναι είτε δωρεάν είτε όχι.

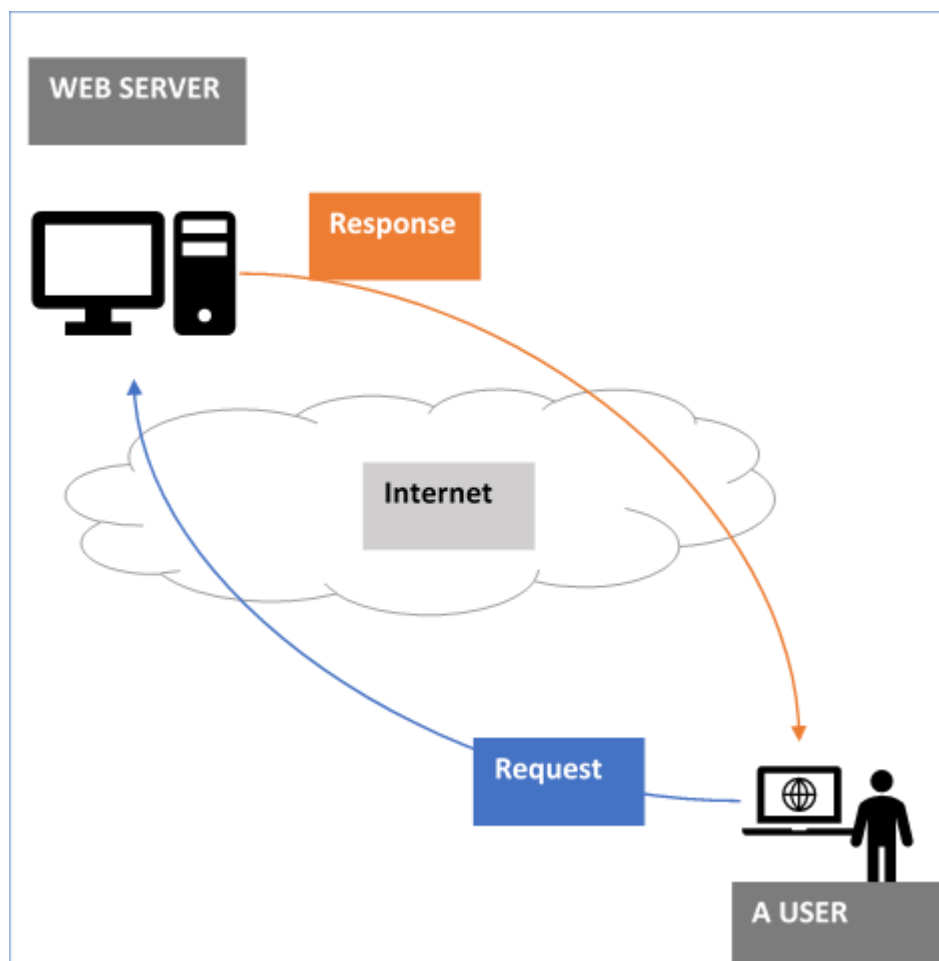
3 – Υπηρεσίες για τη διαχείριση του domain name

Προκειμένου να έχετε μια παρουσία στο Διαδίκτυο θα πρέπει να δεσμεύσετε ένα όνομα. Αρκετά συχνά αν όχι πάντα το όνομα το νοικιάζετε με την εταιρεία που θα νοικιάσετε και τον webserver που θα φιλοξενεί το website.

Για να τα πάρουμε όμως τα πράγματα από κάποια αρχή. Το website σας κατά κανόνα φιλοξενείτε σε κάποιον webserver. Μπορείτε να βρείτε πολλές τέτοιες εταιρείες εύκολα. Οι λέξεις κλειδιά **είναι web hosting, web site development, domain name registration.**

Θα βρείτε διάφορες υπηρεσίες που προσφέρουν συνήθως ολοκληρωμένες λύσεις. Τέτοιες μπορεί να είναι, η δέσμευση ενός domain, χώρος στον webserver για την φιλοξενία του website, κάποιον μικρό ή μεγαλύτερο αριθμό εταιρικών emails. Ακόμα πιο σύνθετες υπηρεσίες όπως η λεγόμενη DNS και θα την εξετάσουμε σε επόμενες συναντήσεις.

Οι τιμές που χρεώνουν συνήθως δεν είναι ιδιαίτερα υψηλές, ειδικά για αυτούς που έχουν ανάγκη από ένα μικρής επισκεψιμότητας website. Ας δούμε όμως στο παρακάτω σχήμα τι είναι ένας webserver και τι σκοπούς εξυπηρετεί.



Στο παραπάνω σχήμα ο χρήστης χρησιμοποιεί τον browser (π.χ Internet Explorer, Chrome ή Firefox ή Opera κλπ) προκειμένου να δει σελίδες στο Διαδίκτυο. Αυτό που βλέπει και καταλαβαίνει ο χρήστης είναι ότι κάποια στιγμή κάνει ένα κλικ κάπου και περιμένει έπειτα από λίγο να του εμφανιστεί η σελίδα που τον ενδιαφέρει. Τι συμβαίνει όμως στην πραγματικότητα;

