



Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
Πολυτεχνική Σχολή
πρώην Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών και Βιομηχανικού Σχεδιασμού
(Εισαγωγική Κατεύθυνση Βιομηχανικού Σχεδιασμού)

Πτυχιακή Εργασία με τίτλο:

“ Σχεδιασμός ενός (πολυ)καταστήματος με την ιστοσελίδα του που αφορά τον χώρο ένδυσης.”

Της: **Κοροκυθάκη Ζωή**



Επιβλέπων Καθηγητής: *Κακούλης Κων/νος*

Κοζάνη 2022

Ευχαριστίες

Θερμές ευχαριστίες στον καθηγητή μου Dr. Κακούλη Κωνσταντίνο για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση που μου παρείχε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μου έρευνας.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου για την στήριξη τους.

Κοροκυθάκη Ζωή

20-10-2022

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	7
Κεφάλαιο 1 – Εισαγωγή στο Παγκόσμιο Ιστό και τις Ιστοσελίδες.....	8
Κεφάλαιο 2 – Ηλεκτρονικό εμπόριο.....	10
2.1 Ορισμός.....	10
2.2 Ιστορικές Πτυχές.....	14
2.3 Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	15
2.4 Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	15
2.5 Ηλεκτρονικά καταστήματα.....	17
Κεφάλαιο 3 – Εργαλεία Ανάπτυξης Διαδικτυακών Εφαρμογών Διαχείρισης.....	17
Περιεχομένου.....	17
3.1 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS).....	18
3.1.1 WORDPRESS.....	19
3.1.2 DRUPAL.....	21
3.1.3 JOOMLA.....	24
3.1.4 Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα.....	26
3.2 Πλατφόρμες Λογισμικών Κατασκευής Ιστοσελίδων (Website Builders).....	28
3.2.1 WEEBLY.....	29
3.2.2 SQUARESPACE.....	29
3.2.3 WIX.....	32
Κεφάλαιο 4 – Σχεδιασμός Ηλεκτρονικού Καταστήματος (e-shop).....	38
4.1 Βήμα 1 ^ο : Δημιουργία Λογαριασμού.....	38
4.2 Βήμα 2 ^ο : Επιλογή θέματος ιστοτόπου.....	42
4.3 Βήμα 3 ^ο : Ανάπτυξη του Frontend του Ηλεκτρονικού Καταστήματος.....	44
4.4 Βήμα 4 ^ο : Παραμετροποίηση ηλεκτρονικού καταστήματος.....	49
Συμπεράσματα–Αξιολόγηση του e-shop.....	57
5.1 Τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου και των e-shop.....	57
5.2 Τα οφέλη και τα μειονεκτήματα για την UP2LIFE.....	58
5.3 Βελτιώσεις του εργαλείου WIX.....	59
5.4 Προσδοκώμενο αποτέλεσμα.....	61
Βιβλιογραφία	

Λίστα Εικόνων

- Εικόνα 1. Στιγμιότυπο οθόνης από το διαχειριστικό περιβάλλον του WordPress..(σελ. 21)
- Εικόνα 2. Στιγμιότυπο οθόνης από το διαχειριστικό περιβάλλον του WordPress..(σελ. 21)
- Εικόνα 3. Περιβάλλον του Drupal.....(σελ.24)
- Εικόνα 4. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (what’s your site about?).....(σελ31)
- Εικόνα 5. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (What are your top goals?) (σελ 31)
- Εικόνα 6. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (Where are you in your process?).....(σελ 31)
- Εικόνα 7. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (Starting points for your fashion site).....(σελ 32)
- Εικόνα 8. Το αρχικό περιβάλλον του εργαλείου Wix.....(σελ 38)
- Εικόνα 9. Η πλατφόρμα εγγραφής και σύνδεσης του διαχειριστή για την δημιουργία Web Site με το εργαλείο Wix.....(σελ 39)
- Εικόνα 10. Επιλογή του είδους της σελίδας.....(σελ 40)
- Εικόνα 11. Δύο διαφορετικοί τρόποι για την δημιουργία της σελίδας.....(σελ 41)
- Εικόνα 12. Επιλογή είδους site.....(σελ 42)
- Εικόνα 13. Επιλογή Name για το site.....(σελ 42)
- Εικόνα 14. Name and Location site..... (σελ 42)
- Εικόνα 15. Name and Location site..... (σελ 43)
- Εικόνα 16. Information of the site.....(σελ 43)
- Εικόνα 17.Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Shipping.....(σελ 44)
- Εικόνα 18. Οθόνης με ρυθμίσεις για το κόστος των μεταφορικών.....(σελ 46)
- Εικόνα 19. Στιγμιότυπο οθόνης για περιοχές παράδοσης.....(σελ 46)
- Εικόνα 20. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.....(σελ 48)

- Εικόνα 21. Στιγμιότυπο οθόνης για ρυθμίσεις αποδεκτών τρόπων πληρωμών.....(σελ 49)
- Εικόνα 22. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.....(σελ 50)
- Εικόνα 23.Στιγμιότυπο οθόνης για τους τρόπους ειδοποίησης των πελατών.....(σελ 51)
- Εικόνα 24. Στιγμιότυπο οθόνης για το customization του checkout.....(σελ 51)
- Εικόνα 25. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Shipping.....(σελ 51)
- Εικόνα 26. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Shipping.....(σελ 52)
- Εικόνα 27. Στιγμιότυπο οθόνης με ρυθμίσεις για το κόστος των μεταφορικών.....(σελ 53)
- Εικόνα 28. Στιγμιότυπο οθόνης για περιοχές παράδοσης.....(σελ 53)
- Εικόνα 29. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.....(σελ54)
- Εικόνα 30. Στιγμιότυπο οθόνης για ρυθμίσεις αποδεκτών τρόπων πληρωμών.....(σελ 55)
- Εικόνα 31. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.....(σελ 55)
- Εικόνα 32. Στιγμιότυπο οθόνης για τους τρόπους ειδοποίησης των πελατών.....(σελ 56)
- Εικόνα 33. Στιγμιότυπο οθόνης για το customization του checkout.....(σελ 56)
- Εικόνα 34. Το σχεδιάγραμμα του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE.....(σελ 67)
- Εικόνα 35. Το σχεδιάγραμμα του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE.....(σελ 67)
- Εικόνα 36. Στιγμιότυπα οθόνης του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE FASHION στο εργαλείο Wix, κατανεμημένα κατακόρυφα.....(σελ 68-69)

Περίληψη

Το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανάπτυξη ενός ιστότοπου ηλεκτρονικού εμπορίου και ειδικότερα ο σχεδιασμός ενός ηλεκτρονικού καταστήματος για επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην γυναικεία και ανδρική ένδυση και υπόδηση, καθώς και σε αξεσουάρ, υπό την ονομασία «UP2LIFE».

Το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα αναπτύχθηκε με τη βοήθεια του Λογισμικού Κατασκευής Ιστοσελίδων WIX.

Ο στόχος του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ψηφιακή παρουσία της επιχείρησης και η δραστηριοποίησή της στο ηλεκτρονικό επιχειρήν, αυξάνοντας το κύκλο εργασιών της μέσω του ψηφιακού διαύλου πωλήσεων.

Η δομή της παρούσας εργασίας περιλαμβάνει μία εισαγωγή στο Παγκόσμιο Ιστό και τους ιστότοπους, το πλαίσιο ανάπτυξης ιστότοπων με γλώσσες διαδικτυακού προγραμματισμού και Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου, μία συγκριτική μελέτη μεταξύ των πιο γνωστών Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου, καθώς και τα πιο διαδεδομένα Λογισμικά Κατασκευής Ιστοσελίδων. Η εργασία ορίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο, παραθέτει μία σύντομη ιστορική αναδρομή, τις βασικές κατηγορίες και τα είδη ηλεκτρονικού εμπορίου, ενώ επισημαίνει τα οφέλη και τους κινδύνους του για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις.

Η εργασία ολοκληρώνεται με τη βήμα προς βήμα παρουσίαση της διαδικασίας ανάπτυξης του ηλεκτρονικού καταστήματος της «UP2LIFE» και των βασικών λειτουργιών του, μια ανάλυση των πιθανών κερδών και ζημιών της επιχείρησης από τη ψηφιακή παρουσία της, καθώς και μία ανασκόπηση από την εμπειρία χρήσης του εργαλείου WIX.

Κεφάλαιο 1 – Εισαγωγή στο Παγκόσμιο Ιστό και τις Ιστοσελίδες

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – WWW) είναι η πιο δημοφιλής υπηρεσία του Διαδικτύου, η οποία συχνά ταυτίζεται άστοχα με την ίδια την έννοια του Διαδικτύου. Ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελείται από ένα σύνολο κατανεμημένης πληροφορίας με τη μορφή πολυμεσικών εγγράφων, που είναι γνωστά ως ιστότοποι. Αυτά τα πολυμεσικά έγγραφα περιλαμβάνουν πληροφορία υπό τη μορφή κειμένου, υπερκειμένου, εικόνων, βίντεο, ήχου, φορμών και πινάκων. Κάθε ιστότοπος αποτελείται από μία ή περισσότερες τέτοιες σελίδες, οι οποίες εμφανίζονται κάτω από ένα κοινό όνομα χώρου ή domain name, και φιλοξενούνται σε κάποιον εξυπηρετητή ή server. Για τη πρόσβαση ενός χρήστη, που καλείται πελάτης, σε μία ιστοσελίδα πρέπει να αποστείλει ένα HTTP αίτημα προς έναν σέρβερ, γνωστού και ως εξυπηρετητή, ο οποίος με τη σειρά του αναζητεί στα αρχεία του εάν η σελίδα που ζητείται υπάρχει και είναι προσβάσιμη. Σε κάθε περίπτωση, είτε επιτυχίας ή αποτυχίας στην εξυπηρέτηση του αιτήματος του πελάτη, αποστέλλεται μαζί με τη σελίδα ένας κωδικός απόκρισης που δηλώνει τη κατάσταση του αιτήματος, καθώς και οποιοδήποτε έγγραφο συνοδεύει το αίτημα αυτό. Η προσπέλαση ιστότοπων στον Παγκόσμιο Ιστό γίνεται με τη χρήση ειδικού λογισμικού φυλλομετρητών. Τυπικά παραδείγματα τέτοιου λογισμικού είναι το Google Chrome και το Mozilla Firefox.

Οι σελίδες ενός ιστότοπου είναι διασυνδεδεμένες μεταξύ τους μέσω υπερσυνδέσμων ή hyperlinks που υπάρχουν κατανεμημένα σε διάφορα τμήματα του κύριου σώματος της σελίδας, σε πολυμέσα της ή σε συγκεκριμένα στοιχεία γραφικής διεπαφής ή UI components, όπως το μενού πλοήγησης ή navigation menu μιας σελίδας και το υποσέλιδο ή footer της. Οι υπερσύνδεσμοι είθισται να εμφανίζονται με κάποια υπογράμμιση ώστε να διαφοροποιούνται από το απλό κείμενο, ενώ συνήθως εμφανίζεται και ένας διαφορετικός τύπος κέρσορα όταν ο χρήστης περιηγείται πάνω από αυτό, γνωστό και hover στον υπερσύνδεσμο.

Η κατασκευή των ιστοσελίδων απαιτεί τη συγγραφή κώδικα σε κάποια γλώσσα προγραμματισμού διαδικτύου, τόσο στη πλευρά του πελάτη, γνωστό και ως frontend, όσο και στη πλευρά του εξυπηρετητή, γνωστό και ως backend. Βέβαια, απλοί ιστότοποι που περιέχουν στατικό περιεχόμενο και πληροφορία δεν είναι απαραίτητο να έχουν κώδικα στη πλευρά του εξυπηρετητή. Σήμερα παρέχονται στο εμπόριο

ολοκληρωμένα πακέτα ανάπτυξης ιστοσελίδων, τα οποία ελαχιστοποιούν ή μηδενίζουν τις απαιτήσεις σε γνώσεις προγραμματισμού, αφού απαιτούν μικρή ή μηδενική συνεισφορά σε κώδικα. Έτσι, η ανάπτυξη ιστότοπων μπορεί να υλοποιηθεί ακόμα και από απλούς χρήστες, χωρίς προγραμματιστικές δεξιότητες. Η περαιτέρω ανάλυση τέτοιων λύσεων θα γίνει στο Κεφάλαιο 3 της εργασίας με την αναφορά στα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου και τα Λογισμικά Κατασκευής Ιστοσελίδων [1], [2], [3], [4].

Η συγγραφή του κώδικα στο frontend λαμβάνει χώρα σε τρία (3) διακριτά στάδια, τα οποία μπορούν να εκτελεστούν σειριακά, αν και συνήθως απαιτείται μία παράλληλη και επαναληπτική εργασία σε αυτά τα τρία βήματα. Το πρώτο στάδιο σχετίζεται με τη κωδικοποίηση του εγγράφου, τη σήμανσή του, τη τοποθέτηση στοιχείων εμπλουτισμένου εγγράφου, και εν γένει τη δόμηση του κύριου σώματος. Για το σκοπό αυτό, χρησιμοποιείται μία γλώσσα σήμανσης υπερκειμένου, που καλείται HTML, και βασίζεται στη φιλοσοφία του προσδιορισμού της δομής, της θέσης και του περιεχομένου του εγγράφου με τη βοήθεια ετικετών. Για παράδειγμα, σε κάθε ένα UI Component έχει αποδοθεί μία μοναδική ετικέτα για τη σήμανσή του, όπως ετικέτες για επικεφαλίδες, παραγράφους, πίνακες, φόρμες, στοιχεία πολυμέσων, και κουμπιά. Το δεύτερο στάδιο σχετίζεται με την απόδοση στυλ και ύφους στο έγγραφο, δηλαδή με την αισθητική και την εμφάνισή του. Με άλλα λόγια, γράφονται οδηγίες μορφοποίησης για κάθε στοιχείο του εγγράφου. Αυτό επιτυγχάνεται με χρήση της γλώσσα φύλλων ύφους CSS. Για παράδειγμα, ορίζοντας κανόνες στο αρχείο CSS, μπορούμε να μορφοποιήσουμε το κείμενο ως προς το χρώμα, το έγγραφο ως προς τα περιθώρια σελίδας, να αλλάξουμε το φόντο του εγγράφου, να μεταβάλλουμε το μέγεθος των πολυμέσων, και να ορίσουμε τη γραμματοσειρά για τις επικεφαλίδες και τις παραγράφους τους εγγράφου. Ο πυρήνας των λειτουργιών στη πλευρά του πελάτη γράφεται με τη βοήθεια της γλώσσας προγραμματισμού JavaScript και των βιβλιοθηκών που υποστηρίζονται στη γλώσσα αυτή. Με τη JavaScript, το έγγραφο αποκτά δυναμική υπόσταση, ενώ προσφέρει τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης με το χρήστη. Η JavaScript εισάγει προγραμματιστική λογική στο έγγραφο, μιας και τόσο η HTML όσο και η CSS, δεν αποτελούν γλώσσες προγραμματισμού, αν και καταχρηστικά ονομάζουμε την διαδικασία ανάπτυξης των εγγράφων αυτών, ως διαδικασία συγγραφής κώδικα. Η προγραμματιστική λογική αφορά υπό συνθήκη

εντολές ή if..else δομές, βρόγχους επανάληψης, κλήσεις συναρτήσεων και εκτέλεση αριθμητικών και λογικών πράξεων. Επιπλέον, υποστηρίζει και πιο σύνθετες λειτουργίες όπως η ανίχνευση πυροδότησης γεγονότων και δράσεων από το χρήστη, η επικύρωση εισόδων φορμών, η υποβολή φορμών, ο χειρισμός αντικειμένων και δομών δεδομένων, η διασύνδεση με προγραμματιστικές διεπαφές ή APIs, και οι μεταβολές στην εμφάνιση και στο περιεχόμενο σε στοιχεία του εγγράφου, γνωστό και ως DOM Manipulation. Η υποστήριξη της JavaScript γίνεται με βιβλιοθήκες όπως η jQuery, η BootstrapJS, η chartJS και η ReactJS, οι οποίες κυριαρχούν στην αγορά ανάπτυξης ιστοτόπων [2],[3].

Η συγγραφή κώδικα στο backend απαιτεί υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες, καθώς και γνώσεις χειρισμού Βάσεων Δεδομένων, και δε μπορεί να γίνει από κάποιο χρήστη χωρίς τεχνικό υπόβαθρο σε τεχνολογίες Διαδικτύου. Με την υλοποίηση του backend, το έγγραφο αποκτά υψηλή δυναμικότητα και εξατομίκευση, επεκτείνοντας ακόμη περισσότερο τη δυναμική διάσταση της JavaScript. Αυτό συμβαίνει χάρη στη διασύνδεση του εγγράφου με μία Βάση Δεδομένων, στην οποία αποστέλλονται ερωτήματα ή queries για την ανάκτηση πληροφορίας, τη επεξεργασία υπάρχουσας πληροφορίας, ήτοι μεταβολή, ενημέρωση, και διαγραφή της, αλλά και τη προσθήκη νέας πληροφορίας. Οι πιο δημοφιλείς γλώσσες προγραμματισμού στο backend ιστοσελίδων είναι η PHP, την οποία χρησιμοποιεί η πλειοψηφία των ιστοτόπων, η NodeJS που παρουσιάζει αλματώδη άνοδο τα τελευταία χρόνια, αφού βασίζεται στη γλώσσα προγραμματισμού της JavaScript, καθώς και διάφορα frameworks και CMS σε PHP, όπως το Laravel, το WordPress, το Drupal και το Joomla, στα οποία θα αναφερθούμε εκτενώς στο Κεφάλαιο 3. Αξίζει να σημειώσουμε πως η NodeJS παρέχει τη δυνατότητα συγγραφής κώδικα για μία ιστοσελίδα σε κοινή γλώσσα προγραμματισμού, τόσο στο frontend όσο και στο backend [1], [3].

Κεφάλαιο 2 – Ηλεκτρονικό εμπόριο

2.1 Ορισμός

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ή e-Commerce ορίζεται ως η διαδικασία της αγοράς, πώλησης, ή/και ανταλλαγής αγαθών, υπηρεσιών ή/και πληροφοριών μέσω δικτύου υπολογιστών, συμπεριλαμβανομένου και του Διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο

υλοποιείται και υποστηρίζεται από τεχνολογίες αιχμής όπως οι υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους, τα συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών και πληρωμών, η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων, τα συστήματα διαχείρισης αποθήκης, τα συστήματα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας, τα συστήματα ανάλυσης και διαχείρισης ρίσκου, τα συστήματα ανάλυσης και εξόρυξης γνώσης από δεδομένα, καθώς και ψηφιακά εργαλεία διαφημίσεων και μάρκετινγκ. Καθοδηγείται και συσχετίζεται άμεσα από την τεχνολογική πρόοδο σε επιμέρους τομείς Βιομηχανίας, όπως αυτή των ημιαγωγών, των υπολογιστικών συστημάτων, του λογισμικού, των τηλεπικοινωνιών, και των μεταφορών, όπως επίσης και από την επιστημονική πρόοδο σε ερευνητικούς τομείς της επιστήμης των υπολογιστών όπως η Τεχνητή Νοημοσύνη, η Μηχανική Μάθηση, τα Big Data, τα Πληροφοριακά Συστήματα, η Ασφάλεια Υπολογιστών και Δικτύων, και τα Δίκτυα Υπολογιστών. [1], [4], [5], [7].

Το σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο χρησιμοποιεί κατά κύριο λόγο το Παγκόσμιο Ιστό για τουλάχιστον ένα μέρος του κύκλου ζωής της συναλλαγής, ενώ συμπληρωματικά μπορεί να χρησιμοποιεί και υπηρεσίες του Παγκόσμιου Ιστού όπως για παράδειγμα το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο, οι Συνομιλίες Πραγματικού Χρόνου και η Μετάδοση Πολυμέσων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκει εφαρμογή σχεδόν σε κάθε τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας, με χαρακτηριστικά παραδείγματα το λιανικό εμπόριο, τη τραπεζική, την εκπαίδευση, το τουρισμό, την υγεία, και τη ψυχαγωγία. Για παράδειγμα, η αγορά αγαθών μέσω του Amazon, οι υπηρεσίες audio και video streaming του Spotify και του Netflix, οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής e-Banking, καθώς και οι υπηρεσίες κρατήσεων τουριστικών καταλυμάτων, αποτελούν στο σύνολό τους σύγχρονες εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου. Επιπρόσθετα, υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου χαρακτηρίζονται και ηλεκτρονικές συναλλαγές με Κρατικούς Φορείς, όπως η ηλεκτρονική πληρωμή φορολογίας, η ηλεκτρονική πληρωμή προστίμων και παράβολων, καθώς και υποβολή ηλεκτρονικών προσφορών για ανάληψη έργων. Συνεπώς, η έννοια του συγχρόνου ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνει τόσο τη πώληση φυσικών όσο και ψηφιακών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και μία σειρά από ηλεκτρονικές συναλλαγές. Ωστόσο, πρέπει να το τονιστεί ότι η έννοια της ηλεκτρονικής συναλλαγής δε χρειάζεται να περιλαμβάνει την εγχρήματη συναλλαγή μεταξύ δύο μερών, μιας και η υποβολή

εγγράφων στο πλαίσιο οικονομικών δραστηριοτήτων, νοείται ως μέρος του ευρύτερου ηλεκτρονικού εμπορίου [1], [2], [3], [7].

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει παρουσιάζει αλματώδη ανάπτυξη κατά τις τελευταίες δεκαετίες χάρη στα οφέλη που παρουσιάζει τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές. Στο σημείο αυτό, θα παραθέσουμε τα πιο σημαντικά από τα πλεονεκτήματά για κάθε μέρος.

Με τη χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών πωλήσεων, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να κάνει άνοιγμα σε νέες και μεγαλύτερες αγορές, προσεγγίζοντας ένα ευρύτερο καταναλωτικό κοινό με ποικιλομορφία σε δημογραφικά και συμπεριφορικά χαρακτηριστικά, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, με χαμηλό κόστος, και χωρίς να απαιτείται η παρουσία με φυσικό κατάστημα σε μία τοπική αγορά. Ταυτόχρονα, μπορεί να διεκδικήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω εργαλείων σύγκρισης τιμών και αξιολόγησης εμπειρίας καταναλωτών, στη περίπτωση που μπορεί να διαθέσει ένα προϊόν σε χαμηλότερη τιμή από την αντίστοιχη τιμή μίας τοπικής αγοράς ή στη περίπτωση που διαθέτει ένα ποιοτικά ανώτερο προϊόν από την υφιστάμενη ανώτατη ποιότητα μίας τοπικής αγοράς. Επιπλέον, μπορεί να κάνει πωλήσεις 24/7, χωρίς να επιβαρύνεται με επιπλέον κόστος σε ανθρώπινους πόρους και σε λειτουργικά έξοδα, ενώ την ίδια στιγμή μειώνει και τα επίπεδα αποθεμάτων στην αποθήκη της. Με την αξιοποίηση των ψηφιακών εργαλείων και εφαρμογών ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, μπορεί να αυξήσει τα κέρδη της, μεγιστοποιώντας την ωφέλεια χρήσης ψηφιακών καναλιών πωλήσεων. Πιο συγκεκριμένα, κυκλοφορούν στην αγορά εργαλεία, λογισμικά και εφαρμογές με δυνατότητα διαφημιστικής στόχευσης καταναλωτικού κοινού με συγκεκριμένες προδιαγραφές σε δημογραφικά στοιχεία και καταναλωτικές προτιμήσεις, δημιουργίας και ανάλυσης καταναλωτικών προφίλ και συμπεριφορών, διαχείρισης πελατών και τέλος, της λήψης αποφάσεων βασισμένων στα δεδομένα και τη γνώση για τα οικονομικά μεγέθη, τις προμήθειες, την αποθήκη και τους ανθρώπινους πόρους της επιχείρησης. Παρόμοια συστήματα που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό μάρκετινγκ μπορούν να εργαλειοποιηθούν στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως ψηφιακοί κατάλογοι ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με ενημερωτικό υλικό για προσφορές και κυκλοφορίες νέων προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης, και στοχευμένες προτάσεις προϊόντων και υπηρεσιών βάση αναζητήσεων και ολοκληρωμένων αγορών.

Ο καταναλωτής, από τη πλευρά του, μεγιστοποιεί την ωφέλειά του με τη στροφή του προς το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η ωφέλεια αυτή μπορεί να αποτιμηθεί σε χρήματα, χρόνο και ικανοποίηση. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχει άμεση πρόσβαση σε ένα μεγάλο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία μπορεί να συγκρίνει ως προς τη τιμή και τα χαρακτηριστικά τους, ελαχιστοποιώντας το χρόνο που απαιτείται για μία έρευνα αγοράς. Ταυτόχρονα, μπορεί να πραγματοποιεί αγορές 24/7 και χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, με τη ραγδαία ανάπτυξη του τομέα των ταχυμεταφορών, και εν γένει των μεταφορών, να μειώνει σημαντικά το χρόνο αναμονής για τη παραλαβή μιας αγοράς από ψηφιακό κανάλι πώλησης. Επιπλέον, ο καταναλωτής υποστηρίζεται από φυσικούς εκπροσώπους των επιχειρήσεων, αυτοματοποιημένα συστήματα απαντήσεων, εγχειρίδια και οδηγούς αγορών, για τη καθοδήγηση των αγορών του και την επίλυση ζητημάτων σχετικά με τις αγορές, αναβαθμίζοντας ποιοτικά τη καταναλωτική εμπειρία.

