



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ
ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ CONCRETE5

Καλλιόπη Παπαδάκη

Κωνσταντίνα Τσούκα

Μεσολόγγι 2021

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ
ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ CONCRETE5

Καλλιόπη Παπαδάκη

Κωνσταντίνα Τσούκα

Επιβλέπων καθηγητής
Δημήτρης Παπαδόπουλος

Αρχική ανάθεση και επίβλεψη
Γκίκας Δημήτριος

Μεσολόγγι 2021

UNIVERSITY OF PATRAS

SCHOOL OF ECONOMICS & BUSINESS

DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY

**FORMER DEPARTMENT OF BUSINESS
ADMINISTRATION AT MESSOLONGHI**

CREATION OF E-SHOP BY USING THE
CONCRETE5 WHICH IS AN OPEN SOURCE
CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

Kalliopi Papadaki

Konstantina Tsouka

Messolonghi 2021

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θεματικό αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η θεωρητική ανάλυση του ηλεκτρονικού εμπορίου και η δημιουργία μιας ιστοσελίδας στηριζόμενη σε μια online εφαρμογή τροποποίησης περιεχομένου, το CONCRETE5. Το CONCRETE5 είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) το οποίο τροφοδοτείται από το XAMPP, ένα πακέτο προγραμμάτων ανοιχτού κώδικα λογισμικού. Με την χρήση αυτών αλλά και των κατάλληλων εργαλείων που θα χρησιμοποιήσουμε θα γίνουμε διαχειριστές μιας ιστοσελίδας.

Στόχος μας είναι ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη μιας δυναμικής ηλεκτρονικής ιστοσελίδας που θα ενσωματώνει όλες τις απαραίτητες λειτουργίες τόσο για τον απλό χρήστη (πελάτη) όσο και για τον διαχειριστή. Η ιστοσελίδα μας καθώς και οι προτάσεις μας αφορούν τις σύγχρονες τάσεις των αγορών, με αντικείμενο προώθησης και πώλησης βιολογικά προϊόντα. Το ηλεκτρονικό μας κατάστημα θα φέρει την επωνυμία "House Of Nature" και θα απευθύνεται στο ευρύ κοινό. Ο χρήστης θα μπορεί να ενημερωθεί για τα νέα μας προϊόντα, να δημιουργήσει λογαριασμό πελάτη και να κάνει τις ηλεκτρονικές του παραγγελίες. Τέλος θα μιλήσουμε για το διαδικτυακό marketing και τους παράγοντες που συντελούν και επηρεάζουν στην κατάταξη μιας ιστοσελίδας στο διαδίκτυο.

ABSTRACT

The theme of this graduate work is the theoretical analysis of e-commerce and the creation of a website based and based on an online content modification application, CONCRETE5. By using the Content Management System "CONCRETE 5", which you power from a package of open source software programs, XAMPP and the appropriate tools will become administrators of a web page.

Our goal is the design and development of a dynamic online website that incorporates all the necessary functions for both the simple user (customer) and the administrator. Our website as well as our proposals concerns the modern trends of the markets, with the object of promoting and selling organic products. Our online store will be called "House Of Nature" and will be addressed to the general public. The user will be able to be informed about our new products, create a customer account and place his online orders. Finally, the most important SEO factors that influence the ranking of a website on the internet will be analysed.

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Πανεπιστήμιο Πατρών. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Καλλιόπη Παπαδάκη – Κωνσταντίνα Τσούκα 2020

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	vii
ABSTRACT	viii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	x
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	xvi
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ.....	xvii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	xviii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	1
1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ	1
1.1 Τι είναι διαδίκτυο	1
1.2 Τεχνολογία διαδικτύου.....	1
1.3 Ιστορία διαδικτύου	2
1.4 Παγκόσμιος ιστός.....	4
1.5 Πρωτόκολλο TCP/IP.....	5
1.6 Πρωτόκολλα HTTPS.....	6
1.7 Βασικές υπηρεσίες του Διαδικτύου	6
1.8 Τι είναι ιστοσελίδα.....	7
1.9 Ασφάλεια δεδομένων στο διαδίκτυο.....	7
1.9.1 Βλαβερό λογισμικό (Malware)	8
1.9.2 Phishing (Υποκλοπή προσωπικών δεδομένων)	8
1.9.3 Τρόποι αποφυγής της μόλυνσης από ιούς.....	8
1.9.4 Αναδυόμενα παράθυρα.....	9
1.9.5 Ασφαλείς συναλλαγές στο διαδίκτυο.....	9
1.9.6 Ασφαλείς ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.....	10
1.9.7 Τι είναι τα cookies.....	10

1.9.8 Τι είναι κρυπτογράφηση.....	10
1.9.10 Τι είναι το RSS (Really Simple Syndication).	10
1.9.11 Τι είναι το Netiquette.	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	11
2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	11
2.....	11
2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου	11
2.2 Βασικά είδη ηλεκτρονικού εμπορίου	12
2.4 Ιστορικό ηλεκτρονικού εμπορίου.....	12
2.5 Το μέλλον της αγοράς.	13
2.6 Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	14
2.7 Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	16
3. ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CMS).....	16
3.1 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS)	16
3.2 Βασικά χαρακτηριστικά των CMS.....	17
3.3 Κατηγορίες – τύποι CMS.....	19
3.4 Είδη CMS.....	20
3.5 CMS ανοιχτού κώδικα.	20
3.6 CMS κλειστού κώδικα	24
3.7 Γιατί χρειαζόμαστε τα CMS.....	24
3.9 Δυναμική vs Στατική ιστοσελίδα.	24
3.9.1 Δυναμική Ιστοσελίδα	24
3.9.2 Στατική Ιστοσελίδα	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	26
4. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ	26
4.1 Apache.....	26

4.2 Php.....	27
4.3 MYSQL.....	28
4.4 PHP my Admin	28
4.5 Δυνατότητες της PHP my Admin	29
4.6 Xampp	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	31
5. CONCRETE5.....	31
5.1 Το concrete5	31
5.2 Πλεονεκτήματα	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	33
6. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ	33
6.1 Χρήστες.....	33
6.2 Καταγραφή απαιτήσεων συστημάτων και χρηστών	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	34
7. ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	34
7.1 Εγκατάσταση του XAMPP	34
7.2 Ρυθμίσεις Βάσης Δεδομένων και εγκατάσταση Concrete 5.	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8.....	45
8. ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟ E-SHOP.....	45
8.1 Προσθήκη logo στο e-shop.	45
8.2 Δημιουργία αναζήτησης.....	46
8.3 Προσθήκη εικονιδίων social media.....	46
8.4 Δημιουργία Μενού	47
8.5 Προσθήκη βίντεο.....	48
8.6 Δημιουργία Φόρμας Επικοινωνίας.....	49
8.7 Προσθήκη χάρτη	50
8.8 Δημιουργία Image Slider.....	51

8.9 Προσθήκη Τρόπου Αποστολής.....	52
8.10 Προσθήκη Τρόπου Πληρωμής.....	53
8.11 Δημιουργία Κατηγοριών Προϊόντων	54
8.12 Δημιουργία Προϊόντων	54
8.13 Εισαγωγή Προϊόντων Στην Ιστοσελίδα	57
8.14 Σχολιασμός Προϊόντων.....	59
8.15 Προσθήκη Προϊόντων Στο Καλάθι.....	60
8.16 Προσθήκη Blogs στην Ιστοσελίδα μας.....	61
8.17 Επεξεργασία Φίλτρου Αναζήτησης.....	62
8.18 Ρυθμίσεις Δημιουργίας Λογαριασμού Πελάτη	62
8.19 Ρυθμίσεις Γλώσσας	64
8.20 Ρυθμίσεις Συνομιλίας	65
8.21 Προσθήκη Κανόνα Έκπτωσης	66
8.22 Ρυθμίσεις Φορολογικές.....	66
8.23 Πρόσθετο Check Out	67
8.24 Ρυθμίσεις Back end	68
8.25 Οδηγός Χρήσης ‘‘House of Nature’’	71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9.....	76
9. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ - ΚΙΝΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ.....	76
9.1 Google Analytics.....	76
9.2 Στατιστικά στοιχεία από το Facebook insights.....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10.....	82
10. Διαδικτυακό marketing - Τρόποι βελτιστοποίησης και προώθησης ιστοσελίδας.....	82
10.1 Search Engine Marketing.....	82
10.2 Search Engine Optimization.....	83
10.3 Οργανική κίνηση (Organic search).....	84
10.4 Επεξήγηση βασικών δεικτών του Google Analytics.....	84

10.5 Social Media Marketing.....	85
10.6 Επεξήγηση βασικών δεικτών του Facebook insights.....	85
10.7 Παράγοντες SEO (Seo Factors)	87
Συμπεράσματα.....	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:	95
ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ	95

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όταν πριν από περίπου τριάντα χρόνια ξεκίνησε η συνεχόμενη χρήση του προσωπικού υπολογιστή, κανείς δεν περίμενε ότι η συμβολή του σήμερα θα επηρέαζε την κοινωνία και τον τρόπο ζωής μας. Με την σημερινή ταχύτητα ανάπτυξης των Τεχνολογιών Πληροφορικής είναι ακατόρθωτο να προβλέψουμε με ακρίβεια πως θα είναι το τοπίο σε μερικά χρόνια. Ωστόσο είναι βέβαιο ότι κάθε χρόνο οι τεχνολογίες μας θα γίνονται ακόμα πιο αποτελεσματικές και οι άνθρωποι θα πρέπει να ακολουθούν αυτές. Οι Νέες Τεχνολογίες της Πληροφορικής σε συνδυασμό με τις Βάσεις Δεδομένων και τα Δίκτυα Υπολογιστών διευκολύνουν την καθημερινότητά μας τόσο σε ιδιωτικό επίπεδο όσο και σε εργασιακό, υποστηρίζοντας όλο και περισσότερα επαγγέλματα.

Στην σημερινή ψηφιακή εποχή που ζούμε μια επιχείρηση για παράδειγμα χρησιμοποιώντας τα σωστά εργαλεία μπορεί να καταστεί ισχυρή στην αγορά. Και αυτό δεν έχει να κάνει φυσικά μόνο με το γρήγορο internet ή με κάποιες διευκολύνσεις που μπορεί να παρέχει το διαδίκτυο στις επιχειρήσεις αλλά με τις υπηρεσίες του ψηφιακού marketing. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για παράδειγμα μπορούν να ενισχύσουν την φήμη της επιχείρησης και να δημιουργήσουν στενές σχέσεις με τους πελάτες. Η κατασκευή μιας ελκυστικής και καλοσχηματισμένης ιστοσελίδας εδραιώνει την παρουσία της επιχείρησης στο διαδίκτυο και είναι ένας καλός τρόπος για να προωθήσει κανείς την επιχείρησή του. Οι καταναλωτές έχουν εικοσιτετράωρη πρόσβαση σε αυτό επιθυμώντας να βρουν υλικά αγαθά ή υπηρεσίες. Η σωστή αξιοποίηση της τεχνολογίας όπως έχει αποδειχτεί μπορεί να συντελέσει ακόμη και στην διέξοδο από την κρίση που αντιμετωπίζει η παγκόσμια κοινωνία σήμερα.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

TCP/IP Πρωτόκολλο ελέγχου μετάδοσης / Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης

WWW Word Wide Word (Παγκόσμιος Ιστός)

HTTP Hypertext Transfer Protocol

FTP File Transfer Protocol

RSS Really Simple Syndication (Πολύ Απλή Διανομή)

CMS Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

SEM System Engine Marketing

SEO System Engine Optimization

SMM Social Media Marketing

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών.....	1
Εικόνα 2: Η κατάσταση σύνδεσης ανά χώρα, όπως είχε στις 15/6/1997.....	4
Εικόνα 3: Παγκόσμιος Ιστός (Word Wide Web ή WWW).....	5
Εικόνα 4: Οι δύο τελικοί υπολογιστές και το «σύννεφο» του Internet.....	6
Εικόνα 5: Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.....	16
Εικόνα 6: JOOMLA.	21
Εικόνα 7: MAMBO.....	22
Εικόνα 8:DRUPAL.....	23
Εικόνα 9:Apache HTTP server.....	26
Εικόνα 10: PHP.....	27
Εικόνα 11: MySQL.....	28
Εικόνα 12: PHPMyAdmin.....	28
Εικόνα 13: XAMPP.....	30
Εικόνα 14: Concrete 5.....	31
Εικόνα 15: Εισαγωγή εγκατάστασης XAMPP.....	35
Εικόνα 16: Εγκατάσταση του XAMPP.....	36
Εικόνα 17: Control Panel XAMPP.	36
Εικόνα 18: Εγκατάσταση Concrete5.....	37
Εικόνα 19: Μετονομασία αρχείου σε Concrete5.	37
20: Σταμάτημα των Services.....	38
Εικόνα 21: Επιλογή Admin.....	39
Εικόνα 22: Μεταφορά στο dashboard του XAMPP.	39
Εικόνα 23:Επιλογή γλώσσας σε ελληνική.	40
Εικόνα 24: Απαιτούμενα στοιχεία για την συνέχεια της εγκατάστασης.....	40

Εικόνα 25: Εισαγωγή απαιτούμενων στοιχείων.....	41
Εικόνα 26: Εισαγωγή στοιχείων της Βάσης Δεδομένων.	41
Εικόνα 27: Επιλογή phpMyAdmin.	41
Εικόνα 28: Βάση Δεδομένων PHPMyAdmin	42
Εικόνα 29: Δημιουργία Βάση Δεδομένων	42
Εικόνα 30: Συμπλήρωση στοιχείων της Βάσης Δεδομένων.....	43
Εικόνα 31: Εγκατάσταση του Concrete5.	43
Εικόνα 32: Ολοκλήρωση εγκατάστασης.....	44
Εικόνα 33: Είσοδος στην ιστοσελίδα μας.....	44
Εικόνα 34: Δημιουργία λογότυπου για την ιστοσελίδα μας.....	45
Εικόνα 35: Εγκατάσταση λογότυπου στην ιστοσελίδα.....	46
Εικόνα 36: Εγκατάσταση αναζήτησης στην ιστοσελίδα.....	46
Εικόνα 37: Δημιουργία συνδέσμων κοινωνικής δικτύωσης.....	47
Εικόνα 38: Σύνδεσμοι κοινωνικής δικτύωσης.....	47
Εικόνα 39: : Δημιουργίας κεντρικού μενού	47
Εικόνα 40: Προσθήκη σελίδων.....	48
Εικόνα 41: Προσθήκη Βίντεο	48
Εικόνα 42: Εισαγωγή Video.....	49
Εικόνα 43: Προσθήκη επικοινωνίας	49
Εικόνα 44: Δημιουργία Μηνύματος.....	50
Εικόνα 45: Δημιουργία χάρτης GOOGLE	50
Εικόνα 46: API KEY	51
Εικόνα 47: Προσθήκη slider	51
Εικόνα 48: Επεξεργασία του slider.....	52
Εικόνα 49: Δημοσίευση του slider εικόνων.....	52
Εικόνα 50: Επεξεργασία μεθόδου αποστολής.....	53
Εικόνα 51: Δημιουργία τρόπων αποστολής.....	53

Εικόνα 52: Δημιουργία κατηγοριών	54
Εικόνα 53: Προσθήκη προϊόντων	55
Εικόνα 54: Κατηγοριοποίηση προϊόντων.	55
Εικόνα 55: Ανέβασμα φωτογραφίας προϊόντων.	56
Εικόνα 56: Ορισμός σελίδας προϊόντων.	56
Εικόνα 57: Μετακίνηση προϊόντων στο χάρτη του site.....	57
Εικόνα 58: Ολοκλήρωση δημιουργίας προϊόντων.....	57
Εικόνα 59: Εισαγωγή προϊόντων στο site.	58
Εικόνα 60: Εμφάνιση των προϊόντων στο site μας.....	58
Εικόνα 61: Προσθήκη λεπτομερειών.....	59
Εικόνα 62: Προσθήκη Σχολιασμού στα Προϊόντα	59
Εικόνα 63: Οι κατηγορίες της σελίδας μας.....	60
Εικόνα 64: Προσθήκη προϊόντος στο καλάθι	60
Εικόνα 65: Δημιουργία Blogs	61
Εικόνα 66: Προσθήκη Περιεχομένου στα Blogs	61
Εικόνα 67: Επεξεργασία Φίλτρου Αναζήτησης.....	62
Εικόνα 68: Ρυθμίσεις Λογαριασμού Πελάτη.....	63
Εικόνα 69: Είσοδος σε λογαριασμό	63
Εικόνα 70: Εγγραφή μέλους στην ιστοσελίδα μας	64
Εικόνα 71: Ρυθμίσεις Γλώσσας.....	65
Εικόνα 72: Κανόνας έκπτωσης	66
Εικόνα 73: Φορολογικές Ρυθμίσεις.....	67
Εικόνα 74: Ρυθμίσεις Φορολογικού Συντελεστή.....	67
Εικόνα 75: Προσθήκη check out.....	68
Εικόνα 76: Εμφάνιση Check Out	68
Εικόνα 77: Ρυθμίσεις Seo	69
Εικόνα 78: Μαζική ενημέρωση των SEO	69

Εικόνα 79: Τύποι Αρχείων	70
Εικόνα 80: Ορισμός Διαχειριστών Αρχείων	70
Εικόνα 81: Ρυθμίσεις Cache.....	71
Εικόνα 82: Αρχική σελίδα του House Of Nature	72
Εικόνα 83: Περιήγηση στο House Of Nature	72
Εικόνα 84: Φόρμα Επικοινωνίας.....	73
Εικόνα 85: Κατηγορίες Προϊόντων.....	73
Εικόνα 86: Προσθήκη προϊόντος στο καλάθι	74
Εικόνα 87: Προσθήκη στοιχείων Παραγγελίας	74
Εικόνα 88: Επιλογή Τρόπου Αποστολής	75
Εικόνα 89: Δελτίο Παραγγελίας	75
Εικόνα 90: Επισκόπηση Σελίδας.....	77
Εικόνα 91: Συνολικά στοιχεία για τα likes	77
Εικόνα 92: Τα Καθαρά ‘Μου αρέσει’	78
Εικόνα 93: Πόσα ‘Μου αρέσει’ έγιναν στην σελίδα μας.....	78
Εικόνα 94: Απήχηση δημοσιεύσεων	79
Εικόνα 95: Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις.....	79
Εικόνα 96: Συνολική απήχηση.....	80
Εικόνα 97: Συνολικός αριθμός των ατόμων	80
Εικόνα 98: Κορυφαίες πηγές.....	81
Εικόνα 99: Απήχηση δημοσιεύσεων	81
Εικόνα 100: Δημογραφικά δεδομένα	82
Εικόνα 101: SEM	82
Εικόνα 102: SEO.....	83
Εικόνα 103: SMM.....	85

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ

1.1 Τι είναι διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο είναι ένα κοινό σύστημα παγκόσμιας εμβέλειας συνδεδεμένων υπολογιστικών δικτύων, που στηρίζεται στη χρήση πρωτοκόλλων “TCP/IP”. Οι ομάδες αυτές των πρωτοκόλλων είναι συγκεκριμένες και καθιερωμένες. Οι υπηρεσίες του διαδικτύου εξυπηρετούν μεγάλο αριθμό χρηστών ανά τον κόσμο. Οι χρήστες συνδεδεμένοι μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών στο Διαδίκτυο, απολαμβάνουν υπεράριθμες διαθέσιμες υπηρεσίες οι οποίες υλοποιούνται μέσω των πρωτοκόλλων επικοινωνίας.



Εικόνα 1: Παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών.

1.2 Τεχνολογία διαδικτύου

Το Διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο επικοινωνίας που επιτρέπει την μεταφορά και την λήψη δεδομένων μεταξύ οποιουδήποτε συνδεδεμένου υπολογιστή. Η τεχνολογία του στηρίζεται στην σύνδεση διάφορων δικτύων μεταξύ τους παγκοσμίως και σε πολυπληθή πρωτόκολλα επικοινωνίας. Ειδικότερα το διαδίκτυο (Internet) προσφέρει στους διασυνδεδεμένους υπηρεσίες, πληροφορίες μέσω ενός παγκόσμιου πλέγματος διασυνδεδεμένων υπολογιστών και στηρίζεται στην ανταλλαγή πρωτοκόλλων επικοινωνίας, μια τεχνική που καλείται Διαδικτύωση.

(Douglas E. Comer, 2003)

1.3 Ιστορία διαδικτύου

Κατά τη διάρκεια του πολέμου, οι αρχικές προσπάθειες για τον σχεδιασμό διαδικτύου ξεκίνησαν από τις ΗΠΑ. Η ανασφάλεια που καλλιεργήθηκε στους Αμερικανούς με την εκτόξευση του πρώτου δορυφόρου των Σοβιετικών, τους οδήγησε στην δημιουργία αντιμέτρων σε όλα τα μέτωπα της Αμερικανικής Ασφαλείας. Η πρώτη κίνηση από την πλευρά της Αμερικής ήταν η ανάπτυξη και η ενίσχυση της συμμετοχής του Διαδικτύου στην εθνική άμυνα της χώρας. Η γνωστή D.A.R.P.A. δημιουργήθηκε ως η υπηρεσία που θα εξασφάλιζε μέσω ενός δικτύου την επικοινωνία σε περίπτωση ενός πυρηνικού πολέμου.

Στα τέλη της δεκαετίας του '60 ξεκίνησε να αναπτύσσεται στις ΗΠΑ ένα δίκτυο, το λεγόμενο ARPANET το οποίο είναι η βελτιωμένη έκδοση του τωρινού Διαδικτύου. Στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ οι ερευνητές ξεκινούν να πειραματίζονται με τη διασύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Το δίκτυο ARPANET πρωτοεμφανίζεται το 1969 με πόρους του προγράμματος ARPA του Υπουργείου Άμυνας, στοχεύοντας στην σύνδεση του Υπουργείου με στρατιωτικούς ερευνητικούς οργανισμούς αποτελώντας ένα πείραμα για τη αξιόπιστη λειτουργία των δικτύων. Αρχικά το πρόγραμμα λειτούργησε με την μορφή πειράματος, λανσάροντας μια πρωτοεμφανιζόμενη τεχνολογία γνωστή ως μεταγωγή πακέτων, όπου η μετάδοση δεδομένων διαιρείται σε πακέτα και πολλοί χρήστες μπορούν να χρησιμοποιούν ταυτόχρονα την ίδια επικοινωνιακή γραμμή.

Για να εξασφαλιστεί η επικοινωνία μεταξύ απομακρυσμένων δικτύων ήταν αναγκαία η ανάπτυξη ενός υπερ-δικτύου. Το δίκτυο αυτό θα έδινε τη δυνατότητα του διαμοιρασμού των δεδομένων ανάμεσα στους χρήστες του. Πολλά ερευνητικά προγράμματα ξεκινούν με μια μόνο κατεύθυνση. Γύρω στα 1970 γίνονται οι πρώτες προσπάθειες ανάπτυξης προγραμμάτων λογισμικού που συνδυάζονταν το υλικό θα προσέφεραν την προαναφερόμενη Διαδικτύωση σε όλα τα ξεχωριστά υποδίκτυα. Η ανταλλαγή δεδομένων και πληροφοριών από το ένα δίκτυο στο άλλο δημιούργησε την ανάγκη ύπαρξης πρωτοκόλλων επικοινωνίας μεταξύ των διασυνδεόμενων. Το IP (INTERNET PROTOCOL) είναι το πρώτο πρωτόκολλο επικοινωνίας και είναι ο πρόγονος του internet με την έννοια ότι πολλά ξεχωριστά υποδίκτυα που ακολουθούσαν το IP πρωτόκολλο μπορούσαν να συγχρονιστούν μεταξύ τους και να ανταλλάξουν δεδομένα.

Μια δεκαετία αργότερα το IP πρωτόκολλο αναπτύσσεται στο TCP/IP πρωτόκολλο που πλέον επικρατεί ως το κοινό πρωτόκολλο επικοινωνίας μεταξύ των διασυνδεόμενων δικτύων. Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής αναγνωρίζουν το ανωτέρω πρωτόκολλο επικοινωνίας ως το

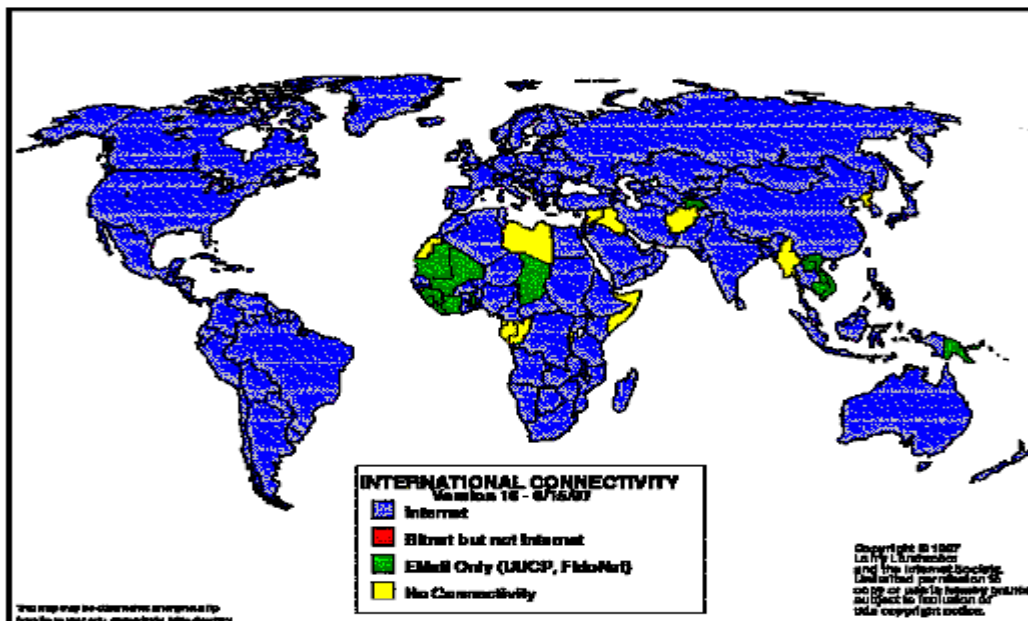
πλέον συμβατό και αναγνωρίσιμο. Δημιουργούνται λειτουργικά συστήματα τα οποία χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο επικοινωνίας TCP/IP επιτυγχάνουν άρτια αλληλεπίδραση στη μετάδοση δεδομένων.

Το BERKELEY UNIX ήταν το πρώτο λειτουργικό πρόγραμμα που αναπτύχθηκε από την Αμερικανική κυβέρνηση, υποστήριζε το πρωτόκολλο TCP/IP και μέσω αυτού προσέφερε την αρτιότερη μέχρι εκείνη την στιγμή αίσθηση διαδικτύωσης. Το ARPANET ήταν το πρώτο όνομα δικτύου που δόθηκε και σε αυτό αλληλεπιδρούσαν όσοι συνδέονταν με το πρωτόκολλο TCP/IP μέσω του προγράμματος BERKELEY UNIX. Όλοι οι δημόσιοι φορείς, Κολέγια, Σχολεία, Δημόσιες Υπηρεσίες συνδέονται στο ARPANET με συνέπεια να επιβαρύνουν την λειτουργικότητά του. Η αρχική ανάγκη της Αμερικανικής κυβέρνησης για την διασφάλιση των στρατιωτικών και κυβερνητικών επικοινωνιών δημιούργησε το Milnet. Το Milnet ήταν εκείνο το δίκτυο που εξυπηρετούσε μόνο στρατιωτικές επικοινωνίες ενώ το ARPANET που απαλλάχθηκε από το μεγάλο όγκο κυβερνητικών επικοινωνιών απέκτησε ευελιξία και ταχύτητα.

Το πανεπιστήμιο NSF το 1985 ιδρύει το NSFnet (National Science Foundation Network). Είναι ένα ακόμη ταχύτερο δίκτυο από το ARPANet και στηρίχθηκε αρχικά στη σύνδεση πέντε υπερ υπολογιστικών κέντρων μεταξύ τους. Στη συνέχεια άρχισαν να συνδέονται σε αυτό όλα τα πανεπιστήμια της επιστημονικής κοινότητας, διάφοροι οργανισμοί και πολλές χώρες όπως η Ιταλία, Καναδάς, Σουηδία, Γερμανία, Αυστραλία, Αγγλία κ.α. . Το νέο αυτό δίκτυο παίρνει τόσο μεγάλες διαστάσεις συνδεσιμότητας και είναι το γνωστό σε όλους μας Internet.

Η Ελλάδα συνδέεται στο NSFnet το 1990 ενώ τρία χρόνια αργότερα στο εργαστήριο CERN αναπτύσσεται η Διαδικτύωση με τη μορφή πολυμέσων. Το WORD WIDE WEB στο οποίο θα αποθηκεύονται εικόνες με δεδομένα στις οποίες ο διασυνδεδεμένος θα μπορεί να περιηγηθεί με τη χρήση του κέρσορα.

Ταυτόχρονα το NSFnet αρχίζει να καταργείται αφού πλέον μεγάλες ιδιωτικές εταιρείες εκμετάλλευσης πρωτοκόλλων επικοινωνίας όπως ο ISP αρχίζουν να μεταπωλούν τις υπηρεσίες συνδεσιμότητας στο κοινό. Πλέον το NSFnet επίσημα σταματάει τη λειτουργία του. Με τους παρόχους σύνδεσης ISP σου δίνεται η δυνατότητα μέσω μιας συνδρομής να συνδεθείς επίσημα στο Internet μέσω ενός Modem και ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή.



Εικόνα 2: Η κατάσταση σύνδεσης ανά χώρα, όπως είχε στις 15/6/1997.

Στον παραπάνω πίνακα οι χώρες με μπλε χρωματισμό διαθέτουν σύνδεση στο Internet σε αντίθεση με τις χώρες που έχουν κίτρινο χρώμα όπου δεν διαθέτουν. Οι χώρες με πράσινο χρωματισμό μπορούν να έχουν πρόσβαση μόνο στην υπηρεσία e-mail.

Η εμφάνιση του WWW συνδυαστικά με την εύκολη πρόσβαση στο Internet άρχισε να προσελκύει καινούργιους χρήστες και προκάλεσε την μεγάλη αύξηση της χρήσης του, που συναντάμε σήμερα. Στη παραπάνω εικόνα παρατηρούμε ότι οι περισσότερες χώρες είναι συνδεδεμένες στο Internet. Πλέον αντιλαμβανόμαστε την επιρροή του Διαδικτύου στην καθημερινή μας ζωή αλλά και την επίδρασή του στις καθημερινές μας πρακτικές που είτε αφορούν τον εργασιακό τομέα (τηλεργασία, ηλεκτρονικό εμπόριο κλπ) είτε την απλή περιήγηση σε κάποιον ιστότοπο (on-line περιοδικά, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εφημερίδες κ.α.)

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, 2020) : <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF>

1.4 Παγκόσμιος ιστός.

Η πιο διαδεδομένη υπηρεσία του Διαδικτύου είναι ο Παγκόσμιος ιστός (www). Αυτή η υπηρεσία μας δίνει την δυνατότητα με πολύ απλό, εύκολο και γρήγορο τρόπο να έχουμε πρόσβαση σε οποιοδήποτε ψηφιακό περιεχόμενο επιθυμούμε. Ένα δίκτυο αποτελείται από

πολλούς συνδεδεμένους υπολογιστές στο Διαδίκτυο. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται επιμέρους δίκτυα τα οποία μας δίνουν τον Παγκόσμιο Ιστότοπο. Μέσα σε αυτόν περιλαμβάνονται τα δίκτυα που μπορούμε να έχουμε πρόσβαση όλοι μας αλλά και δορυφορικά δίκτυα ή δίκτυα επικοινωνίας με το διάστημα.



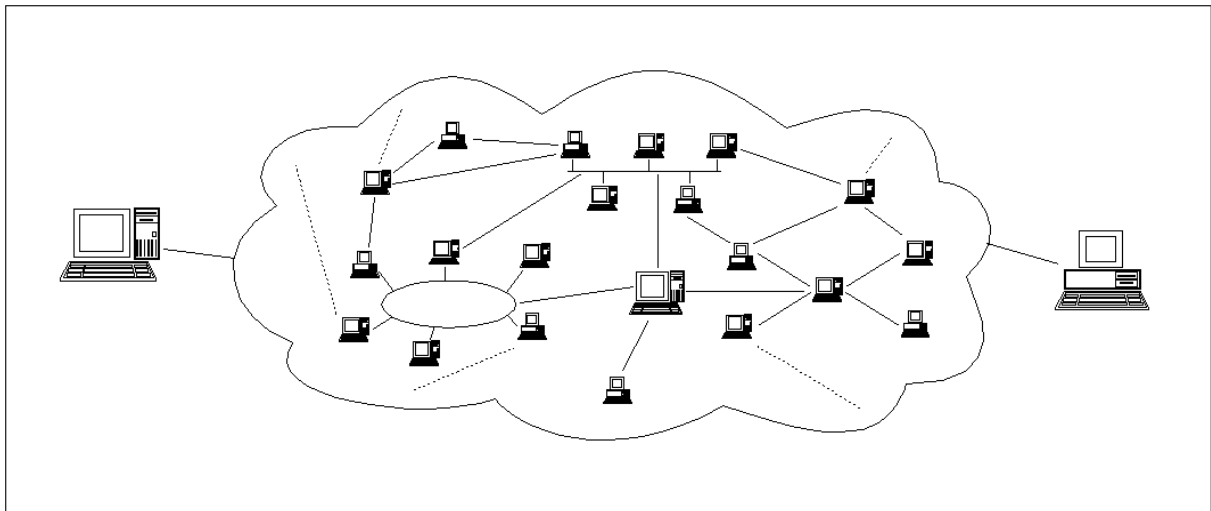
Εικόνα 3: Παγκόσμιος Ιστός (Word Wide Web ή WWW).