Δύο κύρια γεγονότα είναι αυτά που συμβαίνουν. Ο χρήστης για παράδειγμα με το κλικ που κάνει σε έναν σύνδεσμο αποστέλλει ένα αίτημα (**REQUEST**) μέσω του Διαδικτύου στον webserver. Ο Webserver παραλαμβάνει το αίτημα το ΕΠΕΞΕΡΓΑΖΕΤΑΙ, δημιουργεί και αποστέλλει με τη σειρά του μια απάντηση (**RESPONSE**) στον υπολογιστή του χρήστη. Ακριβώς αυτή η απάντηση περιέχει όλη την ιστοσελίδα που πρόκειται να εμφανιστεί στον υπολογιστή. Είναι ευθύνη του **BROWSER** να απεικονίσει την απάντηση σε μορφή που να είναι αντιληπτή από τον χρήστη. Από την άλλη το αίτημα που είχε αποσταλεί από τον browser περιέχει όλη την απαιτούμενη πληροφορία που χρειάζεται ο webserver να συνθέσει μία και μοναδική σελίδα για τον ένα και μοναδικό παραλήπτη.

Ο **WEBSERVER** κατά συνέπεια είναι ένας υπολογιστής που πρέπει να πληροί κάποιες προδιαγραφές. Θα πρέπει να έχει την απαιτούμενη ισχύ για να μπορεί να εξυπηρετήσει πολλούς ταυτόχρονους χρήστες και σε σύντομο χρονικό διάστημα. Θα πρέπει επίσης να λειτουργεί 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και φυσικά να υποστηρίζεται από κάποιους τεχνικούς. Για αυτό το λόγο είναι μια δαπανηρή και εξαιρετικού ρίσκου η απόφαση να έχουμε τον webserver στο γραφείο μας. Απαιτούνται ειδικές συνθήκες φύλαξης και λειτουργίας και φυσικά πολύ ειδικά μηχανήματα. Το κόστος ενοικίασης χώρου σε ένα τέτοιο μηχάνημα εξαρτάται κυρίως από το πόση κίνηση θα θέλαμε να εξυπηρετήσουμε.

Θα πρέπει να έχουμε μια εικόνα για το πόσοι άνθρωποι τελικά θα ενδιαφερθούν για εμάς θα μας αναζητήσουν και τελικά θα έλθουν στο website μας. Είναι αλήθεια ότι όταν φτιάχνουμε ένα website και το δημοσιοποιήσουμε τότε αποκτούν πρόσβαση σε αυτό όλοι οι χρήστες του Διαδικτύου. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι όλοι θα ψάξουν να μας βρουν ή ότι ενδιαφέρονται όλοι για εμάς. Όσο πιο καλά εκτιμήσουμε αυτό το μέγεθος τόσο πιο καλή σχέση κόστους – απόδοσης θα πετύχουμε. Για website μικρής επισκεψιμότητας το κόστος είναι από περίπου 50 μέχρι 100 ευρώ το χρόνο ενώ καθώς ανεβαίνει η επισκεψιμότητα τα κόστη μπορούν να φτάσουν ακόμα και σε μερικές χιλιάδες ευρώ το χρόνο.

Το **DOMAIN NAME** το νοικιάζουμε και αυτό. Το πληρώνουμε κάθε χρόνο ή ανά κάποια έτη αναλόγως τη περιοδικότητα επιθυμούμε. Το κόστος συνήθως είναι πολύ μικρό από πέντε με δέκα ευρώ το χρόνο μέχρι περίπου εκατό ευρώ το χρόνο. Εξαρτάται κυρίως από το top-level-domain που μας ενδιαφέρει. Πάντως είναι μια τακτική, ειδικά για websites που θέλουν να έχουν διεθνή παρουσία να πληρώνουν πολλαπλά domains.

Για την ενοικίαση των ονομάτων υπάρχουν πολλοί και μεγάλοι παίχτες. Κάποιοι από του πιο σημαντικούς είναι:

A. ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΑΙΧΤΕΣ

<https://www.hostgator.com/domains>

<https://www.namecheap.com/>

<https://www.godaddy.com/domains/domain-name-search>

<https://www.name.com/>

Φυσικά υπάρχουν πολυάριθμοι. Η google έχει ξεκινήσει και αυτή μια υπηρεσία για την ενοικίαση ονομάτων. Ωστόσο με αυτές τις εταιρείες συνήθως δεν μπορείτε να κλείσετε ονόματα .de, .gr ή άλλα που δηλώνουν κάποια χώρα.

B. ΕΛΛΑΔΑ για να κλείσετε εκτός από διεθνή και .gr ονόματα

<https://top.host/domain-names.htm>

<https://www.iphost.net/el/domain/>

Γ. ΓΕΡΜΑΝΙΑ για να κλείσετε εκτός από διεθνή και .de ονόματα

<https://www.united-domains.de/domain-registrieren/>

<https://www.strato.de/domains>

<https://www.one.com/de/domains>

Για άλλες χώρες θα πρέπει να κάνετε κάποια έρευνα.

Για να κλείσουμε λίγο ευχάριστα μια μικρή ιστορία. Η Tuvalu είναι μια χώρα (υπό αγγλική κηδεμονία) που αποτελείται από εννιά νησιά στον νότιο Ειρηνικό Ωκεανό. Το top-level-domain για αυτή τη χώρα είναι το .tv. Επειδή αυτή η σύμπτωση εξυπηρετεί τις τηλεοράσεις όλου του πλανήτη οι πωλήσεις domains .tv αποτελούν έναν σημαντικό οικονομικό πόρο για αυτή τη μικρή χώρα. Ένα τέλειο success story της νέας οικονομίας.