Βέβαια, δε πρέπει να παραβλέψουμε μία σειρά από ανησυχίες και κινδύνους που εγείρονται από το ηλεκτρονικό εμπόριο, τόσο στη πλευρά της επιχείρησης όσο και στη πλευρά του καταναλωτή. Το ανταγωνιστικό περιβάλλον στο ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς και η πολυπλοκότητα των ορισμένων σύνθετων συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου, απαιτεί ανθρώπινους πόρους με υψηλή εξειδίκευση σε πολλαπλούς τομείς, οδηγώντας τις επιχειρήσεις να επωμίζονται μία σειρά από κόστη για ανάθεση έργων σε ανάδοχες εταιρίες με δραστηριοποίηση σε αυτούς τους τομείς, όπως ειδικούς στο ψηφιακό μάρκετινγκ και διαφήμιση, ειδικούς στη δημιουργία και ενημέρωση των ψηφιακών καταλόγων, ειδικούς στη διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ειδικούς στη βελτίωση της κατάταξης στις μηχανές αναζήτησης, ειδικούς στη διαχείριση της διαχείριση αποθήκης και αποστολών, και ειδικούς τεχνικούς συντήρησης και αναβάθμισης πληροφοριακών συστημάτων. Ειδικά, οι τεχνικές εργασίες εισάγουν πολύ υψηλό κόστος για την επιχείρηση, αφού συνεχώς πρέπει να υποστηρίζεται τη διαλειτουργικότητά με τραπεζικά συστήματα, με την αποθήκη, με τις εταιρίες ταχυμεταφορών, με τις κρατικές υπηρεσίες, ενώ η συντήρηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος απαιτεί σχεδόν καθημερινές αναβαθμίσεις και ενημερώσεις της λειτουργικότητας του συστήματος ή επιμέρους τμημάτων του συστήματος. Ταυτόχρονα, η οικονομική ανεπάρκεια μιας επιχείρησης στην διάθεση πόρων σε τεχνικό προσωπικό και προσωπικό υψηλής εξειδίκευσης,

μπορεί να θέσει σε κίνδυνο το κεφάλαιο που επενδύθηκε στο ηλεκτρονικό εμπόριο ή να επιμηκύνει το χρόνο απόσβεσης της επένδυσης. Από τη σκοπιά των καταναλωτών, η βασικότερη αιτία της ανησυχίας πηγάζει από τα υψηλά επίπεδα ηλεκτρονικού αναλφαριθμητισμού που παρατηρούνται σε πολλές κοινωνίες. Οι ανησυχίες αυτές επικεντρώνονται κυρίως σε ζητήματα ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών, σε μία περίοδο που οι οικονομικές απάτες μέσω Διαδικτύου εξαπλώνονται με γρήγορο ρυθμό. Επιπλέον, προκύπτουν ανησυχίες σχετικά με το απόρρητο, τα προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτικότητα ως αποτέλεσμα της εκτεταμένης χρήσης των cookies στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Μάλιστα, αγορές αγαθών και υπηρεσιών, και ηλεκτρονικές συναλλαγές ευαίσθητους με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ευαίσθητους τομείς της κοινωνικής ζωής, όπως η υγεία, συγκεντρώνουν υψηλά επίπεδα άρνησης εκτέλεσής τους με ιχνηλάσιμο τρόπο, όπως αυτός του Διαδικτύου.

2.2 Ιστορικές Πτυχές

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, ιστορικά, ξεκινά με μικρά βήματα στις αρχές της δεκαετίας του 90', περίπου την ίδια περίοδο που εμφανίζεται και το Διαδίκτυο. Στις αρχές του 90' άρχισαν να γίνονται οι πρώτες ηλεκτρονικές πωλήσεις μέσω Διαδικτύου, με χαρακτηριστικό παράδειγμα, αυτό της Pizza Hut. Η Pizza Hut δημιούργησε μία πρωτόλεια πλατφόρμα δημιουργίας και αποστολής ηλεκτρονικών παραγγελιών, χωρίς να διαθέτει σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών. Η χρονιά ορόσημο στο ηλεκτρονικό εμπόριο, θεωρείται το 1995, χρονιά που δημιουργούνται οι πλατφόρμες του eBay και της Amazon. Τα δύο αυτά καταστήματα θα αποτελέσουν και τις ναυαρχίδες του ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επόμενες δεκαετίες. Το 1998 κυκλοφορεί το πρώτο εργαλείο που λειτουργεί επικουρικά στα ψηφιακά καταστήματα και βοηθά στην εύρεση τους από τους καταναλωτές. Πρόκειται για τη μηχανή αναζήτησης της Google, ενώ την ίδια χρονιά ξεκινά να δραστηριοποιείται και η Alibaba στο τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ταυτόχρονα, μεσαίες επιχειρήσεις αρχίζουν να στήνουν τα πρώτα ηλεκτρονικά καταστήματα ψηφιακής λιανικής πώλησης. Η επόμενη μεγάλη κίνηση παρατηρείται το 2000, όπου ιδρύεται η PayPal, εταιρία που μέλλει να αλλάξει τα δεδομένα στο ηλεκτρονικό εμπόριο, μιας και προσφέρει μία απλή και ασφαλή λύση εκτέλεσης ηλεκτρονικών πληρωμών. Οι επόμενες δύο δεκαετίες, από το 2000 έως και σήμερα, προσέλκυσαν πολλές επιχειρήσεις στο ψηφιακό κόσμο, αυξάνοντας το κύκλο εργασιών τους σημαντικά. Η

επόμενη επανάσταση συντελείται στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας με τα έξυπνα κινητά, τα οποία φέρνουν το ηλεκτρονικό εμπόριο στην οθόνη του κινητού τηλεφώνου ενός καταναλωτή, ο οποίος μπορεί να πραγματοποιήσει ψηφιακά μίας αγοράς εν κινήσει. Τέλος, το 2021, η πανδημία του COVID-19 θα φέρει τη πιο πρόσφατη έκρηξη στο ηλεκτρονικό εμπόριο, αφού τα περιοριστικά μέτρα από τις κυβερνήσεις για τη πρόσβαση σε φυσικά καταστήματα, οδήγησε τις επιχειρήσεις να κάνουν, σχεδόν συνολικά, στροφή προς τα ψηφιακά κανάλια πώλησης.

2.3 Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Από τη προηγούμενη ενότητα, έγινε σαφές πως το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αφορά μόνο ψηφιακές πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου για την εκτέλεση ηλεκτρονικών συναλλαγών, τη καθιέρωση της επωνυμίας της επιχείρησης, την ανάπτυξη φήμης, την αξιολόγηση εμπειριών και τη καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές. Για παράδειγμα υπάρχουν ιστότοποι που καταναλωτές αναφέρουν την εμπειρία τους από ηλεκτρονικά καταστήματα, ιστότοποι με κριτικές από αγορές προϊόντων και υπηρεσιών, ενημερωτικοί ιστότοποι με πληροφοριακό υλικό για καταστήματα, προϊόντα και υπηρεσίες, ιστότοποι που παρέχουν affiliate links για προϊόντα στο πλαίσιο ανάπτυξης εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές και χορηγούμενες αναρτήσεις σε ιστότοπους για την καθιέρωση της επωνυμίας μιας επιχείρησης από άτομα με επιρροή στο Διαδίκτυο.

2.4 Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Στο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις θεμελιώδεις κατηγορίες οι οποίες διαμορφώνονται ανάλογα με το ποια είναι τα συναλλασσόμενα μέρη. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή [B2C]**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή ή Business to Consumer ή B2C αφορά τις εφαρμογές ηλεκτρονικού λιανικού εμπορίου με τη μορφή ηλεκτρονικών καταστημάτων και αποτελούν το πιο διαδεδομένο τρόπο ηλεκτρονικού εμπορίου. Στη κατηγορία αυτή ανήκουν όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα που πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους. Τυπικά παραδείγματα είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της UP2LIFE, ένα ηλεκτρονικό

βιβλιοπωλείο, ένα ηλεκτρονικό φαρμακείο, και μια πλατφόρμα ενοικίασης αυτοκινήτου.

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση [B2B]**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση ή Business to Business ή B2B αφορά ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων με σκοπό τη βελτίωση της συνεργασίας τους, την απλοποίηση των διαδικασιών, τη μείωση του κόστους προμηθειών και των logistics, την επιτάχυνση των διαδικασιών αποστολών παραλαβών, τη βελτίωση της επικοινωνίας, το ποιοτικότερο έλεγχο, την ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης και τις οικονομικές συναλλαγές τους. Με το τρόπο αυτό, η εμπειρία χρήσης των καταναλωτών βελτιώνεται, αυξάνεται η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης στους τομείς που σχετίζονται με τη διαδικασία με υπό-εργασίες του ηλεκτρονικού εμπορίου με συνέπεια τη μεγαλύτερη κερδοφορία και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Δημόσια Διοίκηση [B2G]**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης προς Δημόσια Διοίκηση ή Business to Government ή B2G αφορά ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων και Δημόσιων και Κυβερνητικών Φορέων και Οργανισμών. Στην ουσία, πρόκειται για ηλεκτρονικές συναλλαγές οικονομικού ή νομικού χαρακτήρα και σχετίζονται άμεσα με τον έλεγχο και την εφαρμογή του κανονιστικού νομικού, οικονομικού και φορολογικού πλαισίου στο οποίο πρέπει να προσαρμόζεται η επιχείρηση. Σπανιότερα, αφορά και συναλλαγές ενημερωτικού χαρακτήρα, μέσω αιτημάτων από τη πλευρά της επιχείρησης.

- **Ηλεκτρονικό εμπόριο Καταναλωτή προς Καταναλωτή [C2C]**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο Καταναλωτή προς Καταναλωτή ή Customer to Customer ή C2C αφορά ηλεκτρονικές μεταξύ καταναλωτικών οντοτήτων, συνήθως μέσω κάποιας παρένθετης οντότητας στη μέση, η οποία λαμβάνει όφελος από τη συναλλαγή αυτή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι ιστότοποι που παρέχουν «χώρο» σε καταναλωτές να πουλήσουν προϊόντα ή υπηρεσίες με αντάλλαγμα κάποια συνδρομή ή προμήθεια από τη συναλλαγή αυτή. Ενδεικτικά, αναφέρουμε τον ιστότοπο του eBay, που αποτελεί ορόσημο στο C2C εμπόριο, ενώ οι πρόσφατα εμφανιζόμενες εφαρμογές στο τομέα του sharing economy, όπως η Airbnb, εντάσσονται στη κατηγορία αυτή.

2.5 Ηλεκτρονικά καταστήματα

E-shop, γνωστά και ως ηλεκτρονικά καταστήματα, αποτελούν ιστότοποι ή εφαρμογές για τη πώληση προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και γενικότερα για την εκτέλεση ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα αποτελούνται από πολυμεσικό περιεχόμενο, όπως φωτογραφίες και βίντεο, πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, όπως τιμές, προσφορές, χαρακτηριστικά, και αξιολογήσεις, ενώ ενσωματώνουν και λειτουργικότητες όπως διαχείριση ηλεκτρονικών παραγγελιών, εκτέλεση ηλεκτρονικών πληρωμών και παρακολούθηση μετρικών για καταναλωτικούς δείκτες. Η δομή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος δίνει τη δυνατότητα σε απλούς χρήστες να διαχειρίζονται τους καταλόγους και το περιεχόμενο χωρίς να απαιτούνται γνώσεις προγραμματισμού ή εξειδικευμένη γνώση στα πληροφοριακά συστήματα. Όπως θα αναφέρουμε και στη συνέχεια, ακόμα και η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος έχει αναχθεί σε απλή διαδικασία, χάρη στη πληθώρα εργαλείων ανάπτυξης που προσφέρονται.

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα βρίσκονται σε πλήρη αντιστοιχία με αυτά του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για το λόγο αυτό, παρατηρείται ραγδαία αύξηση στη δημιουργία τους, αφού σχεδόν κάθε επιχείρηση διαθέτει παρουσία στο Διαδίκτυο μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος, ενώ σε πολλές περιπτώσεις, επιχειρήσεις διαθέτουν αποκλειστικά ψηφιακή παρουσία, χωρίς φυσικό κατάστημα.

Κεφάλαιο 3 – Εργαλεία Ανάπτυξης Διαδικτυακών Εφαρμογών

Διαχείρισης Περιεχομένου

Μία εφαρμογή διαχείρισης περιεχομένου μπορεί να αναπτυχθεί με τρεις (3) τρόπους. Ο πρώτος τρόπος αφορά τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου, γνωστά και ως CMS, ο δεύτερος τα Λογισμικά Κατασκευής Ιστοσελίδων, γνωστά και ως Website Builders, και ο τρίτος, τις custom υλοποιήσεις με τη βοήθεια κάποιου framework για Διαδικτυακές Εφαρμογές. Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναλύσουμε τους δύο πρώτους τρόπους ανάπτυξης, που αποτελούν και τους πλέον δημοφιλείς τρόπους, οι οποίοι δεν απαιτούν, συνήθως, υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες, σε αντίθεση με τον τρίτο, ο οποίος απαιτεί γνώση κάποιας γλώσσας προγραμματισμού τόσο στη

πλευρά του πελάτη, ήτοι στο frontend, όσο και στη πλευρά του εξυπηρετητή, ήτοι στο backend.

3.1 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS)

Η ανάπτυξη ενός ιστότοπου, μέχρι και πριν από μερικά χρόνια, αποτελούσε μία διαδικασία που απαιτούσε τη σύναψη συμβολαίου με κάποια εταιρία παροχής υπηρεσιών πληροφορικής ή κάποιον προγραμματιστή με ειδικευση σε τεχνολογίες Διαδικτύου. Μάλιστα, πολλές λειτουργικότητες ενός ιστότοπου δεν υποστηρίζονταν από τις εταιρίες αυτές, όπως συμβαίνει σήμερα, αλλά θα έπρεπε και αυτές με τη σειρά τους να ανατεθούν σε εξωτερικούς συνεργάτες. Για παράδειγμα, τα γραφιστικά ενός ιστότοπου, το μάρκετινγκ ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και η δημιουργική γραφή ενός ιστολογίου, δεν αποτελούσαν προσφερόμενες υπηρεσίες από τους αναδόχους των έργων ανάπτυξης Διαδικτυακών Εφαρμογών, με συνέπεια το κόστος να είναι δυσπρόσιτο για τη μικρή και μεσαία επιχείρηση, αλλά και τον μέσο ελεύθερο επαγγελματία που επιθυμούσε να έχει ψηφιακή παρουσία.

Η έλευση των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου άλλαξε άρδην αυτή τη κατάσταση, αφού η ανάπτυξη ενός ιστότοπου μετατράπηκε σε μία σειρά εργασιών ρουτίνας, ως εναλλακτική λύση σε custom υλοποιήσεις που προσφέρονταν μέχρι τότε. Μάλιστα, το κόστος ανάπτυξης μειώθηκε ραγδαία, αφού ο χρόνος υλοποίησης του έργου, καθώς και η απασχόληση ανθρώπινων πόρων μειώθηκε σημαντικά. Έτσι, ξεκίνησαν να αναδύονται μία σειρά από ιστότοποι στο Διαδίκτυο και να αποκτούν παρουσία σε αυτό επιχειρήσεις και φυσικά πρόσωπα, κάνοντας το άλμα προς τη Κοινωνία της Πληροφορίας και τη Ψηφιακή Εποχή.

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου αποτελούν ολοκληρωμένες λύσεις για τη δημιουργία ενός ιστοτόπου καθώς και για τη διαχείριση του περιεχομένου του. Ωστόσο, διαφοροποιείται από τα frameworks ανάπτυξης διαδικτυακών εφαρμογών, τα οποία προσφέρουν μόνο λύσεις ανάπτυξης ιστοτόπων, χωρίς να περιλαμβάνουν τη διαχείριση του περιεχομένου της εφαρμογής, ειδικά από απλούς χρήστες χωρίς τη γνώση προγραμματισμού. Με άλλα λόγια, πρόκειται για ένα εύχρηστο και μη-τεχνικό εργαλείο διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου, όπως κειμένων, εικόνων, βίντεο, εγγράφων, φορμών, και πινάκων, το οποίο μπορεί να μετασχηματίσει μία απλή σελίδα στο Διαδίκτυο σε ολοκληρωμένο ιστότοπο ή εφαρμογή.

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου, τόσο ανοιχτού όσο και κλειστού κώδικα, είναι χιλιάδες στην αγορά, με τα πλέον αντιπροσωπευτικά παραδείγματα να είναι το WordPress, το Joomla και το Drupal. Ωστόσο, κάθε ένα από αυτά παρουσιάζει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, βρίσκει καλύτερη εφαρμογή σε συγκεκριμένη κατηγορία εφαρμογών, ενώ απευθύνεται σε χρήστες με διαφορετικό επίπεδο γνώσης και αντίληψης του Διαδικτύου και της επιστήμης των υπολογιστών. Για το λόγο αυτό, θα κάνουμε μία σύντομη ανασκόπηση των συστημάτων αυτών, ώστε να παραθέσουμε τα χαρακτηριστικά τους, καθώς και τα πεδία εφαρμογής τους.

3.1.1 WORDPRESS

Το WordPress είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, ανοικτού κώδικα, γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP, ενώ χρησιμοποιεί ένα σχεσιακό σχήμα για την αποθήκευση στη Βάση Δεδομένων, υποστηριζόμενο συνήθως από τη MySQL. Η εγκατάστασή του είναι εξαιρετικά απλή και ενδείκνυται για απλούς χρήστες χωρίς προγραμματιστικές γνώσεις.

Μετά την εγκατάσταση του WordPress σε ένα κεντρικό υπολογιστή, ήτοι σε έναν web server, ο απλός χρήστης ή/και διαχειριστής του ιστότοπου έχει πρόσβαση στο κεντρικό πίνακα ελέγχου (dashboard) του WordPress, το οποίο παρέχει μία φιλική εμπειρία χρήσης και είναι αρκετά απλό στη λειτουργία του. Μάλιστα, ένας χρήστης χωρίς προγραμματιστικές δεξιότητες μπορεί να δημοσιεύσει άμεσα περιεχόμενο και να εγκαταστήσει πρόσθετα που επεκτείνουν τη λειτουργικότητά του. Έτσι, απλά blogs και προσωπικές σελίδες μπορούν να κατασκευαστούν μέσα σε λίγες ώρες από αρχάριους χρήστες του, επικουρούμενα από τη πληθώρα τεκμηρίωσης που υπάρχει ελεύθερα στο Διαδίκτυο.

Το WordPress παρέχει μεγάλη ποικιλία σε πρόσθετα, επεκτάσεις και θέματα, περισσότερα από κάθε άλλο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου. Ωστόσο, στη πλειοψηφία τους απαιτούν αγορά, είτε άμεσα ή προσφέρουν μια δοκιμαστική περίοδο χρήσης ή προσφέρουν ένα όριο εξυπηρέτησης αιτημάτων. Βέβαια, τα συγκεκριμένα πρόσθετα αποτελούν ολοκληρωμένες προγραμματιστικές λύσεις, παρακάμπτοντας τη συγγραφή κώδικα, με αποτέλεσμα η επιλογή τους να αποτελεί μονόδρομο. Για παράδειγμα, υπάρχουν πρόσθετα για ηλεκτρονικές πληρωμές, για βελτίωση του SEO,

για ηλεκτρονικό εμπόριο, για βελτίωση της ασφάλειας, για δημιουργία ηλεκτρονική καμπάνιας, και παρακολούθησης στατιστικών του ιστότοπου.

Σήμερα, η συντριπτική πλειοψηφία των ιστοτόπων που υποστηρίζονται από Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου έχουν υλοποιηθεί με το WordPress. Μάλιστα, έρευνες έχουν δείξει ότι περισσότεροι από 450 εκατομμύρια ιστότοποι χρησιμοποιούν το WordPress, καθιστώντας το ως το πλέον δημοφιλές Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, και τη PHP ως τη πλέον ευρέως χρησιμοποιούμενη τεχνολογία στο Διαδίκτυο.

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου του WordPress.

Πλεονεκτήματα

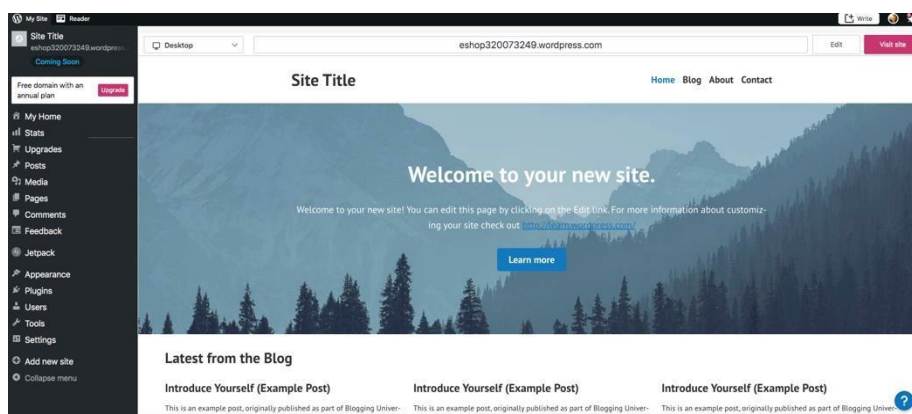
- Το WordPress είναι Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα και διατίθεται δωρεάν.
- Το WordPress διαθέτει τεράστια ευελιξία ως προς τις περιπτώσεις χρήσης και τις εφαρμογές του.
- Το WordPress είναι αρκετά εύχρηστο, έχει γραφική διεπαφή φιλική προς το χρήστη και πλήθος τεκμηρίωσης για χρήση από μη εξειδικευμένους χρήστες.
- Το WordPress είναι φιλικό στις μηχανές αναζήτησης, ενώ μπορούν να αυξηθούν οι δυνατότητες στο πεδίο αυτό με χρήση κατάλληλων plugins.
- Το WordPress διαθέτει τεράστια βιβλιοθήκη με μεγάλη ποικιλία θεμάτων για κάθε που συμβάλλουν στην υψηλή αισθητική των ιστοτόπων του.
- Το WordPress έχει υψηλές δυνατότητες επεκτασιμότητας μέσω plugins, η εγκατάσταση των οποίων δεν απαιτεί υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες.
- Το WordPress διαθέτει τη μεγαλύτερη κοινότητα ενεργών χρηστών και προγραμματιστών από κάθε άλλο CMS.

Μειονεκτήματα

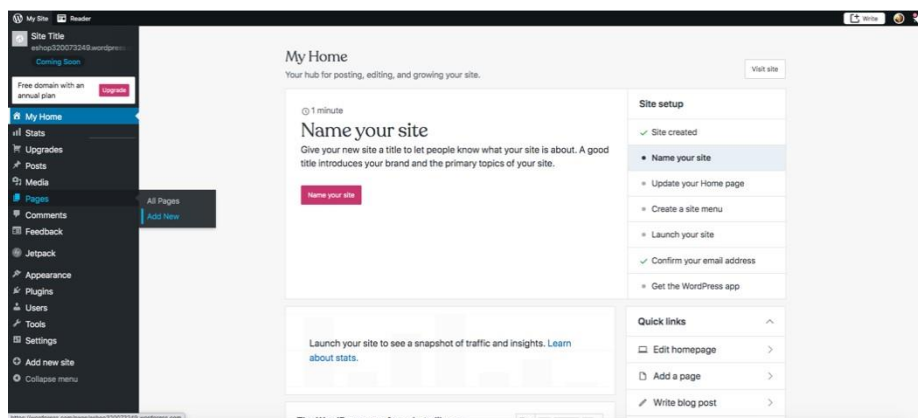
- Το WordPress παρέχει συχνά αναβαθμίσεις, η εγκατάσταση των οποίων μπορεί να προκαλέσει δυσλειτουργία αν δε γίνουν από προγραμματιστή.
- Το WordPress παρουσιάζει μειωμένη απόδοση σε σύγκριση με άλλα CMS

όταν χρησιμοποιείται για μικρούς ιστότοπους, λόγω του μεγάλου κώδικα.

- Το WordPress παρουσιάζει αρκετές ευπάθειες ως CMS και συχνά παρατηρούνται σημαντικά κενά στην ασφάλεια.



Εικόνα 1. Στιγμιότυπο οθόνης από το διαχειριστικό περιβάλλον του WordPress.



Εικόνα 2. Στιγμιότυπο οθόνης από το διαχειριστικό περιβάλλον του WordPress.

3.1.2 DRUPAL

Το Drupal είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, ανοικτού κώδικα, γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP, ενώ χρησιμοποιεί ένα σχεσιακό σχήμα για την αποθήκευση στη Βάση Δεδομένων, υποστηριζόμενο συνήθως από τη MySQL. Η εγκατάστασή του είναι αρκετά απλή, ωστόσο η παραμετροποίησή του δεν είναι απλή, αφού απαιτεί υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες.