Δημιουργός του Παγκόσμιου Ιστότοπου είναι ο Βρετανός Μπέρνερς Τιμ που όραμά του ήταν έναν κόσμο που όλοι θα μπορούσαν να αντάλλάσουν πληροφορίες. Με αυτόν τον τρόπο άλλαξαν τα στάνταρ όχι μόνο σε ότι αφορά την ανταλλαγή πληροφοριών αλλά και θέματα της καθημερινότητας μας.

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ, 2020)
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82_%CE%99%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%82

1.5 Πρωτόκολλο TCP/IP.

Ως Πρωτόκολλο TCP ορίζουμε το πρωτόκολλο επικοινωνίας των ηλεκτρονικών μας υπολογιστών όταν συνδέονται σε ένα δίκτυο. Στην ουσία μιλάμε για ένα αντίγραφο επικοινωνίας που βρίσκετε στην υπολογιστή μας και παρέχει την δυνατότητα επικοινωνίας με τους υπόλοιπους υπολογιστές. Τα πακέτα TCP/IP χωρίζονται σε δύο επίπεδα από τα οποία το ένα είναι υπεύθυνο για την μεταφορά δεδομένων ενώ το άλλο για την λήψη δεδομένων που δεν είναι εφικτό να μεταφραστούν με φυσικό τρόπο.



Εικόνα 4: Οι δύο τελικοί υπολογιστές και το «σύννεφο» του Internet.

Όσον αφορά το πρωτόκολλο των IP πακέτων θα μπορούσαμε να το ορίσουμε σαν το θεμελιώδες χαρακτηριστικό ενός δικτύου. Κάθε υπολογιστής που συνδέεται σε ένα οποιοδήποτε δίκτυο αυτόματα αποκτά μια IP δίκτυου που έχει ως σκοπό την επικοινωνία και την μεταφορά δεδομένων από και προς τους χρήστες.

(Douglas E. Comer, 2003)

1.6 Πρωτόκολλα HTTPS

Το HTTPS είναι ένα σύστημα που εφαρμόζει τις ιδιότητες των TCP/IP και επιτρέπει την Διαδικτυακή σύνδεση. Η χρήση του γίνεται κάθε φορά που θέλουμε να αναζητήσουμε κάτι στον Παγκόσμιο Ιστό και εμφανίζεται με την μορφή link. Πρόκειται για ένα πρωτόκολλο που εξ αρχής χρησιμοποιήθηκε για την μεταφορά πληροφοριών με κρυπτογράφηση και ήταν της μορφής HTTP. Πλέον είναι ευρέως γνωστό ως HTTPS ενώ πρόσφατα ο Chrome απέτρεπε την σύνδεση σε σελίδες που δεν το διέθεταν για λόγους ασφαλείας και αποτροπής των υποκλοπών παρέχοντας μεγαλύτερη ασφάλεια σε μια ιστοσελίδα.

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, HTTPS, 2020) https://www.ip.gr/el/dictionary/83-HTTP_Hypertext_Transfer_Protocol

1.7 Βασικές υπηρεσίες του Διαδικτύου

Η βασικότερη υπηρεσία που προσφέρει το Διαδίκτυο μέσω των υπολογιστών στην παγκόσμια κοινότητα είναι ο γρήγορος τρόπος επικοινωνίας που δεν ορίζεται από αποστάσεις. Έτσι μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των τηλεδιασκέψεων αλλά και των chat συνομιλιών οι άνθρωποι μπορούν και επικοινωνούν μεταξύ τους ενώ βρίσκονται σε

διαφορετικά μέρη του πλανήτη. Η ταχύτερη διακίνηση της πληροφορίας μέσα από μια πληθώρα δεδομένων οδήγησε στην ανάπτυξη κι άλλων εφαρμογών που αφορούν το κομμάτι της ψυχαγωγικής ενημέρωσης αλλά και της εργασίας. Σήμερα συναντάμε προηγμένες εφαρμογές στην καθημερινότητά μας όπως τηλεεκπαιδεύσεις, τηλειατρική, ηλεκτρονικό εμπόριο κ.α.

1.8 Τι είναι ιστοσελίδα.

Ως ιστοσελίδα ορίζουμε ένα είδος αρχείου ή εγγράφου που έχει δημιουργηθεί στο Web και έχει συνήθως σταθερό περιεχόμενο. Το περιεχόμενο αυτό σχηματίζεται κυρίως από κείμενα, εικόνες, βίντεο, ήχο κ.α. Μια ιστοσελίδα μπορεί να περιέχει και άλλες σελίδες στον ιστοχώρο που βρίσκεται, αυτές οι άλλες σελίδες αλληλοσυνδέονται μεταξύ τους και μας δίνουν την δυνατότητα να μεταβαίνουμε εκεί που θέλουμε με ένα κλικ. Ιστοσελίδα λοιπόν μπορούμε να χαρακτηρίσουμε και ένα blog ή ένα portal ή και ένα e-shop. Σήμερα συναντάμε ακόμη και εταιρείες που ασχολούνται εξ ολοκλήρου με το στήσιμο και την λειτουργία ιστοσελίδων έχοντας ως σκοπό την επίσκεψη χρηστών σε αυτές και στόχο άλλοτε την επικοινωνία και άλλοτε την πώληση εμπορευμάτων και υπηρεσιών.

1.9 Ασφάλεια δεδομένων στο διαδίκτυο

Για την μεταφορά των δεδομένων με ασφάλεια η εταιρεία Netscape ανέπτυξε ένα πρωτόκολλο, το SSL με στόχο την δημιουργία κρυπτογράφησης στα αρχεία. Εκ των υστέρων η ίδια εταιρεία εφάρμοσε το σύστημα TLS του οποίου η χρήση του αφορά τις ασφαλείς συναλλαγές οικονομικού περιεχομένου μέσω του Internet. Με την αυξανόμενη διείσδυση που έχει κάνει το διαδίκτυο στην ζωή μας και παρόλα τα πλεονεκτήματα που μας προσφέρει τόσο περισσότερο αυξάνεται και η αξία του να διαφυλάξουμε τα προσωπικά μας δεδομένα από μια ενδεχόμενη υποκλοπή. Τα προσωπικά μας δεδομένα είναι οποιαδήποτε στοιχεία μας χαρακτηρίζουν όπως το όνομα μας, το τηλέφωνό μας, φωτογραφίες, διεύθυνση της κατοικίας μας αλλά και τραπεζικά μας στοιχεία. Αυτά μπορεί να τα χρησιμοποιούμε καθημερινά σε δραστηριότητες που βασίζονται σε υπηρεσίες που μας παρέχει το Διαδίκτυο, από το να συμπληρώσεις μια φόρμα ή μια ηλεκτρονική παραγγελία μέχρι και η καταχώρηση στοιχείων μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με βάση τα παραπάνω ήταν αναγκαία η εξέλιξη των πρωτοκόλλων TLS και SSL με σκοπό την δημιουργία ασφαλούς πλοήγησης. Παρά το γεγονός βέβαια της ύπαρξης προτύπων ασφαλούς περιήγησης παρατηρείτε έλλειψη ενημέρωσης και

γνώσεων σε ότι αφορά τα παραπάνω πρωτόκολλα, ενώ λίγες σελίδες είναι αυτές που οι χρήστες του διαδικτύου εμπιστεύονται απόλυτα.

1.9.1 Βλαβερό λογισμικό (Malware)

Κακόβουλο λογισμικό είναι το λογισμικό που μπορεί να βλάψει έναν υπολογιστή όπως είναι οι ιοί ή τα worm. Αυτό το κακόβουλο λογισμικό μπορεί να δημιουργήσει ανεπιθύμητες ενέργειες στο πληροφοριακό μας σύστημα και να αλλοιώσει, να δημοσιεύσει ή και να καταστρέψει τα προσωπικά μας αρχεία. Όπως έχει προκύψει επιβλαβές λογισμικά συναντάμε σε δύο μορφές σε αυτά που ανατροφοδοτούνται μόνα τους και σε αυτά που αναπαράγονται με την συμμετοχή ανθρώπινης παρέμβασης.

1.9.2 Phishing (Υποκλοπή προσωπικών δεδομένων)

Το phishing ή αλλιώς “Ηλεκτρονικό Ψάρεμα” ένας όρος που αποδόθηκε από την κοινότητα των hackers είναι η πράξη που σκοπό έχει την εξαπάτηση ενός χρήστη του Διαδικτύου. Συνήθως η υποκλοπή δεν έχει στόχο την έκθεση των προσωπικών στοιχείων αλλά αποσκοπεί στην οικονομική εξαπάτηση του χρήστη. Τέτοιες επιθέσεις Phishing βλέπουμε συνήθως στο ηλεκτρονικό μας ταχυδρομείο με την μορφή παραπλανητικού μηνύματος ή σε μη ασφαλείς ιστοσελίδες όπου κατά την επίσκεψή μας μπορεί να συναντήσουμε το Phishing σε μορφή αναδυόμενων παραθύρων ή σε μορφή διαφήμισης.

1.9.3 Τρόποι αποφυγής της μόλυνσης από ιούς.

Παρά το γεγονός ότι ένας ιός μπορεί να δημιουργήσει αρκετή ζημιά σε έναν υπολογιστικό σύστημα δύσκολα μπορεί να ανιχνευτεί εκ των υστέρων. Για τον λόγο αυτό δημιουργήθηκαν τα antivirus. Ένα καλό antivirus μπορεί να ανιχνεύσει τους ιούς και οποιοδήποτε άλλο επιβλαβές λογισμικό που επιτίθεται στον υπολογιστή μας. Η λειτουργία του αφορά τον εντοπισμό μιας απειλής αποτρέπει τυχόν επόμενη επίθεση. Αυτό θα επιτευχθεί με τη συχνή ενημέρωση των αναβαθμίσεων στο λογισμικό προστασίας του υπολογιστή μας.

Τρόποι αποφυγής από ιούς:

- Ποτέ μην ανοίγετε συνημμένο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που προέρχεται από αποστολέα που δεν γνωρίζετε.
- Ποτέ μην ανοίγετε συνημμένο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από αποστολέα που γνωρίζετε, εκτός εάν γνωρίζετε ακριβώς τι περιέχει το συνημμένο. Ο αποστολέας μπορεί να μην υποψιάζεται ότι περιέχει ιό.

- Ποτέ μην εγκαταστήσετε προγράμματα στον ηλεκτρονικό υπολογιστή σας αμφιβόλου προέλευσης.
- Χρησιμοποιήστε τείχος στο Internet.
- Χρησιμοποιήστε ενημερωμένο λογισμικό προστασίας από ιούς.
- Χρησιμοποιήστε ενημερωμένη τεχνολογία προστασίας από το λογισμικό υποκλοπής.
- Διατηρήστε ενημερωμένο το λειτουργικό σας σύστημα.

1.9.4 Αναδυόμενα παράθυρα.

Τα αναδυόμενα παράθυρα στα οποία αναφερθήκαμε και παραπάνω εμφανίζονται συνήθως κατά την είσοδο μας σε μια ιστοσελίδα και έχουν διαφημιστικό περιεχόμενο. Η google chrome στην προσπάθειά της να μειώσει την εμφάνισή τους αντιλαμβάνομενη ότι είναι ενοχλητικές τις περισσότερες φορές για τον χρήστη, του δίνει την επιλογή να επιλέξει για την προβολή τους. Αυτό χαρακτηρίζεται ως αποκλεισμός των αναδυόμενων παραθύρων.

1.9.5 Ασφαλείς συναλλαγές στο διαδίκτυο.

Έχει παρατηρηθεί ότι οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου στο παρελθόν προκαλούσαν φόβο στους ενδιαφερόμενους σε αντίθεση με σήμερα όπου αντιλαμβανόμαστε μια αυξανόμενη τάση των ανθρώπων να προτιμούν τις αγορές μέσω του Internet. Παρόλα ταύτα στις ηλεκτρονικές αγορές πρέπει να είμαστε αρκετά προσεχτικοί ειδικά όταν η αγορά ενός προϊόντος προέρχεται από μια ιστοσελίδα που δεν αποπνέει την εμπιστοσύνη μιας άρτιας σελίδας. Οι συναλλαγές μας σε αυτή την περίπτωση θα ήταν σκόφρον να γίνονται με την μέθοδο της αντικαταβολής ώστε να αποφευχθεί η καταχώρηση των προσωπικών μας τραπεζικών στοιχείων άρα και μια ενδεχόμενη υποκλοπή. Εάν δεν υπάρχει αυτή η δυνατότητα πληρωμής για την αγορά μας καλό θα είναι να γίνεται μια επικοινωνία μεταξύ του πελάτη και του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στην περίπτωση της πληρωμής με ηλεκτρονικό τρόπο θα πρέπει πάντα ο πελάτης να κρατάει το δελτίο της παραγγελίας του αλλά και την απόδειξη πληρωμής του. Ως εκ τούτου πρέπει πάντα να δίνουμε ιδιαίτερη προσοχή στις σελίδες που επισκεπτόμαστε όμως από την άλλη καλό θα ήταν να διασφαλίζουμε ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής που κάνουμε την συναλλαγή διαθέτει τα κατάλληλα μέτρα ασφαλείας όπως antivirus ικανά να παρέχουν την μη υποκλοπή των δεδομένων και την ασφάλεια της διασύνδεσης.

(COOLWEB, 2020): <https://coolweb.gr/asfaleia-synallagon-online/>

1.9.6 Ασφαλείς ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τρόπους επικοινωνίας και μεταφοράς αρχείων. Συχνά ωστόσο κατά την σύνδεση μας μπορεί να συναντήσουμε ανεπιθύμητα e-mail τα οποία κυρίως μας παραπέμπουν σε διαφημίσεις προϊόντων ή και υπηρεσιών. Επιβάλετε να είμαστε πολύ προσεχτικοί όταν γινόμαστε συχνά δέκτες τέτοιων μηνυμάτων καθώς μπορεί να περιέχουν επιβλαβές λογισμικό για τον λογαριασμό μας και τον υπολογιστή μας. Την λύση μπορεί να μας την δώσει ένα φίλτρο ανεπιθύμητης αλληλογραφίας που αν τοποθετήσουμε στον λογαριασμό μας θα ρυθμίσουμε από ποιους θα επιτραπεί η λήψη μηνυμάτων.

1.9.7 Τι είναι τα cookies.

Τα Cookies εμφανίζονται με την μορφή μικρού κειμένου κάθε φορά που επισκεπτόμαστε μια σελίδα. Θα μπορούσαμε να τα χαρακτηρίσουμε ακίνδυνα καθώς εξυπηρετούν την επίσκεψή μας σε μια ιστοσελίδα ρυθμίζοντας κάποιες πληροφορίες που αφορούν την περιήγησή μας σε αυτή. Αποδοχή των cookies ζητά ο ιστότοπος που θέλει να γίνει πιο λειτουργικός και αποδοτικός για τον επισκέπτη.

1.9.8 Τι είναι κρυπτογράφηση.

Η κρυπτογράφηση βασίζεται στην απόκρυψη και διασφάλιση της πληροφορίας από μη εξουσιοδοτημένους παραλήπτες. Με την κρυπτογράφηση διασφαλίζονται τα δεδομένα των προσωπικών μας λογαριασμών. Αν και παλαιότερα χρησιμοποιούνταν για την διασφάλιση ευαίσθητων κυβερνητικών δεδομένων σήμερα βλέπουμε ότι μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε κρυπτογράφηση ακόμη και για ένα e-mail στο ηλεκτρονικό μας ταχυδρομείο όπου μόνο όσοι έχουν το ιδιωτικό κλειδί μπορούν να αποκρυπτογραφήσουν το μήνυμα. Η κρυπτογράφηση μπορεί να αποτελέσει μια ασφαλή μέθοδο διασφάλισης των e-mail μας.

1.9.10 Τι είναι το RSS (Really Simple Syndication).

Συχνά βλέπουμε στον υπολογιστή μας και στα κινητά μας τηλέφωνα τα οποία συνδέονται σε μια web ιστοσελίδα να λαμβάνουμε από την εκάστοτε σελίδα μήνυμα για αποδοχή ενημερωτικών e-mail ή ειδοποιήσεων. Το rss ή αλλιώς Ροή Δεδομένων δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να λαμβάνει από την σελίδα στην οποία έχει επικυρώσει το ενδιαφέρον του την λήψη των τελευταίων εξελίξεων που άλλοτε αφορούν προϊόντα και άλλοτε ενημερώσεις ή νέα γεγονότων.

1.9.11 Τι είναι το Netiquette.

Μεταξύ διασυνδεδεμένων χρηστών σε ένα κοινό μέσο επικοινωνίας υπάρχουν άγραφοι κανόνες που θα πρέπει να τηρούνται. Αυτοί οι κανόνες καλής συμπεριφοράς δεν διαφέρουν πολύ από τους κανόνες ηθικής συμπεριφορά της άμεσης επικοινωνίας με τους άλλους ανθρώπους. Δημιουργήθηκαν από την κοινότητα του διαδικτύου ορίζονται ως Netiquette και λειτουργούν ως οδηγίες για τον τρόπο επικοινωνίας με τον συνομιλητή μας. Το Netiquette αναφέρεται κυρίως στις ομάδες συνομιλιών, στα άμεσα μηνύματα αλλά και στα blogs και παρουσιάζονται ως ένα σύνολο οδηγιών που πρέπει να υπάρχουν μεταξύ της συνομιλίας των χρηστών.

Κάποιοι από αυτούς τους κανόνες είναι οι ακόλουθοι:

- Προσέχουμε σε ότι αφορά την ιδιωτικότητα του συνομιλητή και δεν ψάχνουμε τις προσωπικές τους πληροφορίες.
- Σκεφτόμαστε πριν γράψουμε κάτι που μπορεί μια λάθος διατύπωση να δημιουργήσει σύγχυση ή παρεξηγήσεις.
- Δεν αποστέλλουμε ανεπιθύμητα μηνύματα ή μηνύματα spam στον συνομιλητή μας.
- Σεβόμαστε την άποψη των άλλων όπως επιβάλει το netiquette και δεν διαπληκτιζόμαστε διαδικτυακά με τους άλλους συνομιλητές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

2.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Ηλεκτρονικό εμπόριο ή αλλιώς e-commerce, ονομάζεται η διαδικασία με την οποία μπορεί ο καταναλωτής να προμηθευτεί προϊόντα ή να του παρέχονται υπηρεσίες χωρίς να χρειάζεται να έρθει σε επαφή με τον πωλητή αλλά αντίθετα μπορεί να εξυπηρετηθεί από απόσταση και μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο. Με τον τρόπο αυτό ξεκινάει μια σειρά από διαδικασίες όπως η πώληση και η αποστολή του προϊόντος καθώς και η πληρωμή αυτού μέσω internet. Τη διαδικασία αυτή τείνουν να χρησιμοποιούν όλο ένα και περισσότεροι καταναλωτές με αποτέλεσμα την τεράστια διάδοση του ηλεκτρονικού εμπορίου, η χρήση του οποίου απαιτεί την ανακάλυψη νέων τρόπων διαχείρισης και ανταλλαγής

χρημάτων, στη διεξαγωγή διαδικασιών του διαδικτύου, όπως επίσης και στην αλληλομετάδοση και αυτόματη συγκέντρωση ηλεκτρονικών δεδομένων.

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΕΙΟ, 2020):

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%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF

2.2 Βασικά είδη ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο χωρίζεται σε τρία είδη τα οποία αναλύονται παρακάτω:

B2B: Προφέρεται μπι-του-μπι και είναι βασιζόμενο στην αγγλική ορολογία «business to business» και σχετίζεται με το ηλεκτρονικό εμπόριο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και δύναται να είναι δημόσιο ή ιδιωτικό.

B2C: Προφέρεται μπι-του-σι και είναι βασιζόμενο επίσης στην αγγλική ορολογία «business to consumer» το οποίο έχει σχέση με των ηλεκτρονικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Εταιρίες οι οποίες χρησιμοποιούν αυτό το είδος εμπορίου είναι για παράδειγμα η amazon.com.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συναντάται και σε μία άλλη μορφή, την ηλεκτρονική αγορά όπου ο καταναλωτής συνδέεται κατευθείαν με τον πωλητή χωρίς να μεσολαβεί καμία άλλη υπηρεσία. Η συνεργασία μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή διεξάγεται σε πραγματικό χρόνο, υπάρχουν όμως και μερικές εξαιρέσεις όπου ενδέχεται να μεσολαβεί κάποιος τρίτος σε μία διαδικασία αγοράς-πώλησης, όπως συμβαίνει με το eBay.com.

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, Βασικά Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορείου 2020):

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%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF

2.4 Ιστορικό ηλεκτρονικού εμπορίου

Τη δεκαετία του 1970 έκαναν την εμφάνισή τους οι εξής τεχνολογίες:

EFT: σύμφωνα με την οποία οι τράπεζες είχαν πλέον τη δυνατότητα να μεταφέρουν χρήματα και τίτλους σε εταιρίες ή άτομα μέσω ιδιωτικών δικτύων. Την τεχνολογία αυτή χρησιμοποιούν ακόμα και σήμερα.

EDI: κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να στέλνει τις παραγγελίες της και να εκδίδει τιμολόγια με ηλεκτρονικό τρόπο.

Τη δεκαετία του '80, οι πιστωτικές κάρτες αρχίζουν να εμφανίζονται, όπως επίσης οι αυτόματες τραπεζικές μηχανές και καταθέσεις μέσω τηλεφώνου. Με αυτούς τους διαφορετικούς τρόπους εφαρμογής μπορούμε να καταλάβουμε την πλήρη υπόσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Τη δεκαετία του 1990 η διάδοση του Διαδικτύου έχει πάρει τεράστια εμβέλεια και έκταση. Οι χρήστες άρχισαν πλέον να το χρησιμοποιούν συστηματικά, καθιστώντας το απαραίτητο μέσο και εργαλείο. Γύρω στο 1994 η πλήρης ανανέωση του διαδικτύου με την εμφάνιση ιστοσελίδων με οπτικοακουστικό υλικό η συνεχώς εντέχνως αναζητούμενη οδός για νέα μορφή κερδών έφερε στο προσκήνιο και πάλι το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τη συγκεκριμένη φορά προάγεται μέσω των καινούριων μορφών επικοινωνίας όπως η υπηρεσία της ηλεκτρονικής διάσκεψης, η υπηρεσία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η υπηρεσία της εξ αποστάσεων ηλεκτρονικής συνομιλίας, η υπηρεσία της μεταφοράς αρχείων κ.α.. Στα μέσα του '90 ο μέσος άνθρωπος έχει αρχίσει να αποκτά προσωπικό υπολογιστή με συνηθέστερη λειτουργική πλατφόρμα τα Microsoft Windows. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω άρχισε να δημιουργείται ένα διεθνές εμπόριο των επιχειρήσεων παγκοσμίως κατά το οποίο δεν ήταν απαραίτητη η φυσική παρουσία του αγοραστή στο χώρο πώλησης. Την κατοχύρωση των ασφαλών συναλλαγών μέσω Διαδικτύου εγγυήθηκαν πολλοί παράγοντες όπως η μέθοδος κρυπτογράφησης, η ταυτοποίηση του λήπτη και του αποστολέα οποιουδήποτε ηλεκτρονικού μηνύματος. Ως αναμενόμενο αποτέλεσμα το ηλεκτρονικό εμπόριο κατέληξε να είναι ένας φθηνός τρόπος συναλλαγής που κερδίζει όλο και μεγαλύτερο έδαφος στην αγοραστική δύναμη των καταναλωτών.

2.5 Το μέλλον της αγοράς.

Βασιζόμενοι στα λεγόμενα των ειδικών το ηλεκτρονικό εμπόριο πρόκειται να αποτελέσει βασικό εργαλείο στις μελλοντικές πωλήσεις καθώς διαδίδεται με ταχύτατους ρυθμούς και γίνεται όλο και πιο οικείο στους χρήστες του. Ο ανταγωνισμός που δημιουργείται σε αυτές τις υπηρεσίες θα παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του και την διαδικτυακή εξέλιξη.

Κάθε χρόνο, ο αριθμός online πωλήσεων και προσφορών ηλεκτρονικού εμπορίου αυξάνεται ταχύτατα σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα. Αυτή η τάση αποτελεί το μέλλον λόγω του ότι ο κόσμος πλέον έχει λιγότερο ελεύθερο χρόνο και περισσότερες υποχρεώσεις ώστε να προτιμούν καλύτερες τιμές προϊόντων με ταυτόχρονη εξοικονόμηση χρόνου.

Ένα είναι δεδομένο πλέον ότι δεν έχει καμία σημασία η τοποθεσία του κάθε καταστήματος. Αυτό σημαίνει πως δεν έχει διαφορά αν ένα κατάστημα βρίσκεται στην επαρχία ή σε μία μεγαλούπολη. Αυτό που έχει σημασία είναι ο κάθε έμπορος να παρακολουθεί τις εξελίξεις και να προσαρμόζεται γρήγορα σ' αυτές. Επίσης θα πρέπει οι πωλητές να διαθέτουν ποικιλία προϊόντων, υπηρεσιών και καλή ποιότητα σχεδιασμού και παρουσίασης των προϊόντων τους, να συνδυάζουν το marketing με τη διαφήμιση, να είναι φιλικοί και εξυπηρετικοί ώστε να προσελκύουν όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες και να τους αφήνουν ικανοποιημένους. Μόνο έτσι οι επιχειρήσεις τους θα μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου.

2.6 Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

- Παρακάτω γίνεται μία αναφορά στα πλεονεκτήματα που θα συναντήσει ο καταναλωτής αν επιλέξει να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Έτσι, αναφέρονται τα εξής:
- Άμεση ικανοποίηση πελατών: στην περίπτωση μιας άυλης αγοράς πχ ενός προγράμματος, ο πελάτης μπορεί να έχει το προϊόν άμεσα στη διάθεσή του
- Άμεση ενημέρωση των πελατών για καινούρια προϊόντα: ο καταναλωτής βρίσκεται σε συνεχή και άμεση ενημέρωση για τα προϊόντα που τους παρέχουν οι επιχειρήσεις.
- 24ωρη υποστήριξη πελατών: οι χρήστες του ηλεκτρονικού εμπορίου έχουν το πλεονέκτημα να κάνουν συναλλαγές οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας χωρίς να περιορίζονται στο εργασιακό ωράριο και χωρίς να πιέζονται χρονικά
- Χαμηλό κόστος: τις περισσότερες φορές συναντάμε προϊόντα σε πολλή καλύτερες τιμές στο Διαδίκτυο σε σχέση με ένα φυσικό κατάστημα καθώς έχουν λιγότερα λειτουργικά έξοδα όπως διαφήμιση, ενοίκιο κτλ
- Δυνατότητα εύρεσης εκπτώσεων και αγοραστικών ευκαιριών: έχοντας τη δυνατότητα ο καταναλωτής να συγκρίνει προϊόντα από όλο τον κόσμο μπορεί να ανακαλύπτει προσφορές και εκπτώσεις
- Παγκόσμια αγορά: ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία και την ευχέρεια να αγοράζει προϊόντα ξένων χωρών
- Γρήγορες και άμεσες συναλλαγές: η παράδοση των προϊόντων ολοκληρώνεται το πολύ σε 3-4 εργάσιμες μέρες.

2.7 Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πέρα από τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω δυστυχώς υπάρχουν και αρκετά και σοβαρά μειονεκτήματα με τα οποία μπορεί ένας καταναλωτής να έρθει αντιμέτωπος. Το ηλεκτρονικό εμπόριο κρύβει κινδύνους ιδίως όταν ο χρήστης του είναι ανυποψίαστος και μη ενημερωμένος. Κάποιοι από αυτούς αναφέρονται παρακάτω:

- Υπάρχει ο κίνδυνος να μολυνθεί ο ηλεκτρονικός υπολογιστής με ιούς. Αυτό σημαίνει πως σε μια τέτοια περίπτωση μπορεί να γίνει ακόμη και υποκλοπή προσωπικών δεδομένων του χρήστη
- Social engineering, με τον όρο αυτό εννοούμε την εξαπάτηση των χρηστών για τη συλλογή πληροφοριών με σκοπό την απόκτηση πληροφοριών. Θεωρείται μεγάλος κίνδυνος καθώς οι χρήστες δεν γνωρίζουν τι πρέπει να προστατεύσουν με αποτέλεσμα οι διάφοροι κακόβουλοι να συλλέγουν κωδικούς πρόσβασης με καταστροφικές συνέπειες.
- Hacking: με τον όρο αυτό εννοείται η παράνομη χρήση ενός προσωπικού υπολογιστή και χωρίς την άδεια του κατόχου του, δε θεωρείται από τους πλέον επικίνδυνους τρόπους όμως είναι αρκετά δημοφιλής και σπάνιος διότι χρειάζεται πολλές γνώσεις και δεξιότητες.
- Πλαστοπροσωπία γνωστή και με τον όρο identity theft. Η σημασία του έχει να κάνει με την χρήση της ταυτότητας ή στοιχεία άλλου ατόμου.. Η αντιμετώπιση τέτοιων προβλημάτων δε θεωρείται εύκολη υπόθεση καθώς τεχνικά και νομικά συναντώνται δυσκολίες και εμπόδια.
- Κλασσικές απάτες: με γνώμονα το γεγονός ότι δεν γνωρίζει προσωπικά ο αγοραστής τον πωλητή και αντίστροφα είναι πολύ εύκολο να εξαπατήσουν ο ένας τον άλλο είτε μέσω χρηματικής απάτης, είτε απάτες με προϊόντα κτλ.
- Η Φοροδιαφυγή: η έννοια ύπαρξης της φοροδιαφυγής έγκειται στην μη οργανωμένη υποδομή των τελωνειακών αρχών. Οι απαρχαιωμένες τεχνικές ελέγχου των τελωνειακών αρχών που μέχρις πρότινος ήταν εκπαιδευμένες σε ελέγχους χονδρικών συναλλαγών δεν επαρκούν στην κάλυψη του απαιτούμενου όγκου ελέγχου στις πολυάριθμες λιανικές συναλλαγές. Οι ασκούμενοι την φοροδιαφυγή προβλέπουν ότι ο νόμος δεν θα τους πιάσει ποτέ και προσπαθούν να ευνοηθούν από την απόκρυψη της φορολογητέας ύλης των πωλούμενων εμπορευμάτων τους. Σε κάθε περίπτωση τα ποσοστά φοροδιαφυγής τουλάχιστον εσωτερικά της χώρας μας είναι σε υψηλά επίπεδα.
- Αποδυνάμωση των ανθρώπινων σχέσεων: οι ειδικοί φοβούνται πως με τον τρόπο αυτό του ηλεκτρονικού εμπορίου υπάρχει κίνδυνος να αποδυναμωθούν οι διαπροσωπικές επαφές και οι ανθρώπινες.

(Κοσμίδης, n.d.) : <https://www.slideshare.net/mkosmidis/ss-31390429>

(Chaffey, 2002)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (CMS)



Εικόνα 5: Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.

3.1 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS)

Με το πέρας των ετών, ο ρυθμός ανανέωσης της πληροφορίας μεταβάλλεται συνεχώς με πλοηγό της νέας κοινωνίας, το Διαδίκτυο. Αποτέλεσμα αυτού είναι, χιλιάδες χρήστες πλέον να απαιτούν από τις ιστοσελίδες φρέσκες και γρήγορες πληροφορίες. Η επιθυμία αυτή συνδυάζεται μαζί με την ανάγκη για την ύπαρξη ευέλικτων ιστοσελίδων για την παρουσίαση αυτών των πληροφοριών. Μέχρι πρόσφατα για να κατέχει μια εταιρεία δική της ιστοσελίδα η μόνη λύση που υπήρχε, ήταν να συνάψει συμβόλαιο με εταιρείες οποίες εργαζόταν αποκλειστικά για την παροχή υπηρεσιών συντήρησης και ενημέρωσης ιστοτόπων. Η τεράστια ποσότητα πληροφοριών σε συνδυασμό με την απαραίτητη τεχνική γνώση δεν επέτρεπε στους οργανισμούς να ισορροπούν ανάμεσα σε ένα αρκετά εύκολο και ελκυστικό περιβάλλον παρουσίασης και σε ένα συνεχώς ανανεώσιμο περιεχόμενο, έτσι ώστε να τους διασφαλίσει μία συνεχή και σταθερή βάση επισκεψιμότητας στα sites τους. Η κατάσταση γινόταν επιπλέον πιο δύσκολη όταν έπρεπε να αντιμετωπιστεί το ζήτημα του ελέγχου της ροής της πληροφορίας από πολλά άτομα ταυτόχρονα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία μεγάλων ιστοχώρων με ορθή σχεδίαση, αλλά ξεπερασμένο χρονικά περιεχόμενο, ή με μη ορθή σχεδίαση χωρίς μεγάλα

περιθώρια ευελιξίας, αλλά με υπέρ-αναμορφωμένο περιεχόμενο. Όλες αυτές οι εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες προσφέρουν μια πολύ αξιόπιστη και ασφαλή εναλλακτική λύση καλλιεργώντας ειδικά συστήματα, ελαττώνοντας έτσι τον χρόνο και το κόστος λειτουργίας του διαδικτυακού τόπου αλλά παρέχοντας ταυτόχρονα στον χρήστη τις πληροφορίες που αναζητά ικανοποιώντας τις απαιτήσεις του.

Ο όρος Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου αναφέρεται σε αυτά τα ειδικά συστήματα που αναπτύχθηκαν ώστε να επιτρέπουν στον διαχειριστή να παρουσιάζει σωστά την ιστοσελίδα του στο διαδίκτυο για τους χρήστες που την επισκέπτονται. Στα CMS μπορεί να δώσουμε διάφορες ερμηνείες σύμφωνα πάντα με το τι ζητάει η διαχείριση του έργου.