Σχεδόν όλες οι παραπάνω εταιρείες παρέχουν και φιλοξενία σε webserver. Μια ακόμα ενδιαφέρουσα υπηρεσία που παρέχουν οι παραπάνω είναι η ενοικίαση πιστοποιητικών ασφαλείας. Αυτά τα πιστοποιητικά είναι ειδικά αρχεία που εγκαθίστανται στον webserver και εξασφαλίζουν ότι η επικοινωνία μεταξύ του webserver και του χρήστη είναι κρυπτογραφημένη και δεν μπορούν υποκλαπούν δεδομένα. Πράγμα χρήσιμο όταν δίνουμε κάπου passwords, πιστωτικές κάρτες ή και μηνύματα ακόμα που ανταλλάσσουμε με τους φίλους ή συνεργάτες μας.

Τέλος είναι σημαντικό να πούμε ότι οι ίδιες εταιρίες παρέχουν και λογαριασμούς εταιρικών email. Ωστόσο όπως θα δούμε αργότερα δεν είναι ανάγκη και συχνά δεν είναι και σοφό να επιλέξουμε μια εταιρία για όλες αυτού του τύπου της υπηρεσίες.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



4 – Που θα βρω φωτογραφίες

Κατά την παραγωγή του website θα χρειαστούν σίγουρα πολύ όμορφες φωτογραφίες. Γενικά οι φωτογραφίες είναι δύο ειδών. Είναι αυτές που απεικονίζουν τα προϊόντα μας και αυτές που χρησιμοποιούνται για πιο εικαστικό σκοπό. Να ομορφύνει τη σελίδα και να την κάνει καλύτερη και πιο ενδιαφέρουσα επικοινωνιακά.

Όσον αφορά στις πρώτες δεν έχουμε πολλές λύσεις, θα πρέπει να φωτογραφήσουμε τα προϊόντα μας. Πόσο όμορφες και πόσο επαγγελματικές θα είναι η φωτογραφίες; Εδώ εξαρτάται από το που απευθυνόμαστε. Μια όχι τεχνικά άρτια φωτογραφία (αλλά αξιοπρεπής) από την κάμερα ενός κινητού τηλεφώνου είναι πολύ πιθανό να δημιουργεί κάποια συναισθήματα οικειότητας. Ίσως είναι μια καλή πρακτική αν θέλουμε να έχουμε το προφίλ του «σπιτικού», «οικείου», «φιλικού», «εναλλακτικού». Οπωσδήποτε όμως αν θέλουμε να πουλάμε παπούτσια ή να αναδείξουμε την σούπερ θεατρική ομάδα μας ή το πρόσωπό μας καλό θα ήταν να έχει γίνει μια επαγγελματική φωτογράφιση.

Στο Διαδίκτυο μπορούμε να βρούμε πολύ ωραίες υπηρεσίες για την αγορά όμορφων φωτογραφιών προκειμένου να τις χρησιμοποιήσουμε στο διαδίκτυο ή και για offline δραστηριότητες όπως για παράδειγμα την παραγωγή κάποιου flyer. Εδώ πρέπει να κάνω μια παρατήρηση. Πολλοί δημιουργοί ψάχνουν εικόνες και φωτογραφίες μέσω της google. Τελικά εντοπίζουν αυτό που τους αρέσει αλλά υπάρχουν δύο θέματα. Το πρώτο είναι καθαρά πρακτικό. Οι εικόνες αυτές δεν έχουν την εγγυημένη ποιότητα και δεν είναι σίγουρο ότι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σωστά. Το δεύτερο όμως είναι σημαντικό. Η χρήση μιας εικόνας που απλά βρήκαμε μέσω της google κατά κανόνα παραβιάζει το νόμο περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δεν έχουμε δηλαδή την άδεια να τη χρησιμοποιήσουμε. Καλό είναι να χρησιμοποιήσουμε ειδικά website που μας δίνουν την άδεια χρήσης των φωτογραφιών, των εικόνων και των βίντεο που έχουν.

A. Τα δωρεάν.

Υπάρχουν website που οι καλλιτέχνες που έχουν ανεβάσει το υλικό τους δίνουν δωρεάν το δικαίωμα χρήσης του. Κάποιοι δίνουν την άδεια ακόμα και για εμπορικούς σκοπούς. Για την ακρίβεια επιθυμούν μια απλή αναφορά για το από που βρήκατε τη συγκεκριμένη εικόνα. Τα πιο σημαντικά είναι:

<https://unsplash.com/>

<https://pixabay.com/>

<https://www.pexels.com/>

<https://stocksnap.io/>

<https://freestocks.org/>

<https://www.freepik.com/>

Γενικά αυτά τα website δεν απαιτούν εγγραφή και πράγματι μπορούμε να κατεβάσουμε τις εικόνες μας ακόμα και ανώνυμα.

Β) Μη Δωρεάν φωτογραφίες

<https://www.shutterstock.com/>

<https://www.dreamstime.com/>

<https://www.istockphoto.com>

Αυτά τα website είναι πολύ εξειδικευμένα και συνεργάζονται με χιλιάδες καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο. Έχουν εκπληκτικές φωτογραφίες, βίντεοκλιπς, illustrations. Όλα αυτά τα websites απαιτούν εγγραφή. Κρατούν μάλιστα και αρχείο αγορών ώστε να σας προστατεύσουν από ενδεχόμενη αγορά του ίδιου προϊόντος.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



5 – Που θα φτιάξω ένα Video

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί πολύ ενδιαφέρουσες εφαρμογές που μας βοηθούν να δημιουργήσουμε μικρά βίντεο. Αυτά συνήθως είναι είτε επεξηγηματικά είτε διαφημιστικά, είτε για κάποιου είδους εξώφυλλο (cover).