Η εγκατάσταση του Drupal γίνεται σε κάποιον κεντρικό υπολογιστή, που χρησιμοποιείται ως server, και η πρόσβαση σε αυτό γίνεται μέσω ενός απλού browser. Ωστόσο, απλοί χρήστες, χωρίς ιδιαίτερες προγραμματιστικές δεξιότητες, πρέπει να αποφεύγουν τη διαδικασία αυτή, καθώς η παραμετροποίησή του, καθώς μπορεί να προκληθούν μη αντιστρεπτά σφάλματα. Σύνηθες σφάλμα αποτελεί η

λανθασμένη κωδικοποίηση χαρακτήρων στη Βάση Δεδομένων όταν δημιουργούμε ιστότοπους που δε χρησιμοποιούν λατινικό αλφάβητο, όπως γίνεται κατά κόρον στην Ελλάδα.

Το Drupal έχει χαρακτηριστεί απλό πολλούς προγραμματιστές, ως ένα πολύ σπουδαίο εργαλείο στην ανάπτυξη ιστοτόπων, χάρη στον αρθρωτό σχεδιασμό του, την υψηλή επεκτασιμότητα και τις τεράστιες δυνατότητες παραμετροποίησής του. Ωστόσο, σε σύγκριση με παρόμοια Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου όπως το WordPress και το Joomla, δε προσφέρει μία φιλική εμπειρία στον απλό χρήστη τόσο ως προς τη διαχείριση περιεχομένου και την εκτέλεση απλών εργασιών επέκτασης, παραμετροποίησης, συντήρησης και αναβάθμισης.

Σήμερα έχουμε πολλά παραδείγματα ιστοτόπων τα οποία έχουν υλοποιηθεί με το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου του Drupal. Το Drupal χρησιμοποιείται ευρέως από Κυβερνητικούς Οργανισμούς, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική.

Κυβερνητικές Ιστοσελίδες σε Drupal

- House of Representatives, USA [<https://adams.house.gov/>]
- NASA, USA [<https://nasa.gov>]
- European Commission, EU [<https://ec.europa.eu>]
- Fundamental Rights Agency, EU [<https://fra.europa.eu>]
- European Banking Authority, EU [<https://eba.europa.eu>]
- Στρατολογία, GR [<https://stratologia.gr>]

Εμπορικές Ιστοσελίδες σε Drupal

- Tesla Inc. [<https://tesla.com>]
- Harvard University [<https://gsas.harvard.edu/>]
- Le Figaro News [<https://lefigaro.fr>]
- ABS CBN News [<https://news.abs-cbn.com>]

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου Drupal.

Πλεονεκτήματα

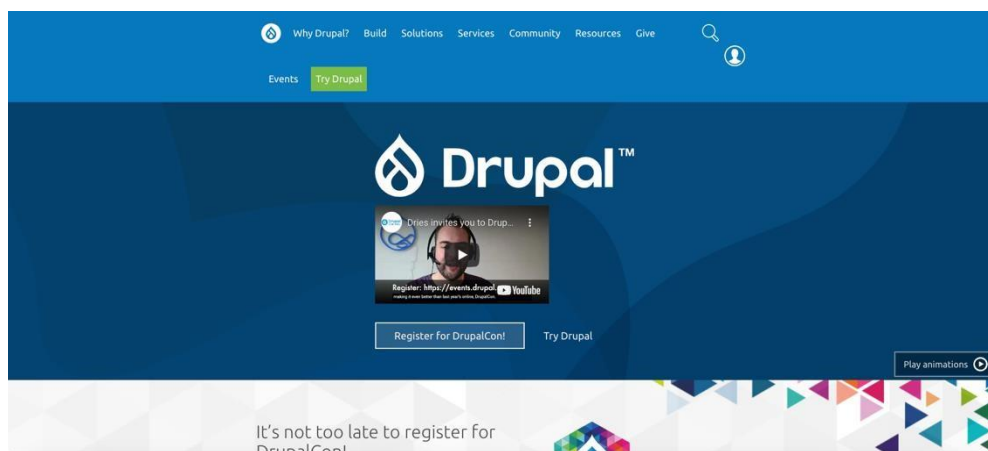
- **Επεκτασιμότητα:** Το Drupal διαθέτει έναν ισχυρό πυρήνα με υψηλές δυνατότητες, ο οποίος είναι επεκτάσιμος τόσο με έτοιμα modules όσο και με τη συγγραφή κατάλληλου κώδικα από προγραμματιστές.
- **Ασφάλεια:** Το Drupal διαθέτει μία ισχυρή και ενεργή κοινότητα προγραμματιστών που ενημερώνουν συνεχώς τα κενά ασφαλείας, μιας και ο κώδικάς του είναι ανοιχτός, διευκολύνοντας τον εντοπισμό ευπαθειών και κενών ασφαλείας.
- **Ισχυρή κοινότητα:** Το Drupal διαθέτει μία τεράστια και ενεργή κοινότητα προγραμματιστών που αναπτύσσουν προγραμματιστικές βιβλιοθήκες και κατασκευάζουν επεκτάσεις, τις οποίες ενημερώνουν τακτικά και τις βελτιώνουν ως προς τα κενά ασφαλείας και τα προγραμματιστικά σφάλματα.
- **Ελεύθερο Λογισμικό:** Δεν απαιτείται άδεια για την εγκατάσταση και χρήση του Drupal, ενώ ο πηγαίος κώδικάς του είναι ανοιχτά προσβάσιμος.
- **Πολυγλωσσική υποστήριξη:** Το Drupal υποστηρίζει τη πολυγλωσσικότητα του ιστότοπου τόσο με core modules όσο και με τις επεκτάσεις του, ενώ δεν απαιτεί ιδιαίτερες προγραμματιστικές γνώσεις.
- **Ενημερώσεις:** Το Drupal παρέχει πολύ συχνές ενημερώσεις πυρήνα και επεκτάσεων, καλύπτοντας κενά ασφαλείας και επεκτείνοντας τις δυνατότητές του.

Μειονεκτήματα

- **Απαίτηση υψηλών προγραμματιστικών ικανοτήτων:** Το Drupal απαιτεί υψηλές προγραμματιστικές ικανότητες με τη γλώσσα προγραμματισμού PHP, καθώς δε παρέχει εύκολη παραμετροποίηση και επέκταση σε απλούς χρήστες.
- **Υψηλό κόστος ανάπτυξης:** Η ανάπτυξη ενός ιστότοπου με βάση το Drupal αποτελεί μια εργασία με υψηλές απαιτήσεις σε χρόνο και χρήματα.
- **Περιορισμένα πρότυπα εμφάνισης και θέματα:** Το Drupal έχει περιορισμένες αισθητικές δυνατότητες, καθώς η κοινότητα παρέχει ελάχιστα σύγχρονα θέματα, ενώ η αγορά ενός θέματος Drupal είναι αρκετά ακριβή.
- **Μικρή κοινότητα στην Ελλάδα:** Το Drupal δεν είναι τόσο διαδεδομένο στην Ελλάδα, όσο το Joomla και το WordPress καθώς αυτά δεν απαιτούν ειδικές

γνώσεις σχεδίασης και προγραμματισμού, με αποτέλεσμα η κοινότητα να αριθμεί μικρό αριθμό προγραμματιστών και χρηστών.

Ο πυρήνας του Drupal περιλαμβάνει τον κώδικα που συνθέτει τα βασικά του δομικά στοιχεία (modules). Τα modules παρέχουν τη βασική λειτουργικότητα του Drupal, όπως η διαχείριση του περιεχομένου, η διαχείριση των χρηστών, η ταξινόμηση και η προτυποποίηση. Πιο συγκεκριμένα, τα modules του πυρήνα του Drupal περιλαμβάνονται Basic Content Management, User Management, Session Management, URL Aliasing, Localization, Templating, Syndication και Logging.



Εικόνα 3. Περιβάλλον του Drupal

3.1.3 JOOMLA

Το Joomla είναι ένα αρθρωτό Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, ανοικτού κώδικα, γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP, ενώ χρησιμοποιεί ένα σχεσιακό σχήμα για την αποθήκευση στη Βάση Δεδομένων, υποστηριζόμενο από τη MySQL. Η εγκατάστασή του είναι σχετικά απλή, χωρίς να απαιτεί υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες, ωστόσο απαιτήσεις για σύνθετη λειτουργικότητα από ιστότοπους δεν μπορούν να υποστηριχθούν από έναν απλό χρήστη.

Η εγκατάσταση του Joomla γίνεται σε κάποιον κεντρικό υπολογιστή, που χρησιμοποιείται ως server, και η πρόσβαση σε αυτό γίνεται μέσω ενός απλού browser. Μετά την εγκατάσταση, λαμβάνονται credentials από τον διαχειριστή του ιστότοπου, ώστε να τον παραμετροποιήσει, εγκαθιστώντας θέματα ή/και λειτουργικότητες. Ταυτόχρονα, το Joomla δίνει τη δυνατότητα απόδοσης

διαβαθμισμένων ρόλων σε χρήστες ώστε να διαχειρίζονται το περιεχόμενο του ιστότοπου.

Σήμερα έχουμε πολλά παραδείγματα ιστότοπων τα οποία έχουν υλοποιηθεί με το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου του Joomla, χωρίς να διακρίνονται μεταξύ αυτών μεγάλου οικονομικού μεγέθους επιχειρήσεις. Το Joomla χρησιμοποιείται ευρέως στην Ελλάδα για την ανάπτυξη ιστότοπων στο σχολικό δίκτυο, ήτοι ιστότοπων κάτω από το domain name .sch .gr, ενώ υπάρχουν και παραδείγματα κυβερνητικών υπηρεσιών, ήτοι ιστότοπων κάτω από το domain name .gov.gr, που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.

Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου Joomla.

Πλεονεκτήματα

- Το Joomla παρέχει ένα αρκετά φιλικό και απλό περιβάλλον διαχείρισης προς τους απλούς χρήστες και διαχειριστές των ιστότοπων.
- Το Joomla παρέχει σύνθετες δυνατότητες διαχείρισης περιεχομένου, μιας και κατασκευάστηκε ως επιχειρησιακό προϊόν.
- Το Joomla παρέχει μια τεράστια βιβλιοθήκη από πρόσθετα και modules σε ανοιχτό κώδικα, χωρίς κάποια χρέωση για την εγκατάσταση και χρήση τους.
- Το Joomla παρέχει μια τεράστια βιβλιοθήκη από πρότυπα και θέματα που προσδίδουν υψηλή αισθητική στους ιστότοπους του.
- Το Joomla διαθέτει αρκετά ισχυρή και ενεργή κοινότητα απλών χρηστών και προγραμματιστών.
- Το Joomla έχει γραμμική και ομαλή καμπύλη εκμάθησης με αποτέλεσμα απλοί χρήστες να μπορούν να εκτελούν σύνθετες λειτουργίες.

Μειονεκτήματα

- Το Joomla απαιτεί βασικές προγραμματιστικές γνώσεις και δεν είναι εύκολο να χρησιμοποιηθεί από απλούς χρήστες.
- Το Joomla μπορεί να παρουσιάσει αστάθεια με την εγκατάσταση πολλαπλών προσθέτων (plugins).

- Το Joomla παρέχει περιορισμένη υποστήριξη ως προς την απόδοση δικαιωμάτων σε χρήστες (access control) για συγκεκριμένες σελίδες.
- Το Joomla δεν είναι φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης και υστερεί σημαντικά ως προς το SEO.
- Το Joomla παρουσιάζει ευπάθειες ως προς την ασφάλεια και ιστότοποι του γίνονται συχνά στόχοι επιθέσεων.

3.1.4 Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα

Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα ή Open Source Software αποτελεί λογισμικό με πηγαίο κώδικα ανοιχτά προσβάσιμο προς κάθε χρήστη. Κάθε χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει το κώδικα αυτό χωρίς να είναι υποχρεωμένος να προμηθευτεί κάποια άδεια, για οποιαδήποτε χρήση, εμπορική ή μη, ενώ έχει το δικαίωμα τον αντιγράψει, να τον μελετήσει, να τον τροποποιήσει και να τον αναδιανέμει ελεύθερα. Λογισμικά Ανοιχτού Κώδικα διατίθενται σχεδόν για κάθε εμπορική εφαρμογή, όπως το Libre Office ως λύση Ανοιχτού Λογισμικού γραφείου για τη σουίτα Office της Microsoft, το Apache ως λύση Ανοιχτού Λογισμικού για υπηρεσίες εξυπηρετητή, καθώς και το δημοφιλές Linux, το οποίο αποτελεί ένα Λειτουργικό Σύστημα Ανοιχτού Κώδικα, δηλαδή τον πυρήνα του λογισμικού ενός υπολογιστή.

Σε άμεση αντιστοιχία προς το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα έρχονται και τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοιχτού Κώδικα που αναφέραμε προηγουμένως. Στην ουσία, πρόκειται και πάλι για λογισμικό με πηγαίο κώδικα προσβάσιμο στους προγραμματιστές. Έτσι, με τη κατάλληλη τροποποίηση μπορεί να εκτελέσει συγκεκριμένες ενέργειες και να παραμετροποιηθεί κατάλληλα ώστε να ενσωματώνει επιθυμητές λειτουργίες. Οι λειτουργίες αυτές μπορούν στη συνέχεια να διαμοιραστούν στη κοινότητα και να χρησιμοποιηθούν ως έτοιμες λύσεις από άλλους χρήστες του ίδιου λογισμικού, μιας και η συνεισφορά στη κοινότητα αποτελεί μία θεμελιώδη αρχή για τα Λογισμικά Ανοιχτού Κώδικα. Με αυτό το τρόπο, προκύπτουν και οι μεγάλες βιβλιοθήκες από πρόσθετα και θέματα που παρέχουν τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοιχτού Κώδικα, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την εξέλιξη και δημιουργία καινούργιων.

Στο σημείο αυτό, θα κάνουμε μία γρήγορη ανασκόπηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων που συναντάμε σε Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα.

Πλεονεκτήματα:

- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει τεχνολογική ευελιξία, καθώς προσφέρει πολλούς εναλλακτικούς τρόπους για την επίλυση ενός προβλήματος.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει υψηλές δυνατότητες παραμετροποίησης και επεκτασιμότητας με αποτέλεσμα να καλύπτει το σύνολο των αναγκών που μπορεί να προκύψουν κατά τη σχεδίαση ενός προβλήματος προγραμματισμού, ενώ μπορεί να ενσωματώσει άμεσα έτοιμο κώδικα, ώστε να επεκτείνει τη λειτουργικότητά του.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει αποτελεί το ιδανικότερο εργαλείο για την εκπαίδευση και απόκτηση εμπειρίας από αρχάριους προγραμματιστές.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει ταχύτητα στην εύρεση λύσεων αφού ο προγραμματιστής μπορεί να αποφασίσει εάν μπορεί να επιλύσει το πρόβλημά του με αυτό, μετά την εγκατάστασή του και τη χρήση του, ενώ, αντίθετα, στο Λογισμικό Κλειστού Κώδικα πρέπει να κάνει κάποια αγορά πριν το χρησιμοποιήσει.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει μία δωρεάν λύση σε ανθρώπους με στενή οικονομική δυνατότητα, σε εταιρίες που θέλουν να μειώσουν τα λειτουργικά κόστη, αλλά και σε νέες εταιρίες που δε θέλουν να αναλάβουν το ρίσκο της αγοράς πολλαπλών αδειών εμπορικού λογισμικού.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει τον ιδανικό ρυθμό αποτελεσματικότητας προς κόστος, αφού οι σύνθετες λειτουργικότητες των εμπορικών λογισμικών που δεν υποστηρίζονται από αυτά, χρησιμοποιούνται σπάνια από τους πελάτες. Μάλιστα, είναι περισσότερο συμφέρον να αναζητηθούν αυτές οι σύνθετες λειτουργικότητες on demand, παρά στα πλαίσια αγοράς ενός εμπορικού λογισμικού.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει υψηλά standards ασφάλειας, αφού καθημερινά εντοπίζονται ευπάθειες από τη κοινότητα του, προσφέροντας τακτικά αναβαθμίσεις ασφαλείας. Αξίζει να σημειωθεί ότι ευπάθεια σε εμπορικό λογισμικό μπορεί να αργήσει να εντοπιστεί για μεγάλο χρονικό διάστημα, με αποτέλεσμα τη μεγιστοποίηση της ζημιάς προς το χρήστη.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα προσφέρει μία λύση λογισμικού με μηδενικό κόστος συντήρησης, αφού η ίδια η κοινότητα αναλαμβάνει να το αναβαθμίζει.

Μειονεκτήματα:

- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα δε προσφέρει αρκετά καλή τεκμηρίωση καθώς τα εγχειρίδια χρήσης γράφονται από προγραμματιστές και όχι ειδικούς στη συγγραφή τεχνικών κειμένων, με αποτέλεσμα να παρατηρούνται ελλείψεις, ασάφειες και κενά.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα τείνει να μετατρέπεται σε «αρένα» αφού πολλοί προγραμματιστές προσπαθούν να προωθήσουν τις δικές τους προγραμματιστικές αντιλήψεις ως τις πλέον άρτιες λύσεις. Το φαινόμενο αυτό συναντάται στη χρήση της γλώσσας Python από νέους προγραμματιστές που είναι υπερβολικά υψηλού επιπέδου για προγραμματιστές που έχουν πείρα σε γλώσσες όπως η C/C++, αλλά και στη διαμάχη περί δόμησης του κώδικα διαδικαστικά ή αντικειμενοστρεφώς.
- Το Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα δε παρουσιάζει καινοτομίες, παρά μιμείται κάποιο εμπορικό λογισμικό και τη λειτουργικότητά του.

3.2 Πλατφόρμες Λογισμικών Κατασκευής Ιστοσελίδων (Website Builders)

Σήμερα, στη αγορά του IT υπάρχουν αρκετές πλατφόρμες που προσφέρουν εξειδικευμένα Λογισμικά Κατασκευής Ιστοσελίδων, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα σε απλούς χρήστες χωρίς προγραμματιστικές δεξιότητες να αναπτύξουν το δικό τους ιστότοπο, από απλές προσωπικές σελίδες έως ηλεκτρονικά καταστήματα και ενημερωτικούς ιστότοπους. Οι πλατφόρμες αυτές προσφέρουν έναν σύγχρονο, απλό, δημιουργικό και γρήγορο τρόπο για την υλοποίησή τους, ενώ προσφέρουν πρότυπα υψηλής παραμετροποίησης και πρόσθετα ή plug-ins που μπορούν να προσθέσουν πολλαπλές λειτουργικότητες στον ιστότοπο, όπως πρόσθετα ηλεκτρονικού εμπορίου, πρόσθετα blogging, πρόσθετα για ηλεκτρονικές πληρωμές, και πρόσθετα για κρατήσεις. Επιπρόσθετα, οι πλατφόρμες αυτές προσφέρουν περιβάλλον φιλοξενίας και domain names για τους ιστότοπους. Οι πιο γνωστές πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται στο Λογισμικό Κατασκευής Ιστοσελίδων είναι :

- WIX
- WEEBLY
- SQAURESPACE
- STRIKINGLY

3.2.1 WEEBLY

Το Weebly είναι μία πλατφόρμα Λογισμικού Κατασκευής Ιστοσελίδων που δραστηριοποιείται από το 2006 στο τομέα αυτό, ξεπερνώντας τους 8,5 εκατομμύρια χρήστες που έχουν κατασκευάσει τη προσωπική τους ιστοσελίδα μέσα από τη πλατφόρμα αυτή. Είναι εξαιρετικά εύχρηστη και κατανοητή, ακόμα και για αρκετά άπειρους χρήστες με τις τεχνολογίες διαδικτύου. Επίσης, παρέχει πολλά χρήσιμα plug-ins, τα περισσότερα από τα οποία είναι δωρεάν, ενώ ορισμένα είναι επί πληρωμή με πολύ μικρό κόστος. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της πλατφόρμας αποτελεί ο drag and drop editor που απλουστεύει στο μέγιστο τη διαδικασία ανάπτυξης.

Πλεονεκτήματα

- Το Weebly παρέχει ένα περιβάλλον αρκετά απλό και φιλικό προς τον απλό χρήστη.
- Το Weebly προσφέρει μεγάλη ποικιλία από θέματα και πρόσθετα χωρίς να απαιτείται κάποια πληρωμή για τα περισσότερα από αυτά.
- Το Weebly παρέχει δωρεάν στατιστικά στοιχεία επισκεψιμότητας για τον ιστότοπο χωρίς να είναι απαραίτητη διασύνδεση με Google Analytics.

Μειονεκτήματα

- Το Weebly έχει περιορισμένες δυνατότητες ως προς τη λειτουργικότητα των ιστότοπων που κατασκευάζονται, συνεπώς δεν ενδείκνυται για blogs και ηλεκτρονικά καταστήματα.
- Το Weebly έχει περιορισμένες δυνατότητες ως προς το SEO και δεν είναι φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης.
- Το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών της Weebly δεν αξιολογείται ως καλό, ενώ οι χρήστες συχνά έχουν τεχνικά ζητήματα, που δεν υποστηρίζονται επαρκώς.

3.2.2 SQUARESPACE

Η Squarespace είναι μια αμερικανική εταιρεία που παρέχει μία πλατφόρμα κατασκευής και φιλοξενίας ιστότοπων. Στην ουσία, παρέχει ένα λογισμικό με βάση το Διαδίκτυο ως υπηρεσία για τη δημιουργία και τη φιλοξενία ιστότοπων και επιτρέπει στους χρήστες να χρησιμοποιούν προκατασκευασμένα πρότυπα ιστότοπου

πολλαπλών χρήσεων. Ο χρήστης των υπηρεσιών της Squarespace αγοράζει ένα συνδρομητικό πακέτο υπηρεσιών που επιτρέπει τη διαβαθμισμένη πρόσβαση σε υπηρεσίες, θέματα, domain name, και χώρο φιλοξενίας σε εξυπηρετητή, ανάλογα με τις ανάγκες του.

Το εργαλείο του Squarespace ενδείκνυται για απλούς χρήστες χωρίς προγραμματιστικές δεξιότητες που επιθυμούν την υλοποίηση προσωπικών σελίδων, blogs, μικρών καταστημάτων και portfolios. Το εργαλείο αυτό έχει περιορισμένες δυνατότητες και δε μπορεί να ανταπεξέλθει σε χρήστες που επιθυμούν custom υλοποιήσεις, καθώς η παραμετροποίηση που προσφέρει αφορά κυρίως το αισθητικό κομμάτι, ήτοι το κομμάτι της εμφάνισης, ενώ ακόμα και σε αυτό, σε ορισμένες περιπτώσεις απαιτεί τη γνώση προγραμματισμού. Σε καμία περίπτωση, δεν επιτρέπει χειρισμούς στη πλευρά του εξυπηρετητή (backend).

Πλεονεκτήματα

- Το Squarespace δίνει τη δυνατότητα εγκατάστασης και ανάπτυξης σύνθετης λειτουργικότητας ιστότοπων χωρίς προγραμματιστικές γνώσεις.
- Το Squarespace παρέχει ένα υπερβολικά απλό και φιλικό περιβάλλον διαχείρισης του ιστότοπου για απλούς χρήστες.
- Το Squarespace προσφέρει μοντέρνα και υψηλής αισθητικής θέματα, τα οποία είναι ταξινομημένα με βάση τη κατηγορία του ιστότοπου.
- Το Squarespace προσφέρει θέματα με αποκριτική σχεδίαση (full-responsive), υποστηρίζοντας κάθε πιθανή συσκευή, ήτοι κινητό, tablet, και υπολογιστή.
- Το Squarespace είναι αρκετά φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης, ενώ δίνει τη δυνατότητα τροποποίησης meta-ετικετών για βελτιστοποίησή του SEO.
- Το Squarespace προσφέρει πληθώρα επεκτάσεων για το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως e-mail marketing, παρακολούθηση αποθεμάτων αποθήκης, payment gateways, και στοχευμένες προτάσεις αγοράς βάση του προφίλ καταναλωτή.

Μειονεκτήματα

- Το Squarespace δε προσφέρει δωρεάν έκδοση, πάρα μόνο μία δοκιμαστική περίοδο χρήσης, και χρέωση μετά από αυτή.

- Το Squarespace δεν υποστηρίζει αρκετά πρόσθετα και επεκτάσεις, ειδικά από τρίτους (third-party plugins).
- Το Squarespace δε μπορεί να υποστηρίξει υψηλά παραμετροποιήσιμους ιστότοπους, ούτε σύνθετες και on-demand λειτουργικότητες.
- Για τη τροποποίηση ενός θέματος, συνήθως, απαιτείται προγραμματιστική γνώση από τον χρήστη, ήτοι γνώσεις HTML και CSS.

The screenshot shows the 'What's your site about?' form in the Squarespace interface. The form is titled 'What's your site about?' and includes a sub-header 'This will help us find you some starting ideas and examples.' Below this, there are several rows of category buttons: Food, Health & Beauty, Fashion (selected), Personal & CV, Photography, Education, Technology, Fitness, Music, Gaming, Non-Profit, Travel, Marketing, Consulting, Art, Jewelry, Politics, Magazine, Restaurants, Interior Design, and Design. At the bottom, there is a text input field labeled 'Describe your site...' and two buttons: 'SKIP' and 'NEXT'.

Εικόνα 4. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (What's your site about?)

The screenshot shows the 'What are your top goals?' form in the Squarespace interface. The form is titled 'What are your top goals?' and includes a sub-header 'Select all that apply. If something interests you but isn't a top priority, no worries. You can add all our features to any template.' Below this, there is a grid of checkboxes for various goals: Sell services, Sell memberships, Build community, Offer a contact form, Get appointments, Promote an event or project, Showcase work/expertise, Promote a physical business, Publish a blog or other media, Market myself or my business, Collect donations, and Sell products (checked). At the bottom, there are three buttons: 'BACK', 'SKIP', and 'NEXT'.