3.2 Βασικά χαρακτηριστικά των CMS

Τα χαρακτηριστικά των CMS αφορούν στη σύνθεση και στις δυνατότητες κάθε τέτοιου τύπου λογισμικού. Υπάρχουν πολλαπλές ιδιότητες είτε για τα πιο απλά πακέτα τα οποία διατίθενται στο internet δωρεάν και φέρουν άπειρες δυνατότητες βελτίωσης αλλά και εμπορικά, τα οποία εξελίσσονται με την παρέμβαση των δημιουργών τους

- Βάση Δεδομένων Περιεχομένου:

Πρόκειται για μία βάση δεδομένων, στην οποία είναι βασισμένο όλο το περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Η βάση δεδομένων ενός περιεχομένου αποτελείται από μια πολύ μεγάλη ποικιλία επιλογών προς δημοσίευση, σε διάφορες μορφές αρχείων.

- Βάση Δεδομένων Ατόμων:

Πρόκειται για μία βάση δεδομένων για τα άτομα που σχετίζονται με την σελίδα, την οποία διαχειρίζεται το CMS. Αυτά τα άτομα μπορεί να είναι επισκέπτες, μέλη, εγγεγραμμένοι στα newsletters της ιστοσελίδας, εθελοντές κ.λπ.

- Βάση Διαχείρισης Χρηστών:

Πρόκειται για μία βάση δεδομένων, που αποτελείται από τα στοιχεία όλων των διαχειριστών της ιστοσελίδας, που διαχειρίζεται το CMS.

- Πληροφοριακή Αρχιτεκτονική :

Πρόκειται για τον χάρτη πλοήγησης της ιστοσελίδας. Η ρύθμιση της παρουσίασης του μενού πλοήγησης, η τοποθέτηση και η διαχείριση της Πληροφοριακής Αρχιτεκτονικής από τον διαχειριστή καθίστανται πραγματοποιήσιμο από ένα CMS.

- Σχεδίαση Παρουσίασης:

Πρόκειται για την εμφάνιση και την αισθητική της ιστοσελίδας, όπως αυτές γίνονται μέσω των γραφιστικών σχεδίασης..

- Δημιουργία Περιεχομένου:

Πρόκειται για εργαλεία φορμών και προγραμματισμού τα οποία χωρίς να απαιτούν ειδικές τεχνικές γνώσεις συνεισφέρουν ώστε να μπορούν οι χρήστες να συμπληρώσουν επιπλέον υλικό. Τα εργαλεία αυτά δίνουν την δυνατότητα στους συντάκτες περιεχομένου να δημιουργούν ένα άψογο σχεδιασμό του τελικού προϊόντος. Ένα τέτοιο CMS περιλαμβάνει πολλαπλές λειτουργίες, όπως προηγμένα γραφικά, κείμενα που μορφοποιούνται, δημιουργία πινάκων, κ.α. Πριν δημοσιευτεί το υλικό που έχει δημιουργηθεί στην ιστοσελίδα, υπάρχει η δυνατότητα της προεπισκόπησης ώστε να μπορεί ο χρήστης να δει ξανά και να ελέγξει το περιεχόμενο Αυτό καθίσταται ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα των CMS.

- Εργαλεία Ροής:

Πρόκειται για εργαλεία, που βοηθούν την αυτόματη ροή του περιεχομένου. Για να λειτουργήσει ένα CMS συντελούν τρεις παράγοντες: ο παράγοντας σχεδιασμού, ο παράγοντας σύνταξης και ελέγχου και ο τελικός παράγοντας που θα εγκρίνει ή όχι την έκδοσή του. Όλες οι ιστοσελίδες περνούν από αυτά τα στάδια πριν ολοκληρωθούν.

- Φόρμες Βάσεων Δεδομένων:

Αναφερόμαστε σε φόρμες συνομιλιών που απευθύνονται στους επισκέπτες και συλλέγουν στατιστικά αποτελέσματα.

- Εργαλεία Αναζήτησης:

Αναφερόμαστε σε εργαλεία αναζήτησης δεδομένων σε μια συγκεκριμένη περιοχή ενός ιστοτόπου όπως για παράδειγμα η αναζήτηση με την μορφή κειμένου σε ιστοσελίδες που μπορεί να αναζητούμε ένα προϊόν. Τα εργαλεία αναζήτησης πρέπει να πληρούν τις προϋποθέσεις και να μεταφέρουν τα αποτελέσματα που ζητά ο χρήστης. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι, για να βελτιώσουν τα αποτελέσματα της αναζήτησης, οι διαχειριστές χρησιμοποιούν φίλτρα αναζήτησης, τα οποία χωρίζουν σε κομμάτια ή κατηγορίες τα κείμενα, τα αρχεία.

- Εργαλεία Ενσωμάτωσης:

Τέτοια εργαλεία ενσωμάτωσης συναντάμε στην διασύνδεση κυρίως του ηλεκτρονικού καταστήματος με τα συστήματα διαχείρισης τραπεζικών συναλλαγών.

- Αναφορές Ιστοσελίδας:

Αφορά στατιστικά στοιχεία, δηλαδή αναφορές που συλλέγονται ώστε να μπορούν να αναλύουν την καθημερινή επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας και συγκεντρώνονται από ένα CMS, ώστε ο διαχειριστής να έχει καλύτερο έλεγχο.

3.3 Κατηγορίες – τύποι CMS.

Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι CMS για διαφορετικούς τύπους περιεχομένου. Ο τύπος του περιεχομένου που θέλουμε να δημιουργήσουμε διαμορφώνει και τον τύπο CMS που θα πρέπει να επιλέξουμε. Στην ουσία τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου κατηγοριοποιούνται ανάλογα με το είδος του παρόχου και τον χώρο αποθήκευσης και διαχείρισης της βάσης δεδομένων. Έτσι με βάση τα χαρακτηριστικά τους τα CMS διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

α) Επιχειρησιακά CMS (ECMS – Enterprise content management system)

Τα επιχειρησιακά συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ασχολούνται με τα στοιχεία, τα έγγραφα, τα περιεχόμενα και τα παραστατικά που έχουν άμεση σχέση με την οργάνωση της επιχείρησης.

(β) Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου εξαρτημάτων λογισμικού (CCMS – ComponentContentManagementSystem)

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ένα στοιχείο καθώς το περιεχόμενό του Cms μπορεί να αποθηκευτεί και να αποτελέσει αντικείμενο διαχείρισης σε επίπεδο υποεγγράφου για μεγαλύτερη επαναχρησιμοποίηση.

γ) Συστήματα Υποστήριξης Παρόχου Υπηρεσίας

Οι κατασκευαστές αναλαμβάνουν να γίνεται σε server της εταιρείας η μεταφορά αρχείων και δεδομένων του cms. Με αυτό τον τρόπο μειώνονται τα επιπλέον έξοδα για μια ακριβή αγορά λογισμικού και hardware, μειώνονται οι ανάγκες για τεχνικούς πόρους δίνοντας την δυνατότητα στον πάροχο να εξελίξει το σύστημά του και να προωθή διαρκώς νέες και πρωτοποριακές λειτουργίες στην σελίδα του.

δ) Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου Ιστού (WCM)

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου Ιστοσελίδων επιτρέπουν στους διαχειριστές περιεχομένου να καταθέτουν περιεχόμενο χωρίς να απαιτείται τεχνική γνώση HTML ή μεταφόρτωση αρχείων. Με άλλα λόγια ένα CMS διαχείρισης περιεχομένου ιστού είναι

σχεδιασμένο για να κάνει πιο εύκολη τη επεξεργασία και την δημοσίευση του διαδικτυακού περιεχομένου.

3.4 Είδη CMS

Υπάρχουν διάφορα είδη Πληροφοριακών συστημάτων τα οποία χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με τον χώρο αποθήκευσης, της διαχείρισης του περιεχομένου και το είδος του παρόχου. Για να μειώσει τα έξοδά της μια επιχείρηση μπορεί να διαφυλάξει η ίδια σε δικό της server το cms και απλά ο πάροχος να εκτελεί τις ενημερώσεις και τις επεκτάσεις ενώ σε άλλη περίπτωση μπορεί να το αναθέσει σε κάποιον διαχειριστή που θα είναι υπεύθυνος εκείνος για την λειτουργία του. Το λογισμικό σε αυτήν την περίπτωση παρέχεται από τον πάροχο και είναι εκείνος υπεύθυνος για την τεχνική του υποστήριξη. Ενώ υπάρχουν και cms που μοιράζονται το λογισμικό με άλλα μέλη.

3.5 CMS ανοιχτού κώδικα.

Ένας απλός γενικός ορισμός του OpenSource είναι ο εξής:

Το λογισμικό ανοιχτού κώδικα αφορά προγράμματα των οποίων ο πηγαίος κώδικας είναι διαθέσιμος χωρίς περιορισμούς για το κοινό και μπορεί να τροποποιηθεί και να αναδιανεμηθεί από οποιονδήποτε χωρίς περιορισμό. Τα συστήματα ανοιχτού κώδικα όπως το WordPress, το Joomla ή το Drupal, είναι συστήματα που παρέχουν τη ευκαιρία για ταχύτερη βελτίωση μιας ιστοσελίδας καθώς έχουν το παρακάτω χαρακτηριστικό:

Για κάθε ένα από αυτά τα συστήματα υπάρχει μια μεγάλη κοινότητα προγραμματιστών που συμβάλλουν με τον κώδικά τους και παρέχουν τη δυνατότητα σε τρίτους προγραμματιστές να χρησιμοποιούν τα τμήματα του κώδικα σε διάφορες εφαρμογές που αυτοί μεγαλώνουν για κυρίως εμπορικούς σκοπούς. Ένας freelancer προγραμματιστής ή κάποια εταιρεία πληροφορικής μπορεί σε μικρό χρονικό διάστημα αλλά και με οικονομικό σχετικά τρόπο να αυξήσει μια διαδικτυακή εφαρμογή ή μια ιστοσελίδα με την χρήση αυτών των κομματιών κώδικα.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα που προσφέρει ένα CMS ανοιχτού κώδικα είναι όπως προείπαμε η ελευθερία. Παρακάτω αναλύονται τα δημοφιλέστερα CMS ανοιχτού κώδικα:



Εικόνα 6: JOOMLA.

Joomla: Πρόκειται για ένα CMS με πολλές δυνατότητες που δεν απαιτεί ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις και είναι αρκετά φιλικό προς τον χρήστη. Η χρήση της εφαρμογής αφορά την δημιουργία ιστοσελίδων. Υπάρχουν διαθέσιμες εκδόσεις του Joomla που μπορούμε να τις βρούμε δωρεάν στο διαδίκτυο. Η εφαρμογή αυτή, διαθέτει τα κύρια χαρακτηριστικά ενός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου, το κυριότερο πλεονέκτημα είναι οι δυνατότητες επέκτασης του. Κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά του είναι:

- ✓ Αποθήκευση σελίδων
- ✓ Περιλήψεις ειδήσεων
- ✓ Ημερολόγια
- ✓ Δημοσκοπήσεις
- ✓ Αναζήτηση στην ιστοσελίδα
- ✓ Εκδόσεις σε διαφορετικές γλώσσες κ.α.

Το Joomla χρησιμοποιείται παγκοσμίως ώστε να ενδυναμώσει από απλές ιστοσελίδες έως πολύπλοκες συνεταιριστικές εφαρμογές δικτύων. Πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα, εφημερίδες, περιοδικά, εταιρικοί ιστότοποι αλλά και κυβερνητικές ιστοσελίδες βασίζονται το περιεχόμενό τους στην εφαρμογή Joomla.



Εικόνα 7: MAMBO

Mambo: Το Mambo είναι επίσης ένα CMS ανοιχτού κώδικα που χρησιμοποιείτε για τη δημιουργία και διαχείριση ιστοσελίδων μέσα από μια απλή πλατφόρμα δικτύου. Διανέμεται υπό τους όρους της General Public License και τα δικαιώματα του προστατεύονται από την MamboFoundation. Το Mambo έχει προσελκύσει πολλούς χρήστες λόγω της ευκολίας χρήσης του. Έχει την δυνατότητα να διαχειρίζεται κείμενα, εικόνες έγγραφα όπως επίσης και τις αλληλεπιδράσεις του, τα βασικά δηλαδή στοιχεία ενός διαδικτυακού τόπου. Εκτός από τη δημιουργία και την διαχείριση ιστοσελίδων, το Mambo περιλαμβάνει και τα πιο προηγμένα χαρακτηριστικά όπως προηγμένες τεχνικές προτυποποίησης, ένα εύρωστο A.P.I. , όπως επίσης και:

- ✓ Αποθήκευση σελίδων
- ✓ Καταλογογράφηση δικτύου
- ✓ Εκτυπώσιμες εκδόσεις σελίδας
- ✓ Περιλήψεις ειδήσεων
- ✓ Blogs
- ✓ Δημοσκοπήσεις
- ✓ Ημερολόγια
- ✓ Αναζήτηση στην ιστοσελίδα κ.α.

Όταν ένας χρήστης αναζητά μια Mambo ιστοσελίδα, ο φυλλομετρητής συνδέεται στον server του δικτύου. Βασισμένο στις παραμέτρους του περιεχομένου, που περιέχονται στην αίτηση του χρήστη, δηλαδή στην διεύθυνση της ιστοσελίδας που πληκτρολόγησε, το αρχικό script του Mambo αρχίζει να καλεί άλλα εναλλακτικά scripts.



Εικόνα 8:DRUPAL

Drupal: Το Drupal είναι ένα CMS ανοιχτού κώδικα που χρησιμοποιείται από πολλούς ιστοχώρους υψηλής τεχνολογίας και είναι ιδιαίτερα δημοφιλές για το χτίσιμο online κοινοτήτων. Το Drupal έχει γραφτεί σε γλώσσα PHP και απαιτεί μια βάση δεδομένων MySQL. Αν θα μπορούσαμε να συγκρίνουμε το Joomla με το Drupal θα λέγαμε ότι το δεύτερο υπερτερεί σε δυνατότητες και λειτουργίες γι' αυτό και επιλέγεται συχνότερα από επιχειρήσεις, εκπαιδευτικά ιδρύματα και κυβερνήσεις.

Οι υπηρεσίες οι οποίες παρέχει είναι οι ακόλουθες:

- Διαχείριση πληροφοριών του χρήστη
- Έκδοση ροής εργασίας
- Ικανότητα συζήτησης
- Ομαδοποίηση ειδήσεων

Επίσης προσφέρει πολλές ενότητες για μεγαλύτερη λειτουργικότητα, αποτελείται από ανοιχτό πηγαίο κώδικα, ελεύθερο να χρησιμοποιηθεί και αποτελείται από μια μεγάλη κοινότητα χρηστών που το κατατάσσει σε μια κατηγορία CMS που μπορεί να διορθωθεί και να γίνει ακόμη πιο λειτουργικό.

3.6 CMS κλειστού κώδικα

Τα CMS κλειστού κώδικα διαθέτουν εμπορική υποστήριξη και χρήση. Έχουν καλύτερη τεκμηρίωση και μεγαλύτερη ασφάλεια από αυτά του ανοιχτού κώδικα. Όμως έχουν ένα βασικό μειονέκτημα και αυτό είναι το κόστος. Καθώς ακόμη και για κάθε παραμετροποίηση απαιτείται κόστος. Τα πιο γνωστά CMS κλειστού κώδικα είναι τα παρακάτω:

- ✓ Vignette Content Management
- ✓ IBM Workplace Web Content Management
- ✓ Jalios (JCMS)
- ✓ Powerfront CMS

3.7 Γιατί χρειαζόμαστε τα CMS

Χρησιμοποιώντας CMS γλυτώνουμε σημαντικό χρόνο. Υπάρχουν έτοιμες βασικές λειτουργίες για τους χρήστες, το περιεχόμενο και το διαχειριστικό περιεχόμενο. Δεν απαιτούν ιδιαίτερες γνώσεις προγραμματισμού και ενημερώνονται συχνά λόγω της δημοτικότητάς του. Παρέχει αποδοτικότερη οργάνωση της εταιρικής πληροφορίας, ευέλικτη λύση αρχειοθέτησης και διευκολύνει την δημιουργία συνεργατικών δικτυακών τόπων.

3.9 Δυναμική vs Στατική ιστοσελίδα.

3.9.1 Δυναμική Ιστοσελίδα

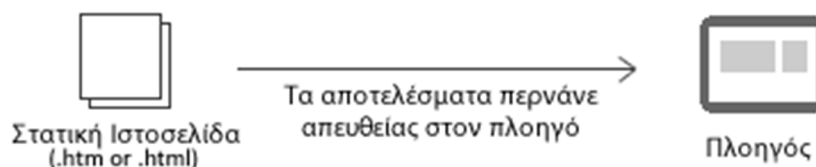
Θέλοντας να δώσουμε μια έννοια για την δυναμική ιστοσελίδα θα μπορούσα να πούμε ότι είναι αυτή που προσφέρει στοιχεία που αλληλεπιδρούν ανάμεσα στο χρήστη και την ίδια την σελίδα. Σε μια δυναμική ιστοσελίδα ο διαχειριστής μπορεί να κάνει ενημέρωση και άμεση ανάρτηση του περιεχομένου της πολύ συχνά καθώς οι δυνατότητες που έχει το καθιστούν να μοιάζει με πρόγραμμα που δεν χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις προγραμματισμού. Μπορεί από οικονομικής άποψης το κόστος μιας τέτοιας σελίδας να είναι αυξημένο όμως οι παροχές της ανταποκρίνονται σίγουρα στον πελάτη, αφού πέραν της ευκολίας στο κομμάτι της περιήγησης των χρηστών περιέχει και απεριόριστο χώρο δημιουργίας επιπλέον περιεχομένου.



- ✓ Ευκολία όσον αφορά την συχνή ανανέωση του περιεχομένου
- ✓ Μπορεί να περιέχει όσο αριθμό σελίδων επιθυμούμε άρα και πολύ περιεχόμενο
- ✓ Εύκολη διαχείριση για τους χρήστες και για τους διαχειριστές τις ιστοσελίδας

3.9.2 Στατική Ιστοσελίδα

Παραπάνω μιλήσαμε για τις δυναμικές ιστοσελίδες όπου το περιεχόμενο διαχείρισης τους θυμίζει πρόγραμμα. Το περιεχόμενο των στατικών ιστοσελίδων αντίθετα θυμίζει έγγραφο, η ανάπτυξη του είναι πολύ γρήγορη κ δεν απαιτεί προγραμματιστικές δεξιότητες. Το κόστος της είναι σίγουρα χαμηλότερο όμως χαμηλότερες είναι και οι απαιτήσεις του στον χώρο που φιλοξενείτε. Λόγω του μικρού περιεχομένου της ανταποκρίνεται γρήγορα χωρίς αυτό να την κάνει λιγότερο χρήσιμη από μια δυναμική ιστοσελίδα. Υπάρχουν στατικές ιστοσελίδες που εξυπηρετούν απόλυτα τον χρήστη.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ

4.1 Apache



Εικόνα 9: Apache HTTP server

Ένας από τους πιο διαδεδομένους εξυπηρετητές του Διαδικτύου είναι ο Apache HTTP. Όταν κάποιος ένας χρήστης προσπαθεί να συνδεθεί σε κάποιον ιστότοπο στο διαδίκτυο αυτόματα γίνονται κάποιες κινήσεις - διεργασίες. Καταρχήν το πρόγραμμα πλοήγησης επικοινωνεί με τον διακομιστή του ιστοτόπου μέσω του Apache HTTP. Το πρωτόκολλο HTTP μεταφράζει τα δεδομένα του ιστοτόπου που προσπαθούμε να συνδεθούμε και δημιουργεί την ψηφιακή πληροφόρηση σε οπτικοακουστική εμπειρία. Είναι από τους πιο δημοφιλείς εξυπηρετητές ιστού διότι μπορεί να υποστηρίζεται από σχεδόν όλα τα διαδεδομένα λειτουργικά συστήματα όπως το LINUX, τα WINDOWS το MAC OS και το UNIX. Η λειτουργία του επιτηρείται από το ASF, ίδρυμα του λογισμικού ενώ το συντηρεί ανοιχτού κώδικα κοινότητα που επιτηρεί το ASF. Ο Apache χρησιμοποιείται εκτός από το διαδίκτυο και σε μικρότερα δίκτυα με τη λειτουργία του διακομιστή.

Στην αρχική του έκδοση, με την ονομασία NCSA που δημιουργήθηκε το 1993, αποδείχτηκε ότι επηρέασε σημαντικά την εξέλιξη του παγκόσμιου ιστού. Η NCSA διεκδικούσε μερίδιο στην αγορά των εξυπηρετητών και μάλιστα κατάφερε έως σήμερα να καταλάβει το 50% της παγκόσμιας αγοράς. Στάθηκε από την αρχή αντιμέτωπος με μεγαθήρια της αγοράς όπως ο εξυπηρετητής της NETSCAPE αλλά παρόλα αυτά επικράτησε στην αποδοχή των χρηστών.

4.2 Php



Εικόνα 10: PHP

Η γλώσσα προγραμματισμού PHP συμβάλει στη δημιουργία ιστοσελίδων δυναμικού περιεχομένου. Οι ιστοσελίδες που δημιουργούνται με βάση την PHP επεξεργάζονται και αποθηκεύονται σε έναν διακομιστή (server) για να μπορούν σε ρεαλιστικό χρόνο να παράγουν το τελικό αποτέλεσμα που με τη σειρά του είναι αυτό του θα παρουσιαστεί στον χρήστη του διαδικτύου σαν απάντηση στο ερώτημά του. Τα δεδομένα - περιεχόμενα διακινούνται με τη μορφή HTML.

Η PHP δημιουργήθηκε από το φοιτητή Rasmus Lerdorf. Ο Rasmus γράφοντας σε γλώσσα προγραμματισμού C προσπάθησε να προσδώσει στο ηλεκτρονικό βιογραφικό του ένα ενεργό της εποχής στατιστικό. Έγραψε στη γλώσσα προγραμματισμού C ένα μικρό κείμενο εντολών το οποίο το προσάρμοσε στον ιστότοπο που προβαλλόταν το βιογραφικό του και μέσω αυτού παρακολουθούσε ποιοι και πόσοι χρήστες το έχουν δει. Το 1994 λοιπόν ο Rasmus έφτιαξε την PHP την οποία μετέπειτα την εξέλιξε προσθέτοντας διάφορες άλλες δυνατότητες στη φαρέτρα της. Η PHP όταν εξελίχθηκε στη δεύτερη έκδοσή της είχε καταφέρει να απαριθμεί πάνω από πενήντα χιλιάδες χρήστες. Μετά την δεύτερη έκδοσή της η PHP ξαναγράφηκε από τους SURASKI και GUTSMAN και έφθασε στην έκδοση 3 που έχει αρκετές ομοιότητες με την τρέχουσα υπ αριθμ. 6 έκδοση. Οι SURASKI και GUTSMAN δημιούργησαν τη δική τους εταιρεία η οποία συνεχίζει τη συντήρηση και εξέλιξη της γλώσσας προγραμματισμού PHP. Το 1998 η PHP εξελίχθηκε στην έκδοση 4, τον Ιούλιο του 2004 κυκλοφόρησε η έκδοση 5 της PHP.

Η επέκταση που ακολουθεί ένα πρότυπο αρχείο PHP είναι της μορφής *.php4 ή απλά *.php

4.3 MYSQL



Εικόνα 11: MySQL

Η MYSQL από τις πιο διαδεδομένες βάσεις δεδομένων που χρησιμοποιείται σε ιστοσελίδες και διαδικτυακά προγράμματα. Πάνω από έντεκα εκατομμύρια χρήστες έχουν εγκαταστήσει και χρησιμοποιούν το πρόγραμμα αυτό. Το πρόγραμμα μέσω του εξυπηρετητή του προσφέρει την ταυτόχρονη πρόσβαση πολλών χρηστών αλλά και την διαχείριση πλήθους βάσεων δεδομένων. Η GNU αδειοδοτεί την κυκλοφορία της MYSQL ενώ η ιδιοκτήτρια εταιρεία MYSQL A.B. πλέον έχει εξαγοραστεί από την ORACLE. Πολλές υπηρεσίες που προσφέρονται στο διαδίκτυο σαν το YOUTUBE, το GOOGLE, το TWITTER και το FACEBOOK χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη γλώσσα προγραμματισμού.

4.4 PHP my Admin



Εικόνα 12: PHPMyAdmin

Η PHPMyAdmin είναι μια ελεύθερης χρήσης εφαρμογή για την διαχείριση της γλώσσας προγραμματισμού MARIADB και MYSQL. Το δημοφιλές αυτό εργαλείο διαχείρισης έχει γραφεί σε γλώσσα προγραμματισμού PHP και ειδικεύεται στις υπηρεσίες WEB HOSTING. Για να διευκολύνει τη χρήση σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων το phpMyAdmin μεταφράζεται σε 72 γλώσσες και υποστηρίζει και τις δύο γλώσσες LTR και RTL.

4.5 Δυνατότητες της PHP my Admin

Οι δυνατότητες της Php my Admin αναλύονται ως εξής:

- Διεπαφή ιστού.
- Ειδίκευση στη διαχείριση βάσεων δεδομένων MARIADB και MYSQL.
- Διαχείριση δεδομένων από εισαγωγή αρχείων τύπου από SQL και CSV.
- Εξαγωγή και αποθήκευση δεδομένων σε πολυάριθμες μορφές όπως XML, PDF (μέσω της βιβλιοθήκης TCPDF), ISO/IEC 26300- Κείμενο και υπολογιστικό φύλλο OpenDocument, CSV, SQL, EXCEL, LATEX, WORD και πολλά άλλα.
- Διαχείριση πολλών διακομιστών.
- Δημιουργία γραφικών PDF της διάταξης βάσης δεδομένων.
- Δημιουργία πολύπλοκων ερωτημάτων χρησιμοποιώντας ερωτήσεις ανά παραδείγματα.
- Δύναται να αναζητήσει μια βάση δεδομένων αλλά και υποσύνολό της σε όλο το διαδίκτυο.
- Δύναται να μετατρέψει δεδομένα σε οιαδήποτε μορφή ζητηθεί κάνοντας χρήση συγκεκριμένων λειτουργιών όπως προβολή BLOB-data σαν εικόνα ή λίνκ λήψης.
- Άμεση ενημέρωση με στατιστικά μοντέλα ελέγχου και αναφορές της χρησιμοποίησης του διακομιστή και της κατάστασης αυτού. Έλεγχος των διασυνδεδεμένων χρηστών, διαδικασιών που εφαρμόζονται ακόμη και διάγραμμα κατανάλωση μνήμης ιστοσελίδας κ.α..
- Συγχρονισμός και συνεργασία με πολυάριθμα λειτουργικά συστήματα.
- Μετατρέπει σύνθετα ερωτήματα της SQL σε πιο εύκολης αντίληψης.

(BIKIPAIΔΕΙΑ, PHP MY ADMIN, 2020) : <https://en.wikipedia.org/wiki/PhpMyAdmin>

4.6 Xampp



Εικόνα 13: XAMPP

Μια σουίτα λειτουργιών ανοιχτού κώδικά είναι το XAMPP. Η σουίτα αυτή αποτελείται από τη βάση δεδομένων MYSQL, τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων της APACHE, τον OpenSSL, την phpMyAdmin και έναν μεταφραστή για τις γλώσσες προγραμματισμού PERL και PHP. Η σουίτα αυτή είναι ελεύθερου.

Το XAMPP είναι ακρωνύμιο και αναφέρεται στα παρακάτω αρχικά:

- X:(αναφέρεται στο «cross-platform» που σημαίνει λογισμικό ανεξάρτητο πλατφόρμας)
- Apache HTTP εξυπηρετητής
- MySQL
- PHP
- Perl

Το XAMPP εξυπηρετεί δυναμικές ιστοσελίδες τύπου MYSQL και PHP. Η εφαρμογή αυτή είναι συμβατή με όλες τις γνωστές πλατφόρμες όπως WINDOWS,SOLARIS,LINUX,MAC κ.α. . Χρησιμοποιείται στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των ιστοσελίδων που είναι συμβατές με την JSP,SERVLETS και PHP.

(BIKIPAIΔΕΙΑ, XAMPP, 2020) : <https://el.wikipedia.org/wiki/XAMPP>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5. CONCR□□□5

5.1 Το concrete5



Εικόνα 14: Concrete 5

Το Concrete 5 είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα (CMS) για τη δημοσίευση περιεχομένου στο WWW και ενδοδικτύου (intranet). Το concrete 5 έχει σχεδιαστεί για ευκολία χρήσης, για χρήστες με ελάχιστες τεχνικές δεξιότητες. Επιτρέπει στους χρήστες να επεξεργάζονται το περιεχόμενο του ιστότοπου απευθείας από τη σελίδα. Παρέχει έκδοση διαχείρισης για κάθε σελίδα, παρόμοια με λογισμικό wiki, άλλο τύπο λογισμικού ανάπτυξης ιστότοπου. Το concrete 5 επιτρέπει στους χρήστες να επεξεργάζονται εικόνες μέσω ενσωματωμένου επεξεργαστή στη σελίδα.

Ο συγκεκριμένος κώδικας βασίζεται στη αρχιτεκτονική Model-View-Controller και στον αντικειμενοστραφή προγραμματισμό. Ορισμένες βασικές λειτουργίες είναι: η ενσωματωμένη προσωρινή αποθήκευση στο διακομιστή, το API προγραμματιστή, το σύστημα παρακολούθησης εκδόσεων και η βελτιστοποίηση της μηχανής αναζήτησης. Το concrete 5 διαθέτει άμεση επεξεργασία περιεχομένου από την σελίδα δημοσίευσης αποτελεσμάτων. Ο διαχειριστής επιτρέπει την επεξεργασία των σελίδων και την προσθήκη διάφορων περιεχομένων με την μορφή εικόνων, βίντεο, αρχείων, κλπ, την καταχώρηση προϊόντων, την προσθήκη blogs και επεκτάσεων αλλά και την παρακολούθηση των παραγγελιών της ιστοσελίδας.

5.2 Πλεονεκτήματα

Από την εμπειρία μας, το concrete 5 είναι ένα πολύ ελκυστικό CMS για ορισμένες επιχειρήσεις σε κάποιες περιπτώσεις. Θα εξετάσουμε μερικά από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του σχεδιασμού ιστοσελίδων του concrete 5:

1. Είναι πλήρως προσαρμοσμένο.

Ορισμένες επιλογές CMS ξεκινούν με ένα καθορισμένο πλαίσιο. Αυτό μπορεί στη συνέχεια να προσαρμοστεί προκειμένου να δημιουργηθεί μια τοποθεσία που να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές και στους στόχους του πελάτη. Το concrete 5 δεν περιορίζεται με αυτόν τον τρόπο. Αυτό δίνει στους σχεδιαστές ιστοσελίδων και στους προγραμματιστές την ελευθερία να βρίσκουν ολοκληρωμένες λύσεις και στη συνέχεια να τις εφαρμόζουν ελεύθερα. Εάν ένα πελάτης έχει μια μοναδική απαίτηση τότε μας δίνει τα εργαλεία για να το μετατρέψουμε σε έναν πλήρως λειτουργικό, ισχυρό ιστότοπο.

2. Απαιτεί λιγότερη εκπαίδευση από άλλες επιλογές CMS.

Η αντίληψη ενός CMS όπως το Concrete 5 είναι ότι πρόκειται να είναι πιο περίπλοκο στη χρήση. Ωστόσο, αυτό δεν συμβαίνει. Επειδή το concrete 5 επιτρέπει την λεγόμενη επεξεργασία στο περιβάλλον, είναι πραγματικά εύκολο στην χρήση.

3. Επιτρέπει πολλούς συνδρομητές.

Το γεγονός ότι το concrete 5 επιτρέπει την επεξεργασία σε περιβάλλον επιτρέπει επίσης να βελτιωθεί η όλη διαδικασία. Αν έχετε μεγάλο αριθμό συνδρομητών που προσθέτουν περιεχόμενο σε ολόκληρο το ιστότοπο, θέλετε να βεβαιωθείτε ότι βελτιώνουν τον ιστότοπο και δεν αφήνουν ένα ίχνος καταστροφής. Ενώ άλλες επιλογές CMS επιτρέπουν πολλαπλούς συνδρομητές, το Concrete 5 προσφέρει μια ποιότητα και συνέπεια που είναι πολύ ελκυστική.

4. Διατηρεί προνόμια προσαρμοσμένης επεξεργασίας και ασφάλεια.

Ο αντιληπτός κίνδυνος, επιτρέποντας σε μεγάλο αριθμό συνδρομητών, είναι ότι δεν θα έχετε τον έλεγχο το τι δημοσιεύεται. Ωστόσο, στην πραγματικότητα αυτό δεν είναι πραγματικά πρόβλημα. Το Concrete 5 είναι μια ιδιαίτερα καλή επιλογή εάν χρειάζεστε ένα σύστημα το οποίο σας επιτρέπει να εφαρμόσετε μια σειρά ελέγχων και περιορισμών σχετικά με τον τρόπο δημοσίευσης του περιεχομένου.

5. Συμπέρασμα το Concrete 5 είναι ιδανικό για μεγάλους οργανισμούς.