Το πλεονέκτημα αυτών των υπηρεσιών είναι ότι με ένα χαμηλό κόστος μπορούμε να φτιάξουμε ελκυστικά βίντεο και να τα ανεβάσουμε στα social media να τα χρησιμοποιήσουμε στο website μας. Τα βίντεο αυτά θα πρέπει να επενδυθούν με κάποιον ήχο συνήθως μουσική. Εδώ ακριβώς θα πρέπει και πάλι να προσέξουμε τη χρήση υλικού με δεσμευμένα πνευματικά δικαιώματα.

Ένα πρόβλημα που υπάρχει είναι ότι θα πρέπει να ασχοληθεί κανείς και να μάθει πρώτα την λειτουργία τους. Απαιτούν δηλαδή ένα χρόνο που κάποιος θα πρέπει να εκπαιδευτεί στη χρήση της υπηρεσίας. Για αυτό το λόγο εδώ θα αναπτύξουμε δύο από της πιο εύκολες και γρήγορες να τις μάθουμε εφαρμογές. Έχει η κάθε μια τη δική της προσέγγιση στη δημιουργία. Αυτές είναι:

<https://animoto.com/home>

και

<https://biteable.com/>

Πριν όμως από αυτό ας δούμε μια πληρέστερη λίστα τέτοιων υπηρεσιών.

<https://spark.adobe.com/make/video-maker/>

<https://www.renderforest.com/video-maker>

<https://rocketium.com/>

<https://www.powtoon.com/>

Φυσικά υπάρχουν πάρα πολλές υπηρεσίες του είδους. Το ποια θα χρησιμοποιήσετε τελικά έχει να κάνει και με το στυλ σας. Οπότε μια μικρή έρευνα δεν θα ήταν άσχημη ιδέα.

Ας δούμε όμως τις δύο υπηρεσίες που είναι αποδεδειγμένα πολύ εύκολες. Φυσικά αποδίδουν ένα συγκεκριμένο στυλ και όπως είπαμε παραπάνω καλό είναι να εντοπίσει κανείς το προσωπικό του στυλ. Ακόμα καλύτερα το στυλ του βίντεο που αναδείξει καλύτερα το Διαδικτυακό brand μας.

A) <https://animoto.com/home>

Η χρήση του animoto είναι πολύ απλή. Ανεβάζεις απλά τις φωτογραφίες σου, τα βίντεο σου και τους ήχους σου έπειτα με βάση ένα template που έχεις επιλέξει το

βίντεο δημιουργείται αυτόματα και με πολύ όμορφα εφέ μετάβασης. Αλλά ας δούμε τα πράγματα από την αρχή.

Το πρώτο βήμα είναι εγγραφή και είναι δωρεάν. Εδώ πρέπει να πούμε ότι το animoto έχει ένα πολύ σπουδαίο δωρεάν μέρος. Μπορείς όχι μόνο να τεστάρεις τη χρήση και να εκτιμήσεις την αξία της εφαρμογής αλλά και να πάρεις ένα πολύ όμορφο αποτέλεσμα για προσωπική χρήση.

Μετά την εγγραφή μπορούμε να δημιουργήσουμε το πρώτο μας κλιπ. Τώρα θα πρέπει να επιλέξουμε ένα template. Υπάρχουν διάφορα άλλα δωρεάν και άλλα απαιτούν αναβάθμιση της συνδρομής. Μπορείτε να βλέπετε και μια προεπισκόπηση του template ώστε να ξέρετε τι περίπου θα πάρετε από το δικό σας υλικό.

Έπειτα ανεβάζουμε τις φωτογραφίες μας. Εκτός από ανέβασμα έχουμε και διάφορες άλλες πηγές όπως το facebook το Instagram κλπ. Προσθέτουμε κείμενα ανάμεσα στις φωτογραφίες. Τέλος μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα όνομα και ένα thumbnail να προσαρμόσουμε μια ημερομηνία και μια περιγραφή. Αυτό ήταν.

Στην πληρωμένη του έκδοση μπορεί κανείς να κάνει βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας από 30sec και μάλιστα με προσανατολισμό στο marketing. Μπορεί ακόμα και να τοποθετήσει μέσα στο βίντεο ενεργό σημείο που θα παραπέμπει σε κάποια ιστοσελίδα όταν πατηθεί. Μας δίνεται έτσι η δυνατότητα να φτιάξουμε τα λεγόμενα “call to action buttons”

B) <https://biteable.com/>

Παρόμοιες λειτουργίες έχουμε και εδώ. Πρέπει πρώτα να δημιουργήσετε ένα λογαριασμό και έπειτα είναι όλα έτοιμα να φτιάξουμε το πρώτο βίντεο. Στην δωρεάν συνδρομή μπορείτε να φτιάξετε βίντεο αλλά έχει κάπου και το λογότυπο του biteable.

Σε αυτή την εφαρμογή για να φτιάξουμε ένα βίντεο πρέπει να δημιουργήσουμε μια σειρά από «σκηνές» οι οποίες συνήθως μεταφέρουν ένα συγκεκριμένο μήνυμα. Έπειτα επιλέγουμε το εφέ μετάβασης από σκηνή σε σκηνή και είμαστε έτοιμοι να ολοκληρώσουμε το βίντεο.