Εικόνα 5. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (What are your top goals?)

Where are you in your process?

Let us know what stage you're at.

 Collecting inspiration
 Formalizing an idea or personal project
 Turning a project or hobby into a business
 Growing an existing business
 Replace my site with one from Squarespace

BACK

SKIP

FINISH

Εικόνα 6. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (Where are you in your process?)

2

The screenshot shows the Squarespace website interface. At the top, there's a navigation bar with 'SQUARESPACE', 'PRODUCTS', 'TEMPLATES', 'RESOURCES', and a 'GET STARTED' button. The main heading is 'Starting points for your fashion site.' Below this, there's a grid of filters categorized by 'TYPE' and 'TOPIC'. Under 'TYPE', 'Online Store' is selected. Under 'TOPIC', 'Fashion' is selected. Below the filters, there's a section titled 'Best template matches' showing two website templates: 'Alameda' and 'Anise'.

Εικόνα 7. Περιβάλλον εργαλείου Squarespace (Starting points for your fashion site)**3.2.3 WIX**

Το WIX αποτελεί μία από τις πλέον δημοφιλείς πλατφόρμες για την κατασκευή ιστοσελίδας με website builder. Χρησιμοποιείται τόσο από αρχάριους χρήστες χωρίς γνώσεις προγραμματισμού, μιας και παρέχει μια αρκετά αυτοματοποιημένη και απλή διαδικασία ανάπτυξης, αλλά και από χρήστες με γνώσεις προγραμματισμού, αφού σε ορισμένες περιπτώσεις, που δεν απαιτείται custom υλοποίηση για έναν πελάτη, η λύση του WIX είναι συμφέρουσα τόσο σε χρήμα όσα και σε χρόνο.

Η φιλοσοφία του WIX βασίζεται σε έναν drag and drop editor μέσω του οποίου «συναρμολογείτε» τμηματικά ο ιστότοπος, ενώ ταυτόχρονα μία μεγάλη συλλογή από πρόσθετα δίνουν τη δυνατότητα επέκτασης, όπως για παράδειγμα, πρόσθετα σχετικά

με το ηλεκτρονικό εμπόριο, με το SEO, με το blogging, και τις ηλεκτρονικές πληρωμές.

Πλεονεκτήματα

- Το WIX προσφέρει δωρεάν έκδοση σε απλούς χρήστες που θέλουν να αναπτύξουν ιστοσελίδες.
- Το WIX δεν απαιτεί τη γνώση κάποιας γλώσσας προγραμματισμού για την ανάπτυξη κάποιου ιστότοπου, ακόμα και ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Το WIX παρέχει μία γραφική διεπαφή, απλή και φιλική προς τον απλό χρήστη.
- Το WIX επιδέχεται υψηλής παραμετροποίησης με μία σειρά από δωρεάν ή φθηνά πρόσθετα (plugins).
- Το WIX προσφέρει υψηλής ποιότητας εξυπηρέτηση πελατών, σε καθημερινή και 24ωρη βάση.
- Το WIX προσφέρει πρόσθετα για τη βελτίωση του SEO, αν και χωρίς αυτά δε θεωρείται αρκετά φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης.

Μειονεκτήματα

- Το WIX δεν επιτρέπει μεταβολές στο πρότυπο που επιλέχθηκε κατά την αρχικοποίηση του ιστοτόπου.
- Το WIX προσφέρει πρότυπα που απαιτούν αρκετή παραμετροποίηση ώστε να καλύπτουν το business objective ενός ιστότοπου.

Δυνατότητες εργαλείου WIX

Το Wix ανάλογα με τον κλάδο ή τον τομέα του χρήστη προσφέρει την δυνατότητα χρήσης πολλών εργαλείων που καθιστούν το site που θα δημιουργηθεί ελκυστικό και εύχρηστο ως προς τη λειτουργία του.

1. **Wix Booking:** Είναι ένα εργαλείο που δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να κάνει κράτηση μέσω διαδικτύου. Ταυτόχρονα, εξυπηρετεί τον διαχειριστή της σελίδας στο να οργανώνει το πρόγραμμά του αποτελεσματικά καθώς και να εξοφλείται το ποσό της κράτησης την ίδια στιγμή.

2. **Wix music:** Μια καινοτόμα πλατφόρμα για τους μουσικούς που επιθυμούν να επεκτείνουν το ακροατήριό τους διατηρώντας την πλήρη δημιουργική ελευθερία. Η Wix Music επιτρέπει την πώληση της μουσικής του χρήστη μέσω του προσωπικού του ιστότοπου διατηρώντας το 100% των κερδών του. Παράλληλα δίνεται η δυνατότητα να προωθηθούν οι ήχοι του σε πάνω από 120 ψηφιακά καταστήματα.
3. **Wix Stories:** Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι αρκετά συναρπαστικό αλλά παράλληλα και δύσκολο πεδίο. Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων που δημιουργούν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα καταλαβαίνουν σε σύντομο χρονικό διάστημα τα οφέλη του καθώς και τις δυσκολίες του. Η πλατφόρμα Wix Stories είναι σχεδιασμένη ώστε να εγγυάται πως η παρουσίαση των προϊόντων γίνεται με τον πιο δελεαστικό τρόπο στους πελάτες και εξασφαλίζει την ομαλή εξέλιξη της αγοράς. Η σχεδίαση του κουμπιού “call to action” αυξάνει τις πωλήσεις πείθοντας τους πελάτες να πραγματοποιήσουν μια αγορά, χωρίς την φυσική επικοινωνία πωλητή-αγοραστή. Στόχος της Wix είναι να ελαχιστοποιεί τις δυσκολίες και να μεγιστοποιεί τα οφέλη για τη δημιουργία ισχυρού ηλεκτρονικού καταστήματος δίνοντας κίνητρο στον σχεδιαστή για την υλοποίηση του e-shop.
4. **Βασικές εφαρμογές:** Η Wix App Market προσφέρει πλήθος εφαρμογών που βοηθούν τον χρήστη να επιλέξει τις κατάλληλες ώστε να μεγιστοποιήσει τις δυνατότητες του. Για παράδειγμα, οι χάρτες Google, όπου προσφέρουν οδηγίες, εξειδικευμένες φόρμες για την διατήρηση επαφής με τους επισκέπτες και εργαλεία τιμολόγησης.
5. **Mobile Go:** Διατίθεται έκδοση κινητού τηλεφώνου μέσω Wix. Έχει παρατηρηθεί στατιστικά ότι οι χρήστες του διαδικτύου “σερφάρουν” πολύ περισσότερο από το κινητό τους παρά από τον ηλεκτρονικό τους υπολογιστή. Σύμφωνα με τη Google θα δοθεί προτεραιότητα στα αποτελέσματα αναζήτησης, ένα φιλικό προς το χρήστη περιβάλλον για τις κινητές συσκευές. Ο επεξεργαστής Wix για κινητά τηλέφωνα ενεργοποιεί εύκολα την προβολή από κινητά, την προσαρμογή της διάταξης και τον σχεδιασμό για όλα τα μεγέθη οθόνης. Πολύ

σημαντική λεπτομέρεια είναι η δυνατότητα ανάγνωσης του site , η πλοήγηση σε αυτό και το μέγεθος των εικόνων του.

6. **Wix Contacts:** Το Wix Contacts δίνει την δυνατότητα προσαρμογής πεδίων και συλλογής των πληροφοριών των επαφών της πλατφόρμας που επιθυμεί ο χρήστης. Δίνεται η επιλογή τεσσάρων τύπων πεδίων : Κείμενο, Αριθμός Τηλεφώνου, ημερομηνία και URL διεύθυνση. Οι πληροφορίες που συλλέγονται εμφανίζονται στο πεδίο Επεξεργασία Επαφής(Contacts & CRM -> Edit Contact) για την εύρεση επαφών.
7. **Wix Forum:** Με το φίλτρο ανεπιθύμητης αλληλογραφίας ο διαχειριστής της ιστοσελίδας μπορεί να ελέγχει τις δημοσιεύσεις των μελών της. Με τη βοήθεια των Spam Words διασφαλίζεται πως δεν θα δημοσιευθούν δημοσιεύσεις και σχόλια που περιέχουν λέξεις που βρίσκονται στην λίστα ανεπιθύμητης αλληλογραφίας του διαχειριστήτουιστότοπου. Οι φιλτραρισμένες λέξεις μετατρέπουν τις λέξεις αυτές σε όταν εμφανίζονται σε σχόλια και αναρτήσεις.
8. **Wix Logo Maker:** Το εργαλείο αυτό φτιάχτηκε για να μπορεί ο χρήστης να δημιουργήσει ένα μοναδικό επαγγελματικό λογότυπο βασισμένο στις προτιμήσεις του και χρησιμοποιώντας το από το site του μέχρι και τις επαγγελματικές του κάρτες.
9. **Vector Art:** Το Vector Art βοηθά στην δημιουργία ενός εκπληκτικού περιεχομένου για την δημιουργία του ιστότοπου. Μέσω αυτής της επιλογής μπορεί ο χρήστης να δημιουργήσει ξεχωριστές απεικονίσεις, Μπορεί να αλλάξει το χρώμα, τη θέση ή και το μέγεθος (χωρίς να αλλοιωθεί η υψηλή ποιότητα ανάλυσης, ώστε η Vector Art να είναι ευκρινής από οποιαδήποτε συσκευή). Από την επιλογή αυτού του εργαλείου μπορεί ακόμα να δημιουργήσει και το λογότυπο της ιστοσελίδας ή και της επιχείρησης του επιλέγοντας μια εικόνα Vector Art και το όνομα που επιθυμεί.
10. **Fonts & Text:** Στο πεδίο αυτό ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε 20 γραμματοσειρές, επιλέγοντας αυτή που ταιριάζει στο κείμενό του

και προσαρμόζοντας το σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία όπου αυτός επιθυμεί μέσα στον ιστότοπο. Είτε στο κέντρο, είτε πάνω-κάτω, είτε δεξιά-αριστερά.

11. **Wix Answer:** Είναι το λογισμικό κέντρου βοήθειας που δημιουργήθηκε από τη Wix και υποστηρίζει πάνω από 120 εκατομμύρια χρήστες. Ο χρήστης μπορεί να το εγκαταστήσει και να το χρησιμοποιήσει δωρεάν. Αυτό βοηθά στην στήριξη των πελατών του σε συνδυασμό με τη καλή βάση γνώσεων, το ενσωματωμένο τηλεφωνικό κέντρο αλλά και το σύστημα των επιλογών έκδοσης εισιτηρίου όπου συσχετίζεται άμεσα με τις ενημερωμένες πληροφορίες λαμβάνοντας δεδομένα ώστε να κατανοεί τον χρήστη και τις ανάγκες του. Ο διαχειριστής μπορεί να εγκαταστήσει ένα widget όπου οι χρήστες να έχουν πρόσβαση σε σεμινάρια, άρθρα ή και στο τηλεφωνικό κέντρο κάνοντας ένα κλικ, προσαρμόζοντας το help desk ώστε να διευκολύνεται ο χρήστης, αποστέλλοντας ένα μήνυμα ώστε να έρθει σε επαφή με το κέντρο εισιτηρίων. Ένα χαρακτηριστικό που ξεχωρίζει είναι το Analytics το οποίο προσφέρει κορυφαίες γνώσεις σχετικά με τη λειτουργία του προϊόντος αλλά και με τη γνώμη των χρηστών.
12. **Wix Video:** Μέσα από εννέα διατάξεις δίνεται η δυνατότητα στον σχεδιαστή της ιστοσελίδας να κάνει περιγραφές δίπλα από τα video του, να προβάλλει extra video στο κανάλι και να προσαρμόσει την εμφάνιση της προβολής. Μπορεί να προσθέσει Video απο Youtube, Facebook, Wix κ.α. δημοσιεύοντας αυτόματα περιγραφές, κατηγορίες και ετικέτες video.
13. **Wix Chat:** Με το Wix Chat μπορεί ο σχεδιαστής της σελίδας να λαμβάνει τις ειδοποιήσεις του στην επιφάνεια εργασίας. Μπορεί να δημιουργήσει χαιρετισμούς και μήνυμα απόκρισης όπως και μέσω μιας συνομιλίας να αποστείλει τα προϊόντα που θέλει να αγοράσει ο χρήστης.
14. **Templates:** Οι λειτουργίες επιλέγονται ώστε να ταιριάζουν με το πρότυπο.

Ευχρηστία εφαρμογής

Όσο ενδιαφέρον και να είναι ένα site πρέπει να είναι και φιλικό προς τον χρήστη (User Friendly). Με αυτή την έννοια εννοούμε πως η σελίδα πρέπει πρώτα να λειτουργεί και μετά να λειτουργεί σωστά. Όταν ένα site δεν λειτουργεί σωστά έχει ως αποτέλεσμα να χάνει τους χρήστες-επισκέπτες του καθώς θα μένουν δυσαρεστημένοι. Γι' αυτό κατά τη δημιουργία του site πρέπει να δίνεται μεγάλη σημασία στα παρακάτω:

1. **Ροή πλοήγησης:** Πρώτα πρέπει να βεβαιωθεί ο διαχειριστής πως η δομή του site του είναι σαφής. Πρέπει δηλαδή οι επισκέπτες να μπορούν να κατανοήσουν εύκολα που είναι τι και να περιηγηθούν εύκολα μεταξύ των σελίδων και των υπό σελίδων χρησιμοποιώντας το μενού ή τους εσωτερικούς συνδέσμους που υπάρχουν.

2. **Ιεραρχία Περιεχομένου:** Μέσα στο περιεχόμενο του site πρέπει να υπάρχει μια σωστή ιεραρχία ώστε να καθοδηγεί τους επισκέπτες του όπου θέλει ο σχεδιαστής της εφαρμογής και να κάνουν αυτό που επιθυμεί. Όπως να κάνουν Upgrade, να αγοράσουν το προϊόν που προωθεί το site, να γράψουν comment κ.α. Οι σημαντικότερες πτυχές πρέπει να είναι τονισμένες και εμφανής με τη βοήθεια του σχεδιασμού. Κάποια παραδείγματα σωστής ιεραρχίας κειμένου είναι τα παρακάτω: Γνωριμία με το κοινό, όταν γίνει κατανοητό το είδος του κοινού γίνεται αναζήτηση για το τι είναι αυτό που θα το διευκολύνει. Οι δημοσιεύσεις που γίνονται έπειτα είναι σαν να μιλάς στο κοινό έχοντας μια άμεση συζήτηση. Η χρήση σύντομων, διασκεδαστικών τίτλων τραβούν την προσοχή του επισκέπτη και ειδικά όταν υπάρχουν λέξεις κλειδιά όπου εστιάζουν ακριβώς στο νόημα. Οι προτάσεις πρέπει να είναι μικρές και εστιασμένες.

3. **Call to Action:** Τα CTAs είναι τα μηνύματα που προσκαλούν τους επισκέπτες του

site να λάβουν άμεση δράση. Σε αρκετές ιστοσελίδες έχουν παρατηρηθεί κουμπιά όπως: “Register Free” ή “Get Yours Today” ή “Αγοράστε τώρα” ή “Κάντε Εγγραφή”. Με απλά λόγια το call to action ειδικά όταν είναι σε μορφή κουμπιού λέει στον επισκέπτη ρητά τι θέλει ο σχεδιαστής, να κάνει ο επισκέπτης στην ιστοσελίδα.

Το call to action είναι από 2-4 λέξεις και είναι από τα σημαντικά μέρη της ιστοσελίδας επειδή κατευθύνει εκεί που θέλει τον επισκέπτη! Ένας καλά σχεδιασμένος ιστότοπος μπορεί να ανεβάσει την επιχείρηση τοποθετώντας το κουμπί στο κέντρο της ιστοσελίδας έτσι ώστε να παρακινεί τους χρήστες να το πατήσουν. Για την ακρίβεια η ποιότητα του CTA μπορεί να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία του site.

4. **Αναγνωσιμότητα:** Κάθε site εκτός από user friendly πρέπει να είναι και εύκολα κατανοητό. Αυτό σημαίνει πως τα κείμενα με τα οποία έχει σχεδιαστεί το site πρέπει να είναι αντιληπτά στο κοινό για το οποίο απευθύνονται. Η σωστή γραμματοσειρά, το χρώμα της, και το μέγεθος, θέλουν προσοχή σε σύγκριση με το φόντο.

5. **Footer:** Το κάτω μέρος της ιστοσελίδας όπου αποκαλείται footer, είναι το σημείο όπου φαίνονται όλες οι υπό σελίδες του site. Το footer χρησιμοποιείται για τη βελτίωση της χρηστικότητας του site, παραδείγματος χάρη εκεί μπορούν να προστεθούν όλες οι πληροφορίες του ιδιοκτήτη, η περιοχή που εδρεύετε και η φόρμα εγγραφής συμπεριλαμβανομένων και των κουμπιών για τη σύνδεση στο social media.

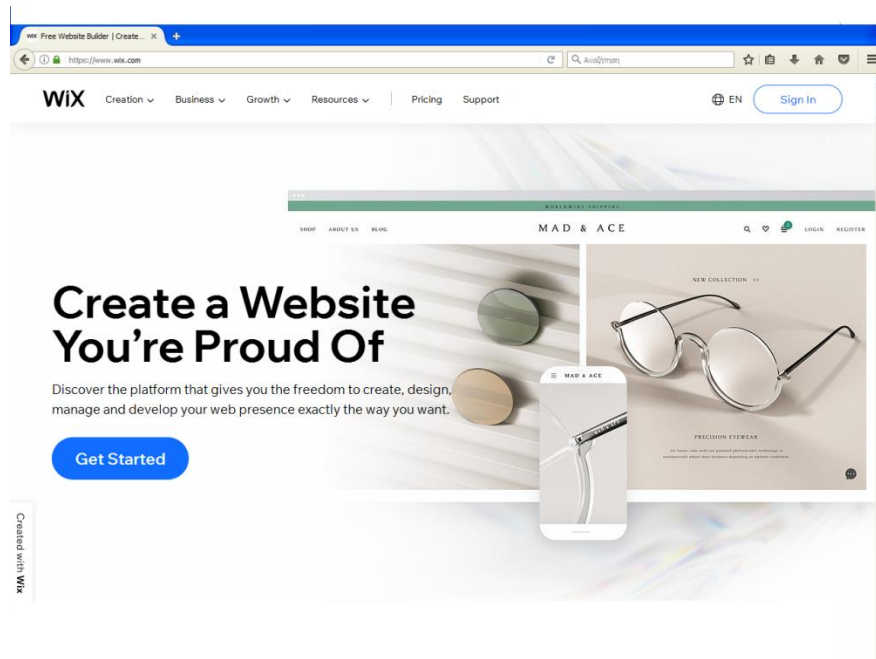
Κεφάλαιο 4 – Σχεδιασμός Ηλεκτρονικού Καταστήματος (e-shop)

Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναφερθούμε στη διαδικασία ανάπτυξης του ηλεκτρονικού καταστήματος «UP2LIFE» με τη βοήθεια του εργαλείου WIX. Σε κάθε βήμα της ανάπτυξης, παρουσιάζεται η μεθοδολογία και τα βήματα που ακολουθήθηκαν, καθώς και ενδεικτικά στιγμιότυπα οθόνης.

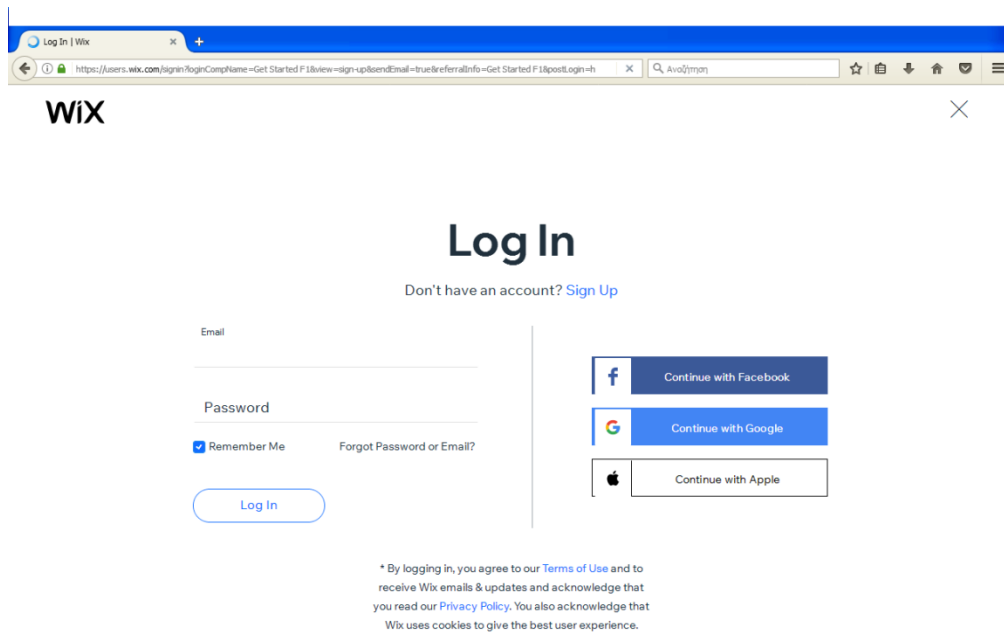
4.1 Βήμα 1^ο: Δημιουργία Λογαριασμού

Η χρήση του εργαλείου WIX προϋποθέτει τη δημιουργία λογαριασμού στη πλατφόρμα, μέσα από τη κεντρική σελίδα του wix.com και το κουμπί «Sign Up». Η διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού είναι αρκετά απλή και σύντομα, απαιτώντας την συμπλήρωση μίας φόρμας με τα προσωπικά στοιχεία μας, τα δημογραφικά στοιχεία μας, καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας μας. Με την συμπλήρωση και υποβολή της φόρμας αυτής, λάβαμε ένα αυτοματοποιημένο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ώστε να επιβεβαιώσουμε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,

ολοκληρώνοντας τη διαδικασία εγγραφής. Από τη στιγμή αυτή και μετά, είμαστε έτοιμοι να χρησιμοποιήσουμε τη πλατφόρμα και να ξεκινήσουμε την ανάπτυξη της ιστοσελίδας του.



Εικόνα 8. Το αρχικό περιβάλλον του εργαλείου Wix

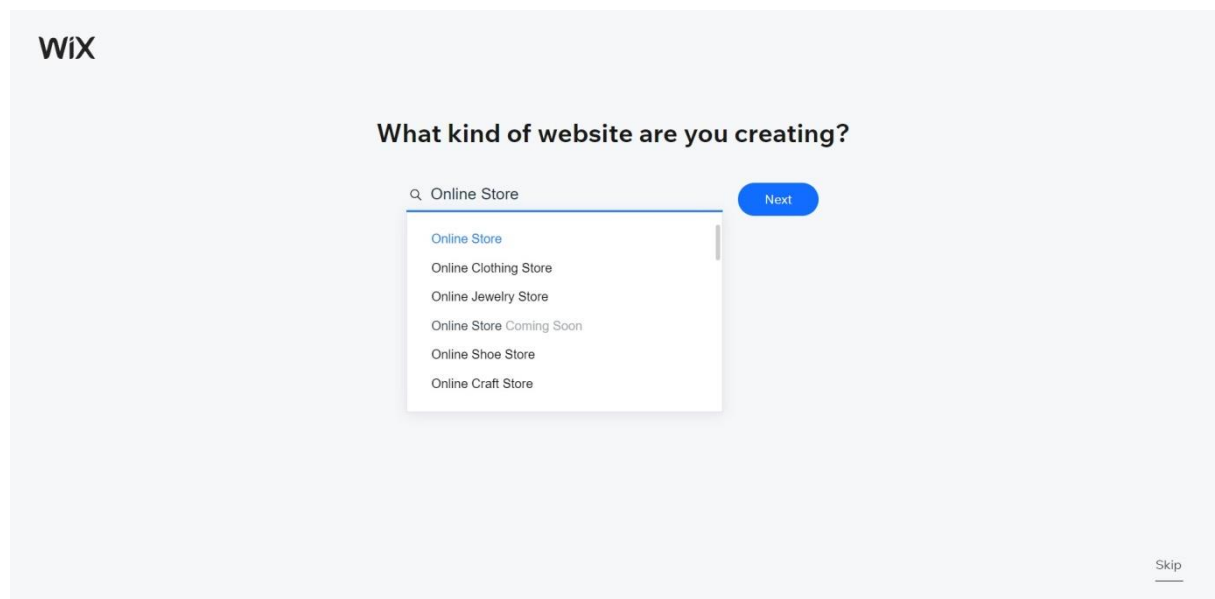


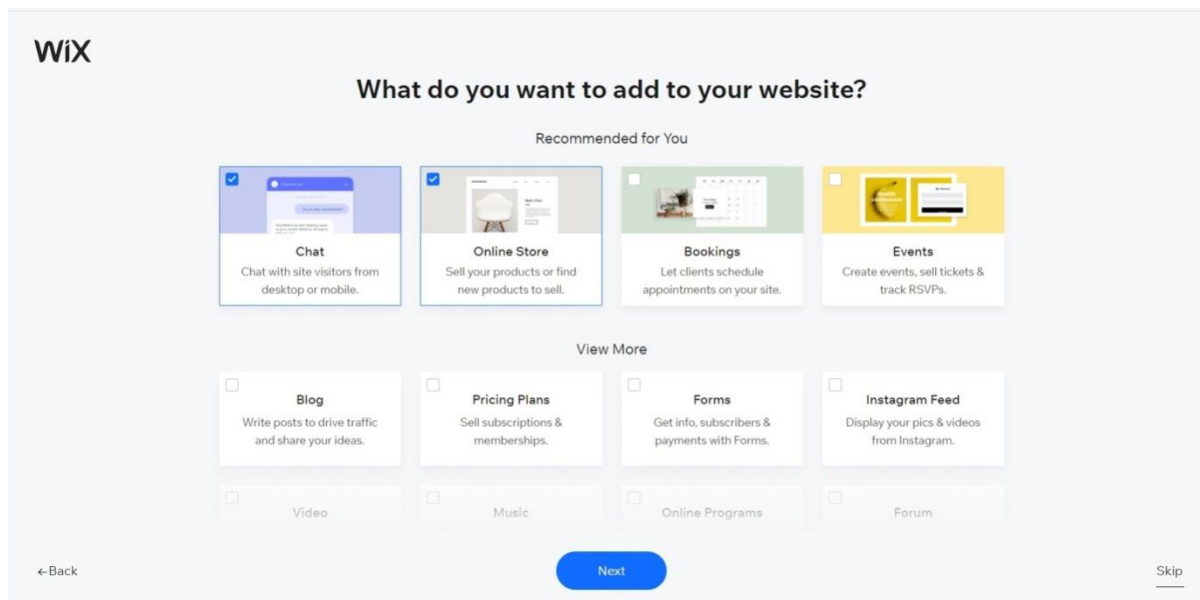
Εικόνα 9. Η πλατφόρμα εγγραφής και σύνδεσης του διαχειριστή για την δημιουργία WebSite με το εργαλείο Wix

Μετά την συμπλήρωση των στοιχείων που απαιτούνται γίνεται η εγγραφή στην πλατφόρμα και στην συνέχεια ξεκινάει η δημιουργία της ιστοσελίδας.