Είναι ένα περίπλοκο και εξαιρετικά ισχυρό σύστημα. Είναι ικανό να παρέχει προσαρμοσμένες λειτουργίες ακόμα και για τους πιο δύσκολους αναπτυξιακούς στόχους. Ωστόσο, είναι επίσης απίστευτα απλό στη χρήση, απαιτεί μικρή εκπαίδευση και παρέχει εξαιρετικές εγγυήσεις ασφάλειας και επεξεργασίας. Είναι ιδανικό για μεγαλύτερους οργανισμούς. Ωστόσο, αν θέλετε να φέρετε απλότητα και προσβασιμότητα σε μια ισχυρή, μεγάλη ιστοσελίδα, τότε το Concrete 5 είναι μία εξαιρετική επιλογή. Είτε έχετε προγραμματιστές στο διαδίκτυο είτε είστε outsourcing, είναι ένα CMS που σας δίνει εξαιρετικό έλεγχο και σας επιτρέπει να επιτύχετε τις μοναδικές λειτουργίες που απαιτούνται από τον οργανισμό σας. Είναι ασφαλές, προσβάσιμο και σας δίνει τα εργαλεία που χρειάζεστε για να κινητοποιήσετε έναν στρατό τακτικών συνεισφερόντων. (swanky)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ

6.1 Χρήστες

Κατηγορία χρηστών (1)

- Ιδιοκτήτης καταστήματος
- Διαχειριστής σελίδας

Κατηγορία χρηστών (2)

- Πελάτες
- Προμηθευτές

6.2 Καταγραφή απαιτήσεων συστημάτων και χρηστών

Το σύστημα μας θα πρέπει να υποστηρίζει την Ελληνική και την Αγγλική γλώσσα ώστε να εξυπηρετείτε το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε. Επίσης, θα πρέπει να καταγράφει όλες τις παραγγελίες και να κρατά αποθηκευμένα τα στοιχεία των πελατών ώστε να μπορεί να ο διαχειριστής ανά πάσα ώρα να βρει τα στοιχεία του πελάτη. Επιπλέον το σύστημά μας θα πρέπει να κάνει αυτόματη αφαίρεση των αποθεμάτων της αποθήκης των προϊόντων μας έτσι ώστε να υπάρχει μεγαλύτερη οργάνωση στο κατάστημα. Το σύστημά μας θα πρέπει να λειτουργεί 24 ώρες το εικοσιτετράωρο για να εξυπηρετεί πάντα τους πελάτες. Επιπροσθέτως

θα πρέπει να διαθέτει δυνατότητες προώθησης των προϊόντων και ενέργειες βελτιστοποίησης. Τέλος το σύστημα μας πρέπει να λειτουργεί σε όλα τα προγράμματα περιήγησης, να έχει την δυνατότητα επεκτάσεων και πρόσθετων λειτουργιών.

Ο πελάτης που επισκέπτεται το ηλεκτρονικό μας κατάστημα θα πρέπει να μπορεί να δημιουργήσει λογαριασμό χρήστη ώστε να μπορεί να συνδεθεί και να κάνει τις αγορές του, πρέπει να μπορεί να ενημερώνεται μέσω e-mail για την εξέλιξη της παραγγελίας του. Επίσης κατά την διάρκεια της επίσκεψής του στο κατάστημα μας σε περίπτωση προσθήκης προϊόντος στο καλάθι του, πρέπει να υπάρχει επιλογή να βλέπει τι έχει προσθέσει σε αυτό αλλά να μπορεί να αφαιρεί ή και να προσθέτει επιπλέον προϊόντα πριν φτάσει στην φόρμα ολοκλήρωσης. Να έχει επιλογές στον τρόπο πληρωμής και αποστολής των προϊόντων. Να μπορεί να βλέπει λεπτομέρειες των προϊόντων. Να μπορεί να αναζητήσει γρήγορα (με μία λέξη) κάποιο προϊόν στη φόρμα αναζήτησης και να ταξινομήσει τα προϊόντα με τον τρόπο που θέλει να εμφανίζονται.

Ο διαχειριστής πρέπει να δημιουργήσει ένα ευχάριστο και ευκολόχρηστο περιβάλλον για τον επισκέπτη, να κατηγοριοποιήσει τα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος ώστε να διευκολύνει την περιήγηση και να απεικονίζει ακριβώς στις εικόνες τα προϊόντα που πωλούνται, με τιμές και περιγραφές. Να προσθέσει όλα τα στοιχεία επικοινωνίας της επιχείρησης και να δημιουργήσει μια φόρμα επικοινωνίας για να μπορεί να εξυπηρετείτε ο επισκέπτης. Ο διαχειριστής πρέπει να δημιουργήσει λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να τους προσθέσει στον ιστοχώρο ώστε να βοηθήσει στην προώθηση και διαφήμιση της επιχείρησης. Θα πρέπει να έχει πρόσβαση στα αρχεία των παραγγελιών, να εκτυπώνει τα δελτία τους, να παρακολουθεί της παραγγελίες και να εκτελεί τις με προτεραιότητα.

(ΒΙΚΙΠΑΙΔΙΑ, 2020): <https://en.wikipedia.org/wiki/Concrete5>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7. ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

7.1 Εγκατάσταση του ΧΑΜΡΡ

Το ΧΑΜΡΡ είναι το πιο δημοφιλές περιβάλλον ανάπτυξης PHP. Είναι μία εντελώς δωρεάν, εύκολη εγκατάσταση της διανομής του Apache που περιέχει τα MariaDB, PHP και

Perl. Το πακέτο ανοιχτού κώδικα XAMPP έχει ρυθμιστεί ώστε να είναι απίστευτα εύκολο στην εγκατάσταση και τη χρήση.

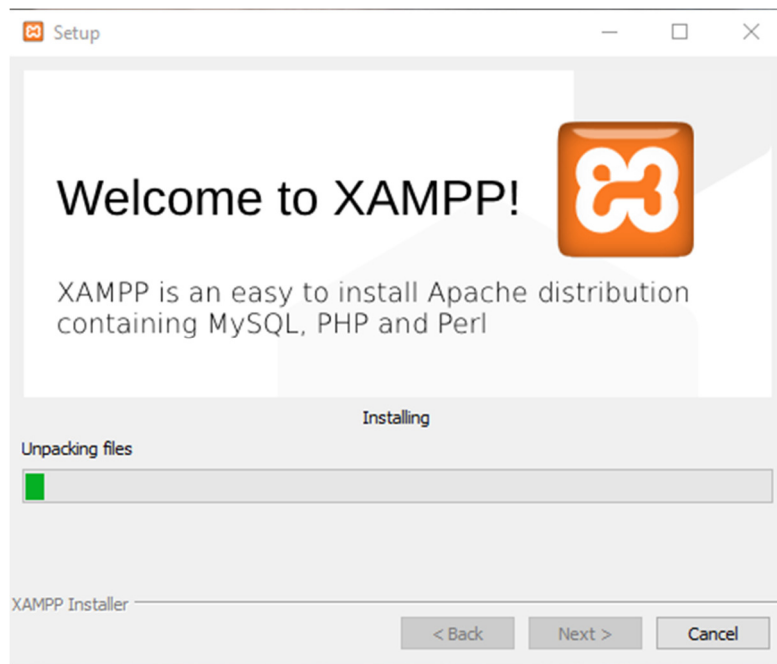
Το Concrete 5 χρειάζεται ένα web server για να λειτουργήσει. Πρέπει να εγκαταστήσουμε πρώτα το XAMPP.

Αρχικά πληκτρολογούμε την διεύθυνση <https://www.apachefriends.org/index.html> που μας παραπέμπει στον σύνδεσμο XAMPP για Windows.



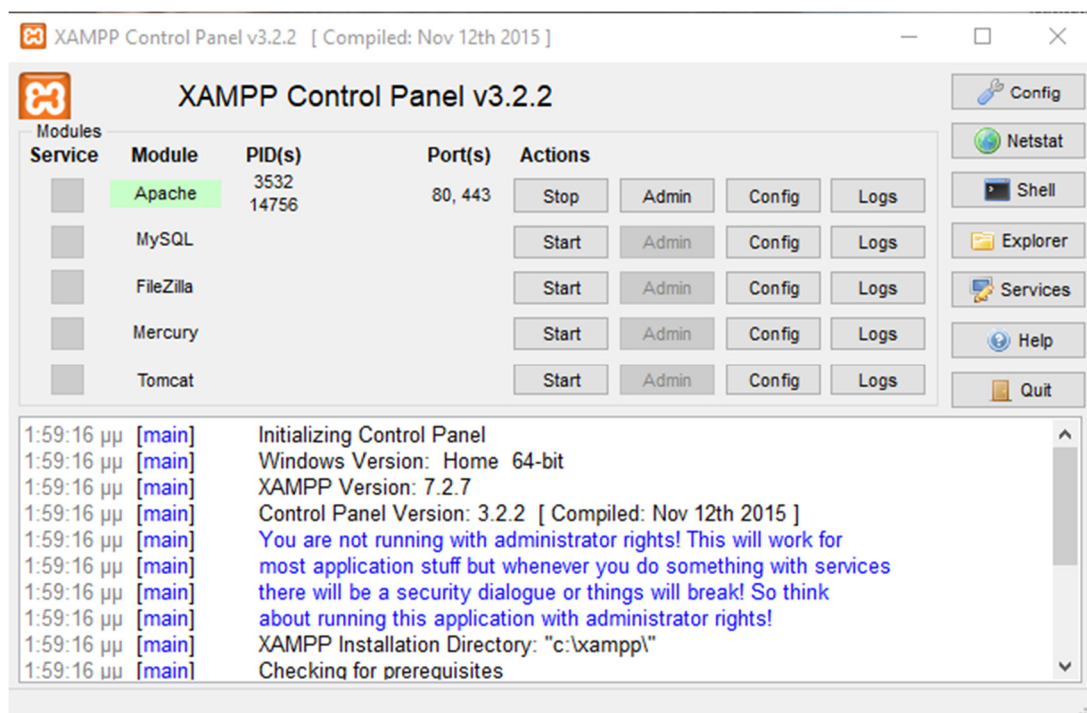
Εικόνα 15: Εισαγωγή εγκατάστασης XAMPP

Επιλέγουμε το XAMPP για Windows και σε λίγα λεπτά κατεβαίνει στον υπολογιστή μας. Έπειτα ακολουθούμε τα μονοπάτια που χρειάζονται για να καταλήξουμε στην εγκατάσταση του.



Εικόνα 16: Εγκατάσταση του XAMPP.

Στη συνέχεια αφού έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία της εγκατάστασης μας εμφανίζει το Control Panel του XAMPP όπου ξεκινάει η διαδικασία.



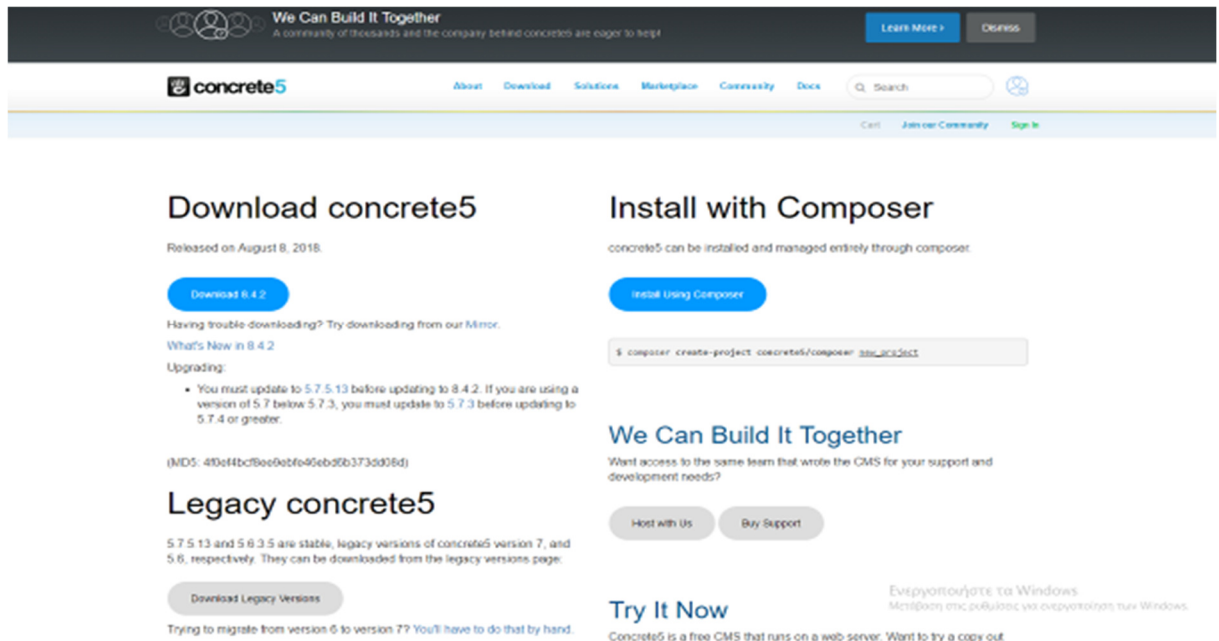
Εικόνα 17: Control Panel XAMPP.

Μπορούμε να αρχίσουμε (start) και να ξεκινήσουμε (stop) τον server Apache και τη βάση δεδομένων (MySQL).

(Meloni, 2012)

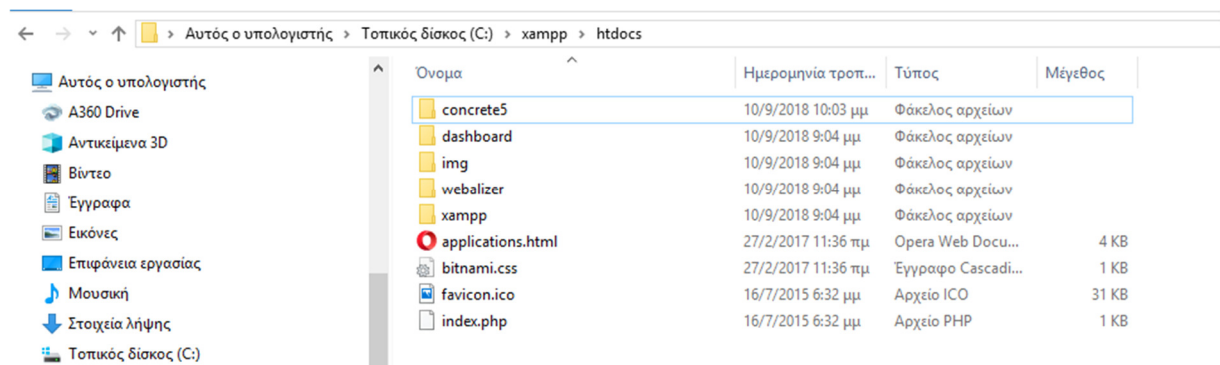
7.2 Ρυθμίσεις Βάσης Δεδομένων και εγκατάσταση Concrete 5.

Μετά την ολοκλήρωση της εγκατάστασης του XAMPP, προχωράμε στην εγκατάσταση του Concrete 5. Κατεβάζουμε την έκδοση 8.4.2 του Concrete5 από την διεύθυνση <https://www.concrete5.org/download>. Αφού κατέβει το αρχείο θα πρέπει πρώτα να αποσυμπίεστεί.



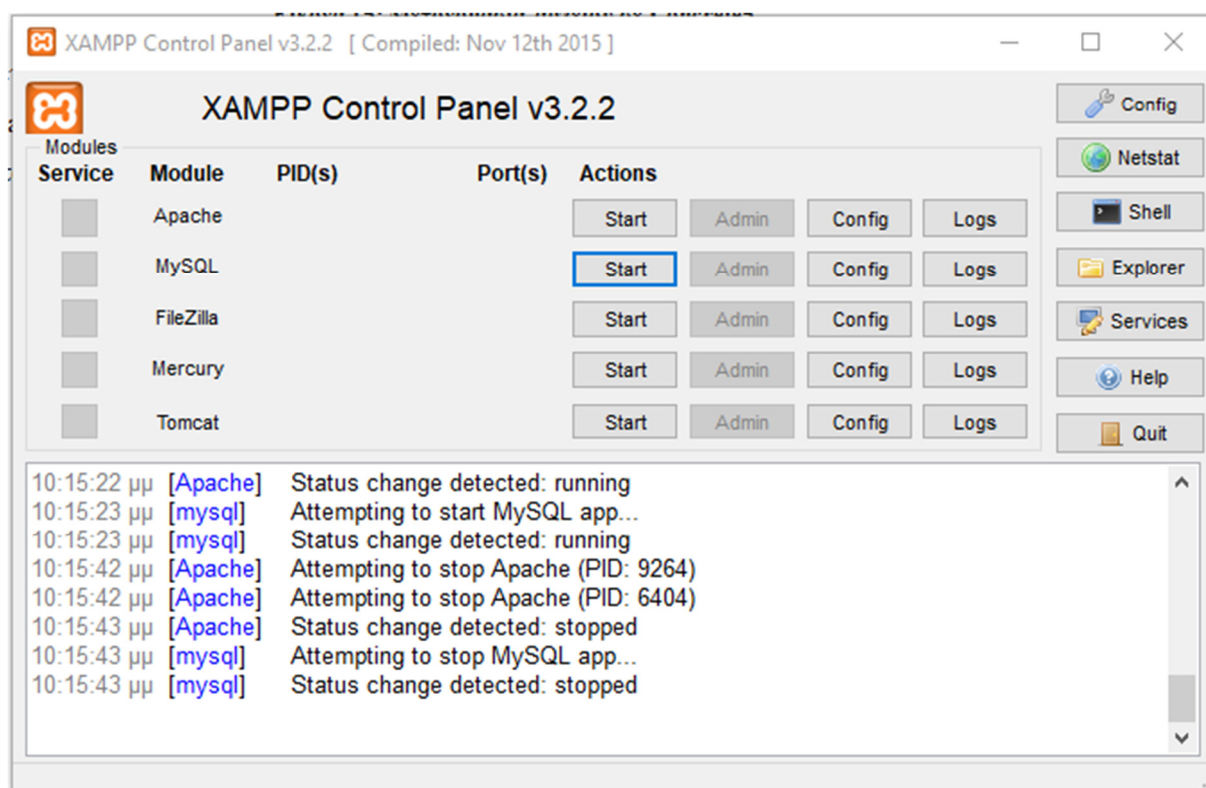
Εικόνα 18: Εγκατάσταση Concrete5.

Η επόμενη κίνηση μας είναι να πάμε στον φάκελο Concrete 5-8.4.2, και αφού κάνουμε αντιγραφή, τον μεταφέρουμε στον φάκελο htdocs της XAMPP και μετονομάζουμε το αρχείο μας σε Concrete5.

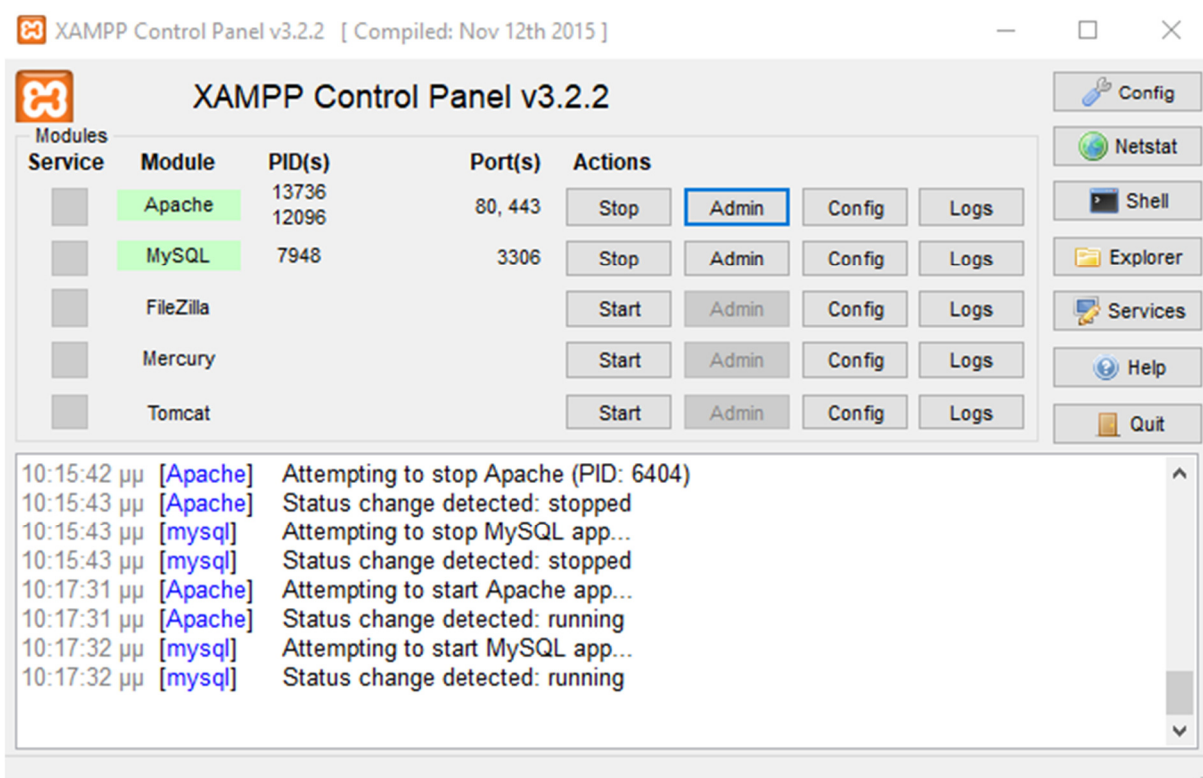


Εικόνα 19: Μετονομασία αρχείου σε Concrete5.

Μεταφερόμαστε ξανά στο Control Panel του XAMPP σταματώντας (stop) τα services του Apache και MySQL και το κλείνουμε. Έπειτα το ανοίγουμε ξανά, ξεκινώντας τα services, και πατάμε το κουμπί Admin της Apache.



20: Σταμάτημα των Services.



Εικόνα 21: Επιλογή Admin.

Επιλέγοντας Admin μεταφερόμαστε στο dashboard του XAMPP και αλλάζουμε το url της σελίδας σε localhost/concrete5. Επιλέγουμε γλώσσα την ελληνική.



Welcome to XAMPP for Windows 5.6.37

You have successfully installed XAMPP on this system! Now you can start using Apache, MariaDB, PHP and other components. You can find more info in the FAQs section or check the HOW-TO Guides for getting started with PHP applications.

XAMPP is meant only for development purposes. It has certain configuration settings that make it easy to develop locally but that are insecure if you want to have your installation accessible to others. If you want have your XAMPP accessible from the internet, make sure you understand the implications and you checked the FAQs to learn how to protect your site. Alternatively you can use WAMP, MAMP or LAMP which are similar packages which are more suitable for production.

Start the XAMPP Control Panel to check the server status.

Community

XAMPP has been around for more than 10 years – there is a huge community behind it. You can get involved by joining our Forums, adding yourself to the Mailing List, and liking us on Facebook, following our exploits on Twitter, or adding us to your Google+ circles.

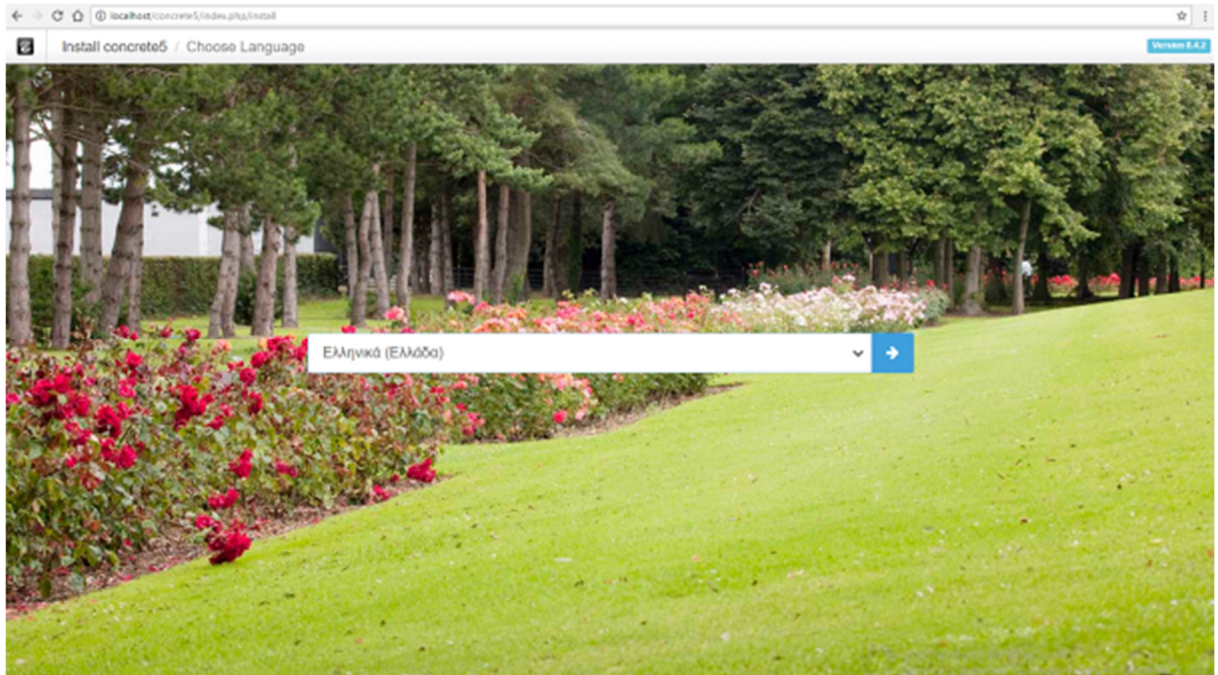
Contribute to XAMPP translation at translate.apachefriends.org.

Can you help translate XAMPP for other community members? We need your help to translate XAMPP into different languages. We have set up a site, translate.apachefriends.org, where users can contribute translations.

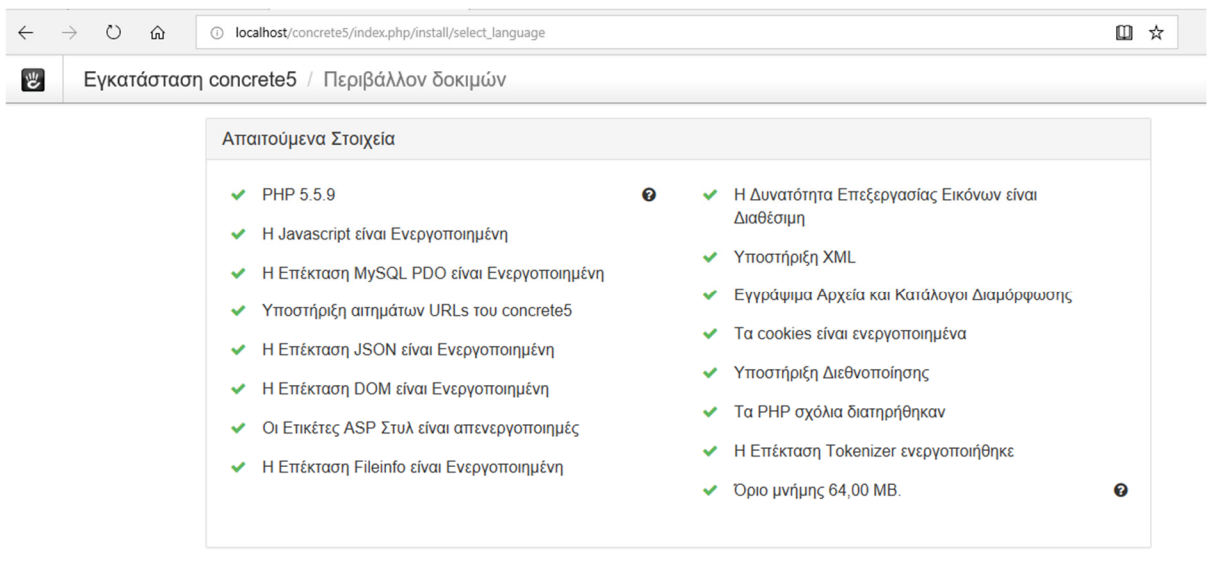
Install applications on XAMPP using Bitnami

Apache Friends and Bitnami are cooperating to make dozens of open source applications available on XAMPP, for free. Ενεργοποιήστε τα Windows Bitnami Επίλυση στις ρυθμίσεις για ενεργοποίηση των Windows. packaged applications include Wordpress, Drupal, Joomla! and dozens of others and can be deployed with one-click installers. Visit the Bitnami XAMPP page for details on the currently available apps.

Εικόνα 22: Μεταφορά στο dashboard του XAMPP.



Εικόνα 23: Επιλογή γλώσσας σε ελληνική.



Εικόνα 24: Απαιτούμενα στοιχεία για την συνέχεια της εγκατάστασης.



Site	
Όνομα <input type="text" value="House of Nature"/>	Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου Διαχειριστή <input type="text" value="papadaki_popi@hotmail.com"/>
Κωδικός πρόσβασης Διαχειριστή <input type="password" value="....."/>	Επιβεβαίωση Κωδικού <input type="password" value="....."/>
Αφεταιρία	
<input type="radio"/> Κενό site Δημιουργεί ένα κενό site χρησιμοποιώντας το unstyled Elemental θέμα.	<input checked="" type="radio"/> Πλήρες Site Δημιουργεί μια πλήρη ιστοσελίδα με το Elemental θέμα, συμπεριλαμβανομένων μιας αρχικής σελίδας, πολλαπλούς τύπους σελίδων, portfolio, φόρμες επικοινωνίας, ιστολόγιο και πολλά άλλα ..

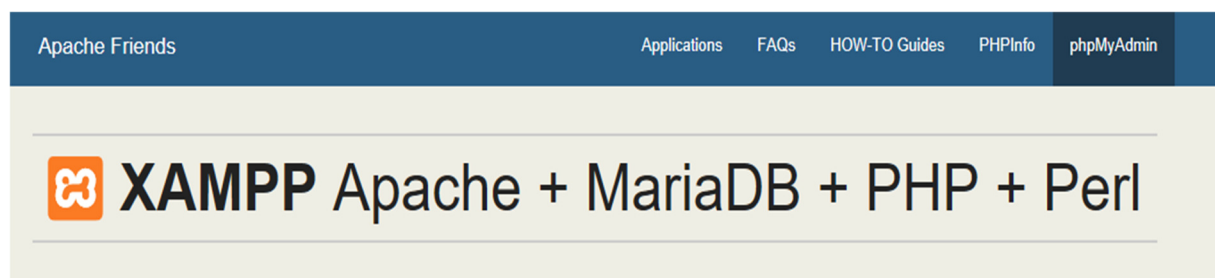
Εικόνα 25: Εισαγωγή απαιτούμενων στοιχείων.



Βάση Δεδομένων	
Ο διακομιστής <input type="text"/>	Όνομα Χρήστη MySQL <input type="text"/>
Κωδικός MySQL <input type="text"/>	Όνομα βάσης δεδομένων <input type="text"/>
Πολιτική Απορρήτου	
<p>Το concrete5 συλλέγει κάποιες πληροφορίες σχετικά με τον ιστότοπό σας για να βοηθήσει στην αναβάθμιση και τον έλεγχο της συμβατότητας add-on. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να απενεργοποιηθούν στη διαμόρφωση.</p> <p><input type="checkbox"/> Ναι, κατανιώ και συμφωνώ με την Πολιτική απορρήτου.</p>	

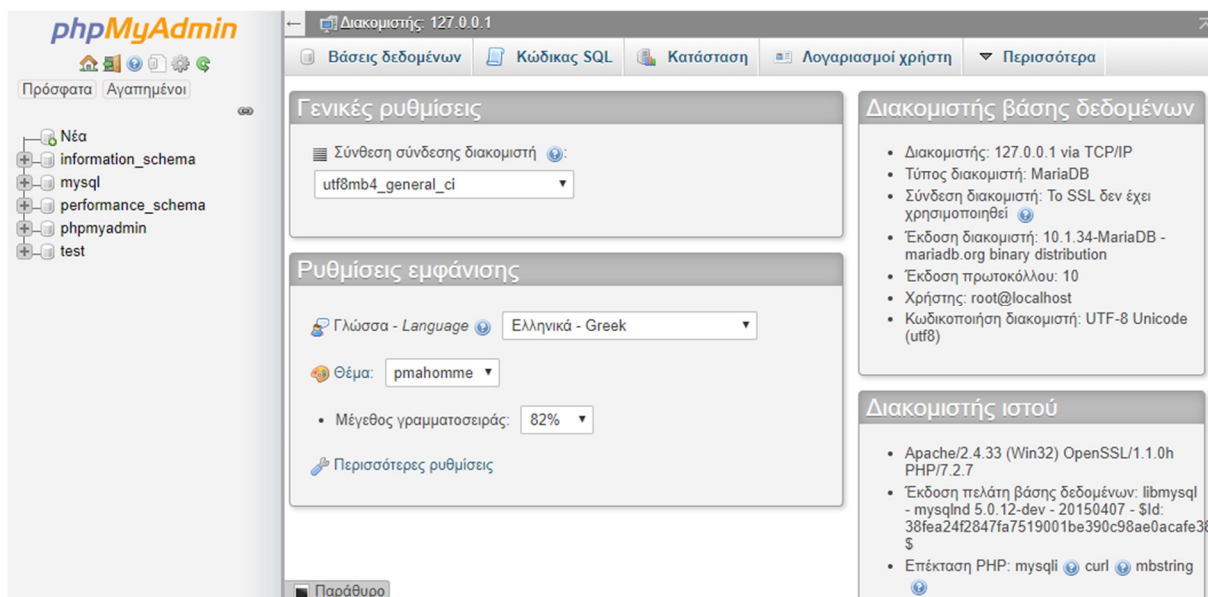
Εικόνα 26: Εισαγωγή στοιχείων της Βάσης Δεδομένων.

Για να συμπληρώσουμε τα στοιχεία της Βάσης Δεδομένων θα πρέπει να επιστρέψουμε στο ταμπλό (dashboard) του XAMPP και να επιλέξουμε phpMyAdmin.