Στην πληρωμένη έκδοση μπορούμε να ανεβάσουμε δικά μας video footage και να χρησιμοποιηθούν στις σκηνές.

Εδώ αξίζει να ειπωθεί ότι το video ως μέσο διαφήμισης και μάρκετινγκ είναι ένα ισχυρό εργαλείο. Θα πρέπει να είμαστε λίγο προσεκτικοί στην κατασκευή του ώστε να μπορεί να λειτουργήσει σε διάφορες οθόνες και περιβάλλοντα. Τα τελευταία χρόνια με τη μεγάλη διάδοση του Instagram το τετράγωνο format στο βίντεο έχει γίνει απαίτηση. Κάποιες από τις παραπάνω υπηρεσίες υποστηρίζουν το τετράγωνο format τουλάχιστο στην πληρωμένη συνδρομή.

6 – Χάρτες και σημεία στο Χάρτη

Πολλές φορές είναι ανάγκη να δείξουμε που μπορούν να μας βρουν στον φυσικό κόσμο. Η διεύθυνση ενός καταστήματος ή μιας παρουσίασης είναι πολύ σημαντικές πληροφορίες.

Με την χρήση των google maps ή άλλων παρόμοιων υπηρεσιών χαρτών έχουμε τη δυνατότητα να ενσωματώνουμε χάρτες μέσα στο website μας. Η υπηρεσία χαρτών της google είναι πληρέστατη και μας δίνει την ευκαιρία να προσθέσουμε επάνω στους χάρτες και ειδικές πληροφορίες. Το σημαντικότερο είναι ότι η χρέωση της υπηρεσίας γίνεται μόνο αν έχουμε μεγάλη επισκεψιμότητα.

Άλλες διάσημες υπηρεσίες χαρτών είναι η bing της Microsoft, η OpenLayers, η mapQuest και άλλες.

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί έντονα ένα είδος μάρκετινγκ επάνω στη γεωγραφική πληροφορία. Οι ίδιοι οι χάρτες είναι εργαλεία αναζήτησης επαγγελματιών, διασκέδασης, σημείων πώλησης. Αρκετοί από εμάς έχουν χρησιμοποιήσει σε μια άγνωστη πόλη την αναζήτηση στους χάρτες της google τα κοντινά εστιατόρια ή καφέ. Φυσικά υπάρχουν ειδικές υπηρεσίες όπως η foursquare που βοηθούν σε αυτού του είδους τη πλοήγηση σε μια πόλη.

Όλες αυτές οι υπηρεσίες χρησιμοποιούν μια τεχνική embed για να προσθέσουμε τον χάρτη που μας ενδιαφέρει σε μια ιστοσελίδα. Η διαδικασία είναι απλή και συνηθισμένη όχι μόνο στους χάρτες αλλά και σε άλλα στοιχεία όπως τα video, slideshows, ψηφοφορίες κλπ.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



7 – Πως θα πληρώνομαι;

Πολλές φορές όταν φτιάχνουμε ένα website θέλουμε να μπορούμε να πληρωνόμαστε για αυτό που προσφέρουμε. Όταν αναπτύσσουμε ένα e-shop οι υπηρεσίες πληρωμών θα πρέπει να είναι πληρέστατες και οι χρήστες θα πρέπει να μπορούν χρησιμοποιήσουν την πιστωτική τους κάρτα τουλάχιστο. Αλλά πολλές φορές όχι μόνο στα e-shop χρειάζεται έστω και υποτυπωδώς να μπορούμε να λαμβάνουμε πληρωμές.

Η διασημότερη υπηρεσία που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε είναι το

<https://www.paypal.com>

Μέσω του paypal μπορούμε να στείλουμε αιτήματα πληρωμών ακόμα και αν δεν έχουμε εταιρικό λογαριασμό. Η υπηρεσία paypal είναι πληρέστατη. Όχι μόνο μπορούμε επάνω σε αυτή να υποστηρίξουμε ένα ολόκληρο e-shop αλλά να στέλνουμε αυτόματα τα τιμολόγια και να κρατούμε μια λογιστική τάξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Έχει πολύ μικρές απαιτήσεις παραμετροποίησης και κυκλοφορούν όπως θα δούμε πολλές έτοιμες αυτόματες λύσεις για να το χρησιμοποιήσουμε στο website μας.

Το paypal είναι χρήσιμο και για κάτι άλλο. Αναλαμβάνει όλο τον κύκλο πληρωμών και έτσι ο πελάτης μας χτίζει μια καλύτερη σχέση εμπιστοσύνης μαζί μας αφού δεν χρειάζεται να τους ζητήσουμε αριθμούς πιστωτικών καρτών. Είναι σημαντικό την ώρα της πληρωμής ο πελάτης μας να έρθει σε επαφή με ένα σύστημα πληρωμών που το κατανοεί και δεν του δημιουργεί σκέψεις ανασφάλειας.