Έπειτα ζητείται η συμπλήρωση κάποιων πεδίων, όπως η επιλογή του είδους της ιστοσελίδας για την σωστή καθοδήγηση του σχεδιαστή, σύμφωνα με το είδος της ιστοσελίδας αλλά και την εμπειρία του σχεδιαστή. Δίνεται η δυνατότητα παράπεμψης των επιλογών.

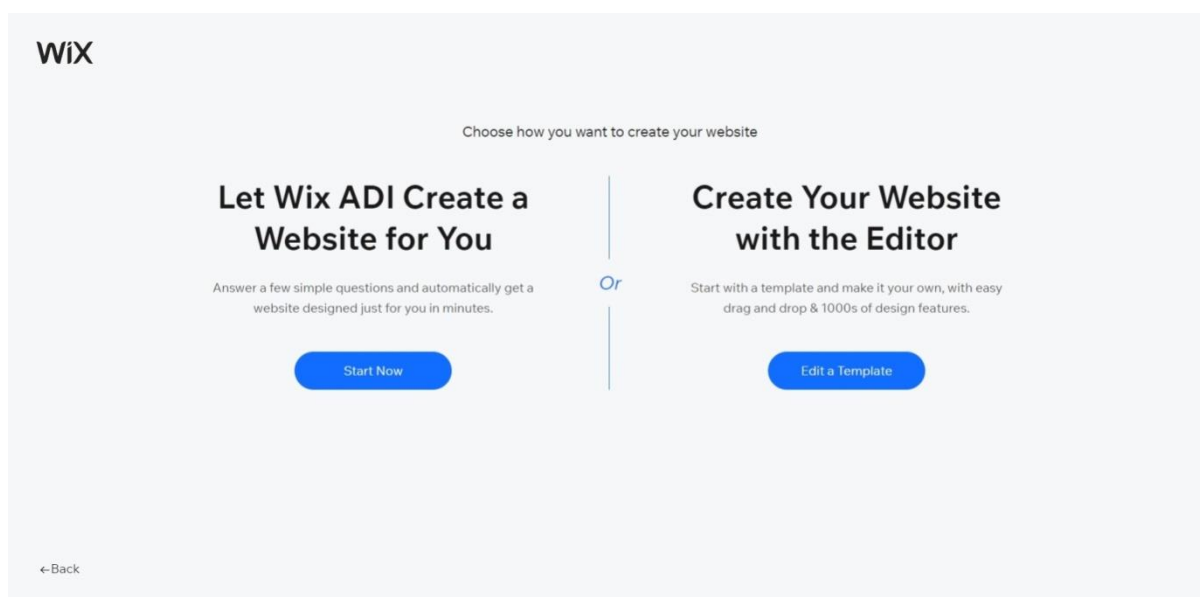
Στη συνέχεια επιλέγεται το είδους της σελίδας που θα δημιουργηθεί όπως μια επαγγελματική σελίδα, ένα blog, ένα Online κατάστημα κ.λπ.





Εικόνα 10. Επιλογή του είδους της σελίδας

Τέλος, επιλέγεται ένας από τους δύο τρόπους για να ξεκινήσουμε να δημιουργούμε την σελίδα μας. Επιλέξαμε την πρώτη επιλογή, στην οποία απαντάς κάτι ερωτήσεις ανάλογα με τις προδιαγραφές του θέματος της σελίδας σου. Ενώ με την δεύτερη επιλογή θα καταλήγαμε να χρησιμοποιήσουμε κάποιο template που θα μας δινόταν και θα μας άρεζε, ώστε να επιλέξουμε και να το επεξεργαστούμε με βάση την δική μας εταιρική ταυτότητα.

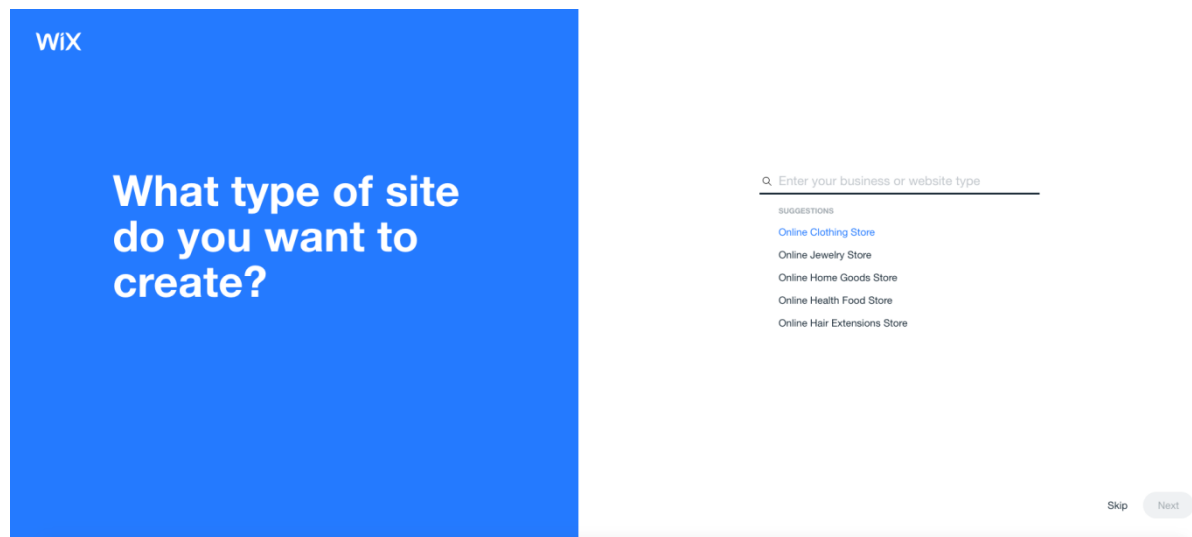


Εικόνα 11. Δύο διαφορετικοί τρόποι για την δημιουργία της σελίδας.

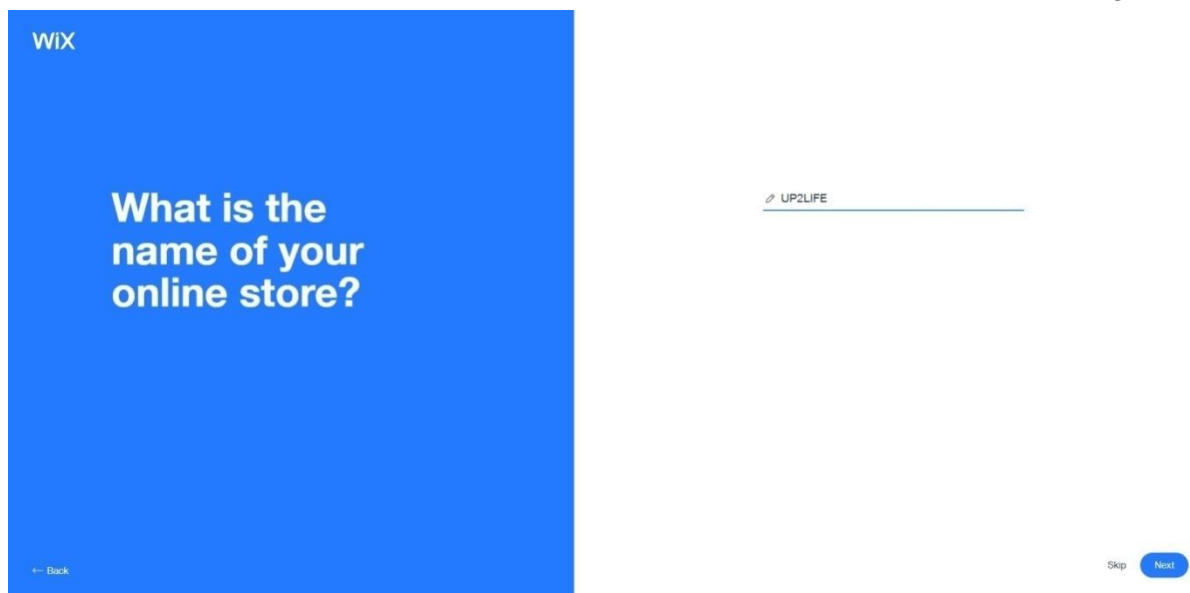
4.2 Βήμα 2^ο: Επιλογή θέματος ιστοτόπου

Για την έναρξη της διαδικασίας ανάπτυξης, επιλέξαμε το «Create a new site» που εμφανίζεται στο Dashboard του WIX, στο οποίο ανακατευθυνθήκαμε μετά την επιτυχημένη είσοδό μας στη πλατφόρμα. Η επιλογή αυτή, με τη σειρά της, θα μας οδηγήσει σε μία νέα κεντρική σελίδα του WIX, η οποία περιλαμβάνει τη βιβλιοθήκη με τα έτοιμα θέματα εμφάνισης ή πρότυπα. Για μεγαλύτερη ευκολία, τα πρότυπα αυτά είναι ταξινομημένα σε κατηγορίες ανάλογα με το σκοπό χρήσης του ιστότοπου, ώστε να ελαχιστοποιηθεί ο χρόνος παραμετροποίησης και να εξασφαλιστεί ένα ποιοτικότερο αποτέλεσμα.

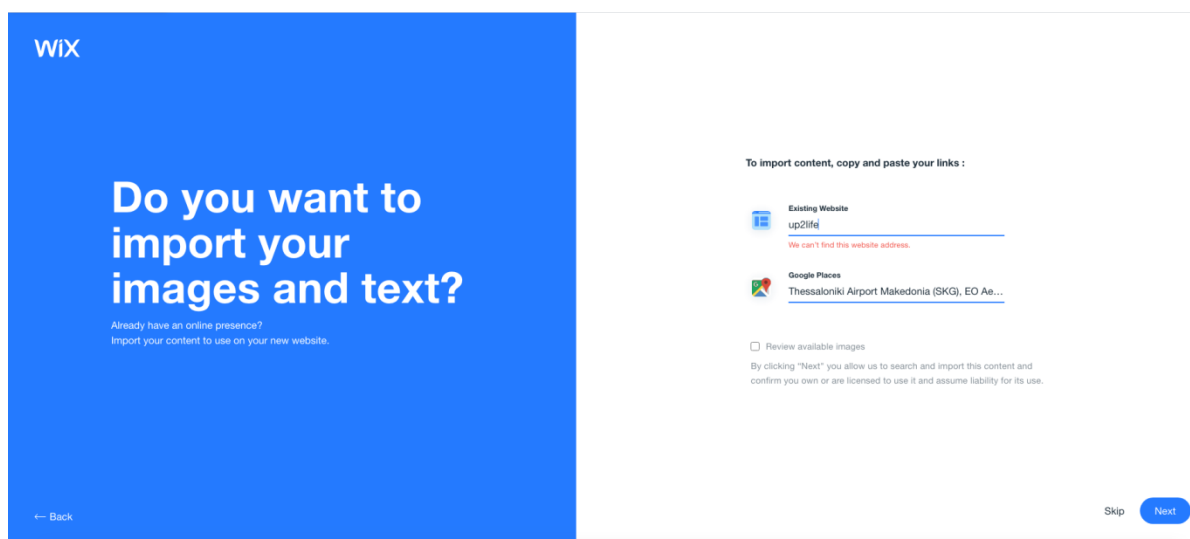
Στη περίπτωση του ηλεκτρονικού καταστήματος της «UP2LIFE», αποφασίσαμε την επιλογή του προτύπου «e-shop». Το πρότυπο αφού παρέχει ενσωματωμένες όλες τις απαραίτητες λειτουργικότητες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, και καλύπτει τις απαιτήσεις της επιχείρησης σε λειτουργικότητα. Επιπλέον, το αισθητικό κομμάτι μπορεί να αναδείξει τη ταυτότητα της «UP2LIFE». Φυσικά, η διαδικασία αυτή μπορούσε να παραληφθεί, αφού καθ' όλη τη διάρκεια υπήρχε η επιλογή «Skip» του βήματος, το οποίο θα εγκαθιστούσε ένα κενό πρότυπο ή blank template στον ιστότοπό μας.



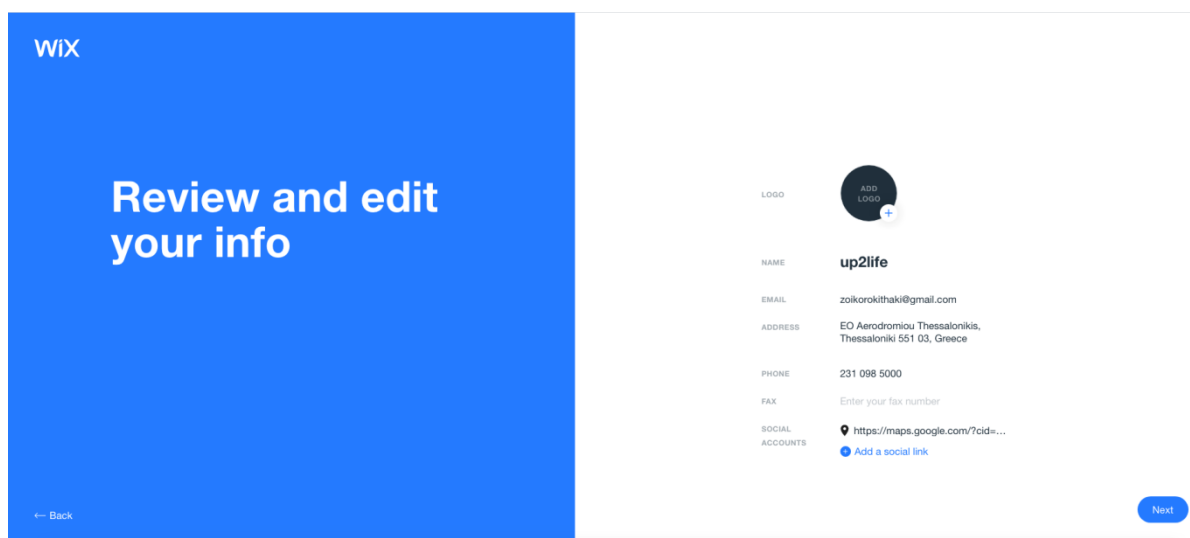
Εικόνα 12. Επιλογή είδους site



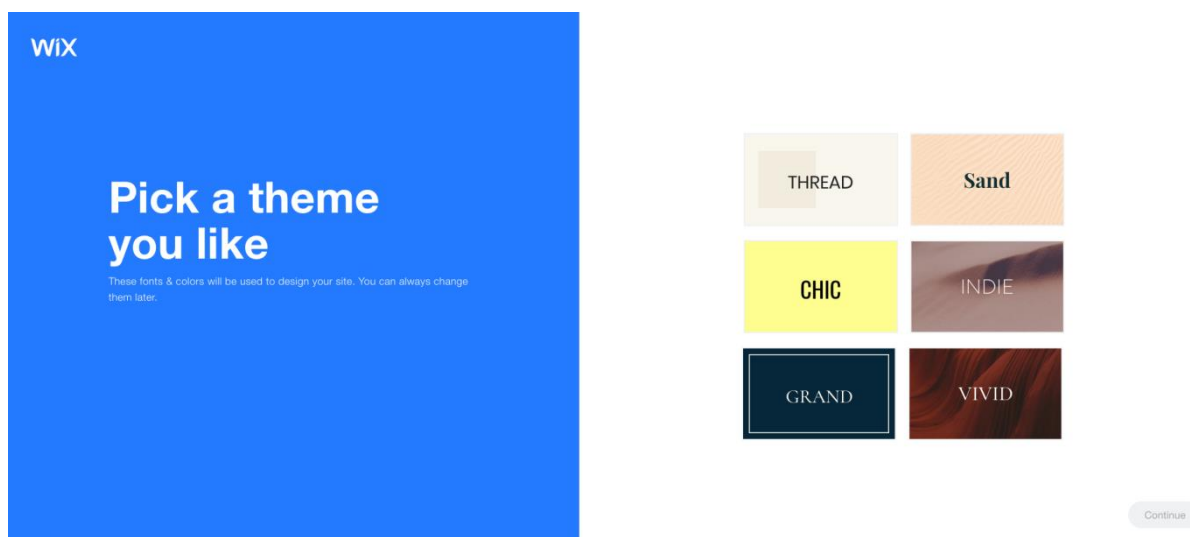
Εικόνα 13. Επιλογή Name για το site



Εικόνα 14. Name and Location site



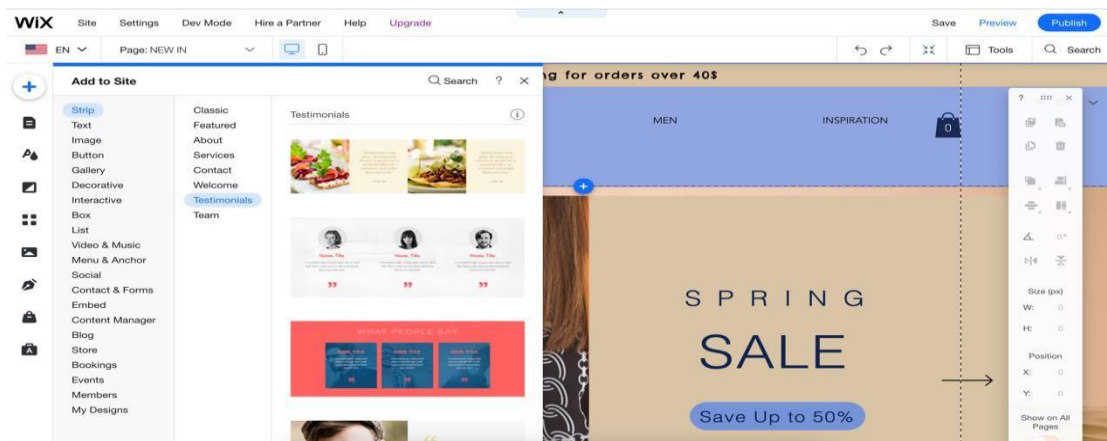
Εικόνα 15. Name and Location site



Εικόνα 16. Information of the site

4.3 Βήμα 3^ο: Ανάπτυξη του Frontend του Ηλεκτρονικού Καταστήματος

Στο σημείο αυτό, μας δίνεται η επιλογή «view» έτσι ώστε να έχουμε μια πρώτη εικόνα για τη δομή του προτύπου και να κάνουμε μία σύντομη ανασκόπηση. Με το κουμπί «edit» μπορούμε να ξεκινήσουμε τη διαδικασία μορφοποίησης του προτύπου, σύμφωνα με τις απαιτήσεις της επιχείρησης «UP2LIFE».



Εικόνα 17. Στιγμιότυπο οθόνης από την επεξεργασία του προτύπου.

Στην εικόνα (17.) παρουσιάζεται το στιγμιότυπο οθόνης από το περιβάλλον επεξεργασίας του προτύπου. Στο αριστερό μέρος της οθόνης, υπάρχει η βασική γραμμή εργαλείων ή toolbar και στο δεξί μέρος της οθόνης ένας πίνακας εργαλείων με δύο στήλες. Επιπλέον, εντός των διακεκομμένων γραμμών ορίζεται το πλαίσιο του ιστότοπου το οποίο υποστηρίζει τη λειτουργία drag and drop. Τα κείμενα και τα πολυμέσα του ιστότοπου είναι επιλέξιμα και επεξεργάσιμα με το πάτημα ενός κλικ.

Έτσι, σε πρώτη φάση, αλλάξαμε όλες τις επικεφαλίδες, τα κείμενα, τις περιγραφές, και εν γένει τις περιοχές κειμένου του ιστότοπου, προσθέτοντας κατάλληλο κείμενο βασισμένο στη περίπτωση της «UP2LIFE». Την ίδια διαδικασία ακολουθήσαμε και με τις εικόνες, καθώς αντικαταστήσαμε αυτές που είχε εισάγει το πρότυπο κατά την αρχικοποίησή του, με εικόνες που μας παρέιχε η επιχείρηση.

Η γραμμή εργαλείων μας προσφέρει και ένα σύνολο από πρόσθετες λειτουργικότητες και δυνατότητες αναβάθμισης της εμφάνισης. Η πρώτη αφορά τη προσθήκη μπλοκ περιεχομένου και στοιχείων σχεδίασης, και γενικότερα περιέχει ένα ολοκληρωμένο σύνολο από UI components για κάθε απαίτηση. Η δεύτερη αφορά την ιεράρχηση των σελίδων του ιστότοπου, προσθέτοντας νέες σελίδες, αφαιρώντας υπάρχουσες σελίδες, ενώ επιτρέπει και την επεξεργασία του τίτλου τους. Η τρίτη και τέταρτη αφορούν την εμφάνιση του ιστότοπου, αφού δίνει τη δυνατότητα επεξεργασίας της παλέτας χρωμάτων της, των γραμματοσειρών και του φόντου. Η πέμπτη δίνει πρόσβαση στο WIX Market μέσα από το οποίο μπορούμε να αναζητήσουμε εφαρμογές που επεκτείνουν τη λειτουργικότητα του ιστότοπου και είναι συμβατές με τη πλατφόρμα του WIX είτε δωρεάν ή επί πληρωμή. Η έκτη οδηγεί σε ένα εργαλείο διαχείρισης των πολυμέσων του ιστότοπου και η εβδομη στη περιοχή της αρθρογραφίας. Τέλος, η σημαντικότερη πρόσθετη λειτουργικότητα, στα πλαίσια της εργασίας, βρίσκεται στην όγδοη επιλογή της γραμμής εργαλείων, και αφορά το «My Store». Στο σημείο αυτό, Για κάθε μία από τις παραπάνω επιλογές της γραμμής εργαλείων, θα κάνουμε εκτενέστερη αναφορά.

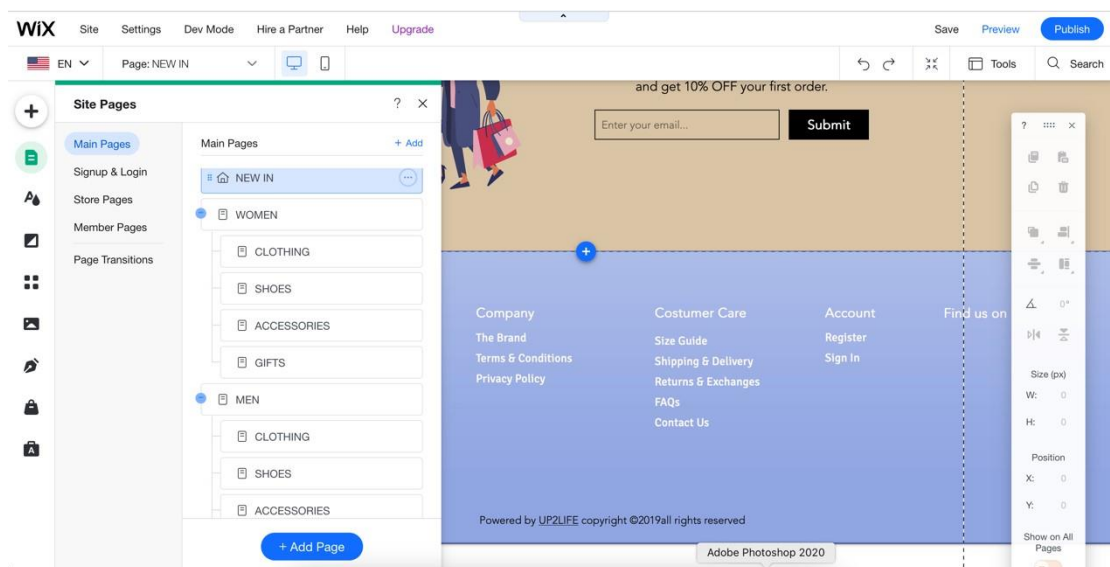
- **«Add to Site»**

Η επιλογή «Add to Site» (Εικόνα 17.) μας δίνει τη δυνατότητα να προσθέσουμε ένα σύνολο από στοιχεία και μπλοκ περιεχομένου, όπως ποικίλουν από απλό κείμενο, πολυμέσα, λίστες, κουμπιά, συνδέσμους για κοινωνικά δίκτυα, μενού, πίνακες, μπλοκ περιεχομένου για επικοινωνία, για αρθρογραφία, για περιοχές μελών, και για ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτή η επιλογή είναι αρκετά χρήσιμη στη περίπτωση που χρησιμοποιείται ένα κενό πρότυπο, ωστόσο στη περίπτωση του «UP2LIFE» δε χρειάστηκε κάποιο μπλοκ περιεχομένου, ούτε κάποιο εξειδικευμένο στοιχείο διεπαφής με το χρήστη, αφού το πρότυπο παρέιχε μία έτοιμη δομή ηλεκτρονικού καταστήματος. Σε κάθε περίπτωση, με διπλό κλικ επεξεργαστήκαμε κάθε περιοχή

κειμένου και λεκτική περιγραφή ώστε να τη προσαρμόσουμε στο ηλεκτρονικό κατάστημα και την εταιρική ταυτότητά του.