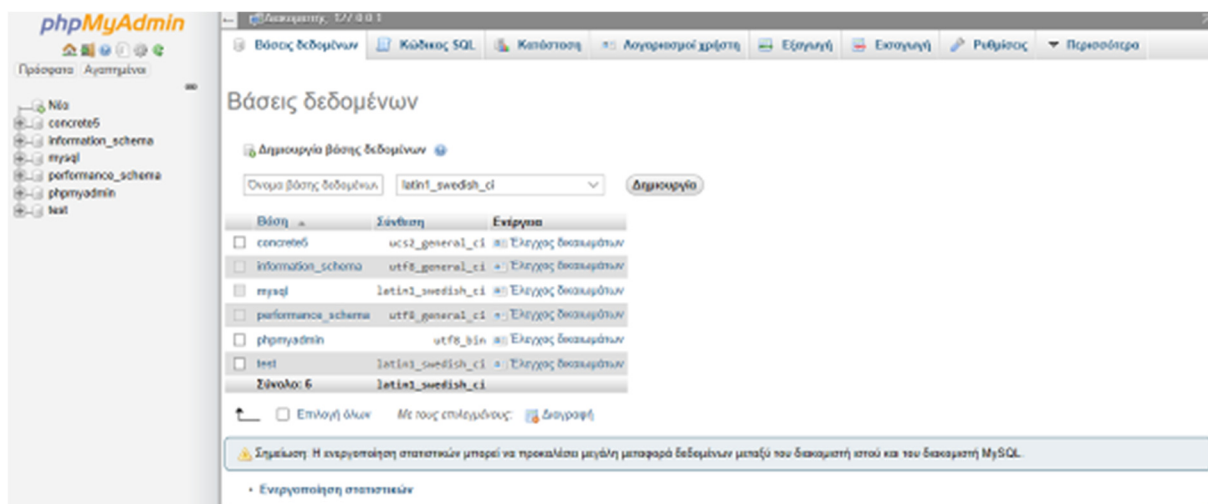
Εικόνα 27: Επιλογή phpMyAdmin.

Το επόμενο βήμα είναι να δημιουργήσουμε μία βάση δεδομένων. Μπαίνουμε στην αρχική σελίδα του XAMPP πατώντας την διεύθυνση στο browser 127.0.0.1 και μας εμφανίζει το παρακάτω:



Εικόνα 28: Βάση Δεδομένων PHPMYAdmin

Δημιουργούμε τη Βάση Δεδομένων πατώντας στο αριστερό κουμπί Νέα επιλέγοντας όνομα το Concrete5 και επιλέγουμε στην Σύνδεση διακομιστή το utf32_general_ci για να διαβάσει ελληνικούς χαρακτήρες.



Εικόνα 29: Δημιουργία Βάση Δεδομένων

Επιστρέφουμε πάλι στην εγκατάσταση του Concrete5, συμπληρώνοντας τα στοιχεία της Βάσης Δεδομένων.

Βάση Δεδομένων

Ο διακομιστής
localhost

Όνομα Χρήστη MySQL
root

Κωδικός MySQL

Όνομα βάσης δεδομένων
concrete5

Πολιτική Απορρήτου






Το concrete5 συλλέγει κάποιες πληροφορίες σχετικά με τον ιστότοπό σας για να βοηθήσει στην αναβάθμιση και τον έλεγχο της συμβατότητας add-on. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να απενεργοποιηθούν στη διαμόρφωση.

Ναι, κατανοώ και συμφωνώ με την [Πολιτική απορρήτου](#).

Εικόνα 30: Συμπλήρωση στοιχείων της Βάσης Δεδομένων.

Εγκατάσταση concrete5 / Εγκατάσταση ... Έκδοση 8.4.2

Ενώ περιμένετε

-  **Forums**
Το [φόρουμ](#) για concrete5.org είναι γεμάτο από χρήσιμα μέλη της κοινότητας που κάνουν το concrete5 τόσο δυνατό.
-  **Slack**
Στο [κανάλι concrete5 Slack](#) μπορείτε να έρθετε σε επαφή με πολλούς λάτρεις του concrete5 και προγραμματιστές.
-  **Τεκμηρίωση χρήστη**
Διαβάστε το [Τεκμηρίωση χρήστη](#) για να μάθετε την επεξεργασία και τη διαχείριση των site με concrete5.
-  **Screencasts**
Το [YouTube Channel](#) του concrete5 είναι γεμάτο χρήσιμα βίντεο που καλύπτουν το πώς να χρησιμοποιήσετε το concrete5.
-  **Τεκμηρίωση για προγραμματιστές**
Η [Τεκμηρίωση προγραμματισμού](#) καλύπτει τη κατασκευή θεμάτων, την οικοδόμηση add-ons και την ανάπτυξη εφαρμογών concrete5.

Δημιουργία πινάκων βάσης δεδομένων. Εγκατάσταση ...

Εικόνα 31: Εγκατάσταση του Concrete5.



Η εγκατάσταση ολοκληρώθηκε

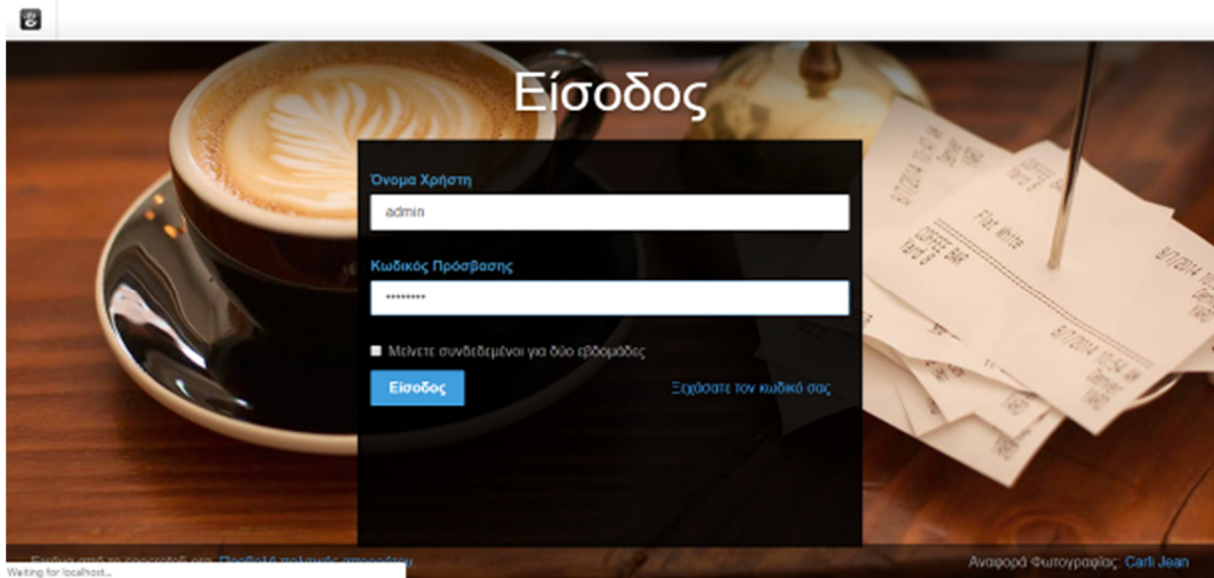
Το concrete5 έχει εγκατασταθεί. Έχετε συνδεθεί ως **admin** με τον κωδικό πρόσβασης που επιλέξατε. Εάν θέλετε να αλλάξετε τον κωδικό πρόσβασης, μπορείτε να το κάνετε από την περιοχή για τους χρήστες του πίνακα ελέγχου.

Όλα έτοιμα.

Επεξεργαστείτε το site σας

Εικόνα 32: Ολοκλήρωση εγκατάστασης.

Σε αυτό το σημείο μπορούμε να αρχίσουμε τη δημιουργία του e-shop μας. Η επωνυμία του θα είναι House of Nature. Θα παρουσιάσουμε πως τα προϊόντα της φύσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ποιοτικά και βιολογικά καλλυντικά, και ακόμα πως δημιουργούνται τα βιολογικά τρόφιμα και πως φτάνουν στο σπίτι μας αγνά και χωρίς επεξεργασία. Η παρακάτω εικόνα μας δείχνει την είσοδο μας στην ιστοσελίδα πληκτρολογώντας στο Όνομα χρήστη admin και Κωδικό Πρόσβασης τον κωδικό που επιλέξαμε.



Εικόνα 33: Είσοδος στην ιστοσελίδα μας.

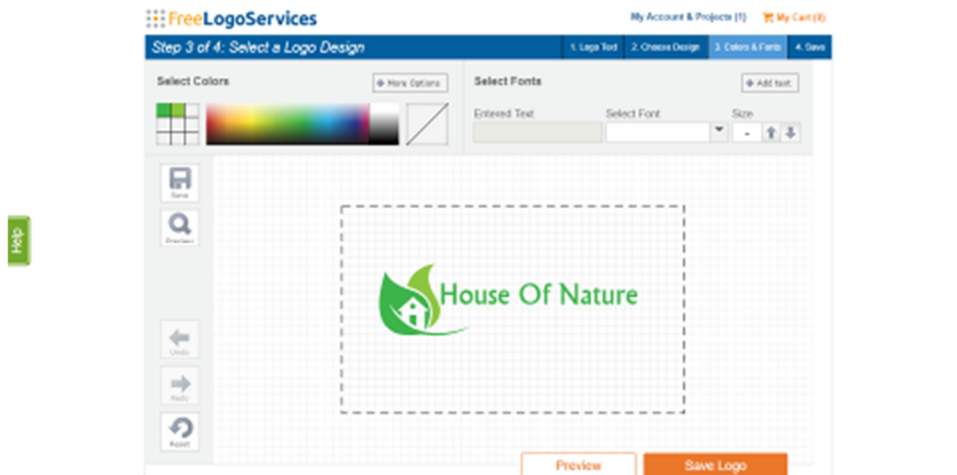
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8. ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟ -S

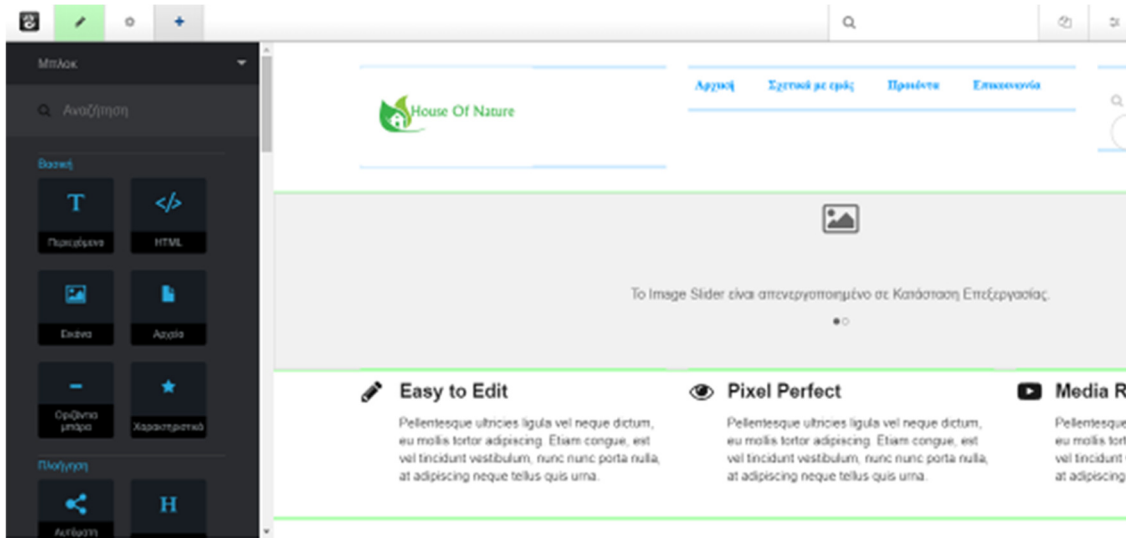
8.1 Προσθήκη logo στο e-shop.

Για να δημιουργήσουμε το λογότυπο της ιστοσελίδας που επιθυμούμε πηγαίνουμε στην ιστοσελίδα www.freelogoservices.com, επιλέγουμε την επωνυμία που επιθυμούμε και το αποθηκεύουμε.

Έπειτα πηγαίνουμε στην ιστοσελίδα μας. Πατάμε το κουμπί + πάνω αριστερά Προσθήκη Περιεχομένου στην σελίδα και μετά το εικονίδιο της εικόνας. Επιλέγουμε την εικόνα που θέλουμε πατάμε προσθήκη και εμφανίζεται στην ιστοσελίδα μας όπως φαίνεται παρακάτω.



Εικόνα 34: Δημιουργία λογότυπου για την ιστοσελίδα μας.



Εικόνα 35: Εγκατάσταση λογότυπου στην ιστοσελίδα

8.2 Δημιουργία αναζήτησης.

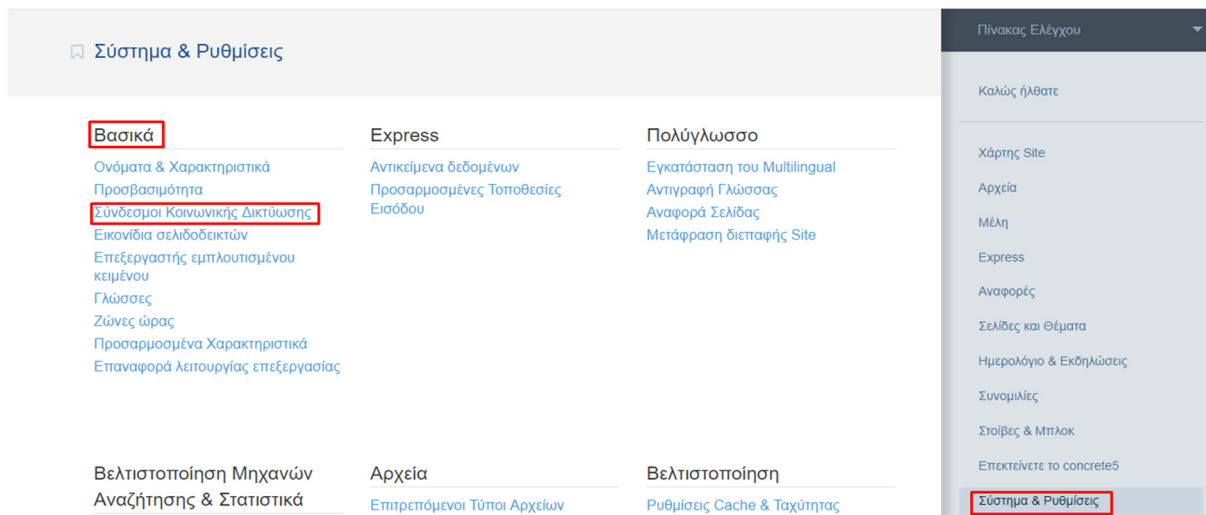
Για να δημιουργήσουμε την φόρμα της αναζήτησης πηγαίνουμε πάλι στο κουμπί + αριστερά πατάμε τα περιεχόμενα, βρίσκουμε το εικονίδιο αναζήτησης και το σέρνουμε όπου επιθυμούμε εμείς να εμφανίζεται όπως φαίνεται παρακάτω.



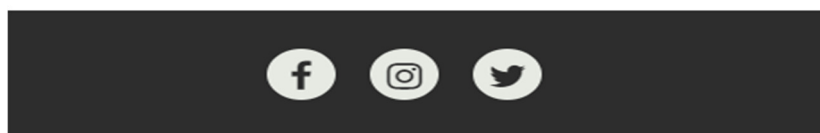
Εικόνα 36: Εγκατάσταση αναζήτησης στην ιστοσελίδα.

8.3 Προσθήκη εικονιδίων social media.

Για να προσθέσουμε εικονίδια των social media πατάμε το κουμπί δεξιά Πίνακας ελέγχου-Αλλαγή ρυθμίσεων για όλο τον ιστότοπο και έπειτα την επιλογή Συστήματα & Ρυθμίσεις. Στα Βασικά βρίσκουμε και επιλέγουμε Σύνδεσμοι Κοινωνικής Δικτύωσης. Έπειτα πηγαίνουμε πάλι στην αρχική μας σελίδα επιλέγουμε από τα περιεχόμενα την επιλογή σύνδεσμοι κοινωνικής δικτύωσης και το προσθέσαμε στην ιστοσελίδα μας.



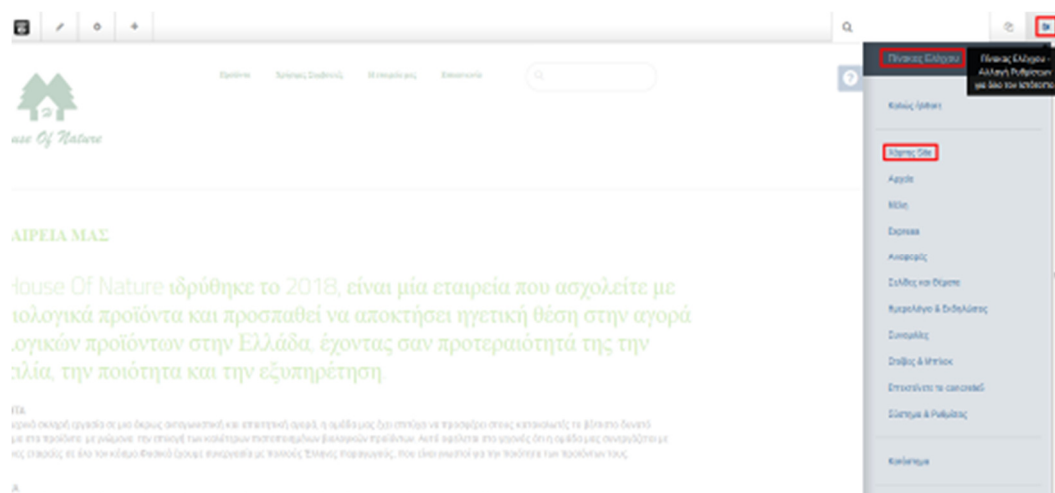
Εικόνα 37: Δημιουργία συνδέσμων κοινωνικής δικτύωσης.



Εικόνα 38: Σύνδεσμοι κοινωνικής δικτύωσης.

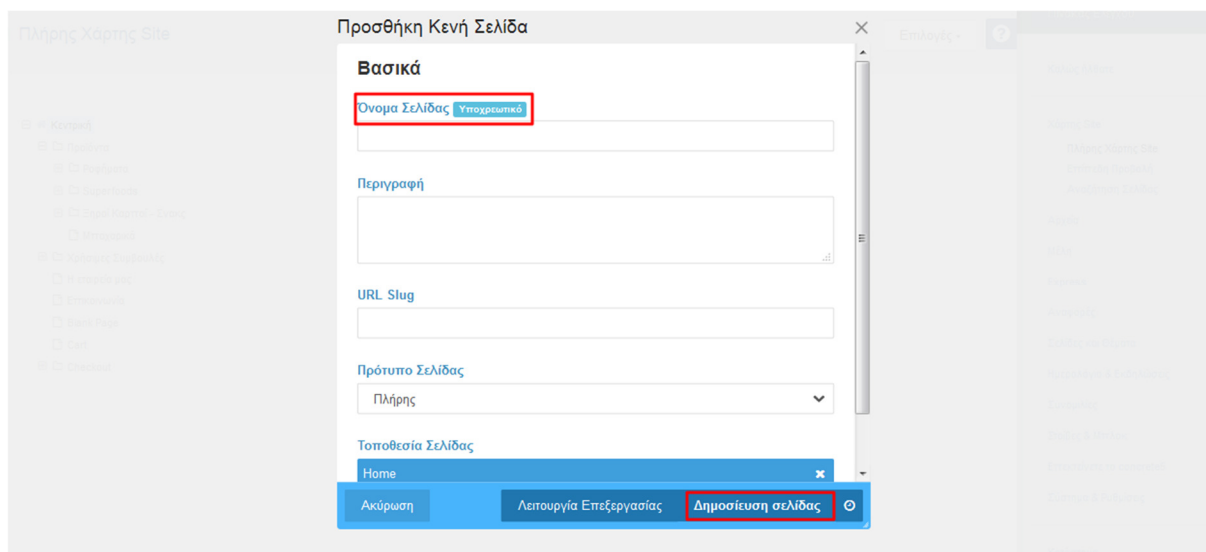
8.4 Δημιουργία Μενού

Για την δημιουργία του μενού της ιστοσελίδας μας πηγαίνουμε στην επιλογή δεξιά του πίνακα ελέγχου έπειτα επιλέγουμε χάρτης site όπου εκεί μπορούμε να επεξεργαστούμε και να προσθέσουμε κατηγορίες και υποκατηγορίες.



Εικόνα 39: : Δημιουργίας κεντρικού μενού

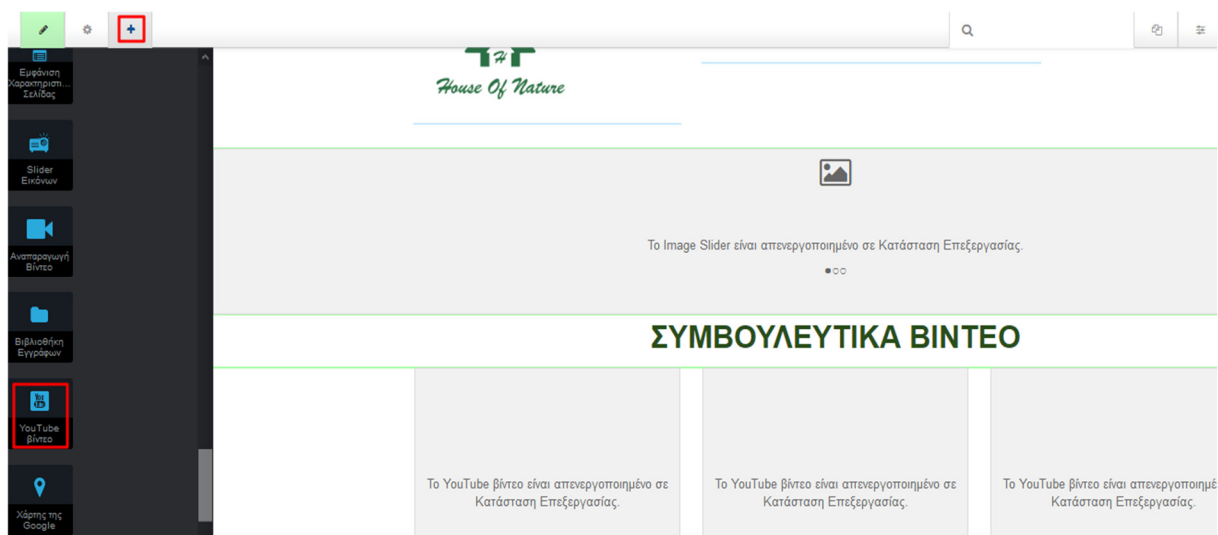
Δημιουργούμε όσες σελίδες επιθυμούμε δίνοντας όνομα, περιγραφή, θέση μέσα στην ιστοσελίδα μας και τις δημοσιεύουμε. Με αυτό τον τρόπο φτιάχνουμε τις κατηγορίες και υποκατηγορίες του site όπως φαίνεται παρακάτω.



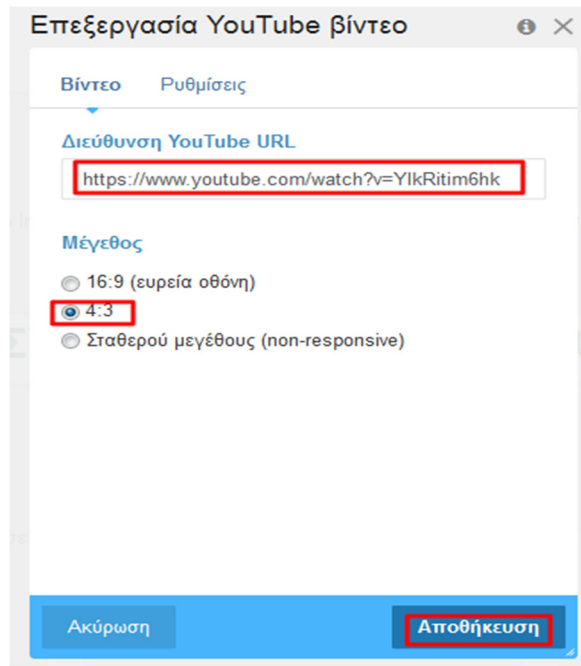
Εικόνα 40: Προσθήκη σελίδων.

8.5 Προσθήκη βίντεο.

Για να προσθέσουμε βίντεο στην ιστοσελίδα μας πηγαίνουμε στο κουμπί + προσθήκη περιεχομένου και έπειτα επεξεργασία, ψάχνουμε να βρούμε το εικονίδιο Youtube Video. Το σύρουμε στην θέση που θέλουμε και έπειτα επιλέγουμε ένα βίντεο από το Youtube, κάνουμε αντιγραφή και επικόλληση του συνδέσμου, οριοθετούμε το μέγεθος του και το δημοσιεύουμε.



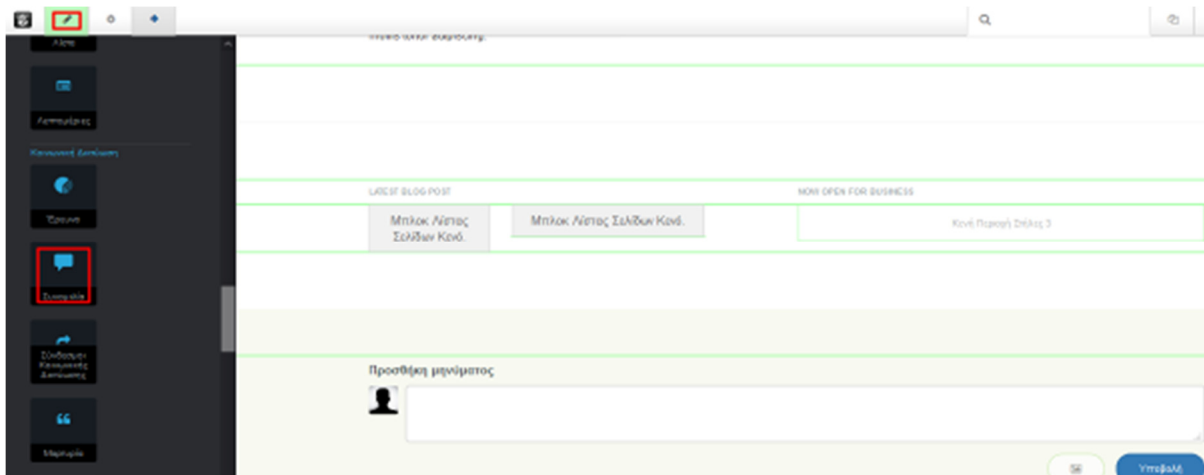
Εικόνα 41: Προσθήκη Βίντεο



Εικόνα 42: Εισαγωγή Video

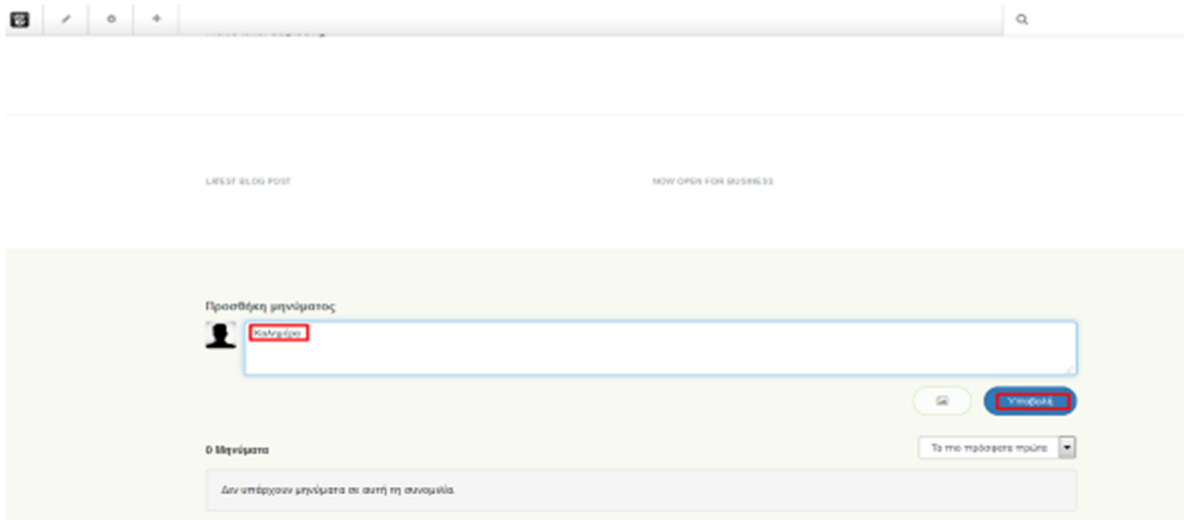
8.6 Δημιουργία Φόρμας Επικοινωνίας

Για να ανοίξουμε την φόρμα επικοινωνίας ώστε να υπάρχει η δυνατότητα συνομιλίας με τον πελάτη, κατά τον ίδιο τρόπο πηγαίνουμε στα πρόσθετα, επεξεργασία και μεταφέρουμε το εικονίδιο της συνομιλίας στο σημείο που θέλουμε να εμφανίζεται.



Εικόνα 43: Προσθήκη επικοινωνίας

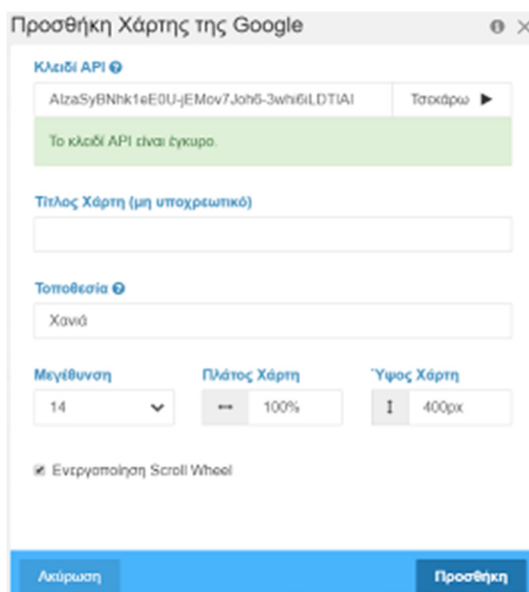
Παρακάτω φαίνεται το αποτέλεσμα:



Εικόνα 44: Δημιουργία Μηνύματος

8.7 Προσθήκη χάρτη

Για να προσθέσουμε χάρτη στην ιστοσελίδα μας πηγαίνουμε στο προσθήκη περιεχομένου, επιλέγουμε από τα πολυμέσα το Χάρτης Google. Στη συνέχεια μας εμφανίζει την παρακάτω εικόνα και συμπληρώνουμε τα απαραίτητα στοιχεία.



Εικόνα 45: Δημιουργία χάρτης GOOGLE

Το κλειδί API το βρίσκουμε από τον λογαριασμό gmail που έχουμε ήδη δημιουργήσει.

API key created

Use this key in your application by passing it with the `key=API_KEY` parameter.

Your API key

A1zaSyBNhk1eE0U-jEMov7Joh6-3whi6iLDTIAI

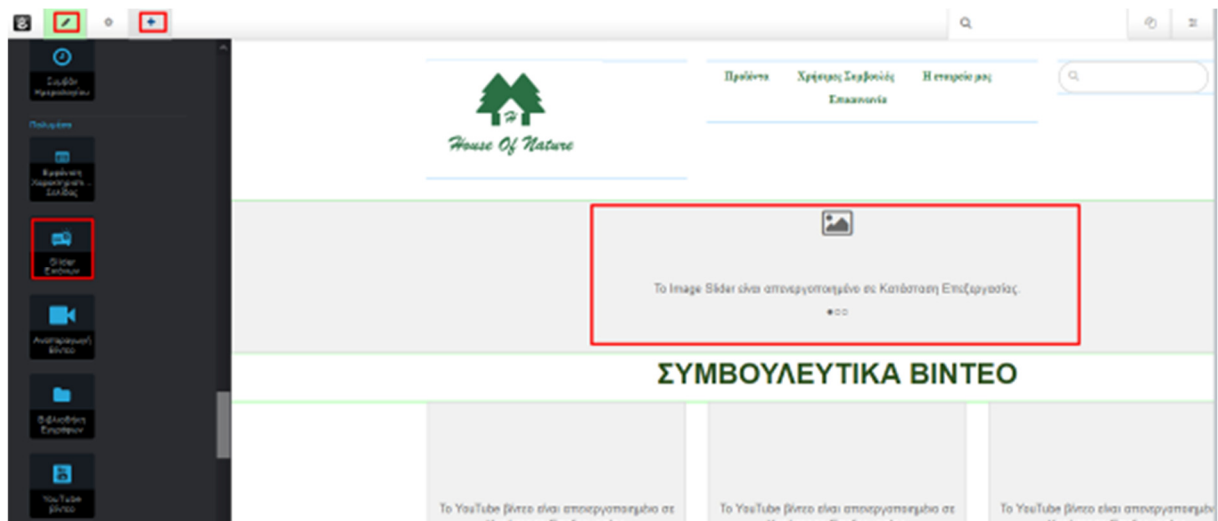
⚠ Restrict your key to prevent unauthorized use in production.