Το paypal συνδέεται με τον τραπεζικό σας λογαριασμό. Έτσι οποιαδήποτε πληρωμή θα καταλήξει κάποια στιγμή στον λογαριασμό σας. Πότε θα συμβεί αυτό; Όταν το ζητήσετε από το paypal. Καθώς θα εισπράττετε τα χρήματα θα πιστώνονται σε έναν ενδιάμεσο λογαριασμό που ονομάζεται “πορτοφόλι” (paypal wallet). Από εκεί μπορείτε ακόμη και να πληρώνετε τις δικές σας υποχρεώσεις χωρίς να χρειάζεται να «κατεβάσετε» τα χρήματα στην τράπεζα. Σήμερα πληρωμή από το πορτοφόλι του paypal μπορείτε να πληρώσετε σχεδόν σε όλα τα website ακόμα και σε φυσικά καταστήματα π.χ. σουπερμάρκετ.

Για την υλοποίηση των πληρωμών ενός web site οι τράπεζες δίνουν πλέον και δικούς τους τρόπους. Δεν φτάνουν όμως στο σημείο ολοκλήρωσης του paypal κάνοντας και διαχείριση τιμολογίων. Είναι όμως οικονομικότερες ως λύσεις. Το ποσοστό που παρακρατούν ανά συναλλαγή είναι μικρότερο από αυτό του paypal ενώ συχνά δεν κρατούν και κάποιο πρόσθετο κόστος ανά συναλλαγή. Πράγμα που συμβαίνει στο paypal.

Υπάρχουν αρκετές ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Διάσημες είναι η TransferWise, Stripe, Google pay, Braintree, Amazon Pay.

Μια υπηρεσία που αξίζει να αναφερθεί είναι η ADYEN

<https://www.adyen.com/>

Είναι ένα εξαιρετικό και ολοκληρωμένο σύστημα πληρωμών που χρησιμοποιείται από πολύ μεγάλες και μικρότερες εταιρείες. Δέχεται πολύ μεγάλη γκάμα πιστωτικών καρτών ενώ υποστηρίζει και ειδικούς τρόπους πληρωμών όπως απευθείας χρέωση τραπεζικών λογαριασμών ή και SEPA.

Πρέπει να πούμε εδώ ότι όλες οι υπηρεσίες πληρωμών είναι πλήρως συμβατές με το νομικό και λογιστικό σύστημα της χώρας του λογαριασμού σας. Αυτό σημαίνει ότι ένας επαγγελματικός λογαριασμός paypal που έχει για παράδειγμα ανοιχτεί στην Ελλάδα για Ελληνική εταιρεία δεν θα συνδεθεί με κάποια μη Ελληνική τράπεζα.

8 – Που θα κλείνουν εισιτήρια οι πελάτες μου;

Άλλη μια σημαντική υπηρεσία που μπορεί να χρειαστούμε είναι να μπορούμε να καλέσουμε κόσμο για ένα event που διοργανώνουμε. Η είσοδος στο event θα μπορεί να είναι δωρεάν ή επί πληρωμή.

Οι πελάτες μας δηλαδή θα πρέπει να κλείσουν ένα εισιτήριο προκειμένου να μπορούν να μπουν και να συμμετάσχουν στις δραστηριότητες. Μια μουσική κομπανία θα μπορούσε να έχει μια τέτοια ανάγκη. Ένας φωτογράφος που διοργανώνει μια έκθεση. Ένας ομιλητής θα ήταν ακόμα ένα παράδειγμα.

Μια διάσημη υπηρεσία του είδους είναι η

<https://www.eventbrite.com/>

Χρησιμοποιείται ήδη από πάρα πολύ κόσμο και έχει ακόμα και μια μηχανή αναζήτησης για όσους ενδιαφέρονται να βρουν μια εκδήλωση. Πράγμα που σημαίνει ότι η ίδια η πλατφόρμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να οργανώσουμε και ένα μάρκετινγκ επάνω στην εκδήλωση που οργανώνουμε.

Το eventbrite είναι πολύ γνωστό σε παγκόσμια κλίμακα ενώ είναι πολύ πετυχημένο και εδώ στο Βερολίνο. Ωστόσο μπορεί κανείς να βρει και αρκετά ανταγωνιστικά. Μια λίστα με τα κυριότερα είναι:

<https://www.cvent.com/>

<https://www.eventzilla.net>

<https://www.regonline.com>

Όλες αυτές οι πλατφόρμες μπορούν να διαχειριστούν από απλές εκδηλώσεις μέχρι και πραγματικά πολύπλοκες όπου χρειάζεται να συντονιστούν διάφοροι επαγγελματίες προκειμένου να επιτύχει η εκδήλωση.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



9 – Πως θα δείχνω τον κατάλογο μου;

Μια επίσης συχνή απαίτηση που μπορεί να έχουμε είναι να παρουσιάσουμε με ένα ωραίο τρόπο ένα τιμοκατάλογο ή ένα έντυπο ένα flyer και άλλα παρόμοια. Τέτοιες υπηρεσίες υπάρχουν αρκετές και διαφοροποιούνται πολύ μεταξύ τους. Ανήκουν στις υπηρεσίες που γενικότερα ονομάζονται «digital publishing» Η ιδέα είναι να μπορείτε να ανεβάσετε το έντυπο σας σε ένα Pdf και η υπηρεσία να το μετατρέψει σε μια όμορφη παρουσίαση που θα μπορούσαμε με μια τεχνική embedding να την ενσωματώσουμε στο website μας.

Ίσως η πιο γνωστή υπηρεσία είναι η

<https://issuu.com/>

Η οποία είναι και δωρεάν και μπορεί να εξυπηρετήσει καλά μια τέτοια ανάγκη. Ο κατάλογος ενός εστιατορίου, το λεύκωμα του φωτογράφου ένα flyer όλα αυτά είναι παραδείγματα που μπορεί να χρησιμοποιούν μια τέτοια υπηρεσία.