- **«Pages»**

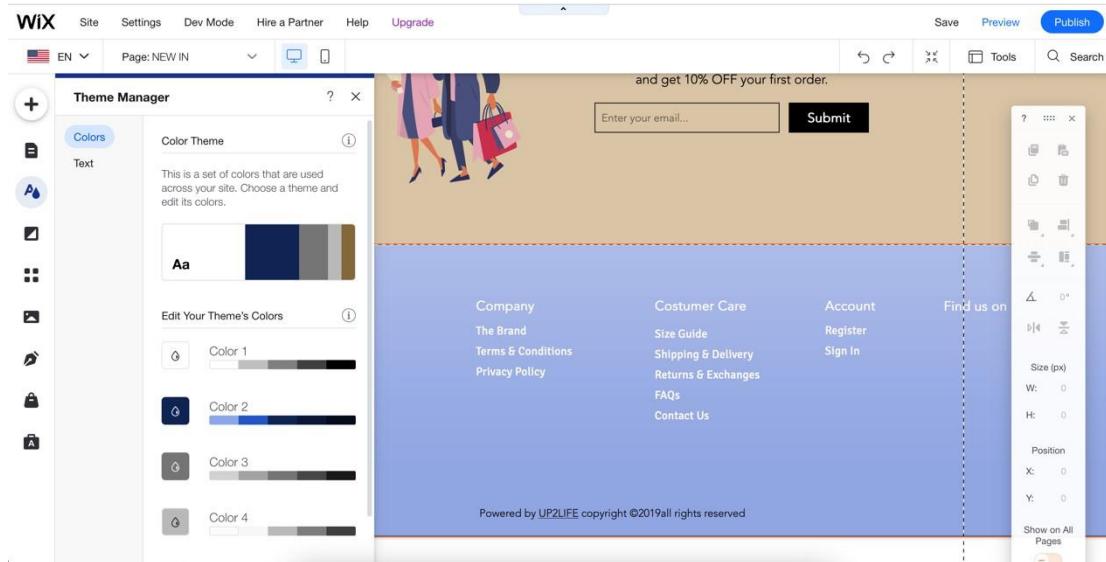
Η επιλογή «Pages» (Εικόνα 18.) μας δίνει τη δυνατότητα να στήσουμε την ιεραρχική δομή των σελίδων του ιστότοπου, μέσω προσθήκης νέων σελίδων και αφαίρεσης υπαρχόντων σελίδων. Έτσι, στη περίπτωση του «UP2LIFE» δημιουργήσαμε μία δομή που στο ανώτερο ιεραρχικά επίπεδο περιλαμβάνει την Αρχική Σελίδα ή New In, τη κατηγορία «Γυναίκα», τη κατηγορία «Άντρας», τη κατηγορία «Inspiration» και τη κατηγορία «Shop». Οι κατηγορίες «Άντρας» και «Γυναίκα» περιλαμβάνουν τέσσερις υποκατηγορίες κάθε μία, ήτοι «Clothing», «Shoes», «Accessories» και «Gifts».



Εικόνα 18. Στιγμιότυπο οθόνης με την ιεραρχία των σελίδων.

- **«Theme Manger»**

Η επιλογή «ThemeManager» (Εικόνα 19.) μας δίνει τη δυνατότητα να επιλέξουμε τη παλέτα χρωμάτων και τα στυλ των γραμματοσειρών που θα χρησιμοποιήσουμε σε κάθε στοιχείο κειμένου στον ιστότοπό μας, όπως οι επικεφαλίδες και οι παράγραφοι. Τα χρώματα επιλέχθηκαν με βάση την εταιρική ταυτότητα της εταιρίας «UP2LIFE». Για τις γραμματοσειρές, παρατηρήσαμε ότι στη περίπτωση ελληνικών χαρακτήρων δεν υπάρχει μεγάλη ποικιλία, ωστόσο με το λατινικό αλφάβητο που χρησιμοποιήθηκε, η γραμματοσειρά «Barlow» δίνει ένα άρτιο αισθητικά αποτέλεσμα.



Εικόνα 19. Στιγμιότυπο οθόνης με τη παλέτα χρωμάτων.

- **«Background»**

Η επιλογή «Background» μας δίνει τη δυνατότητα να επεξεργαστούμε το φόντο του ιστότοπου. Μάλιστα, έχουμε να διαλέξουμε μεταξύ της επιλογής κάποιου χρώματος φόντου ή κάποιου πολυμέσου που θα χρησιμοποιηθεί για φόντο, ήτοι εικόνα ή βίντεο. Στη περίπτωση του ηλεκτρονικού καταστήματος που αναπτύξαμε, επιλέξαμε το «άσπρο» φόντο, καθώς το φόντο κληρονομείται από τα επιμέρους μπλοκ περιεχομένου.

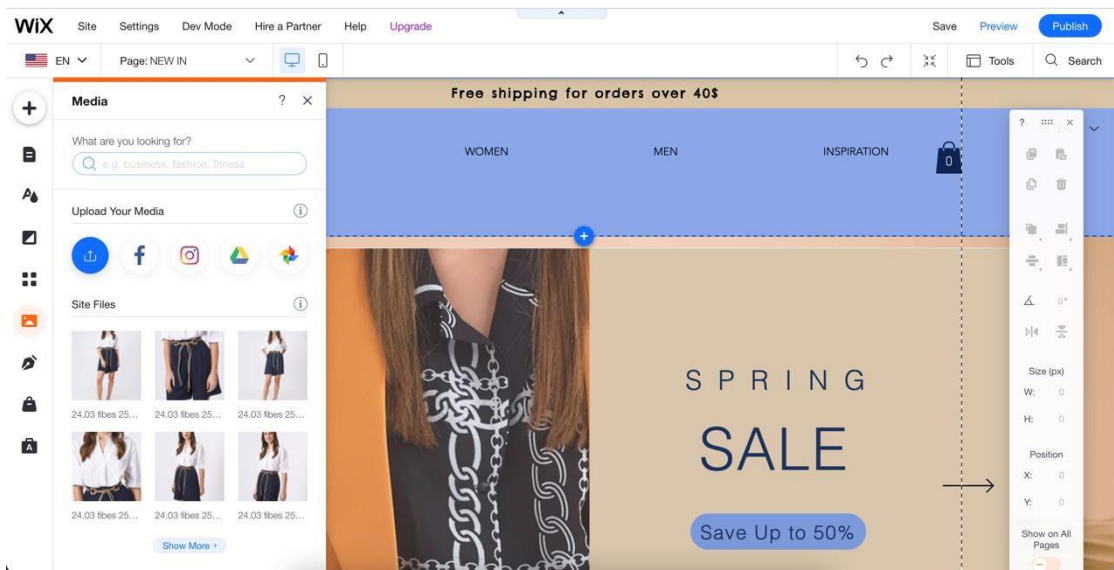
- **«My Apps»**

Η επιλογή «My Apps» μας δίνει τη δυνατότητα να ενσωματώσουμε έτοιμες επεκτάσεις που θα βελτιώσουν τη λειτουργικότητα του ιστότοπού μας. Οι εφαρμογές είναι χωρισμένες σε κατηγορίες, όπως εφαρμογές για ηλεκτρονικό εμπόριο, για αρθρογραφία, για υπηρεσίες, για εκδηλώσεις, για κρατήσεις, για επικοινωνία, για εμφάνιση, και για πολυμέσα. Για κάθε εφαρμογή παρέχεται αρκετή τεκμηρίωση, ενώ αξιολογείται από τους χρήστες που την έχουν εγκαταστήσει στον ιστότοπό της. Έτσι, μπορεί να γίνει ένα φιλτράρισμα ως προς την αξιοπιστία και την απόδοσή τους.

- **«Media»**

Η επιλογή «Media» (Εικόνα 20.) μας δίνει τη δυνατότητα να ανεβάσουμε πολυμέσα στην αρχειοθήκη του ιστότοπού μας, αλλά και να επεξεργαστούμε τα ήδη υπάρχοντα. Επιτρέπει τόσο τη προσθήκη εικόνων όσο και τη προσθήκη βίντεο. Μέσα από τη συλλογή που δημιουργείται μπορούμε να επιλέξουμε πολυμέσα για οποιαδήποτε περιοχή, δημοσίευση και περιοχή περιεχομένου του ιστότοπου, μιας και

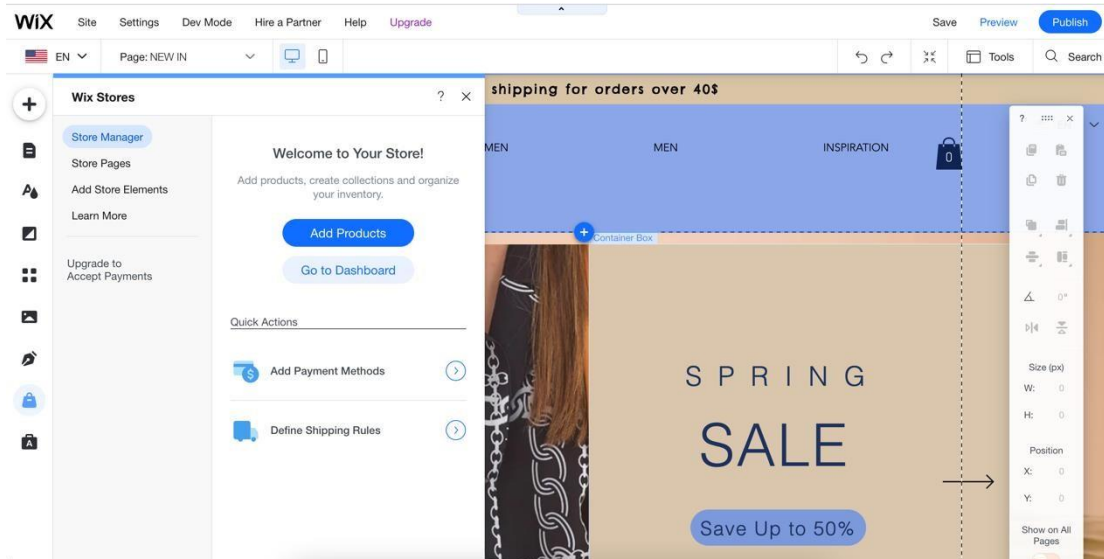
είναι καθολικά διαθέσιμα. Για το ηλεκτρονικό κατάστημα της «UP2LIFE» ανεβάσαμε εικόνες των προϊόντων ώστε να τις χρησιμοποιήσουμε στον κατάλογο των προϊόντων, καθώς και εικόνες από φωτογραφίες με αυτά.



Εικόνα 20. Στιγμιότυπο οθόνης με την επιλογή Media.

- **«My Store»**

Η επιλογή «My Store» (Εικόνα 21.) μας δίνει τη δυνατότητα να παραμετροποιήσουμε τις εμπορικές λειτουργίες του ηλεκτρονικού καταστήματος. Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε να δημιουργήσουμε καταλόγους και να προσθέσουμε προϊόντα, να διαχειριστούμε τους τρόπους πληρωμής, και να εφαρμόσουμε κανόνες για τις αποστολές των παραγγελιών. Επιπλέον, έχουμε τη δυνατότητα να επεξεργαστούμε την εμπειρία χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος, με την κατανομή των προϊόντων σε κατηγορίες, τη δημιουργία ή την επεξεργασία των ευχαριστήριων μηνυμάτων μετά από κάποια παραγγελία, των αυτοματοποιημένη αποστολή μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο χρήστη, και τη διαχείριση των πελατών. Εκτενέστερα για αυτή την επιλογή «My Store», θα αναφέρουμε στην επόμενη ενότητα με το backend του ιστότοπου, αφού η ουσιαστική παραμετροποίηση γίνεται από το dashboard της εφαρμογής.



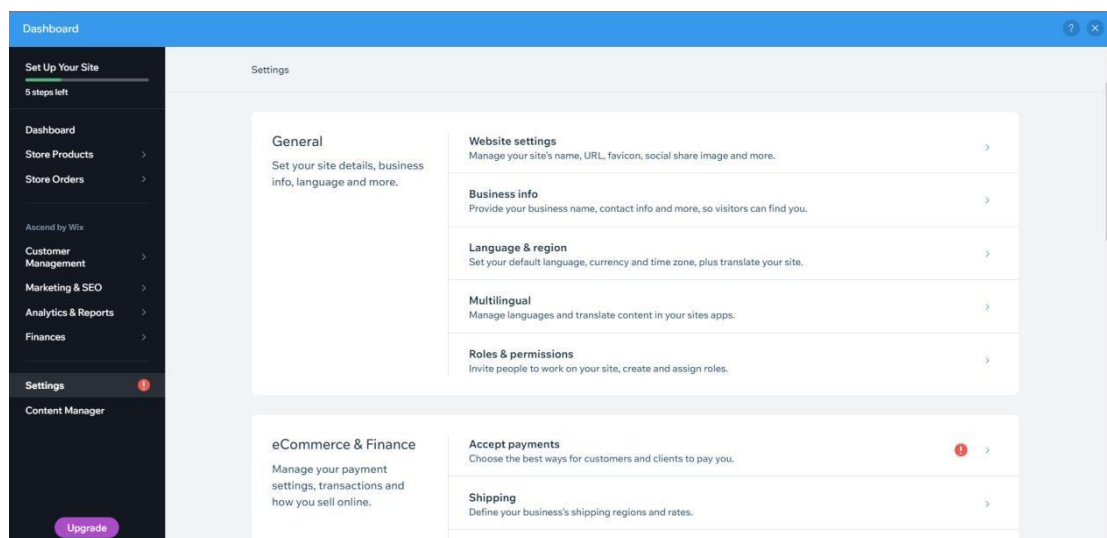
Εικόνα 21. Στιγμιότυπο οθόνης με την επιλογή My Store.

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, εκτός από τη γραμμή εργαλείων, στο δεξί μέρος της οθόνης υπάρχει και ένας πίνακας εργαλείων, που αποτελείται από δύο στήλες. Συγκεκριμένα, παρέχεται η δυνατότητα επιβολής της επιθυμητής εμφάνισης και της μεταβολής χαρακτηριστικών της σελίδας, χάρη στις λειτουργίες αντιγραφής, επικόλλησης, δημιουργίας διπλότυπου, διαγραφής, μετακίνησης στοιχείων μπροστά ή πίσω, της ευθυγράμμισης, της περιστροφής, της αλλαγής πλάτους και ύψους των στοιχείων, τη θέση τους στους άξονες X και Y, και την επαναχρησιμοποίηση στοιχείων σε άλλη σελίδα. Ειδικά η επαναχρησιμοποίηση σε σελίδα ή «**Show on All Pages**» είναι μία πολύ βασική λειτουργία της πλατφόρμας καθώς εξοικονομεί χρόνο στη διαδικασία ανάπτυξης. Μέσω αυτής, μία ενέργεια μπορεί να εφαρμοστεί και σε κάποια άλλη σελίδα του ιστότοπου χωρίς να απαιτείται να γίνει χειροκίνητα. Στη περίπτωση του «UP2LIFE», το εργαλείο αυτό μας βοήθησε να εφαρμόσουμε ομοιόμορφη σχεδίαση στις σελίδες που δημιουργήσαμε χωρίς να πρέπει να επαναλάβουμε τα ίδια βήματα που ακολουθήσαμε κατά την αρχική παραμετροποίηση του προτύπου.

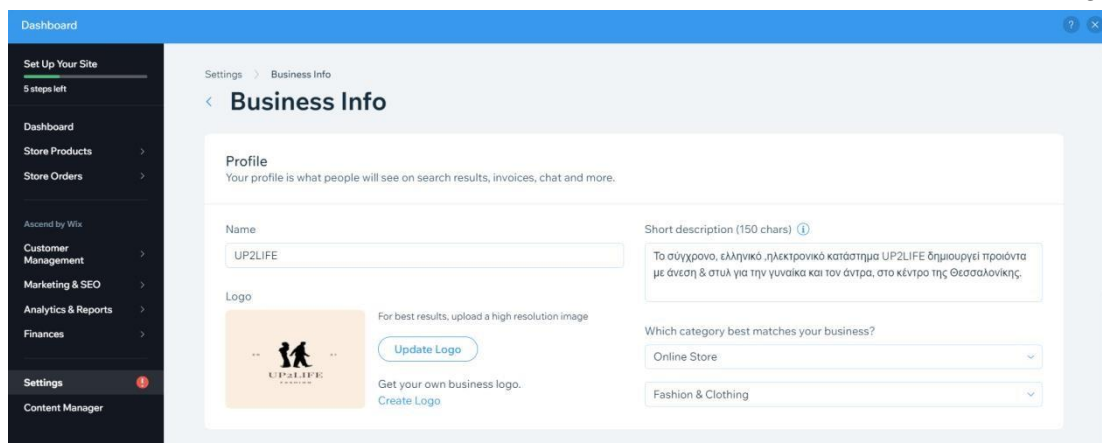
4.4 Βήμα 4^ο: Παραμετροποίηση ηλεκτρονικού καταστήματος

Στην ενότητα αυτή, θα παρουσιάσουμε τις ρυθμίσεις του ηλεκτρονικού καταστήματος από το Dashboard του WIX που αφορούν γενικές πληροφορίες, όπως ρυθμίσεις ιστότοπου, εμπορικές πληροφορίες, πληροφορίες για τη γεωγραφική θέση, τη πολυγλωσσικότητα, και τους ρόλους και τα δικαιώματα.

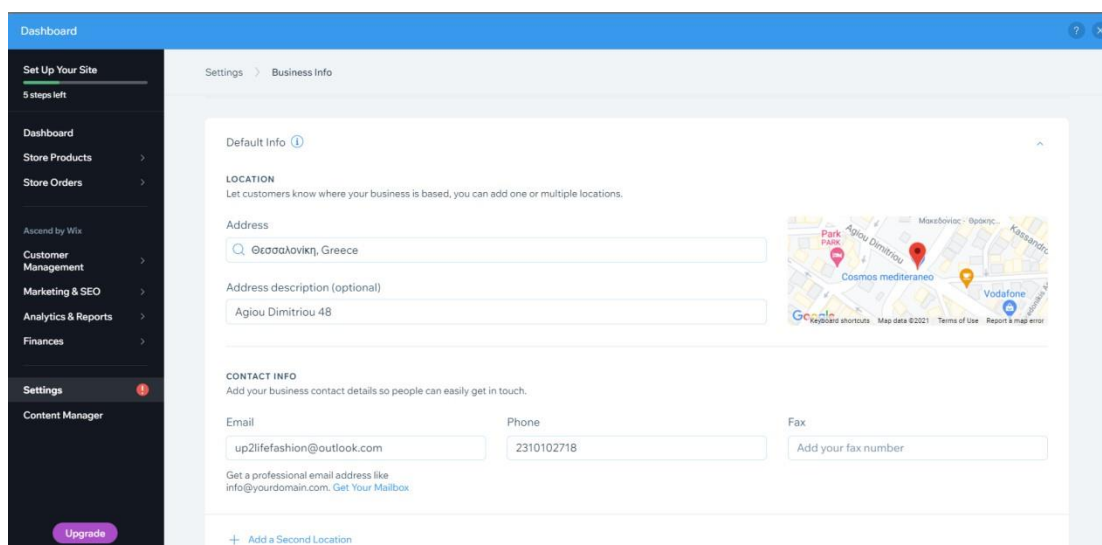
Οι ρυθμίσεις ιστοσελίδας αφορούν την ονομασία του ηλεκτρονικού καταστήματος, τη δομή των URL, το favicon, τη δομή και περιγραφή του περιεχομένου στις μηχανές αναζήτησης και τα κοινωνικά δίκτυα, και σύνθετα ζητήματα SEO (Εικόνα 29). Είναι απαραίτητες ούτως ώστε ο ιστότοπος να γίνει φιλικός προς τις μηχανές αναζήτησης ώστε το ηλεκτρονικό κατάστημα της «UP2LIFE» να μπορεί να προσεγγίσει μεγαλύτερο πλήθος υποψήφιων πελατών. Το WIX προσφέρει στο Dashboard του διαχειριστή μία ενότητα με ρυθμίσεις σχετικές με πληροφορίες της επιχείρησης, σχετικές με τη ταυτότητά της, την επικοινωνία και τη τοποθεσία. Η συμπλήρωση των πληροφοριών της «UP2LIFE», όπως φαίνεται στις εικόνες (22, 23) έχει ως αποτέλεσμα την αυτόματη ενημέρωση των πληροφοριών της επιχείρησης σε κάθε σημείο που υπάρχει πληροφορία σχετική με τη ταυτότητα και την επικοινωνία. Ταυτόχρονα, ενημερώνεται και ο χάρτης του Google Maps που υποστηρίζει το ηλεκτρονικό κατάστημα, χωρίς να απαιτηθεί κάποια επιπλέον ρύθμιση.



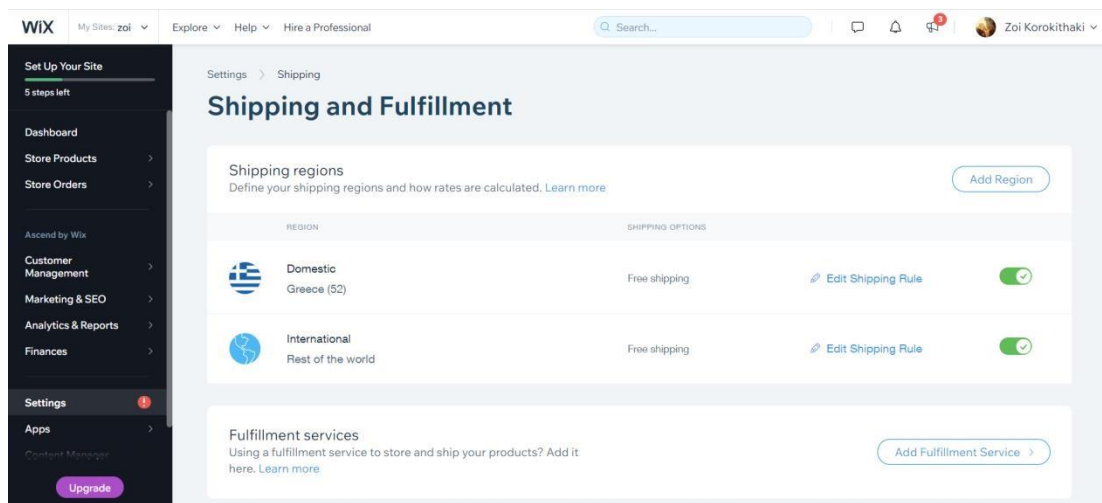
Εικόνα 22. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Settings.



Εικόνα 23. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Business Info.



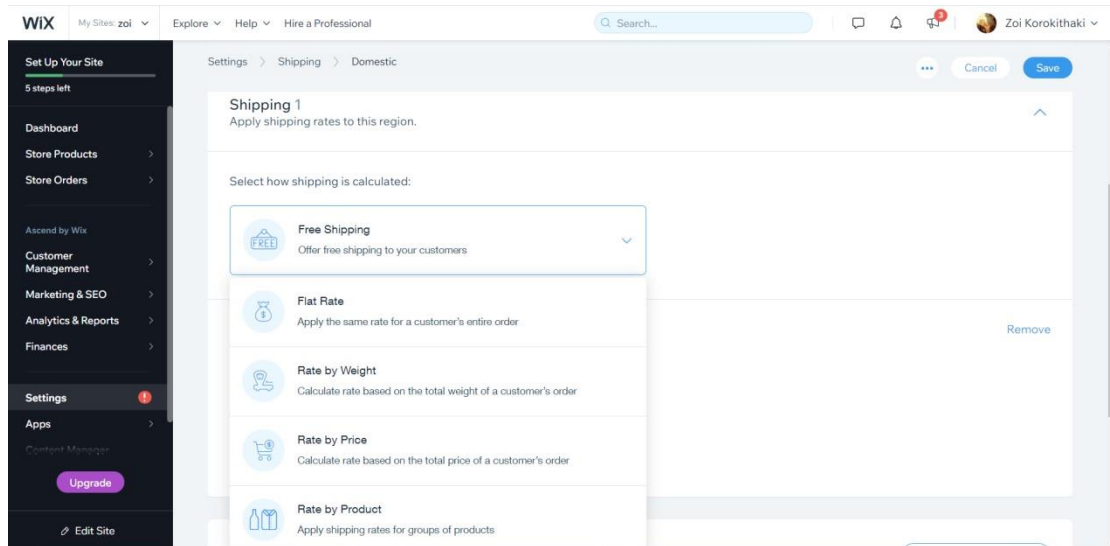
Εικόνα 24. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Business Info.