[CLOSE](#) [RESTRICT KEY](#)

Εικόνα 46: API KEY

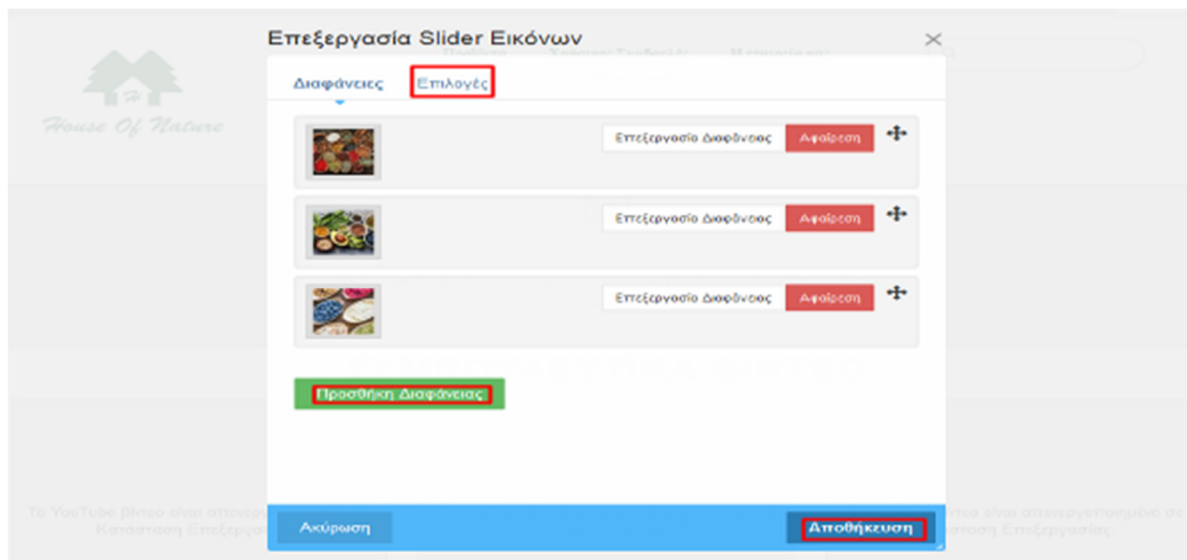
8.8 Δημιουργία Image Slider

Δημιουργούμε ένα image slider στο βασικό κεντρικό μενού της ιστοσελίδας μας για να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε ένα όμορφο περιβάλλον και για να μπορεί να δει ο πελάτης σε ένα σύνολο εικόνων τα προϊόντα που διαθέτει το κατάστημα μας. Κατά τον ίδιο τρόπο λοιπόν πηγαίνουμε στα πρόσθετα, επεξεργασία, βρίσκουμε το εικονίδιο των slider εικόνων και το τοποθετούμε στη θέση που θέλουμε.



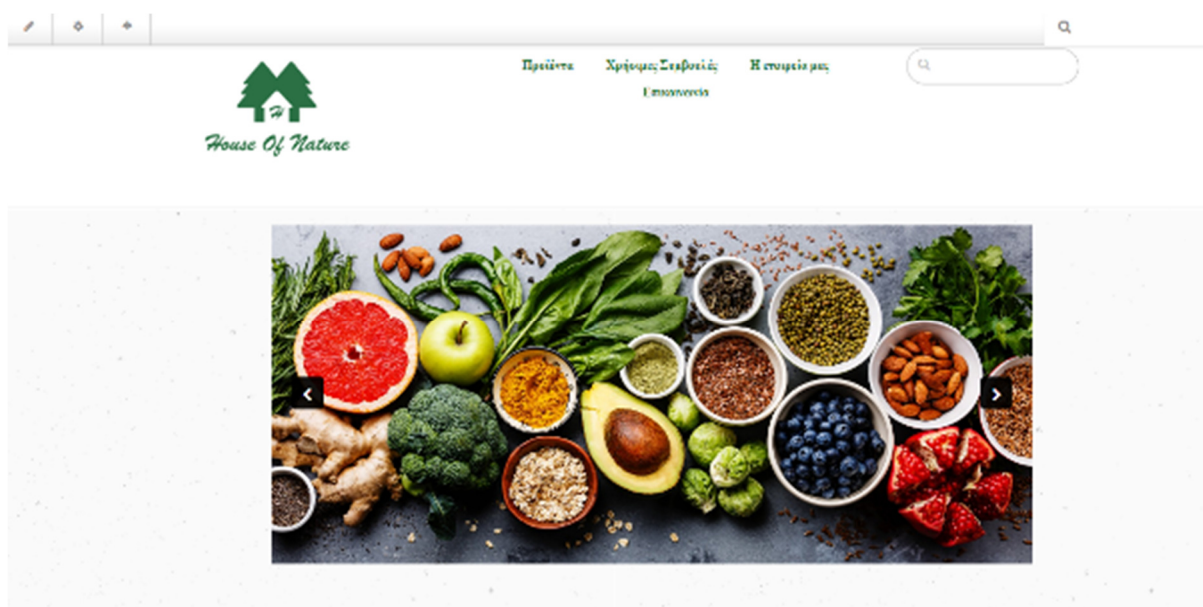
Εικόνα 47: Προσθήκη slider

Εν συνεχεία προσθέτουμε τις εικόνες που θέλουμε, επεξεργαζόμαστε τον τρόπο που επιθυμούμε να εμφανίζονται στο πάνελ μας και τις δημοσιεύουμε.



Εικόνα 48: Επεξεργασία του slider.

Παρακάτω βλέπουμε το αποτέλεσμα:

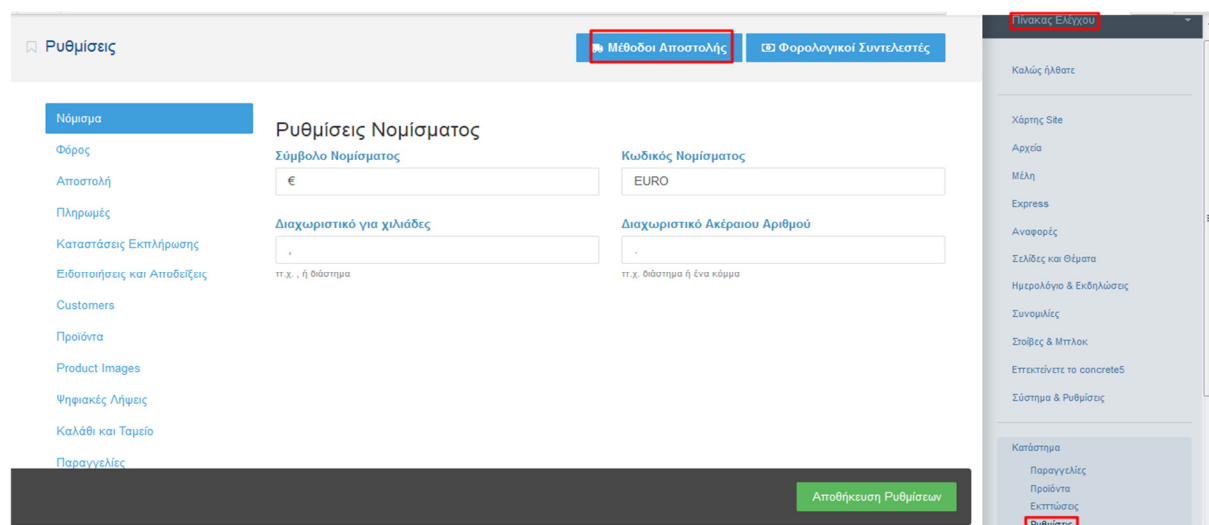


Εικόνα 49: Δημοσίευση του slider εικόνων.

8.9 Προσθήκη Τρόπου Αποστολής

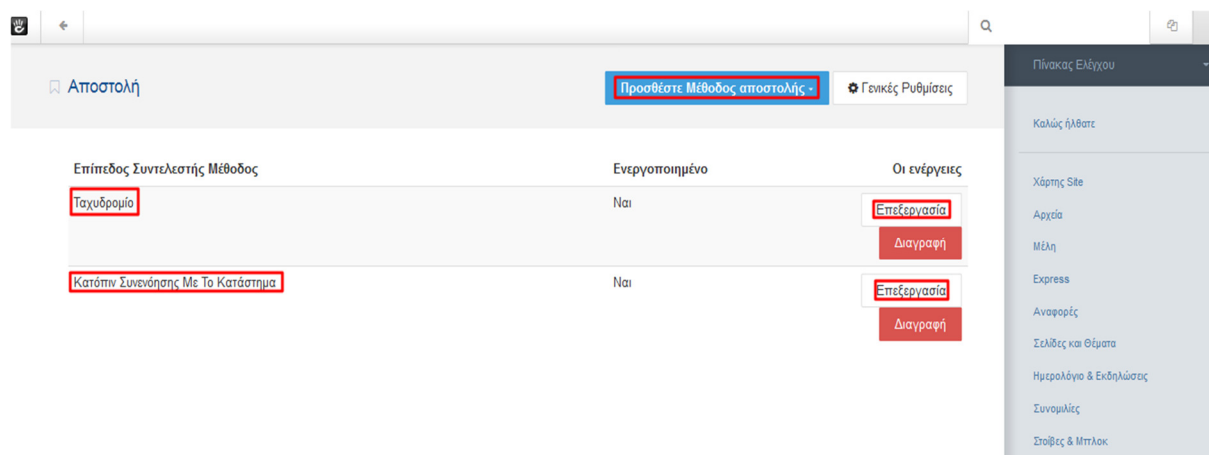
Για να δώσουμε την δυνατότητα στον πελάτη να παραλάβει τα προϊόντα μας στον χώρο του θα πρέπει να δημιουργήσουμε τρόπους αποστολής αυτών. Όπως παρακάτω φαίνεται, για να μπορέσουμε να βάλουμε το συγκεκριμένο πρόσθετο στην ιστοσελίδα μας θα πρέπει να

μεταβούμε στον πίνακα ελέγχου, και στις ρυθμίσεις του καταστήματος μας να δημιουργήσουμε τους τρόπους.



Εικόνα 50: Επεξεργασία μεθόδου αποστολής.

Δημιουργήσαμε λοιπόν δύο τρόπους αποστολής των προϊόντων δίνοντας την δυνατότητα στον πελάτη να επιλέξει πέραν από τον δικό μας προτεινόμενο και έξτρα επιλογή της δικής του αρεσκείας.



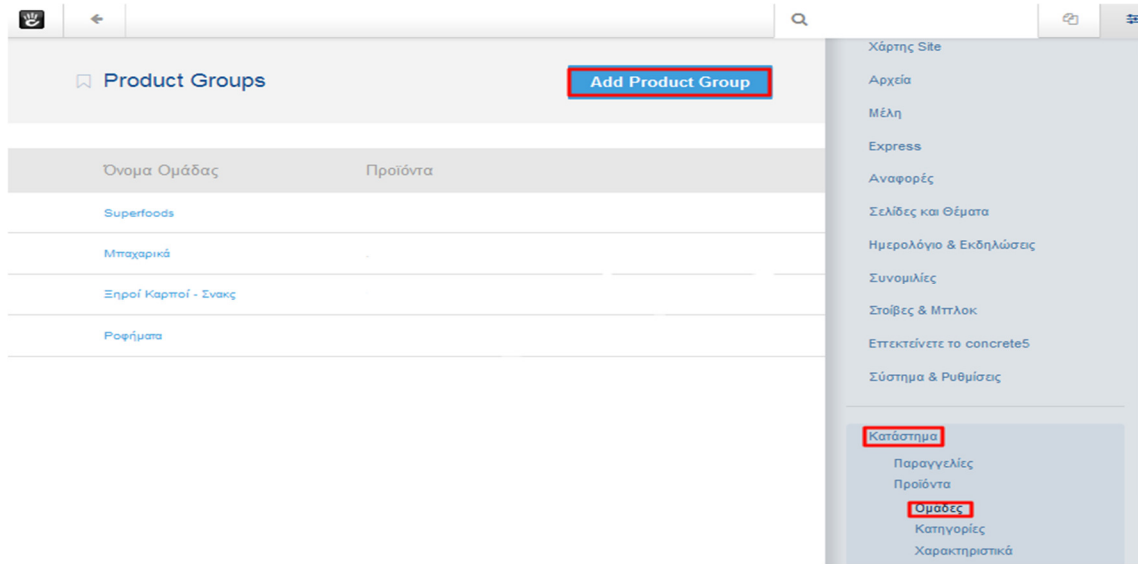
Εικόνα 51: Δημιουργία τρόπων αποστολής

8.10 Προσθήκη Τρόπου Πληρωμής

Για να μπορέσουμε να εξυπηρετήσουμε τους πελάτες μας στους τρόπους πληρωμής προσθέσαμε σαν πρώτο τρόπο πληρωμής την αντικαταβολή. Προσπαθήσαμε ωστόσο να προσθέσουμε και επιπλέον τρόπο όπως Pay Pal όμως αυτή η έκδοση αυτή του προγράμματος δεν υποστηρίζει αυτήν την δυνατότητα ούτε μέσω των επεκτάσεων.

8.11 Δημιουργία Κατηγοριών Προϊόντων

Σε αυτό το σημείο και αφού έχουμε διαμορφώσει την αρχική εικόνα του site μας προχωρούμε στην δημιουργία κατηγοριών για τα προϊόντα μας. Κατά τον ίδιο τρόπο όπως παραπάνω μεταβαίνουμε στον πίνακα ελέγχου, κατάσταση και επιλέγουμε το πεδίο ομάδες προϊόντων. Εκεί μπορούμε να προσθέσουμε όσες κατηγορίες θέλουμε ώστε να ομαδοποιήσουμε αργότερα τα προϊόντα μας.



Εικόνα 52: Δημιουργία κατηγοριών

8.12 Δημιουργία Προϊόντων

Για την δημιουργία των προϊόντων μας πρέπει να ακολουθήσουμε μια σειρά από βήματα ώστε να εμφανίζονται στους πελάτες μας, τα οποία θα αναλύσουμε παρακάτω. Αρχικά πηγαίνουμε ξανά στον πίνακα ελέγχου, επιλέγουμε προϊόντα και προσθήκη προϊόντος. Εκεί μας ανοίγεται το ακόλουθο παράθυρο στο οποίο ρυθμίζουμε τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος μας.

Επεξεργασία προϊόντων

Δημιουργία Διπλότυπου για Προϊόν Διαγραφή Προϊόντος

Επισκόπηση

Categories and Groups

Αποστολή

Εικόνες

Options and Variations

Σχετικά προϊόντα

Χαρακτηριστικά

Downloads and User Groups

Checkout Options

Σελίδα λεπτομεριών

Όνομα Προϊόντος

Αμύγδαλα Ελληνικά 400gr

Κωδικός / SKU

200001

Ενεργό

Ενεργό

Προτεινόμενο Προϊόν

Ναι

Τιμή

€ 7.00

Τιμή Πώλησης

€ No Sale Price Set

Επιτρέψτε στον πελάτη να εισάγει τιμή

Quantity based pricing

Φορολογητέο

Ναι

Κλάση φόρου

Default

Ακύρωση / Δείτε Όλα τα Προϊόντα

Επιπέδο αποθέματος

Προσφορά Επιλογής Ποσότητας

Ενημέρωση Προϊόντα

Πίνακας Ελέγχου

Καλώς ήλθατε

Χάρτης Site

Αρχία

Μέλη

Express

Αναφορές

Σελίδες και Θέματα

Ημερολόγιο & Εκδηλώσεις

Συναμίες

Σταθές & Μπλοκ

Επεκτείνετε το concrete5

Σύστημα & Ρυθμίσεις

Κατάστημα

Παράγγελις Προϊόντα

Εικόνα 53: Προσθήκη προϊόντων

Έπειτα ρυθμίζουμε την διαδρομή των προϊόντων μας τοποθετώντας τα στις κατηγορίες και στις ομάδες που αντιστοιχούν και που ήδη δημιουργήσαμε όπως δείξαμε παραπάνω.

Επεξεργασία προϊόντων

Δημιουργία Διπλότυπου για Προϊόν Διαγραφή Προϊόντος

Επισκόπηση

Categories and Groups

Αποστολή

Εικόνες

Options and Variations

Σχετικά προϊόντα

Χαρακτηριστικά

Downloads and User Groups

Checkout Options

Σελίδα λεπτομεριών

Όνομα Προϊόντος

Αμύγδαλα Ελληνικά 400gr

Κωδικός / SKU

200001

Κατηγοριοποίηση σε σελίδες

Ξηροί Καρποί

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΙΑ ΣΕΛΙΔΑ

Σε ομάδες προϊόντων

× Ξηροί Καρποί

Ακύρωση / Δείτε Όλα τα Προϊόντα

Ενημέρωση Προϊόντα

Πίνακας Ελέγχου

Καλώς ήλθατε

Χάρτης Site

Αρχία

Μέλη

Express

Αναφορές

Σελίδες και Θέματα

Ημερολόγιο & Εκδηλώσεις

Συναμίες

Σταθές & Μπλοκ

Επεκτείνετε το concrete5

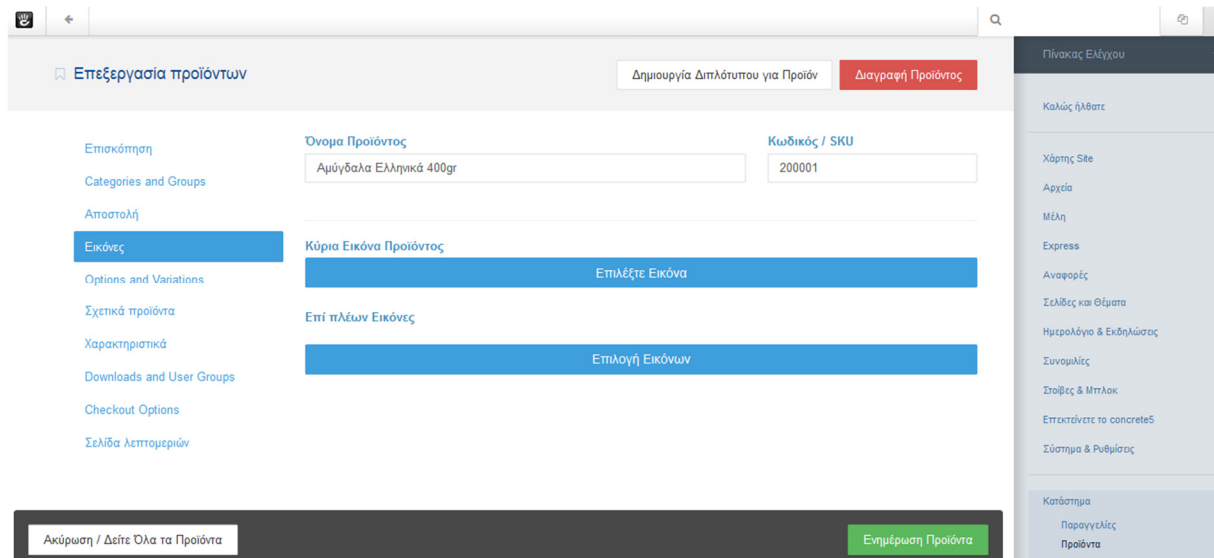
Σύστημα & Ρυθμίσεις

Κατάστημα

Παράγγελις Προϊόντα

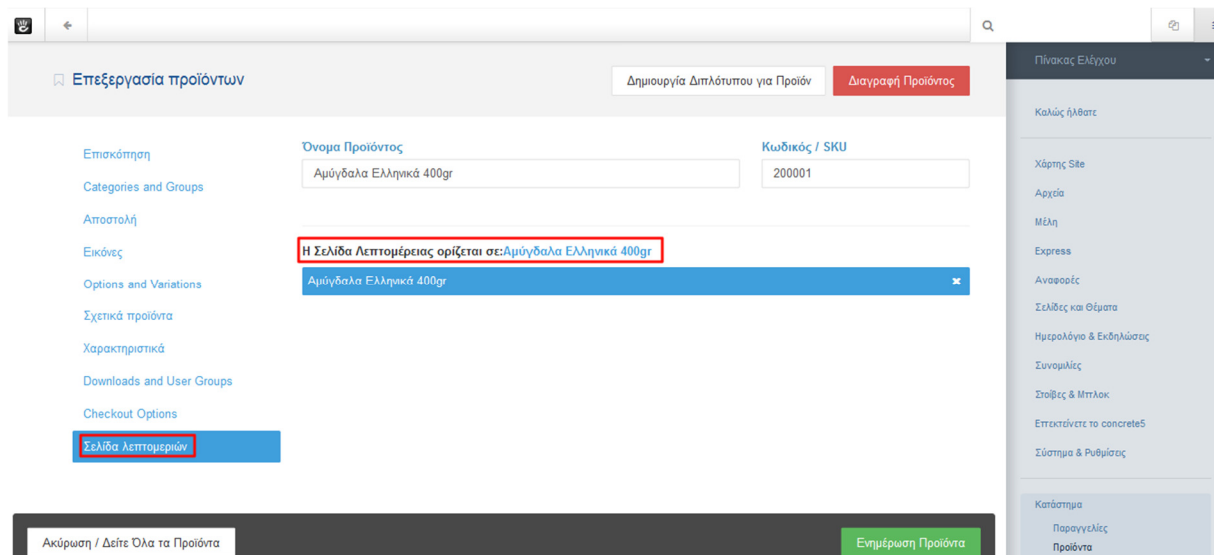
Εικόνα 54: Κατηγοριοποίηση προϊόντων.

Προσθέτουμε φωτογραφία στο προϊόν μας ώστε να μπορεί να το δει και ο πελάτης κατά τον ίδιο τρόπο που ανεβάζουμε φωτογραφία σε όλη την διαχείριση.

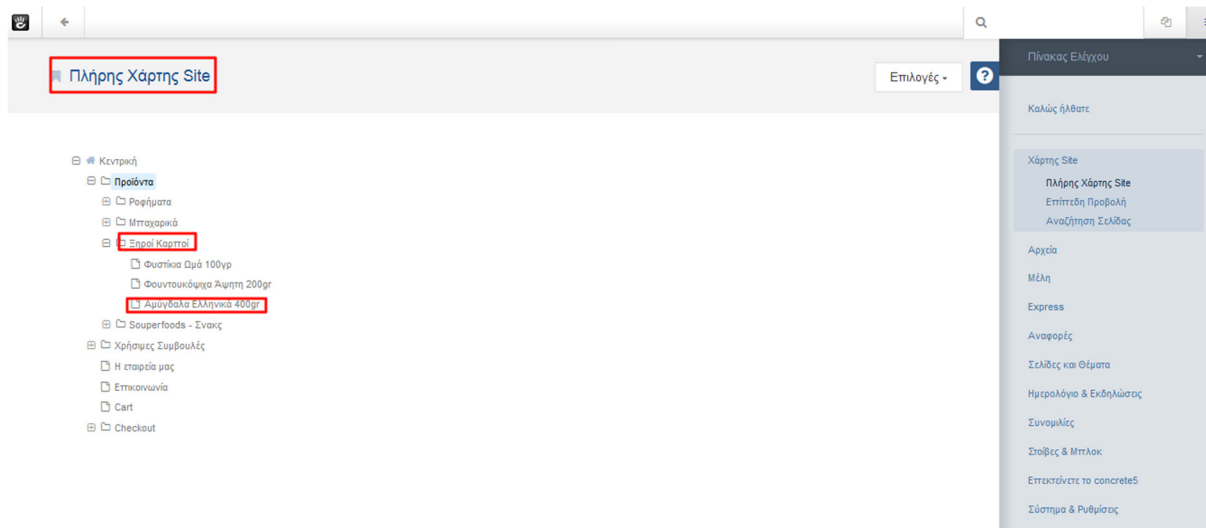


Εικόνα 55: Ανέβασμα φωτογραφίας προϊόντων.

Σε αυτό το σημείο ορίζουμε σελίδα λεπτομεριών τον τίτλο του προϊόντος και το μετακινούμε στην σωστή κατηγορία στον χάρτη της ιστοσελίδας μας όπως παρακάτω.

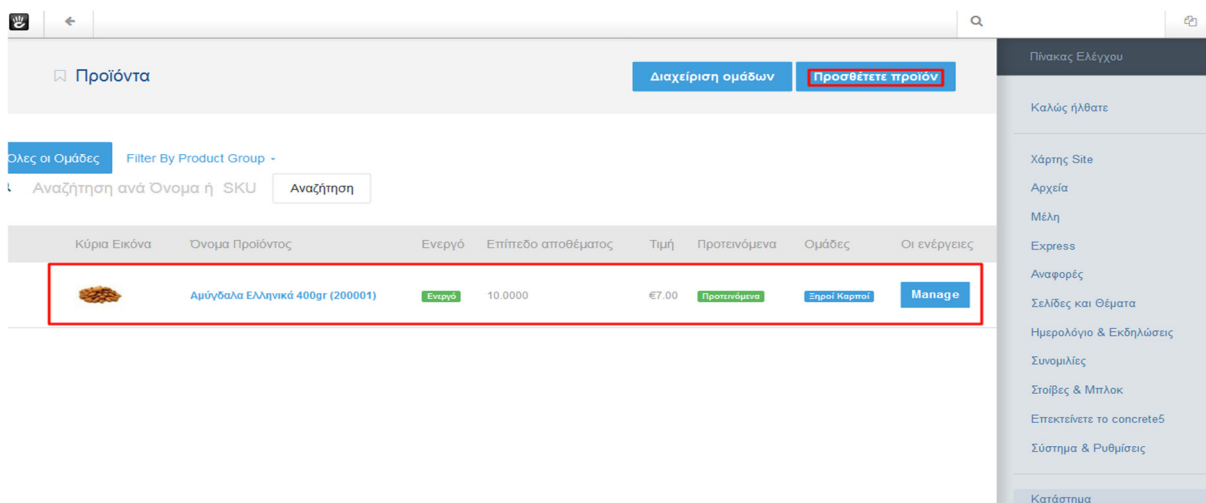


Εικόνα 56: Ορισμός σελίδας προϊόντων.



Εικόνα 57: Μετακίνηση προϊόντων στο χάρτη του site.

Εδώ θα δούμε το αποτέλεσμα της δημιουργίας του προϊόντος μας και όχι το προϊόν μέσα στο site μας. Παρακάτω θα δείξουμε πως θα εμφανίσουμε την κατηγορία των προϊόντων μας σε λίστα μέσα στην σελίδα μας ως αποτέλεσμα που θα βλέπει και ο πελάτης.



Εικόνα 58: Ολοκλήρωση δημιουργίας προϊόντων.

8.13 Εισαγωγή Προϊόντων Στην Ιστοσελίδα

Αφού λοιπόν δημιουργήσαμε τα προϊόντα μας πρέπει να τα κάνουμε να εμφανίζονται και στο site μας. Πηγαίνουμε λοιπόν στα πρόσθετα, επεξεργασία και τοποθετούμε την λίστα των προϊόντων στην κενή σελίδα που έχουμε δημιουργήσει για κάθε κατηγορία. Μας ανοίγεται το παρακάτω εικονίδιο, όπου επιλέγουμε ποια λίστα ομαδοποιημένων προϊόντων πρέπει να

προσθέσουμε., την σειρά που θα ταξινομηθούν, τον αριθμό που θα εμφανίζονται και το αποθηκεύουμε.

Επεξεργασία Λίστα προϊόντων

Προϊόντα

Κατάλογος Προϊόντων

** Όλα **

Σειρά Ταξινόμησης

Αλφαβητικά

Εμφανίζει Επιλογή Ταξινόμησης

Φιλτράρισμα

Φίλτρο ανά Ομάδα Προϊόντων

* Ξηροί Καρποί

Ταίριασμα

Όλες οι Ομάδες επιλέχθηκαν

Σελιδοποίηση και Επιλογές εμφάνισης

Αριθμός προϊόντων για εμφάνιση

0

Εμφάνιση σελιδοποίησης εάν περισσότερα προϊόντα είναι διαθέσιμα από αυτά που εμφανίζονται

Προϊόντα ανά Σειρά

1

Display text when no products

Εμφάνιση Ονόματος

Εμφάνιση Τιμής

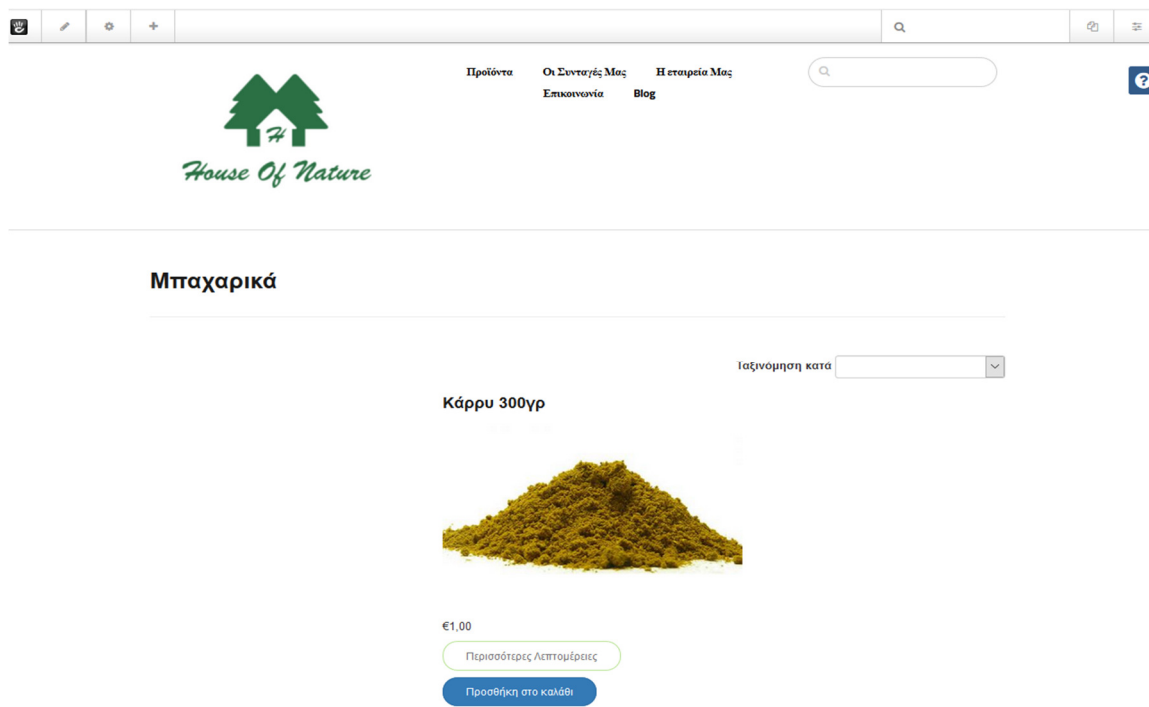
Εμφάνιση κουμπιού "Προσθήκη στο καλάθι"

Κείμενο κουμπιού Προσθήκη στο Καλάθι

Προεπιλογές για: Προσθήκη στο Καλάθι

Ακύρωση Αποθήκευση

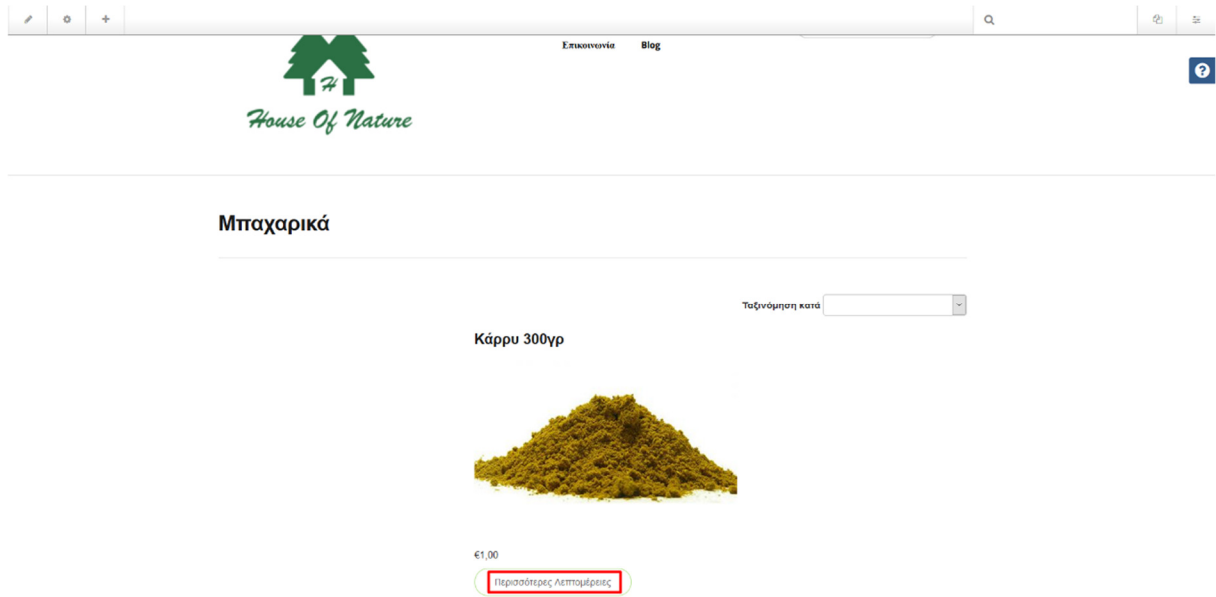
Εικόνα 59: Εισαγωγή προϊόντων στο site.