Φυσικά και εδώ μπορούμε να βρούμε ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Όμως για τους σκοπούς αυτού του workshop είναι αρκετό να μείνουμε σε αυτή δεδομένου ότι το digital publishing είναι ένα πολύ εξειδικευμένο θέμα.

10 – Που θα φτιάξω μια απλή, πολύ απλή ιστοσελίδα;

Ήρθε η ώρα να μιλήσουμε για τις landing pages. Απλές ιστοσελίδες με μεγάλη και ιδιαίτερη σημασία. Κάθε φορά που επιλέγουμε (κλικ) έναν σύνδεσμο και φτάνουμε σε ένα website τότε στην πραγματικότητα πέφτουμε πάνω σε μια landing page. Κυριολεκτικά προσγειωνόμαστε σε μια ιστοσελίδα που συνήθως ανήκει σε ένα website.

Όταν θέλουμε να τρέξουμε μια διαφήμιση τότε στην πραγματικότητα δημιουργούμε μια ιστοσελίδα αυτού του τύπου. Ο σκοπός της είναι να κάνει τελείως ξεκάθαρο το μήνυμα της διαφήμισης.

Η δομή μιας τέτοιας σελίδας είναι συνήθως πολύ απλή. Έχει μια ή δύο φωτογραφίες ένα καλογραμμένο κείμενο που εξηγεί τι κάνουμε και τέλος ένα «call to action» που μας προτρέπει να κάνουμε μια ενέργεια.

Ένα παράδειγμα:

«ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΠΑΡΤΙ ΠΟΥ ΚΑΝΩ ΓΙΑ ΤΗ ΦΙΛΗ ΜΟΥ»

Κείμενο:

Ένα μεγάλο πάρτι οργανώνω για τη φίλη μου την Καρίμα, ελάτε να κάνουμε μια μεγάλη γιορτή. Μπορείτε να έλθετε μόνοι σας ή με φίλους σας. Να έλθετε όμως.

Φωτογραφία,

Και ίσως

Βιντεο από άλλο ανάλογο πάρτι

Ελάτε στις 30.02.2019 στο Πάρτι.

Χάρτης

Call to action button

«Κλείστε τώρα θέσεις, προμηθευτείτε το εισιτήριο»

Οι παραπάνω πληροφορίες αν μπουν όλες μαζί φτιάχνουν μια χρήσιμη ιστοσελίδα. Έχετε ήδη αναγνωρίσει ότι για να την φτιάξουμε θα πρέπει να συγκεντρώσουμε όλα τα στοιχεία που τη συνθέτουν. Θα πρέπει να ανοίξουμε και μια εκδήλωση στο Eventbrite ώστε να μπορούμε να υλοποιήσουμε τη λειτουργία του κουμπιού δράσης.

Θα ασχοληθούμε με δύο υπηρεσίες που μπορούν να μας βοηθήσουν

Την

<https://www.leadpages.net>

και την

<https://www.wix.com/>

Φυσικά δεν θα εξαντλήσουμε τις δυνατότητες. Θα στήσουμε όμως την πρώτη μας σελίδα. Την σελίδα θα την φτιάξουμε στο WIX ενώ το leadpage θα το σχολιάσουμε.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



11 – Πως θα μετρώ τη κίνηση του website μου;

Υπάρχουν διάφορες υπηρεσίες που μας βοηθούν να μετράμε την κίνηση του website μας. Το πιο γνωστό από όλα είναι το google analytics. Είναι πολύ δημοφιλές γιατί είναι και πολύ καλό με πλούσιες πληροφορίες αλλά είναι και δωρεάν.

Σε γενικές γραμμές είναι δύο τύπου αυτά τα εργαλεία μέτρησης απόδοσης. Αρχικά αυτά που μετρούν στατιστικά δεδομένα με βάση τη ιστοσελίδα που επιλέγει να δει ο χρήστης. Αυτά επιστρέφουν πολλές πληροφορίες με σημαντικότερες αυτές που αναφέρονται στο πόσοι μοναδικοί χρήστες είδαν το website μας, πόσοι από αυτούς είναι πελάτες που έχουν επιστρέψει, από που προέρχονται, πόση ώρα έμειναν στο site, πόσες και ποιες σελίδες του website είδαν.

Έπειτα έχουμε τις υπηρεσίες μέτρησης απόδοσης που διαβάζουν την κίνηση του mouse στην οθόνη. Μια διάσημη τέτοια υπηρεσία είναι η

<https://www.hotjar.com>

Αυτού του τύπου οι υπηρεσίες μας βοηθούν γενικά να καταλάβουμε καλύτερα την συμπεριφορά των πελατών μας στο website μας και με βάση τα heatmaps (θερμογραφήματα) που παράγουν να εντοπίσουμε αστοχίες του design UI-UX. Ωστόσο το hotjar δεν είναι μια δωρεάν υπηρεσία. Το αν είναι σημαντική μια τέτοιου είδους υπηρεσία σε σχέση με τα δωρεάν google analytics έχει να κάνει μόνο με τους σκοπούς και τη στρατηγική μάρκετινγκ που θέλετε να σχεδιάσετε. Σε γενικές γραμμές αν θέλουμε να απευθυνθούμε σε όσο το δυνατό μεγαλύτερο κοινό καλό είναι να ξέρουμε πληροφορίες για την συμπεριφορά του πελάτη μας.