Εικόνα 25. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Shipping.

Στις εικόνες 24 και 25 παρουσιάζεται η περιοχή ρυθμίσεων σχετικά με τη ταχυδρόμηση και την εκτέλεση των παραγγελιών. Πιο συγκεκριμένα, ορίζονται οι γεωγραφικές τοποθεσίες που υποστηρίζονται οι αποστολές, οι επιλογές αποστολής

και παράδοσης για κάθε τοποθεσία, καθώς και ένα σύνολο με κανόνες για κάθε μία ξεχωριστά, με σκοπό τον υπολογισμό των εξόδων αποστολής, των φόρων και κρατήσεων, αλλά και τον εκτιμώμενο χρόνο παράδοσης. Για τη περιοχή «Ελλάδα» και «Υπόλοιπος Κόσμος» ορίσαμε την ελάχιστη παραγγελία, τη χρέωση αποστολής, καθώς και τους χρόνος παράδοσης των παραγγελιών.



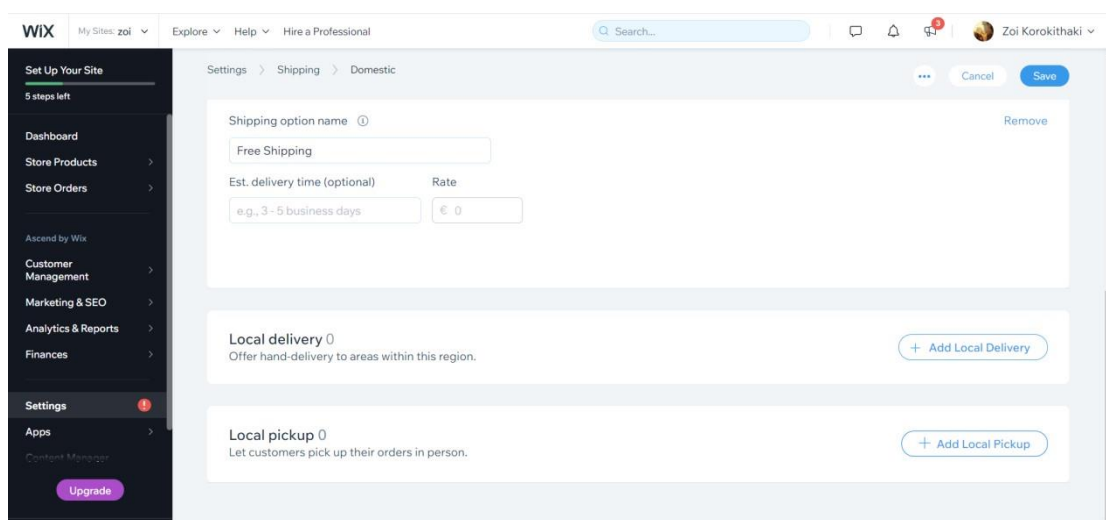
Εικόνα 26. Στιγμιότυπο οθόνης από το Dashboard / Shipping.

Στις Εικόνες (25, 26) παρουσιάζεται η διαδικασία ρύθμισης των εξόδων αποστολής, μέσα από μία σειρά επιλογών που μας δίνει το WIX από ένα dropdown menu. Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε για τη δεδομένη περιοχή να επιλέξουμε μεταξύ των «Δωρεάν Μεταφορικών», την επίπεδη κοστολόγηση (flat rate), τη κοστολόγηση βάσει βάρους, τη κοστολόγηση βάσει μεγέθους παραγγελίας, και κοστολόγηση βάση ποσού πληρωμής. Στη περίπτωση της περιοχής «Ελλάδα», επιλέξαμε τα «Δωρεάν Μεταφορικά».

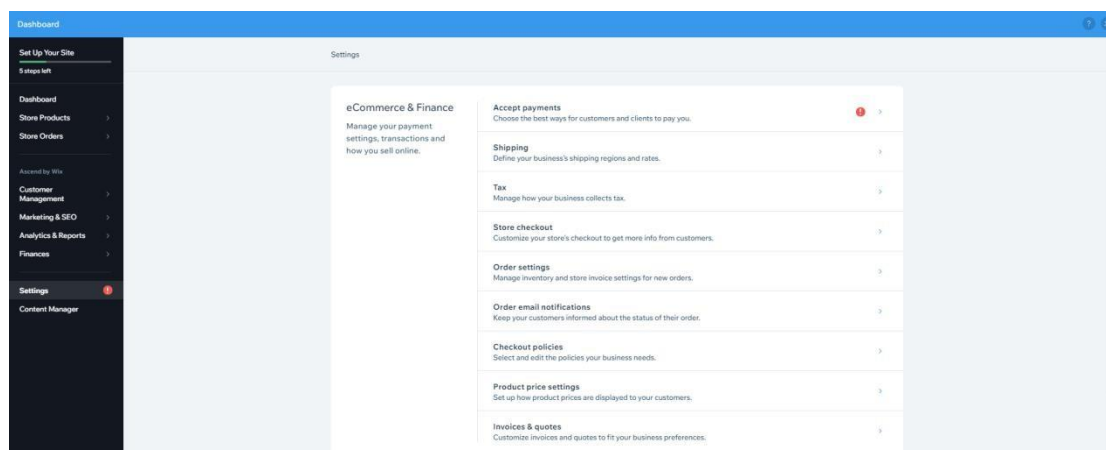
Μετά την επιλογή της χρέωσης αποστολής, σε μία νέα καρτέλα, εισάγουμε τον εκτιμώμενο χρόνο παράδοσης και το κόστος της, εάν υπάρχει, καθώς και προσθήκη εναλλακτικών τρόπων παράδοσης και παραλαβής, όπως από local delivery και local pick up, με αντίστοιχη παραμετροποίηση.

Στην Εικόνα 27,28 παρουσιάζονται κάποιες πιο σύνθετες ρυθμίσεις που βοηθούν το καταναλωτή να απολαύσει μία υψηλότερη εμπειρία χρήσης από το ηλεκτρονικό κατάστημα της «UP2LIFE». Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να προσδιοριστεί το σύνολο των πληροφοριών του πελάτη που απαιτούνται για το «checkout», να προσδιοριστούν

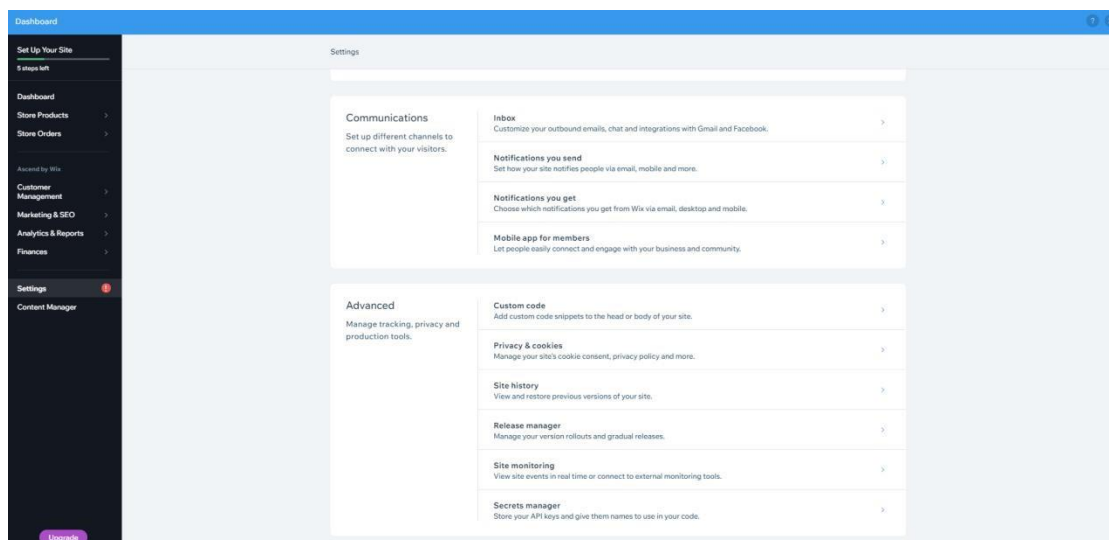
οι Όροι Χρήσης και η Πολιτική Απορρήτου του ηλεκτρονικού καταστήματος, καθώς και ζητήματα σχετικά με τη τιμολόγηση και την αποστολή παραστατικών προς τους καταναλωτές με την ολοκλήρωση της παραγγελίας τους. Επιπλέον, ρυθμίζονται και τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποστέλλονται αυτοματοποιημένα στους καταναλωτές, μετά την επιτυχή ολοκλήρωση μίας παραγγελίας, με τα στοιχεία της, καθώς και σχετικές ειδοποιήσεις με αυτή. Τέλος, υπάρχει δυνατότητα δημιουργίας καμπάνιας με «newsletter» για όσους χρήστες του ιστότοπου έχουν κάνει «sign up» από τη σχετική ενότητα του frontend της Αρχικής Σελίδας.



Εικόνα 27. Στιγμιότυπο οθόνης με ρυθμίσεις για το κόστος των μεταφορικών



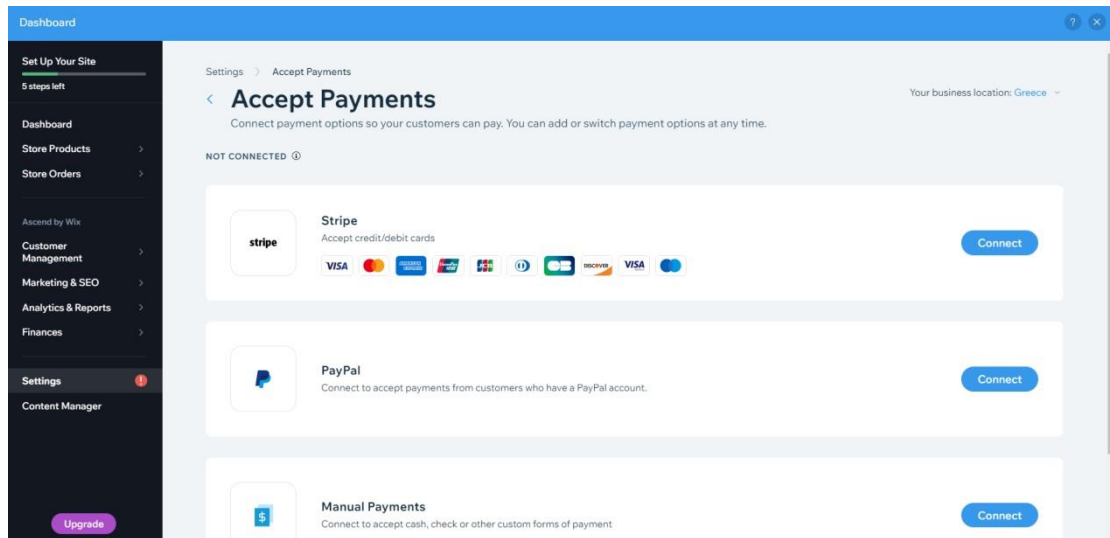
Εικόνα 28. Στιγμιότυπο οθόνης για περιοχές παράδοσης.



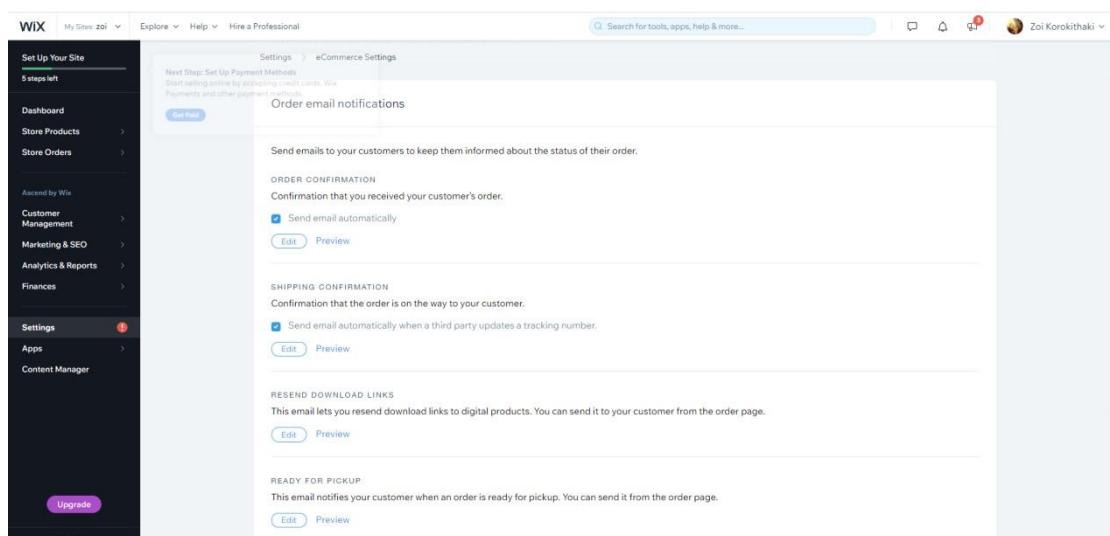
Εικόνα 29. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.

Στην Εικόνα 29 παρουσιάζονται κάποιες σύνθετες δυνατότητες επέκτασης του ηλεκτρονικού καταστήματος. Μέσα από αυτές, μπορούμε να ρυθμίσουμε προτιμήσεις επικοινωνίας και απόδοσης, αλλά και να προσθέσουμε απλά τμήματα κώδικα ή snippets στη σελίδα. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει η δυνατότητα να κάνουμε διασύνδεση του ηλεκτρονικού καταστήματος με κάποιο Google Account ή Facebook Account ούτως ώστε να λαμβάνουμε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη θυρίδα εισερχόμενων του Gmail και να διασυνδέσουμε το Facebook Messenger με εικονίδιο στην Αρχική Σελίδα για άμεση επικοινωνία με τους πελάτες. Επιπλέον, μπορούμε να κάνουμε ρυθμίσεις σχετικά με τα cookies, να κάνουμε ανασκόπηση παλιότερων εκδόσεων του ηλεκτρονικού καταστήματος, να δούμε στατιστικά στοιχεία σχετικά με την απόδοση του, και να αποθηκεύσουμε με ασφαλή τρόπο API Keys.

Στην Εικόνα 30 παρουσιάζεται ο πίνακας ρυθμίσεων σχετικών με τις πληρωμένες, όπως την ενεργοποίηση αποδεκτών τρόπων πληρωμών και τη διασύνδεση με δημοφιλείς τραπεζικές υπηρεσίες όπως το Stripe και το PayPal για «checkout» χωρίς διασύνδεση με τράπεζα. Μέσα από το πίνακα αυτό, δε προσθέτουμε μόνο τρόπους ηλεκτρονικής πληρωμής, αλλά μπορούμε να ορίσουμε και αντικαταβολή, μιας και πολλοί χρήστες αποφεύγουν αγορές στο Διαδίκτυο με ηλεκτρονική πληρωμή.



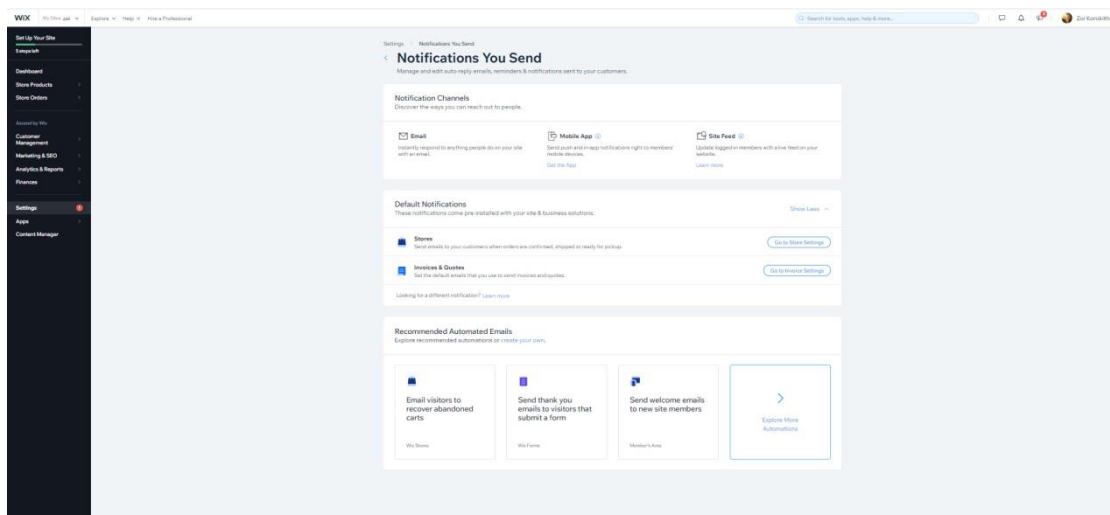
Εικόνα 30. Στιγμιότυπο οθόνης για ρυθμίσεις αποδεκτών τρόπων πληρωμών.



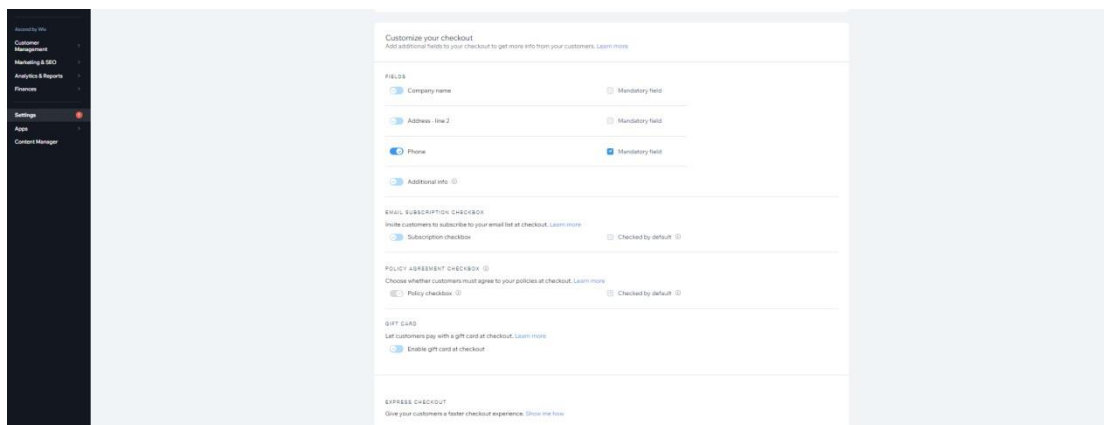
Εικόνα 31. Στιγμιότυπο οθόνης για παραγγελίες μέσω Διαδικτύου.

Στην Εικόνα 31 παρουσιάζονται ρυθμίσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ειδοποιήσεων, τις οποίες αναφέραμε και προηγουμένως. Από το πίνακα ελέγχου, μπορούμε να επιλέξουμε την αυτόματη αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επιβεβαίωσης παραγγελίας, την αυτοματοποιημένη ενημέρωση του καταναλωτή για τη πορεία της εξέλιξης της παραγγελίας του, καθώς και τη δυνατότητα επαναποστολής συνδέσμων με την αγορά ψηφιακών προϊόντων, αν και το κατάστημα της «UP2LIFE» δε διαθέτει τέτοια προϊόντα προς το παρόν. Στην Εικόνα 32 μπορούμε να δούμε αναλυτικότερα και τους τρόπους ειδοποίησης των πελατών σχετικά με ενημερώσεις από το ηλεκτρονικό κατάστημα, όπως τα κανάλια ειδοποιήσεων, ήτοι ειδοποιήσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ειδοποιήσεις κινητού

και ειδοποιήσεις στο feed του ηλεκτρονικού καταστήματος. Ταυτόχρονα, μπορούμε να προσθέσουμε περισσότερα αυτοματοποιημένα μηνύματα για το καταναλωτή, όπως μηνύματα καλωσορίσματος και ευχαριστήριο μήνυμα στην υποβολή φορμών, όπως αυτή της επικοινωνίας.



Εικόνα 32. Στιγμιότυπο οθόνης για τους τρόπους ειδοποίησης των πελατών.



Εικόνα 33. Στιγμιότυπο οθόνης για το customization του checkout.

Στην Εικόνα 33 παρουσιάζεται ο πίνακας ελέγχου με τα απαραίτητα πεδία που πρέπει να συμπληρώσει ο καταναλωτής, πριν ολοκληρώσει την αγορά του. Στη περίπτωση της «UP2LIFE», εκτός από το όνομα και το επώνυμο, τη διεύθυνση παράδοσης, και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προσθέσαμε ως υποχρεωτικό πεδίο και τον αριθμό κινητού τηλεφώνου.

Συμπεράσματα-Αξιολόγηση του e-shop

1. Τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου και των e-shop

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει επιφέρει μεγάλες αλλαγές στην καθημερινότητά μας, μιας και μεγάλο μέρος των αγορών αγαθών ή υπηρεσιών, πραγματοποιείται πλέον ηλεκτρονικά, με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων. Αναμφίβολα, οι αλλαγές αυτές θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως επαναστατικές, προσδίδοντας θετικό πρόσημο τόσο στην κοινωνία, όσο και στην οικονομία. Οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής, οι αυξημένες υποχρεώσεις και ο περιορισμένος ελεύθερος χρόνος που διαθέτει ένας καταναλωτής, μειώνουν την ευελιξία του για μετακινήσεις σε φυσικά καταστήματα με αποτέλεσμα τη στροφή προς τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Ταυτόχρονα, οι ηλεκτρονικές αγορές προσφέρουν τη δυνατότητα σύγκρισης τιμών, τη πρόσβαση σε μεγαλύτερο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών, την αξιολόγηση της εμπειρίας αγοράς. Επιπλέον, καταργεί γεωγραφικούς περιορισμούς που έχουν οι καταναλωτές με το συμβατικό εμπόριο, αφού πλέον υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης σε καταστήματα ανεξάρτητα από τη τοποθεσία που βρίσκονται. Ως αποτέλεσμα, οι επιχειρήσεις απολαμβάνουν μεγαλύτερη εξωστρέφεια, ενώ οι καταναλωτές απομακρυσμένων περιοχών και περιοχών με μικρή οικονομική ανάπτυξη να έχουν άμεση πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες. Παράλληλα, η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι μία διαδικασία που δεν απαιτεί -πλέον- υψηλές προγραμματιστικές δεξιότητες, μιας και η ευρεία διάδοση του Διαδικτύου, καθώς και η ραγδαία ανάπτυξη εργαλείων κατασκευής ιστοσελίδων, δίνουν τη δυνατότητα σε εμπόρους να δημιουργήσουν εύκολα και απλά το ηλεκτρονικό κατάστημά τους, ακόμα και αν δε διαθέτει φυσικό κατάστημα. Με αυτό το τρόπο, μπορεί να προσεγγίσει ένα μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό, πέρα από τα στενά όρια της γεωγραφικής θέσης του φυσικού καταστήματος, να δημιουργήσει καμπάνιες και προωθήσεις των προϊόντων του, να ενημερώσει τους καταναλωτές σχετικά με νέα προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και να προσφέρει φίλτρα αναζήτησης, προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις του καταναλωτή. Η ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, μέχρι και το πρόσφατο παρελθόν, αποτελούσε ένα εγχείρημα με υψηλές απαιτήσεις σε πόρους, τόσο σε χρήματα όσο και σε χρόνο, αφού η διαδικασία ανάπτυξης και συντήρησης απαιτούσε την απασχόληση προγραμματιστή ή την υποστήριξη του έργου από εξωτερικό συνεργάτη.

2. Τα οφέλη και τα μειονεκτήματα για την UP2LIFE

Στα πλαίσια της εργασίας αυτής, αναπτύξαμε το e-shop της UP2LIFE, ενός ηλεκτρονικού καταστήματος που δραστηριοποιείται στη πώληση γυναικείων και αντρικών ενδυμάτων, καθώς και παπουτσιών, προσφέροντας μια διαφορετική προσέγγιση στον κλάδο της μόδας και της βιομηχανίας, μιας και πρόκειται για ένα brand με ιδιαίτερη φιλοσοφία και στυλ στα προϊόντα του. Ο βασικός στόχος πίσω από το συγκεκριμένο e-shop, αφορούσε την ανάπτυξη μιας φιλικής γραφικής διεπαφής προς το τελικό χρήστη του, ήτοι τον υποψήφιο πελάτη, ο οποίος θέλει να πλοηγηθεί σε αυτό, να αναζητήσει προϊόντα, και δυνητικά να πραγματοποιήσει κάποια ηλεκτρονική αγορά μέσα από αυτό. Κύριο μέλημα είναι η προσφορά μιας μοναδικής ψηφιακής εμπειρίας προς τον τελικό χρήστη, με έμφαση στη απλότητα χρήσης, τη γρήγορη εξυπηρέτησή του των πελατών αλλά και στη έγκαιρη παράδοση της παραγγελίας του.