Εικόνα 60: Εμφάνιση των προϊόντων στο site μας

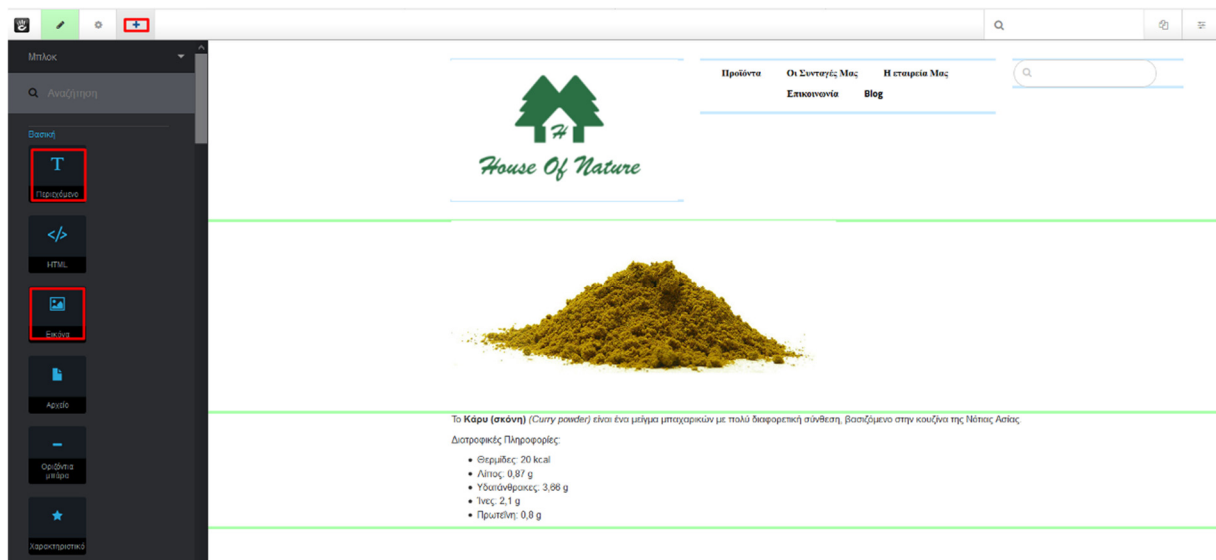
8.14 Σχολιασμός Προϊόντων

Αφού εμφανίσαμε τα προϊόντα μας στο site μεταβαίνουμε σε κάθε προϊόν και στην επιλογή περισσότερες λεπτομέρειες θα προσθέσουμε επιπλέον πληροφορίες για το προϊόν μας.



Εικόνα 61: Προσθήκη λεπτομερειών

Προσθέτουμε περιεχόμενο στην σελίδα που μας ανοίγεται επιλέγοντας προσθήκη περιεχομένου, και προσθήκη της ανάλογης εικόνας. Το αποτέλεσμα φαίνεται παρακάτω.



Εικόνα 62: Προσθήκη Σχολιασμού στα Προϊόντα

8.15 Προσθήκη Προϊόντων Στο Καλάθι

Στην συνέχεια δοκιμάζουμε να δούμε εάν η προσθήκη του προϊόντος μας στο καλάθι είναι εφικτή. Έχουμε φτιάξει έξι κατηγορίες προϊόντων στις οποίες έχουμε προσθέσει την ανάλογη φωτογραφία που αφορά τα προϊόντα μας. Επιλέγουμε ένα προϊόν και δοκιμάζουμε εάν είναι σωστή η καταχώρηση που κάναμε και αν μπορούμε να το προσθέσουμε στο καλάθι μας.

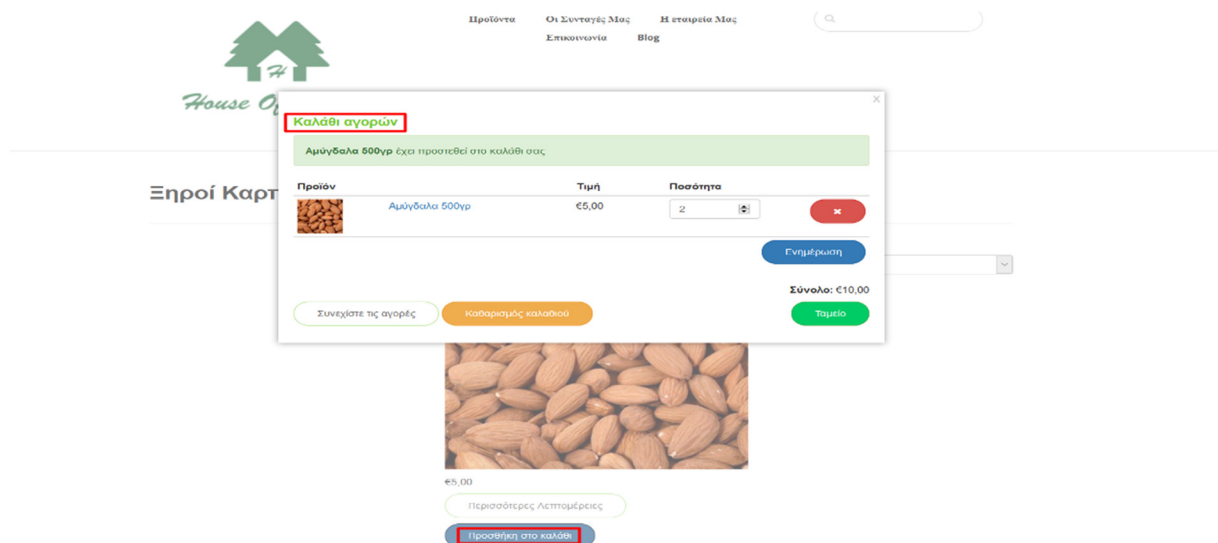
House Of Nature

ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Εικόνα 63: Οι κατηγορίες της σελίδας μας

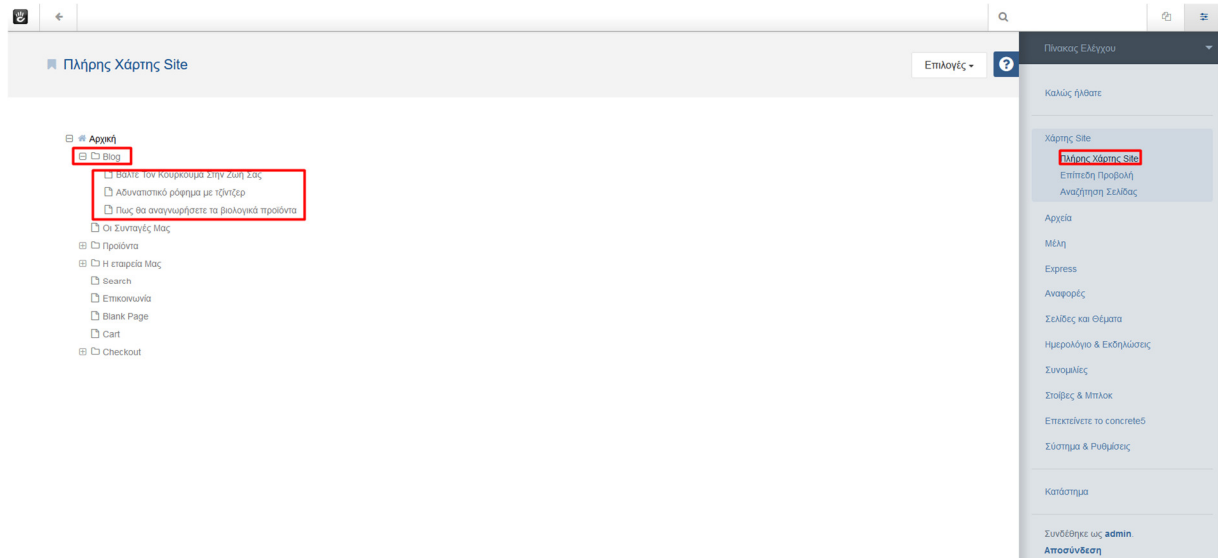
Παρακάτω θα δούμε ότι το προϊόν μας μπαίνει με επιτυχία στο καλάθι μας όταν το επιλέγουμε.



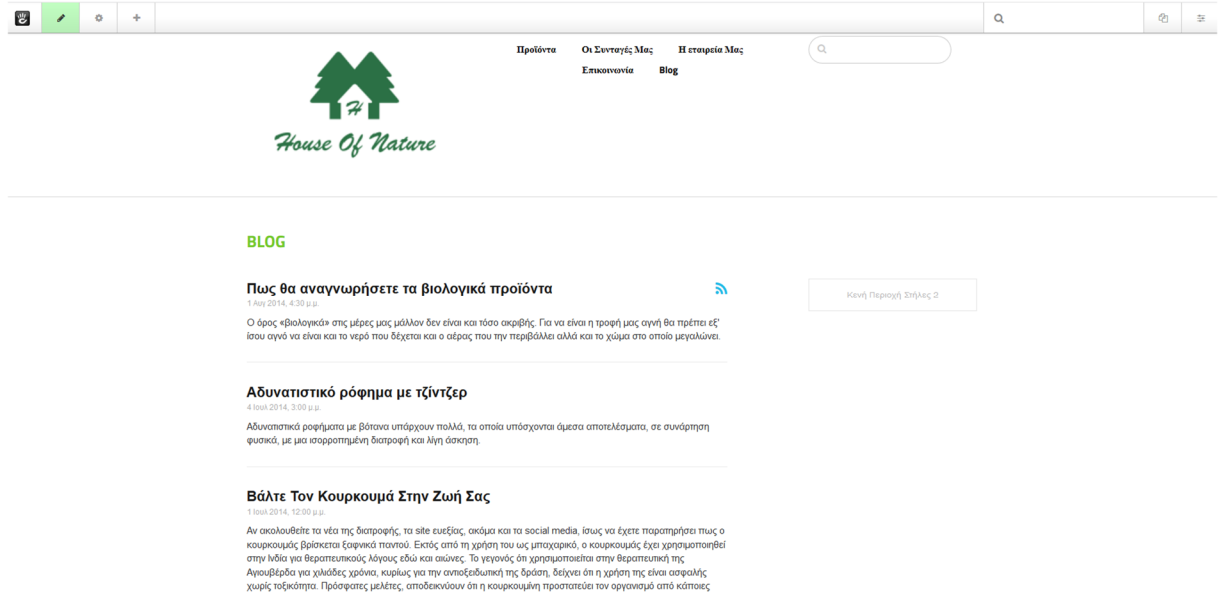
Εικόνα 64: Προσθήκη προϊόντος στο καλάθι

8.16 Προσθήκη Blogs στην Ιστοσελίδα μας

Για να προσθέσουμε blogs στο site μας μεταβαίνουμε στον χάρτη του site και δημιουργούμε ένα πλήρες ιστολόγιο που θα εμφανίζεται στο βασικό μενού. Στο blog μας θα φτιάξουμε και κάποιες υποκατηγορίες που θα τις γεμίσουμε με περιεχόμενο όπως φαίνεται παρακάτω.



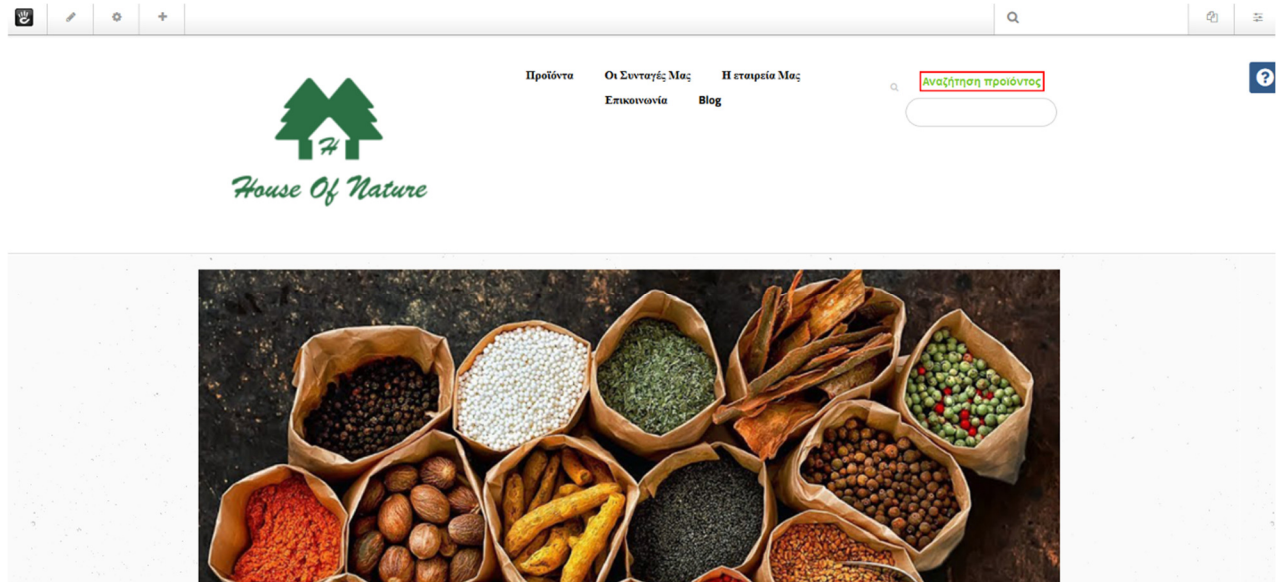
Εικόνα 65: Δημιουργία Blogs



Εικόνα 66: Προσθήκη Περιεχομένου στα Blogs

8.17 Επεξεργασία Φίλτρου Αναζήτησης

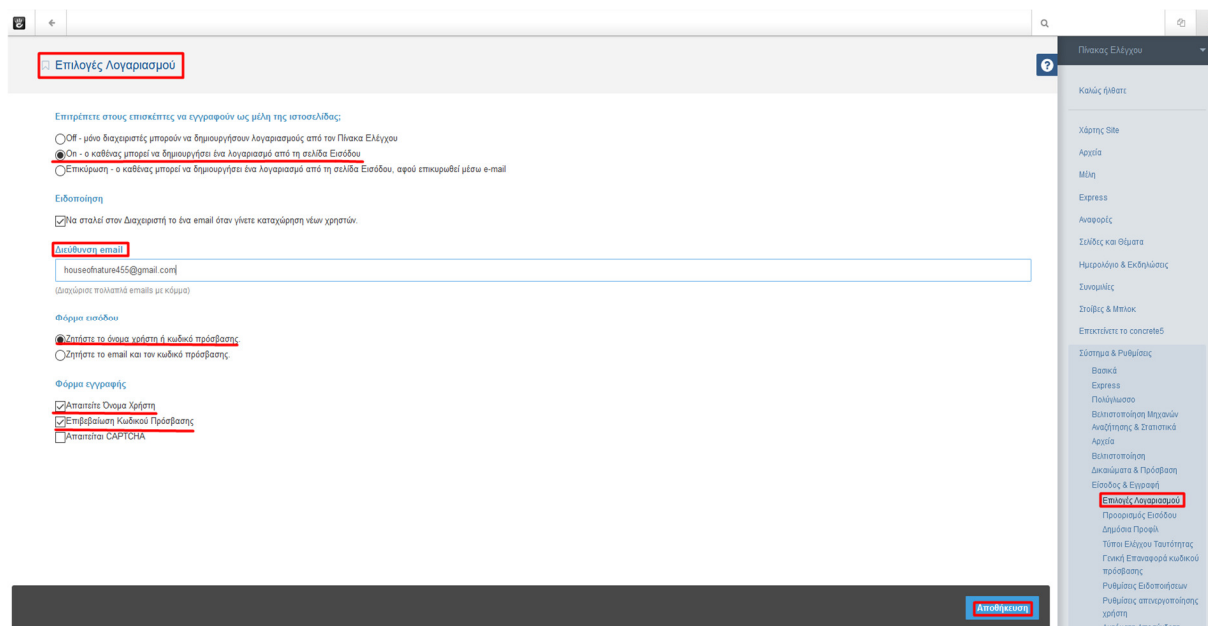
Για να επεξεργαστούμε το φίλτρο της αναζήτησης από το οποίο θα μπορούμε να βρούμε γρήγορα ένα προϊόν μεταφερόμαστε στο πεδίο την αναζήτησης και μεταβαίνουμε στην επιλογή επεξεργασία. Από εκεί επεξεργαζόμαστε το blog με τον τρόπο που θέλουμε να εμφανίζετε.



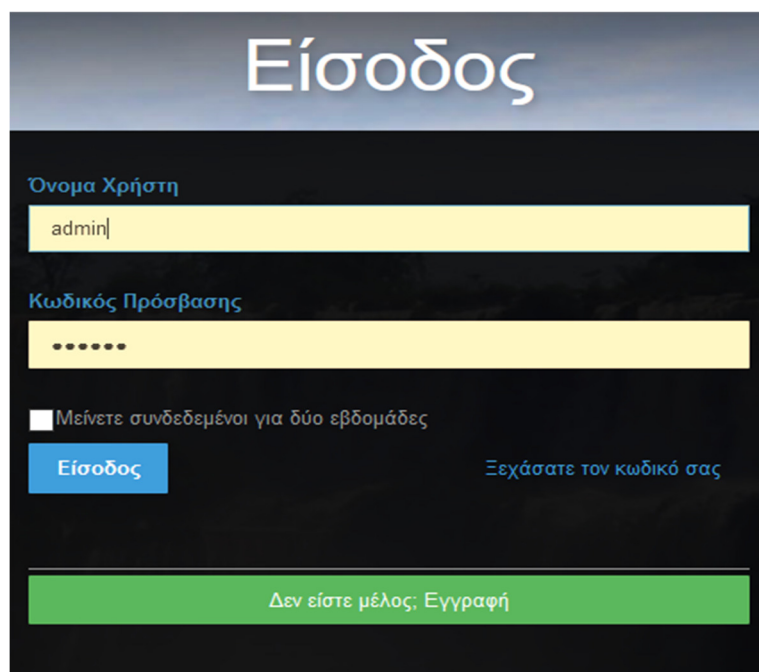
Εικόνα 67: Επεξεργασία Φίλτρου Αναζήτησης

8.18 Ρυθμίσεις Δημιουργίας Λογαριασμού Πελάτη

Στην συνέχεια θα δημιουργήσουμε τις παραμέτρους που χρειάζεται ώστε ο χρήστης που θα επισκεφτεί το κατάστημά μας και επιλέξει κάποιο προϊόν για αγορά να ακολουθήσει την διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού. Όπως βλέπουμε παρακάτω στην εικόνα, μεταβαίνουμε στον πίνακα ελέγχου και στις ρυθμίσεις του συστήματος επιλέγουμε την υποχρεωτική δημιουργία λογαριασμού από τον πελάτη. Συμπληρώνουμε να έρχεται e-mail ειδοποίησης στο λογαριασμό που έχουμε δηλώσει και κλικάρουμε τα πεδία που επιθυμούμε να συμπληρώσει ο πελάτης κατά την είσοδο του και κατά την εγγραφή του στο κατάστημα μας. Αποθηκεύουμε τις ρυθμίσεις μας κατά τον ίδιο τρόπο.



Εικόνα 68: Ρυθμίσεις Λογαριασμού Πελάτη



Εικόνα 69: Είσοδος σε λογαριασμό

Με αυτόν τον τρόπο οι επισκέπτες που θα θελήσουν να αγοράσουν προϊόντα από το κατάστημά μας θα πρέπει να συμπληρώσουν τα στοιχεία τους στην φόρμα εγγραφής μέλους, επίσης όπως φαίνεται παρακάτω. Το μέλος που θα εγγραφεί

Εγγραφή Ιστοσελίδας

Οι λεπτομέρειες σας

Όνομα Χρήστη
??????

Διεύθυνση email
??????

Κωδικός Πρόσβασης

Επιβεβαίωση Κωδικού

Άλλα

Θα ήθελα να λαμβάνω προσωπική αλληλογραφία.
 Θα ήθελα να λαμβάνω προσωπική αλληλογραφία.

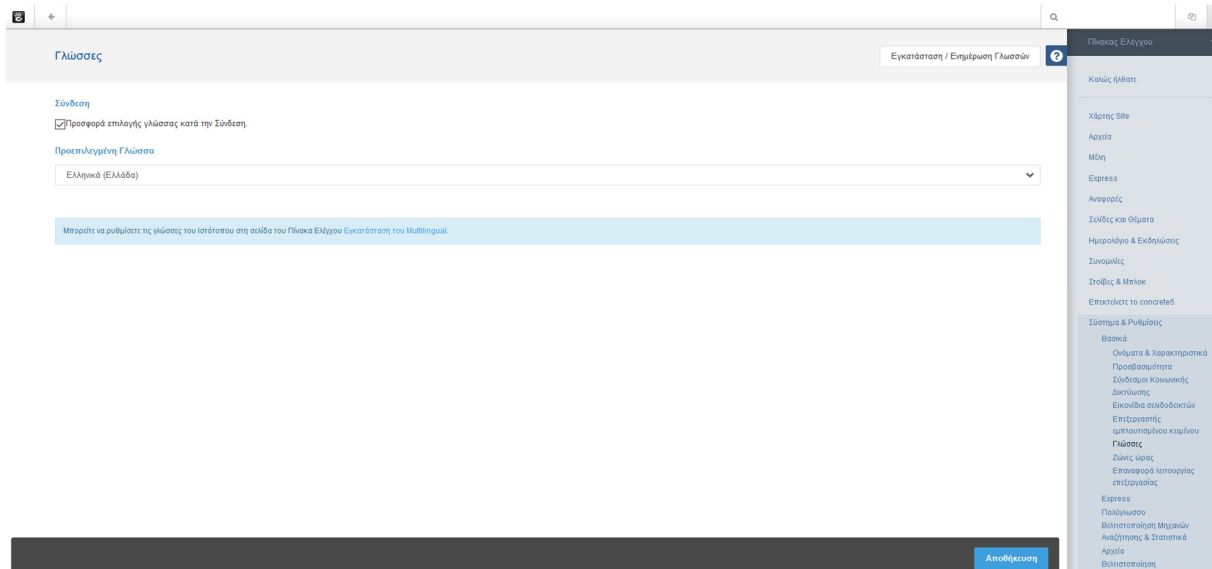
Στείλτε μου ειδοποιήσεις μέσω e-mail όταν λαμβάνω ένα προσωπικό μήνυμα.
 Στείλτε μου ειδοποιήσεις μέσω e-mail όταν λαμβάνω ένα προσωπικό μήνυμα.

Εγγραφή >

Εικόνα 70: Εγγραφή μέλους στην ιστοσελίδα μας

8.19 Ρυθμίσεις Γλώσσας

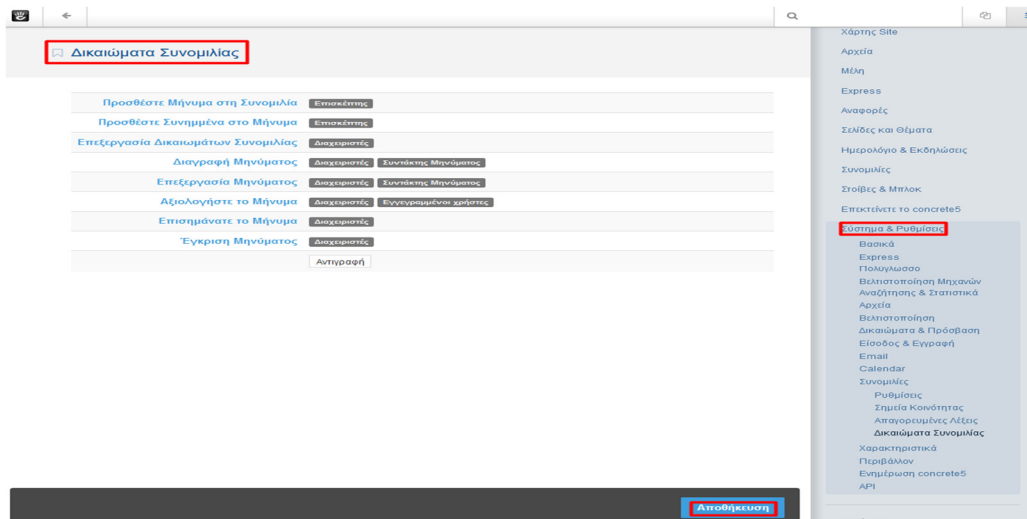
Στον πίνακα ελέγχου μεταβαίνουμε ξανά στις ρυθμίσεις του συστήματος και στην επιλογή Γλώσσες τσεκάρουμε την επιλογή γλώσσα κατά την σύνδεση, με αυτόν τον τρόπο ο πελάτης που θα κάνει σύνδεση στο κατάστημά μας θα μπορεί να επιλέξει την γλώσσα που επιθυμεί ο ίδιος. Επίσης ορίζουμε τα ελληνικά σαν προεπιλεγμένη γλώσσα καθώς απευθυνόμαστε κυρίως σε κοινό της Ελληνικής αγοράς.



Εικόνα 71: Ρυθμίσεις Γλώσσας

8.20 Ρυθμίσεις Συνομιλίας

Ρυθμίζουμε τα δικαιώματα στην συνομιλία με τον πελάτη και ορίζουμε ποιοι έχουν το δικαίωμα να επεξεργαστούν, να διαγράψουν και να αξιολογήσουν ένα μήνυμα προς το κατάστημά μας. Έχουμε δώσει την δυνατότητα στον επισκέπτη να μπορεί να συντάξει, να επισυνάψει, να επεξεργαστεί και να διαγράψει το μήνυμά του, ενώ ο διαχειριστής από πλευράς του θα μπορεί να έχει πρόσβαση σε όλα τα παραπάνω εκτός από την σύνταξη μηνύματος. Τέλος προσθέτουμε στην αξιολόγηση των μηνυμάτων τους εγγεγραμμένους χρήστες.



8.21 Προσθήκη Κανόνα Έκπτωσης

Στον πίνακα ελέγχου στην επιλογή Έκπτωση μπορούμε να θέσουμε κανόνα έκπτωσης για τα προϊόντα μας συμπληρώνοντας το ποσοστό έκπτωσης %, να ορίσουμε το χρονικό περιορισμό που θα ισχύει η έκπτωση, την ομάδα προϊόντων που θα αφορά και να αποθηκεύσουμε τον κανόνα.

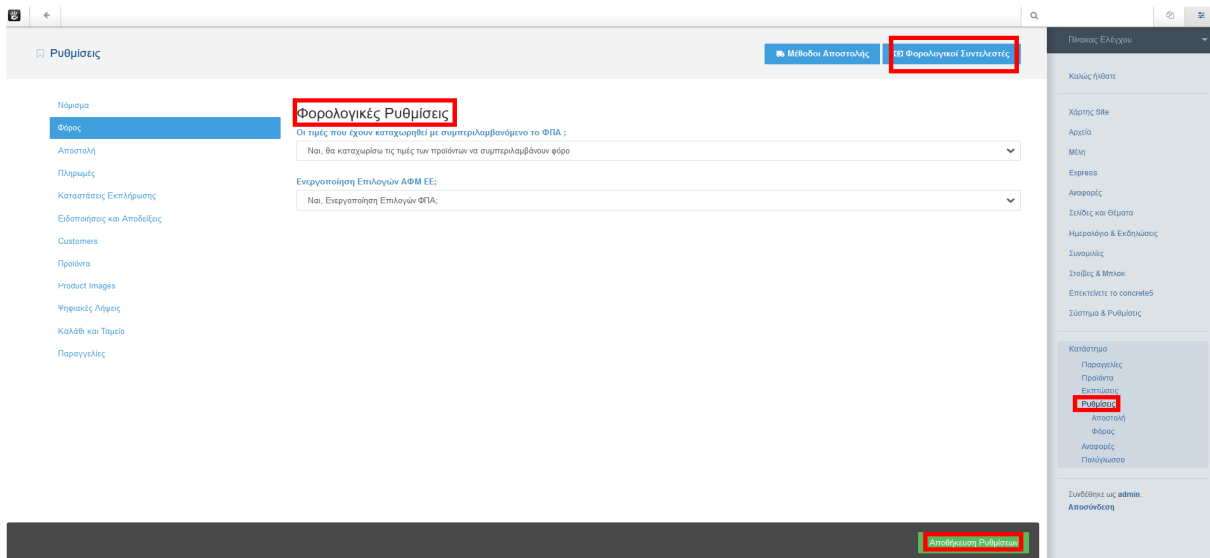
The screenshot shows the 'Επιβεργασία Κανόνα Έκπτωσης' (Edit Discount Rule) form. Key elements include:

- Title:** Έκπτωση
- Status:** Παι
- Discount Type:** Τύπος έκπτωσης: Της κατά, Product value only, Product value from each matching item, Change its value. The percentage is set to 10.00 %.
- Apply To:** Items in Cart
- Restrictions:**
 - Εκκλιση: Αμέσως
 - Αδφ: Παι
 - Product Groups: * Καλλυντικά
 - Minimum Quantity in Cart: 2
 - Maximum Quantity in Cart: 10
- Buttons:** Ακύρωση, Ενημέρωση
- Sidebar:** Πίνακας Ελέγχου with various menu items, including 'Κανόνες Έκπτωσης' which is highlighted.

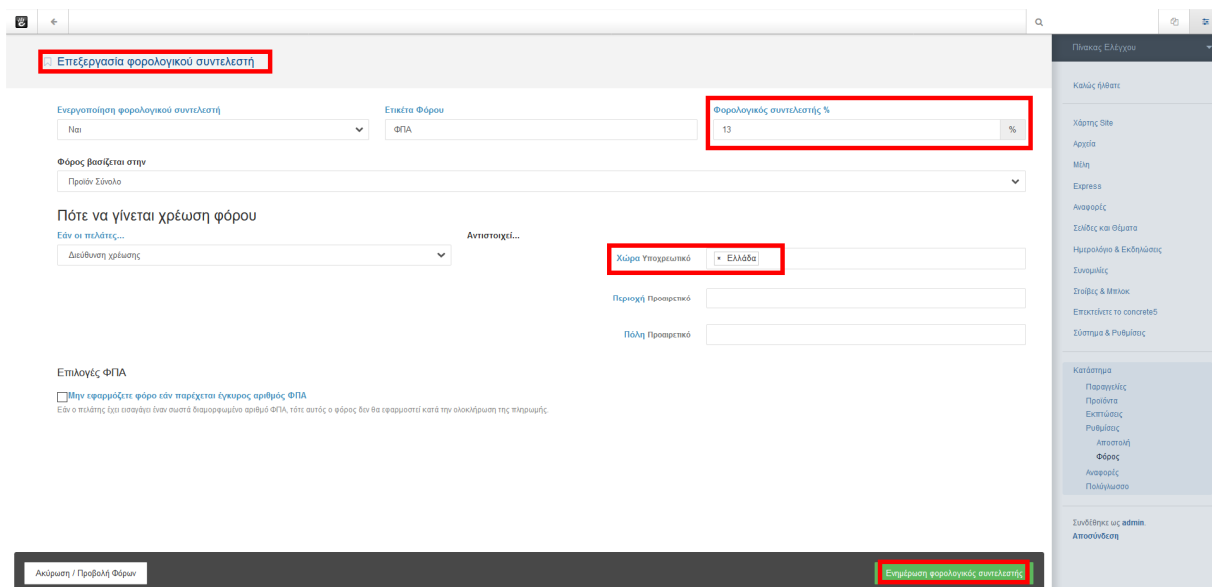
Εικόνα 72: Κανόνας έκπτωσης

8.22 Ρυθμίσεις Φορολογικές

Μεταβαίνουμε στις γενικές ρυθμίσεις του καταστήματος μας και διαμορφώνουμε τις φορολογικές ρυθμίσεις. Ορίζουμε τις τιμές των προϊόντων μας να εμφανίζονται με ΦΠΑ. Όμως για να πάρει τιμή με ΦΠΑ το κάθε προϊόν θα πρέπει να δημιουργήσουμε φορολογικό συντελεστή. Έτσι δημιουργούμε τον κανόνα να είναι ενεργοποιημένος για όλα τα προϊόντα και να ισχύει πάντα για τις παραγγελίες που γίνονται στην χώρα μας.



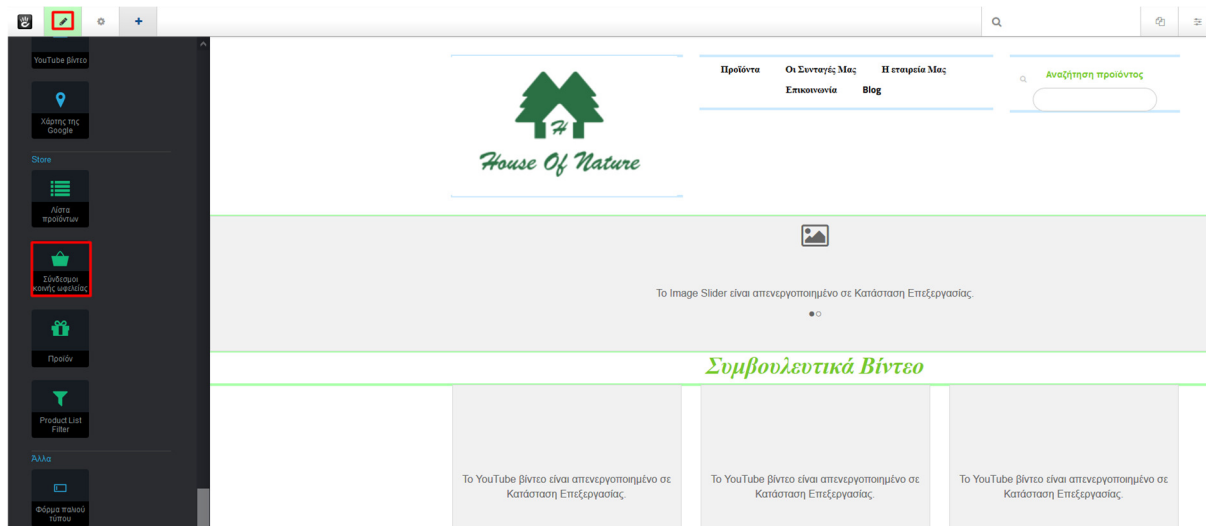
Εικόνα 73: Φορολογικές Ρυθμίσεις



Εικόνα 74: Ρυθμίσεις Φορολογικού Συντελεστή

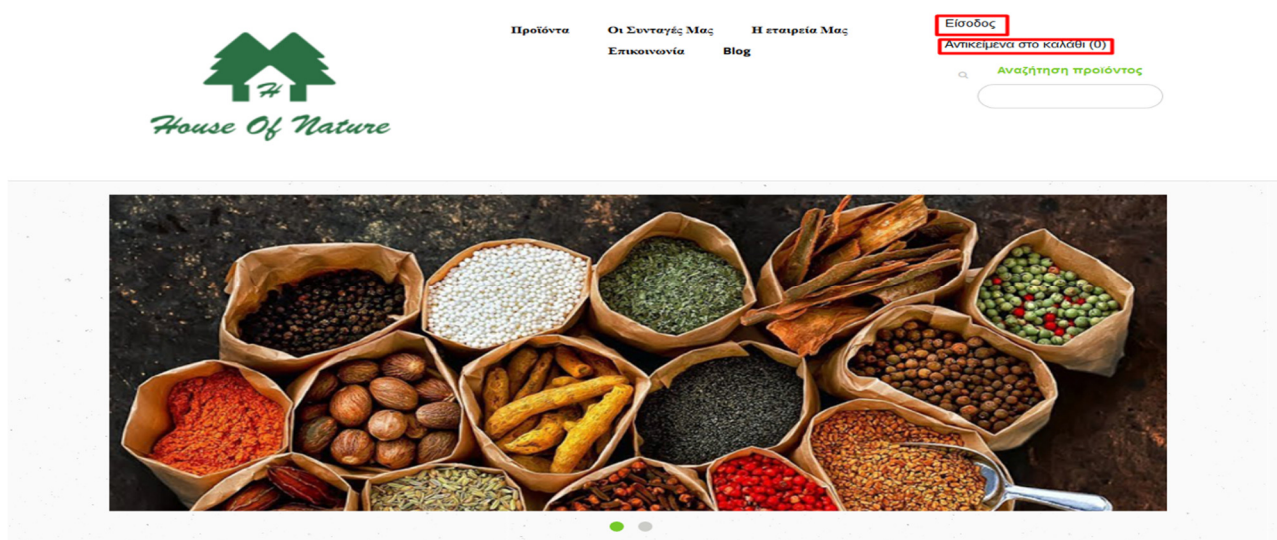
8.23 Πρόσθετο Check Out

Όταν προστεθεί από τον πελάτη μας ένα προϊόν στο καλάθι όμως θέλει να συνεχίσει την περιήγησή του στον ιστότοπο, πρέπει να μπορεί έπειτα να βρει το προϊόν που μάρκαρε ώστε να ολοκληρώσει την αγορά του. Για να επιλέξουμε να έχουμε check out στο site μας πηγαίνουμε στην αρχική σελίδα επεξεργασίας της ιστοσελίδας μας και επιλέγουμε 'Συνδέσμοι Κοινής Ωφελείας', το τοποθετούμε στο σημείο που θέλουμε να εμφανιστεί και μαρκάρουμε τις επιλογές που θέλουμε.