Σκανάρετε το QR με το κινητό σας και δείτε λεπτομέρειες



12 – Που και πως μπορώ να το διαφημίζω;

Η διαφήμιση ενός website μπορεί να έχει δύο μορφές:

A) ONLINE διαφήμιση και

B) OFFOLINE

Και οι δύο τύποι απαιτούν έναν λεπτομερή σχεδιασμό, είναι εξίσου σημαντικοί και απορροφούν πολλές φορές το μεγαλύτερο ποσό του προϋπολογισμού παραγωγής ενός website.

Στην ONLINE διαφήμιση έχουν αναπτυχθεί πολλές υπηρεσίες τα τελευταία χρόνια. Οι περισσότερες έχουν χτίσει μεγάλα κοινωνικά δίκτυα με πολλούς χρήστες και επάνω σε αυτά τα δίκτυα χτίζουν διαφημιστικές εκστρατείες. Οι σημαντικότερες αυτού του είδους είναι:

<https://www.facebook.com>

<https://www.instagram.com>

<https://www.youtube.com>

Το ενδιαφέρον είναι ότι αυτές οι διαφημίσεις είναι ότι μας επιτρέπουν να θέσουμε πολλές λεπτομέρειες για το κοινό που μας ενδιαφέρει. Πολλές λεπτομέρειες όπως ηλικία, φύλο, ενδιαφέροντα και γεωγραφικοί όροι είναι τα συνηθέστερα. Το δεύτερο είναι ότι πληρώνεται ανάλογα με την αντίδραση του χρήστη που υποδέχεται την διαφήμιση. Αν δηλαδή αδιαφορήσει τότε δεν πληρώνουμε τίποτα. Αν έχει κάποια αντίδραση τότε πληρώνουμε κάποια σεντς ανάλογα με την αντίδραση. Τι είδους «αντιδράσεις» πληρώνουμε εξαρτάται από την υπηρεσία που πληρώνουμε. Το facebook για παράδειγμα έχει μια μεγάλη γκάμα πιθανών αντιδράσεων.

Άλλες υπηρεσίες Online διαφήμισης είναι αυτές που προσφέρουν οι μηχανές αναζήτησης με σημαντικότερη ίσως την google. Εκεί μπορούμε να καταχωρήσουμε τη διαφήμιση του ιστότοπου να επιλέξουμε ποιες «λέξεις κλειδιά» θα οδηγήσουν στην εμφάνιση της διαφήμισης και πόσο θέλουμε να πληρώσουμε για αυτή την εμφάνιση. Ο αλγόριθμος της google ανάλογα με τις συνθήκες θα αποφασίσει αν πρέπει ή όχι να εμφανιστεί η διαφήμισή σας. Τελικά πληρώνουμε κάποιο ποσό μικρότερο ή ίσο του ποσού που λέμε ότι θέλουμε να πληρώσουμε. Το ποσό αυτό το πληρώνουμε κάθε φορά που ένας χρήστης επιλέγει το σύνδεσμο της διαφήμισης και οδηγείται στην αντίστοιχη landing page.

<https://ads.google.com>

Το google εμφανίζει τις διαφημίσεις μας και στην σελίδα των αναζητήσεων του αλλά και σε άλλα websites γενικότερου, σχετικού αλλά όχι ανταγωνιστικού περιεχομένου.

Ένα ποσοστό των χρημάτων των χρημάτων που πληρώνουμε πηγαίνει στο ταμείο του website που προβάλλει την διαφήμιση μας.

Και αυτό σημαίνει ότι ναι, το Διαδίκτυο δημιουργεί ευκαιρίες για να δημιουργήσουμε ένα έξτρα εισόδημα.

13 – Πως μπορώ να βγάλω έξτρα χρήματα;

Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι να δημιουργήσουμε έξτρα εισόδημα ο ένας είναι αυτός που ήδη έχει αναφερθεί με την χρήση διαφημιστικού χώρου στο website μας. Εκτός από την google υπάρχουν και άλλα πολλά δίκτυα διαφήμισης που αγοράζουν χώρο διαφήμισης. Εδώ δεν πρέπει να γίνεται σύγχυση με την παλιότερη λογική διαφήμισης του BANNER. Μια σημαντική διαφορά είναι ότι αν θέλουμε να πουλάμε χώρο για διαφήμιση, εμείς είμαστε υπεύθυνη για να βρούμε πελάτες. Είναι δηλαδή μια ολόκληρη δουλειά και ως εκ τούτου θα πρέπει να στοχεύει σε κανονική εργασία και όχι στο έξτρα εισόδημα.

Εδώ https://en.wikipedia.org/wiki/Advertising_network θα βρείτε ένα πολύ ενδιαφέρον άρθρο για αυτά τα δίκτυα διαφημίσεων.

Όσον αφορά στο δίκτυο της google μπορείτε να ξεκινήσετε εδώ <https://www.google.com/adsense> έναν λογαριασμό.

14 – Ας τα βάλουμε όλα μαζί τώρα

Έρθε η ώρα να τα βάλουμε όλα μαζί και να φτιάξουμε το πρώτη ιστοσελίδα.

Ποια ιστοσελίδα νομίζετε ότι θα είχε ενδιαφέρον για τη δουλειά σας; Μπορείτε να την περιγράψετε;