Η κατασκευή του ηλεκτρονικού καταστήματος έγινε με τη χρήση του εργαλείου WIX, συνεπώς τα οφέλη και τα μειονεκτήματα για την επιχείρηση, θα περιλαμβάνουν και οφέλη ή/και περιορισμούς που θέτει και το εργαλείο αυτό.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα προβάλλει την επιχείρηση στο Διαδίκτυο, παρουσιάζοντας μία περιγραφή της, το όραμά της και τους στόχους της, ενώ παρέχει και πληροφορίες σχετικές με τη τοποθεσία του φυσικού καταστήματος και τους τρόπους επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, το e-shop προσθέτει αξία στην ίδια επιχείρηση, μιας και στη κοινωνία της πληροφορίας, η προβολή στις μηχανές αναζήτησης είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής αριστείας. Παράλληλα, η επιχείρηση μπορεί να εξυπηρετεί ταυτόχρονα μεγάλο αριθμό πελατών μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος, δυνατότητα που δε δίνεται στο φυσικό κατάστημα, μιας και απαιτεί μεγαλύτερο πλήθος υπαλλήλων, και κατά συνέπεια συνοδεύεται με υψηλό κόστος. Η αναζήτηση του επιθυμητού προϊόντος στο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απλούστερη και ευκολότερη και για τα δύο συναλλασσόμενα μέρη, ήτοι το καταναλωτή και την επιχείρηση, αφού τα φίλτρα αναζήτησης δίνουν τη δυνατότητα στο καταναλωτή να κάνει γρηγορότερα, με το πάτημα ενός κουμπιού, μια προσαρμοσμένη αναζήτηση σύμφωνα με τις ανάγκες του, ενώ ταυτόχρονα παρακολουθείται το απόθεμα των προϊόντων. Η πλατφόρμα του WIX δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας «καμπάνιας» και διάφορων ενημερωτικών και προωθητικών

δράσεων, όπως διαφημίσεις, εκπτώσεις, και προσφορές με σκοπό την ενημέρωση υποψήφιων πελατών, οι οποίοι έχουν εγγραφεί στη λίστα αλληλογραφίας του ηλεκτρονικού καταστήματος, παρέχοντας ένα σημαντικό εργαλείο διαφήμισης και μάρκετινγκ στην επιχείρηση. Τέτοιες δράσεις θα ήταν ιδιαίτερα δαπανηρές με τους συμβατικούς τρόπους διαφήμισης και προώθησης, αφού θα ενέπλεκε αρκετά μέρη ή/και επιχειρήσεις, ενώ θα απαιτούσε και μεγαλύτερο χρόνο για την εκτέλεση επιμέρους εργασιών από αναδόχους. Η πλατφόρμα του WIX παρέχει αρκετά εργαλεία αξιολόγησης που βοηθούν την επιχείρηση να βελτιώνει τους αδύναμους τομείς της, να παρακολουθεί κρίσιμους δείκτες πωλήσεων, καθώς και λαμβάνει παράπονα, διορθώσεις, και παρατηρήσεις με σκοπό τη συνολικότερη βελτίωσή της. Το «απρόσωπο» Διαδίκτυο ενδείκνυται για αξιολόγηση, καθώς ο ανθρώπινος παράγοντας δρα αποτρεπτικά ώστε να συμβεί αυτό στο φυσικό κατάστημα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα, ιδιαίτερα με τη κατασκευή τους μέσω ενός εργαλείου όπως το WIX, έχει και ορισμένα αρνητικά στοιχεία. Η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να πληρώνει σε καθορισμένο χρόνο -μηνιαία ή ετήσια- ένα οικονομικό τίμημα ώστε να φιλοξενείται στη πλατφόρμα του WIX χωρίς να είναι δεδομένη η απόσβεση αυτής της επένδυσης. Επιπρόσθετα, απαιτείται αναβαθμισμένο πακέτο παροχής υπηρεσιών από το WIX για την απόκρυψη των διαφημίσεων, την υψηλή παραμετροποίηση και την εισαγωγή σύνθετων λειτουργιών. Επιπρόσθετα, για την αύξηση της επισκεψιμότητας είναι αναγκαία η διαφήμιση στα κοινωνικά δίκτυα και τις μηχανές αναζήτησης, με σκοπό τη ροή χρηστών προς το ηλεκτρονικό κατάστημα, μιας και το WIX προσφέρει αρκετά «φτωχό» SEO, με αποτέλεσμα να είναι δυσεύρετο στις μηχανές αναζήτησης.

3. Βελτιώσεις του εργαλείου WIX

Κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού καταστήματος, παρατηρήθηκαν δυσχρηστίες του εργαλείου WIX, διορθώσεις των οποίων θα συνέβαλλαν σε αυξημένη παραγωγικότητα για την επιχείρηση, ελαχιστοποίηση του χρόνου ανάπτυξης του ηλεκτρονικού καταστήματος, αλλά και συνολικότερα μία καλύτερη εμπειρία χρήσης στον επισκέπτη. Στο σημείο αυτό, θα παραθέσουμε μερικές από αυτές.

- Το Wix δεν επιτρέπει τη τροποποίηση του προτύπου μετά την αρχική του επιλογή, με αποτέλεσμα η διαδικασία ανάπτυξης να πρέπει να ξεκινήσει από την αρχή, σε περίπτωση επαναπροσδιορισμού των απαιτήσεων. Με άλλα λόγια, η δουλειά που έχει γίνει στη φάση σχεδίασης και ανάπτυξης πρέπει να επαναληφθεί από την αρχή, με κόστος σε χρόνο και χρήμα.
- Η δωρεάν συνδρομή του Wix εμφανίζει διαφημίσεις τόσο στην κεφαλίδα όσο και στο υποσέλιδο του ιστοτόπου, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται τόσο ανταγωνιστικά προϊόντα σε αυτές, ενώ επιδρούν αρνητικά και ως προς το αισθητικό αποτέλεσμα.
- Το Wix παρέχει περιορισμένα πρότυπα ιστοτόπων με περιορισμένη παραμετροποίηση, με αποτέλεσμα ιστότοποι που έχουν αναπτυχθεί με το εργαλείο αυτό, να ομοιάζουν.
- Η παρακολούθηση των στατιστικών στοιχείων του ιστότοπου απαιτεί την αγορά πακέτου διασύνδεσης με το Google Analytics. Έτσι, η επιχείρηση δε μπορεί να έχει μετρήσιμα στοιχεία για το ηλεκτρονικό κατάστημά της όπως για την επισκεψιμότητα, τη συμπεριφορά των χρηστών.
- Το Wix δεν είναι αρκετά φιλικό ως προς τις μηχανές αναζήτησης, δηλαδή δεν είναι SEO friendly. Ως αποτέλεσμα, η επιχείρηση να πρέπει να ξοδέψει χρήματα για διαφήμιση σε κοινωνικά δίκτυα και μηχανές αναζήτησης, ενώ ίσως απαιτηθεί και κάποιος SEO specialist.
- Το Wix δε παρέχει υψηλές δυνατότητες σε ασφάλεια, όπως και η ταχύτητά του και η απόδοσή του είναι χαμηλή.

4 Προσδοκώμενο αποτέλεσμα

Η μελέτη της παρούσας εργασίας έχει προσδοκώμενο αποτέλεσμα, τη γνωριμία και τη κατανόηση από τη πλευρά του αναγνώστη, ορισμένων βασικών ορισμών, αρχών, εργαλείων και συστημάτων σχετικών με τις τεχνολογίες Διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς επίσης, έχει την ευκαιρία να παρακολουθήσει μία πρακτική εφαρμογή ανάπτυξης ηλεκτρονικού καταστήματος. Πιο συγκεκριμένα, ο αναγνώστης έχει τη δυνατότητα :

- Να ορίσει τι είναι το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου ή CMS και τι είναι η Πλατφόρμα Δημιουργίας Ιστοσελίδας ή Website Builder.
- Να αποκτήσει μία εποπτική εικόνα για κάθε ένα από τα πιο δημοφιλή Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου και να κατανοήσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους.
- Να δημιουργήσει ιστοσελίδα μέσω της πλατφόρμας WIX, χωρίς να κατέχει προγραμματιστικές γνώσεις.
- Να γνωρίσει τη διαδικασία ανάπτυξης ηλεκτρονικού καταστήματος με τη πλατφόρμα WIX, αφού παρέχεται βήμα με βήμα η υλοποίηση.
- Να γνωρίσει πρόσθετα που χρησιμοποιεί η πλατφόρμα WIX για την υλοποίηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος από μια hands on εμπειρία.
- Να επιλέξει το κατάλληλο εργαλείο για να δημιουργήσει τη δική του ιστοσελίδα, όπως προσωπική σελίδα, προσωπικό ιστολόγιο και ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Να γνωρίσει τις βασικές αρχές του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς και τη συνεισφορά του στη κοινωνία και την οικονομία.

Βιβλιογραφία:

1. Ξουράφης Τριαντάφυλλος, Σύγκριση συστημάτων δυναμικής διαχείρισης περιεχομένου για τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.
2. Καζδαρίδης Γεώργιος, Πολυμεσική Διαδικτυακή Πύλη Βυζαντινής Μουσικής, Τμήμα Πληροφορικής, Α.Π.Θ.
3. Καρασάββα Ηλιάννα, Ηλεκτρονικό εμπόριο: Δημιουργία ενός Ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με χρήση πλατφόρμας διαχείρισης περιεχομένου (CMS), ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος.
4. Καραχάλιος Ευθύμιος, Ηλεκτρονικό Εμπόριο και παρουσίαση ηλεκτρονικού καταστήματος byzantiumicons.com, ΤΕΙ Πειραιά.
5. Σινάνης Νίκος, Σχεδιασμός και κατασκευή ιστοσελίδας για σχολή χορού, Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών, ΤΕΙ Αν. Μακεδονίας και Θράκης.
6. Τσούλος Γρηγόρης, Ανάπτυξη Ιστοσελίδας του Τμήματος Μηχανικών Πληροφορικής με τη χρήση της πλατφόρμας του Wordpress, ΤΕΙ Ηπείρου.
7. Βικιπαίδεια, Ηλεκτρονικά Καταστήματα, ημ. Τελευταίας προσπελασιμότητας: 02/03/2022
Αναρτήθηκε από:
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1>
8. Βικιπαίδεια, Wordpress, ημ. Τελευταίας προσπελασιμότητας: 23/05/2021
Αναρτήθηκε από:
<https://en.wikipedia.org/wiki/WordPress>

9. Βικιπαίδεια, Drupal, ημ. Τελευταίας προσπελασιμότητας: 27/05/2021

Αναρτήθηκε από:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Drupal>

10. Κόκκαλη Αλεξάνδρα, Εργαλεία Κατασκευής Ηλεκτρονικών Καταστημάτων, Τμήμα Πληροφορικής Και Οικονομικών Επιστημών, Α.Π.Θ.
11. Πασχαλόπουλος Αρσένης, Σκαλτσάς Παναγιώτης, *Ηλεκτρονικό Εμπόριο*, Κλειδάριθμος, 2011.
12. Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver, *E-commerce 2021–2022: business. technology. society*. Global Edition, 17th edition
13. Turban Efraim, King David, McKay Judy, *Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2008 Αρχές - Εξελίξεις - Στρατηγική από την σκοπιά του Manager*, Αθήνα : Μ. Γκιούρδας, 2008.
14. Βαλσαμίδης, Σταύρος, *Ηλεκτρονικό εμπόριο & εφαρμογές διαδικτύου* Θεσσαλονίκη: Δίσιγμα, 2020.
15. Chaffey, Dave, 1963-, *Ψηφιακές επιχειρήσεις και ηλεκτρονικό εμπόριο : στρατηγική, υλοποίηση και εφαρμογή*, Αθήνα : Κλειδάριθμος, 2016
16. Schneider, Gary P., 1952-, *Ηλεκτρονικό εμπόριο*, Αθήνα : Μ. Γκιούρδας, 2015.
17. Ελευθεριάδου Ευθυμία, *Το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του και η εφαρμογή του στην Ελλάδα*, Σέρρες: 2008.
18. Μαϊμανάκος Κωνσταντίνος, *Ηλεκτρονικό εμπόριο και μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα*, Χανιά : Πολυτεχνείο Κρήτης, 2004.
19. Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν(2014), *Έρευνα : Το ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα*.
20. Τζωρτζάκης, Κωνσταντίνος Μ. και Τζωρτζάκη, Αλεξία Κ. (2001). *Μάρκετινγκ χονδρικού και λιανικού εμπορίου : αρχές, στρατηγικές, εφαρμογές, case studies*, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
21. McKay, J. and Marshall, P. (2004). *Strategic Management of e-Business*, John Wiley & Sons, Brisbane

22. Choi, S.Y, A.B Whinston, (1997). *The Economics of Electronic Commerce*, Indianapolis:Macmillan Technical Pub.
23. M. Bushry, (2005) *E-Commerce, Firewall Medi*
24. Σιώμοκος Γ. και Τσιάμης Ι. (2004). *Στρατηγικό ηλεκτρονικό μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ‘Α’

Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ UP2LIFE

BRAND

Η επιχείρηση σχεδίασης, παραγωγής και εμπορίας γυναικείων και ανδρικών ενδυμάτων εδρεύει στη Θεσ/νίκη, στο κέντρο της πόλης Αγίου Δημητρίου 8. Ιδρύθηκε το 2022 και θέτει τα θεμέλια τις στα συστατικά της ποιότητας.

Το brand name UP2LIFE διαθέτει μια από τις κορυφαίες μονάδες σχεδίασης και παραγωγής γυναικείων και αντρικών ενδυμάτων, αξεσουάρ και παππουτσιών στη Βόρεια Ελλάδα. Τα ρούχα της UP2LIFE μπορείτε να τα βρείτε στο ηλεκτρονικό κατάστημα www.up2lifefashion.gr και ελπίζουμε να προσελκύσουμε κόσμο σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Όλα τα ρούχα των συλλογών της σχεδιάζονται από Έλληνες σχεδιαστές, με υφάσματα των κορυφαίων brand της ελληνικής και της παγκόσμιας αγοράς.

Η εταιρεία παρακολουθεί τις τελευταίες εξελίξεις στη βιομηχανία της μόδας διεθνώς, συμμετέχοντας σε fashion shows, διεθνείς εκθέσεις σε Μιλάνο, Παρίσι και Λονδίνο, έτσι ώστε να ενημερώνεται για τις τελευταίες τάσεις της αγοράς και να φέρνει τον αέρα από τις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές μητροπόλεις της μόδας στη Θεσσαλονίκη.

ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

Τα ρούχα της UP2LIFE σχεδιάζονται και ράβονται «στα μέτρα» της σύγχρονης γυναίκας και του σύγχρονου άντρα αντίστοιχα που διαθέτει θηλυκότητα/αρμονικότητα, δυναμισμό και αυτοπεποίθηση. Της/του γυναίκας/άντρα που θέλει να είναι κομψή/ός όλες τις ώρες της ημέρας και να ξεχωρίζει για το στιλ της/του σε κάθε περίπτωση.

Κάθε βελονιά στα ενδύματα της UP2LIFE κρύβει μέσα της γνώση και εμπειρία, φροντίδα και καλό γούστο. Όλα όσα χρειάζονται δηλαδή για ένα καλοραμμένο ρούχο.

Οι συλλογές μας συνδυάζουν τις τελευταίες τάσεις της μόδας με κλασικά στοιχεία. Δημιουργικές σχεδιαστικές πινελιές αναδεικνύουν διαχρονικά πατρόν και μοτίβα, ενώ η ποιότητα των υφασμάτων και η άνογη εφαρμογή αποτελούν εγγύηση για εντυπωσιακές εμφανίσεις.

ΟΡΑΜΑ

Να δημιουργούμε μόδα σύμφωνα με τις τάσεις της εποχής

Να προσφέρουμε μια συνολική εικόνα ένδυσης στους πελάτες μας, ανάλογα με το στυλ την προσωπικότητα και το ρυθμό ζωής τους.

Να παρέχουμε πάντα τις καλύτερες προτάσεις από τις συλλογές επώνυμων οίκων .

Να κάνουμε το shopping μια ευχάριστη και απολαυστική εμπειρία για κάθε επισκέπτη σε ένα άνετο, μοντέρνο και φιλόξενο περιβάλλον.

Να επεκτείνουμε διαρκώς τους ορίζοντες μας, αναζητώντας νέους τρόπους να είμαστε κοντά σας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ‘Β’

Η ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ UP2LIFE FASHION

Το Λογότυπο της UP2LIFE αποτελείται από δύο λέξεις («UP»=(επιθ.)ψηλά, «LIFE»=ζωή), που ανάμεσα τους βρίσκεται ο αριθμός 2. Το 2 σημαίνει, ότι το κατάστημα αναφέρεται σε γυναίκες και σε άντρες. Το σύνθημα FASHION αφορά την μόδα και τέλος το σήμα που αφορά την UP2LIFE είναι ένα αντρώγυνο.

Το background επιλέξαμε να είναι beige γιατί η ιστοσελίδα αναφέρεται και στα δύο φύλα.

Επίσης, έχω προσθέσει και μέσα στο ηλεκτρονικό κατάστημα και το γαλάζιο χρώμα για να το κάνει ακόμα πιο ενδιαφέρον και ξεχωριστό για τα προϊόντα που προωθεί στο κοινό του.

Επιθυμούν να ξεχωρίσουν και να αναβαθμίσουν τον πελάτη σύμφωνα με το στυλ του και όχι μόνο.

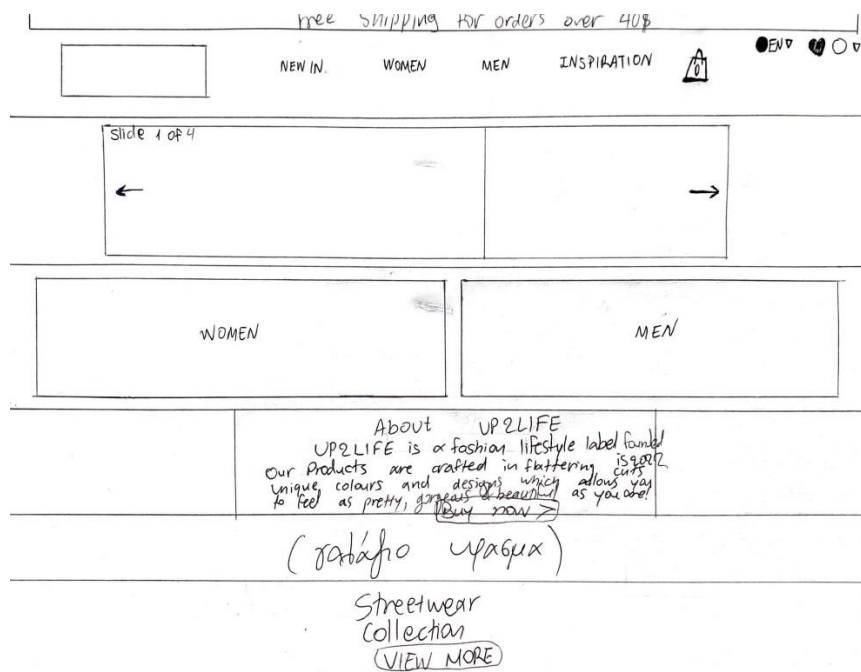
Η UP2LIFE κοιτάει να καλύψει όλα τα στυλ και όλα τα μεγέθη ανάλογα με το φύλο του κάθε ατόμου.

Ο κάθε άνθρωπος έχει το στυλ του και διαφορετικό σωματότυπο και η UP2LIFE επιθυμεί να βρίσκεται πάντα δίπλα στον πελάτη για να αισθάνεται ευχαριστημένος και να είναι μοναδικός στις εμφανίσεις του.

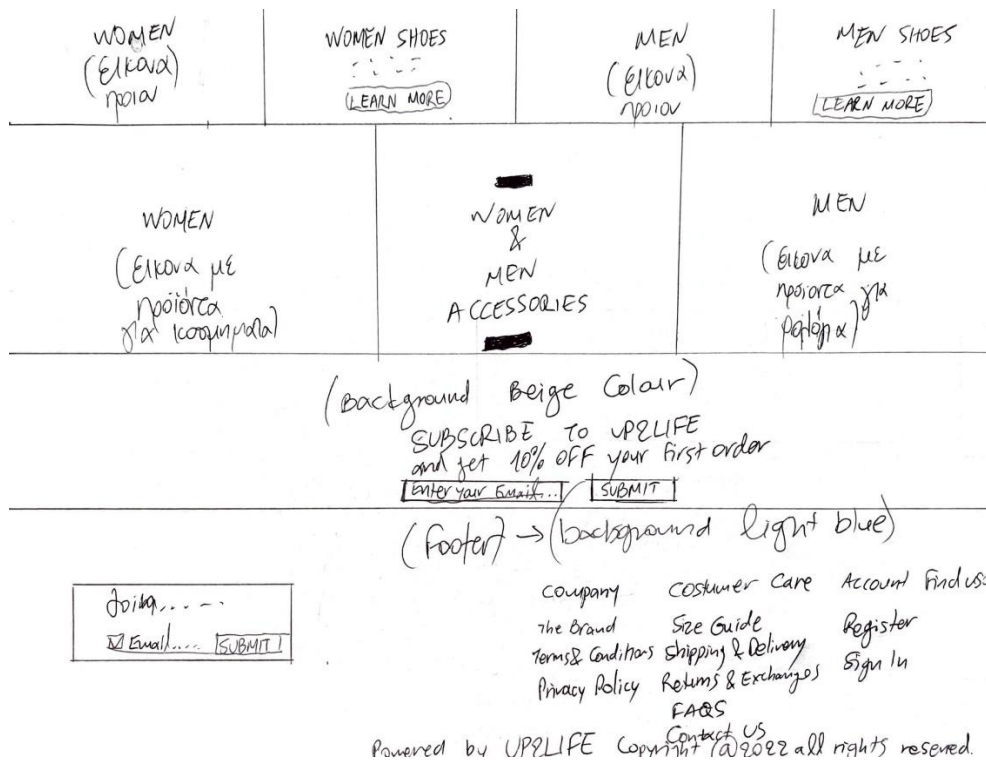
Στο e-shop της UP2LIFE μπορεί κάποιος/α να βρει ότι επιθυμεί από ένδυση, υποδήματα και αξεσουάρ. Είναι εύκολα προσβάσιμα και οργανωμένα στις κατηγορίες και στις υποκατηγορίες που διαθέτει το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Η αρχική σελίδα του e-shop της UP2LIFE είναι έτσι σχεδιασμένη, ώστε να μην ταλαιπωρεί τον κόσμο στο να ψάχνει μέσα στο site το προϊόν που επιθυμεί.

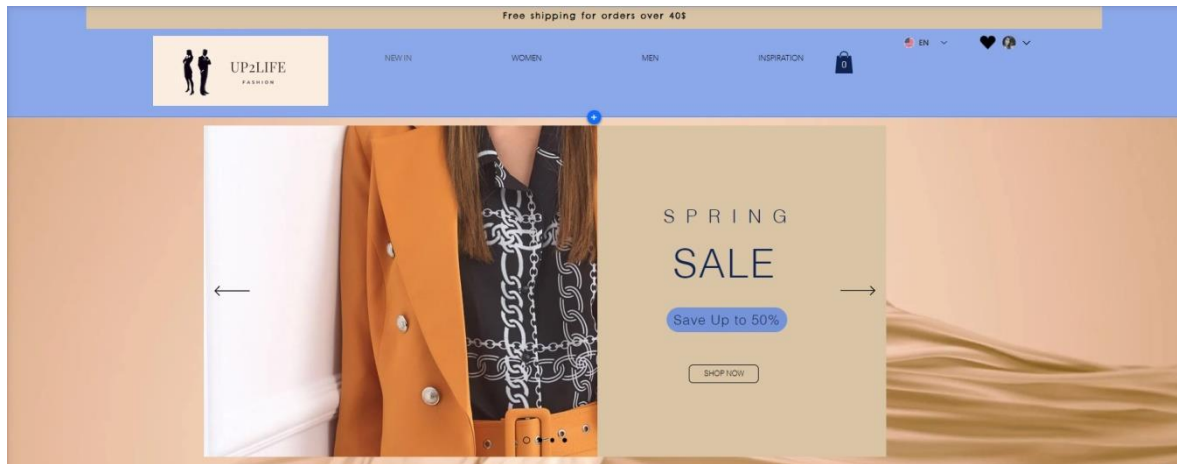
Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα θα δείτε αναλυτικά την αρχική δομή του site της UP2LIFE.



Εικόνα 34. Το σχεδιάγραμμα του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE.



Εικόνα 35. Το σχεδιάγραμμα του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE.





WOMEN SHOES

Ανακάλυψε τη μοναδική συλλογή γυναικείων παπουτσιών για όλες τις εμφανίσεις σου.

[Learn More](#)



MEN SHOES

Ανακάλυψε τη μοναδική συλλογή ανδρικών παπουτσιών για όλες τις εμφανίσεις σου.

[Learn More](#)



WOMEN & MEN ACCESSORIES

[SEE ALL >](#)





SUBSCRIBE TO UP2LIFE
and get 10% OFF your first order.

Enter your email... [Submit](#)

Join our email list and stay up-to-date on new releases, special offers & more!

Enter your email... [Submit](#)

Company

[The Brand](#)

[Terms & Conditions](#)

[Privacy Policy](#)

Customer Care

[Size Guide](#)

[Shipping & Delivery](#)

[Returns & Exchanges](#)

[FAQs](#)

[Contact Us](#)

Account

[Register](#)

[Sign In](#)

Find us on

[Facebook](#) [Instagram](#)

Powered by UP2LIFE copyright ©2022all rights reserved

Εικόνα 36. Στιγμιότυπα οθόνης του ηλ. καταστήματος της UP2LIFE FASHION στο εργαλείο Wix, κατανεμημένα κατακόρυφα.