Εικόνα 75: Προσθήκη check out

Μέσω του πρόσθετου που δημιουργήσαμε μπορεί ο πελάτης μας να κάνει είσοδο στον λογαριασμό του, να ελέγξει τα προϊόντα που πρόσθεσε στο καλάθι του ή να μεταβεί κατευθείαν στην σελίδα ολοκλήρωσης της παραγγελίας του

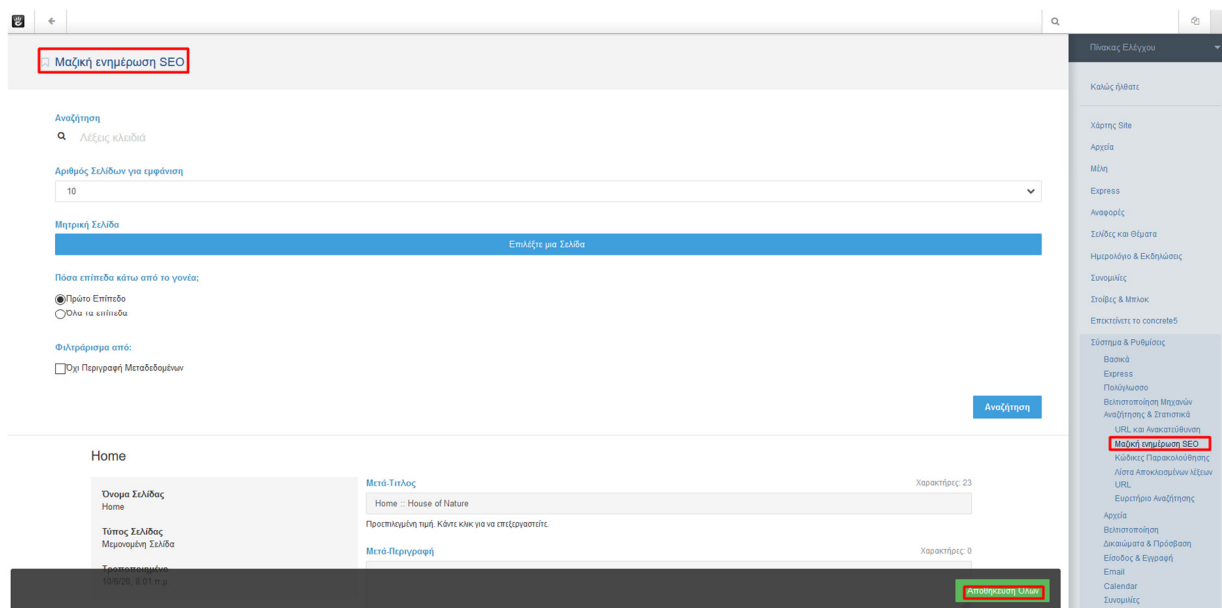


Εικόνα 76: Εμφάνιση Check Out

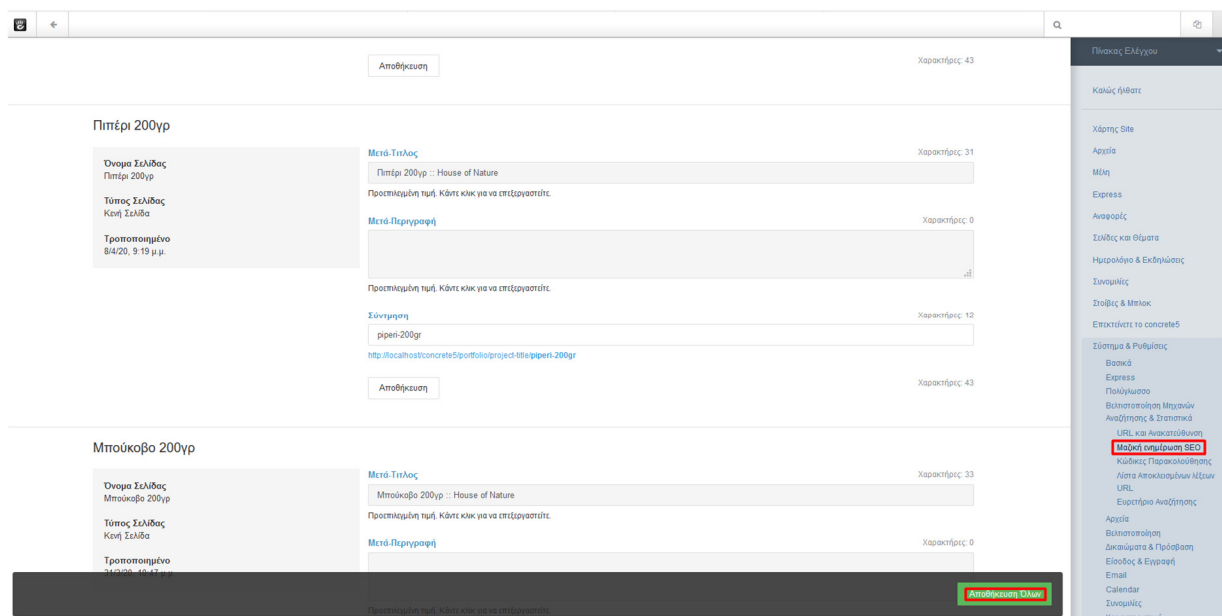
8.24 Ρυθμίσεις Back end

Για να ολοκληρώσουμε κάποιες σημαντικές ρυθμίσεις για την εμφάνιση του site μας μεταβαίνουμε στον πίνακα ελέγχου, συστήματα και βασικές ρυθμίσεις. Βλέπουμε τις πρώτες βασικές ρυθμίσεις που έχουμε ήδη φτιάξει όπως το όνομα του site, το μέγεθος της γραμματοσειράς, την προπιλεγμένη γλώσσα, την ζώνη ώρας κλπ. Σε αυτό το σημείο μπορούμε

να βελτιστοποιήσουμε την ιστοσελίδα μας ρυθμίζοντας τα seo των προϊόντων μας ώστε με λέξεις κλειδιά να μπορεί ο πελάτης αναζητώντας προϊόντα να εμφανίζονται πρώτα στην μηχανή αναζήτησης. Ολοκληρώνουμε την εργασία μας πατώντας Αποθήκευση όλων όπως βλέπουμε στο τέλος της σελίδας μας.



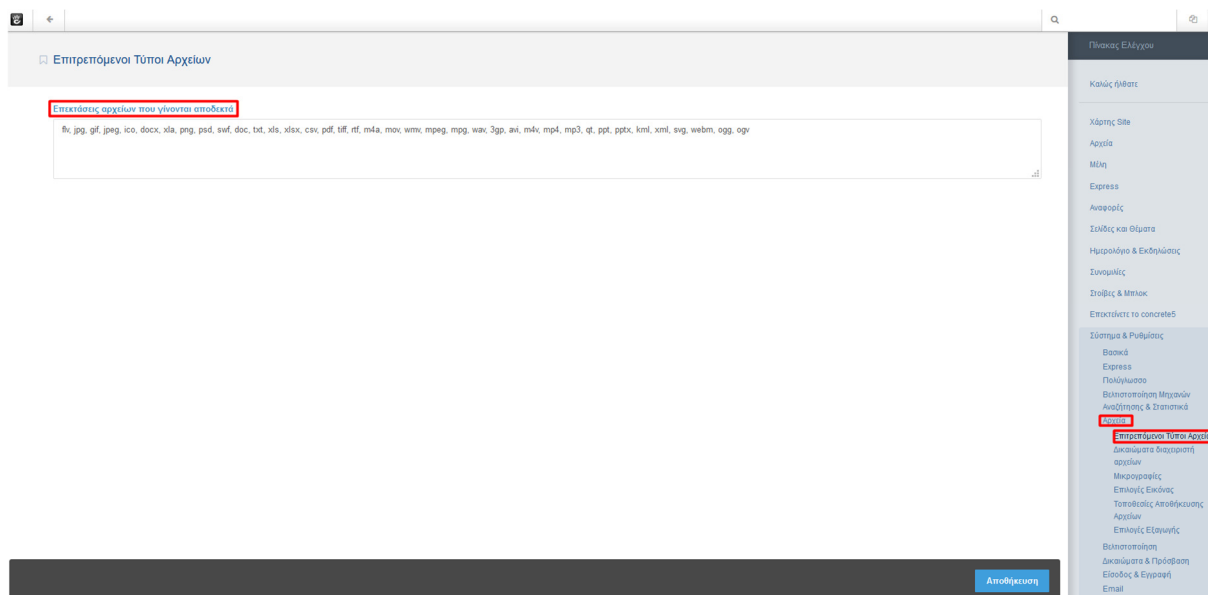
Εικόνα 77: Ρυθμίσεις Seo



Εικόνα 78: Μαζική ενημέρωση των SEO

Μπορούμε επίσης να επιλέξουμε επεκτάσεις των αρχείων που θα δέχεται η ιστοσελίδα μας όσον αφορά τις φωτογραφίες τα βίντεο αλλά και άλλα αρχεία που μπορεί να χρειαστεί να

ανεβάσουμε στο site μας αλλά και να καθορίσουμε ποιος θα διαχειρίζεται αυτά τα αρχεία (διαχειριστής ή πελάτης).

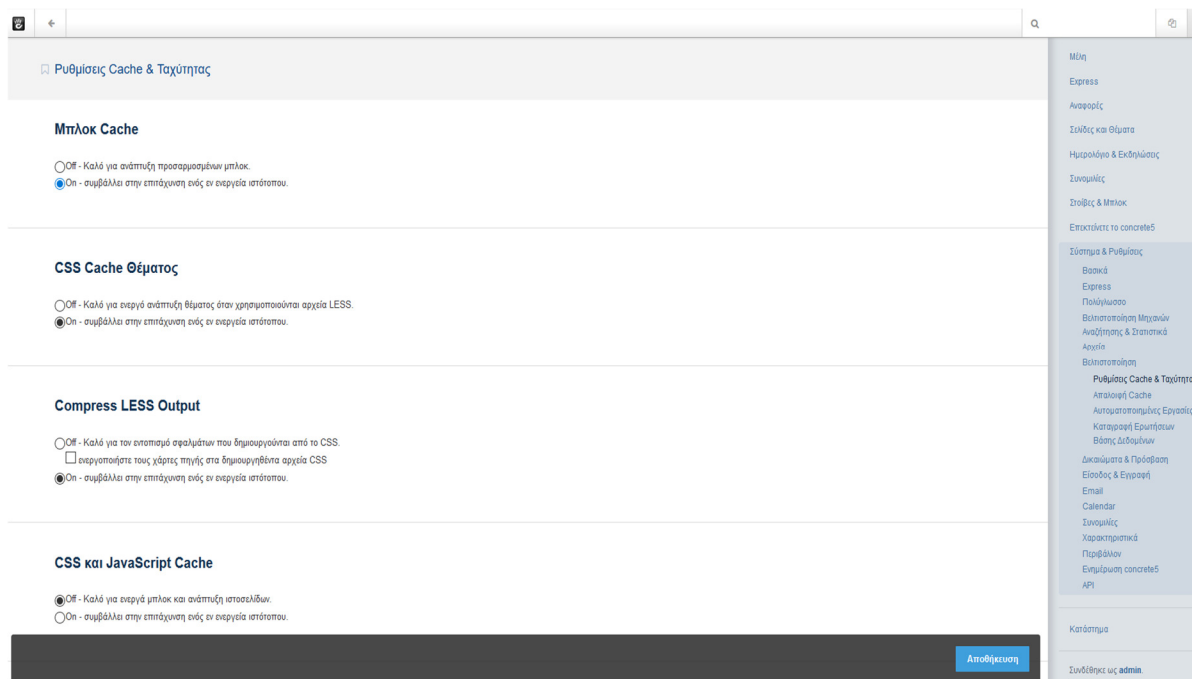


Εικόνα 79: Τύποι Αρχείων



Εικόνα 80: Ορισμός Διαχειριστών Αρχείων

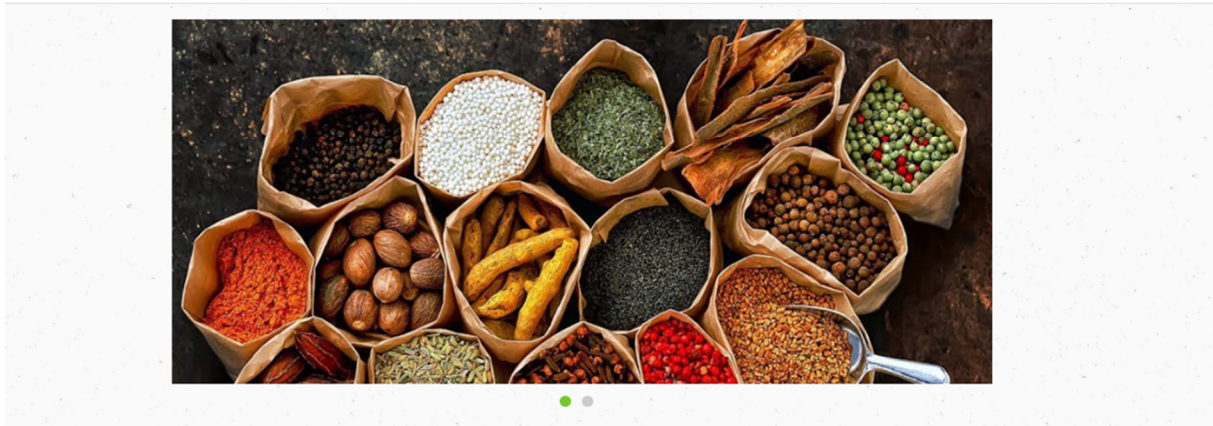
Ενεργοποιήσαμε τα cache ώστε να ελαφρύνουμε την μνήμη και την ταχύτητα του site μας, με αυτόν τον τρόπο συμβάλουμε στην επιτάχυνση των εντολών που δίνει ο χρήστης.



Εικόνα 81:Ρυθμίσεις Cache

8.25 Οδηγός Χρήσης ``House of Nature``

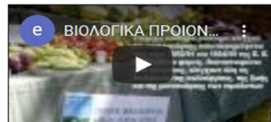
Ολοκληρώνοντας θα δείξουμε πως ο πελάτης που μπαίνει στον ιστοχώρο μας μπορεί να περιηγηθεί αλλά και πώς να δημιουργήσει μια παραγγελία για ένα προϊόν που τον ενδιαφέρει. Στην αρχική σελίδα του site μας ο πελάτης βρίσκει άμεσα τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν, δηλαδή θα δει που βρίσκονται τα προϊόντα μας, πληροφορίες για την επιχείρησή μας, στοιχεία και τρόπο επικοινωνίας με εμάς αλλά και τους όρους χρήσης του καταστήματός μας. Επίσης μπορεί να κάνει είσοδο στο σύστημά μας δημιουργώντας λογαριασμό αλλά και να αναζητήσει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν.



Εικόνα 82: Αρχική σελίδα του House Of Nature

Παρακάτω μπορεί να δει κάποια διαφημιστικά slides, σχετικά βίντεο που αφορούν τα βιολογικά προϊόντα τα οποία έχουμε συλλέξει από το youtube και τα προτεινόμενα προϊόντα μας.

Συμβουλευτικά Βίντεο



Προτεινόμενα Προϊόντα

**Τσάι Του Βουνού
300γρ**

€4,00

Προσθήκη στο καλάθι



Κάρρυ 300γρ

€1,00

Προσθήκη στο καλάθι



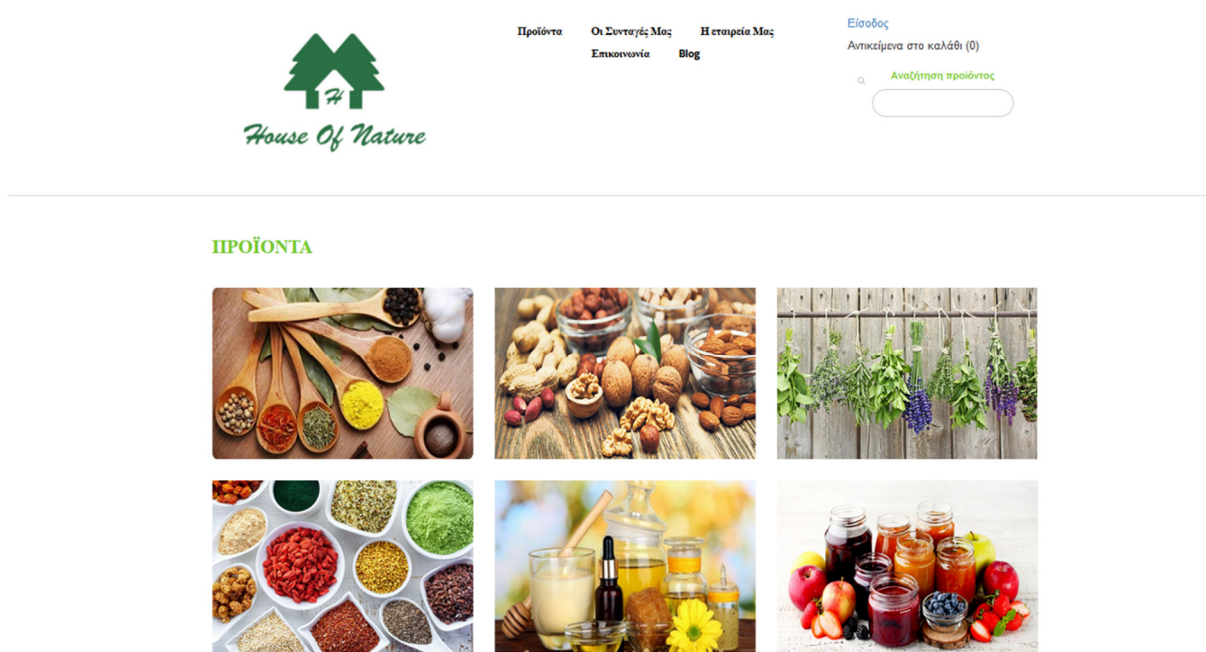
Εικόνα 83: Περιήγηση στο House Of Nature

Στην συνέχεια βλέπουμε την φόρμα επικοινωνίας που μπορεί να υποβάλλει ο πελάτης προς το κατάστημα αλλά και που μπορεί να βρει άμεσα τα στοιχεία επικοινωνίας (social media, τηλέφωνο, διεύθυνση).

The image shows a contact form for 'HOUSE OF NATURE'. It includes fields for 'Πλήρες Όνομα', 'Διεύθυνση email', and 'Δικτυακός Τόπος'. Below these is a captcha area with a small image of a sign that says 'syBης' and a text box for the user to type. At the bottom right, there is a 'Υποβολή' (Submit) button and a dropdown menu for 'Τα πιο παλιά Πρώτα'. The footer contains the copyright notice '© 2018 Elemental Theme', social media icons, and contact information: 'Ιερά Πόλη Μεσολογγίου, Ν. Αιτωλοακαρνανίας, 30200, 2631000000', with a link to 'View on Google Maps'.

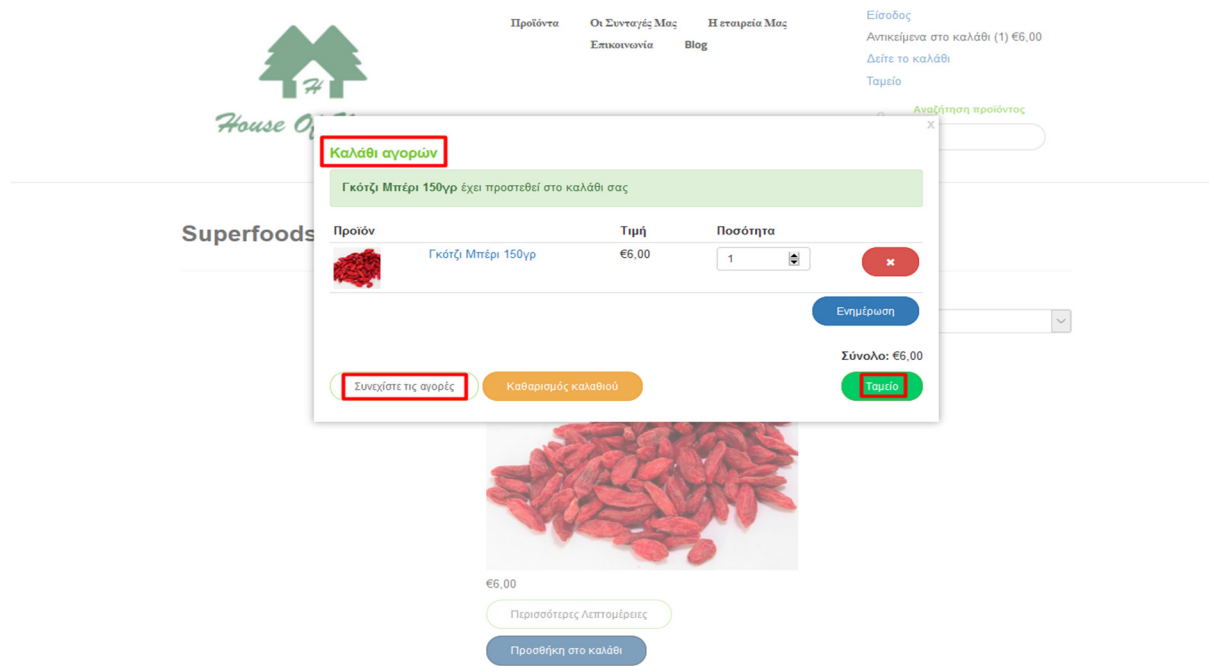
Εικόνα 84: Φόρμα Επικοινωνίας

Για να δημιουργήσουμε μια παραγγελία μεταβαίνουμε στις κατηγορίες των προϊόντων εκεί μπορούμε να επιλέξουμε μία από τις κατηγορίες ανάλογα με το προϊόν που επιθυμούμε.



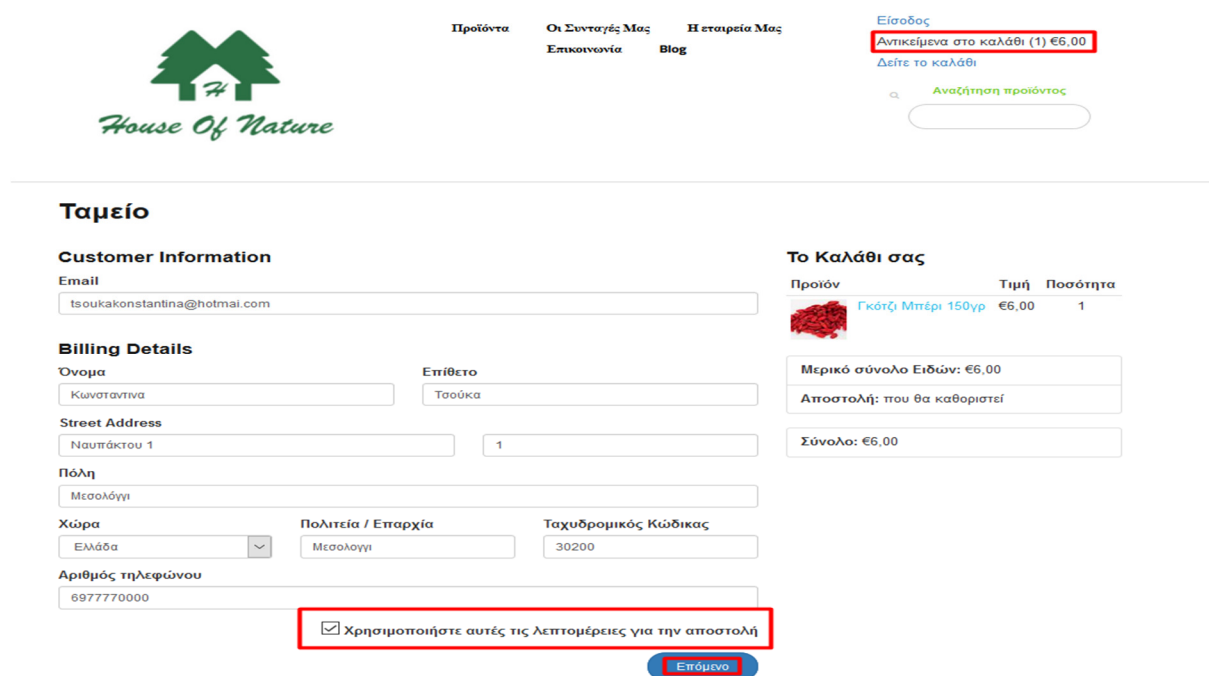
Εικόνα 85: Κατηγορίες Προϊόντων

Επιλέγουμε ένα προϊόν και το προσθέτουμε στο καλάθι μας. Σε αυτό το σημείο μπορούμε είτε να συνεχίσουμε τις αγορές προσθέτοντας κι' άλλα προϊόντα, είτε να πάμε στο ταμείο ώστε να ολοκληρώσουμε την παραγγελία μας.




Εικόνα 86: Προσθήκη προϊόντος στο καλάθι

Συνεχίζουμε για την ολοκλήρωση της παραγγελίας και μεταβαίνουμε στο ταμείο όπου εκεί θα χρειαστεί να συμπληρώσουμε τα στοιχεία μας ώστε να μας αποσταλεί το προϊόν.



Εικόνα 87: Προσθήκη στοιχείων Παραγγελίας

Μεταβαίνουμε στο επόμενο βήμα της παραγγελίας μας και επιλέγουμε τον τρόπο που θα αποσταλεί το προϊόν και ολοκληρώνουμε την αγορά μας.

Billing Details		Το Καλάθι σας	
Email tsoukakanstantina@hotmail.com	Διεύθυνση Ναυπάκτου 1, 1 Μεσολόγγι, Μεσολογγι 30200 Ελλάδα Τηλέφωνο 6977770000	Προϊόν	Τιμή Ποσότητα
Όνομα Κωνσταντina Τσούκα		 Γκότζι Μπέρι 150γρ	€6,00 1
Διεύθυνση αποστολής		Μερικό σύνολο Ειδών: €6,00	
Όνομα Κωνσταντina Τσούκα	Διεύθυνση Ναυπάκτου 1, 1 Μεσολόγγι, Μεσολογγι 30200 Ελλάδα	Αποστολή: που θα καθοριστεί	
		Σύνολο: €6,00	
Αποστολή			
<input checked="" type="radio"/> Ταχυδρομείο - €1,00			
<input type="radio"/> Κατόπιν Συνενόησης Με Το Κατάστημα - Χωρίς χρέωση			
Προηγούμενο		Επόμενο	

HOUSE OF NATURE



Εικόνα 88: Επιλογή Τρόπου Αποστολής



Προϊόντα Οι Συνταγές Μας Η εταιρεία Μας
Επικοινωνία Blog

Είσοδος

Αντικείμενα στο καλάθι (0)

Αναζήτηση προϊόντος

Η Παραγγελία #1 έχει τοποθετηθεί

Σας ευχαριστούμε για την παραγγελία σας. Μια απόδειξη θα σας αποσταλεί με email σύντομα.

Οι λεπτομέρειες σας

Όνομα: Κωνσταντina Τσούκα
Email: tsoukakanstantina@hotmail.com
Τηλέφωνο: 6977770000

Διεύθυνση χρέωσης
Κωνσταντina Τσούκα
Ναυπάκτου 1
1
Μεσολόγγι, Μεσολογγι 30200
Ελλάδα

Διεύθυνση αποστολής
Κωνσταντina Τσούκα
Ναυπάκτου 1
1
Μεσολόγγι, Μεσολογγι 30200
Ελλάδα

Στοιχεία Παραγγελίας

Όνομα Προϊόντος	Επιλογές προϊόντος	Τιμή	Ποσότητα	Μερικό σύνολο
Γκότζι Μπέρι 150γρ (400002)		€6,00	1	€6,00
Μερικό σύνολο Ειδών:				€6,00

Αποστολή: €1,00

Γενικό σύνολο: €7,00

Μέθοδος πληρωμής: Αντικαταβολή

Κατάσταση πληρωμής: Απλήρωτη

Μέθοδος αποστολής: Ταχυδρομείο

Εικόνα 89: Δελτίο Παραγγελίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ - ΚΙΝΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

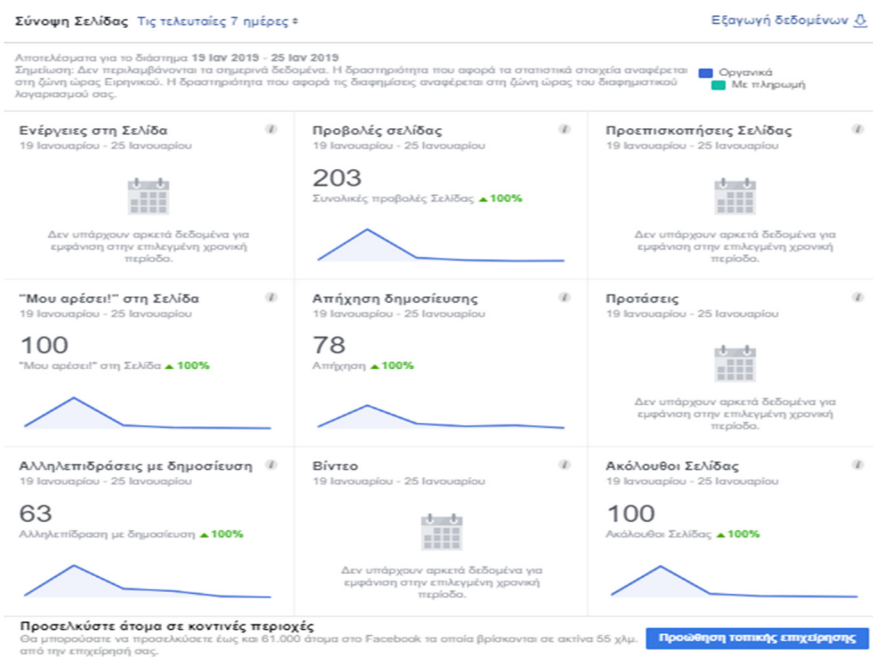
9.1 Google Analytics.

Το Google Analytics είναι μια από της σημαντικότερες υπηρεσίες της google. Η διασύνδεση της με την ιστοσελίδα, μας δίνει την δυνατότητα παρακολούθησης των κινήσεων που γίνονται από τους επισκέπτες στο site μας. Θεωρείτε μία από τις πιο αποτελεσματικές και αξιόπιστες υπηρεσίες στατιστικών αποτελεσμάτων. Ο ενδιαφερόμενος μπορεί να δημιουργήσει δωρεάν λογαριασμό και να προσθέσει απλά το url του ηλεκτρονικού του καταστήματος, με αυτόν τον τρόπο μπορεί να έχει μια πλήρη εικόνα για τα δημογραφικά στοιχεία, στατιστικά και άλλες λεπτομέρειες που αφορούν την επισκεψιμότητα, με βάση μάλιστα τις επιλεγμένες ημερομηνίες που ο ίδιος θέλει. Μπορεί μέσω του analytics να δημιουργήσει στόχους για το κατάστημά του αλλά και να συμμετάσχει σε διαφημιστικές καμπάνιες.

9.2 Στατιστικά στοιχεία από το Facebook insights.

- **Επισκόπηση**

Στην επισκόπηση υπάρχουν τα αποτελέσματα της σελίδας μας σε διάρκεια των τελευταίων 7 ημερών. Μας δίνει τα στατιστικά για την προβολή της σελίδας, τα 'μου αρέσει' της σελίδας, η απήχηση των δημοσιεύσεων της σελίδας, τα άτομα που ακολουθούν την σελίδα μας.



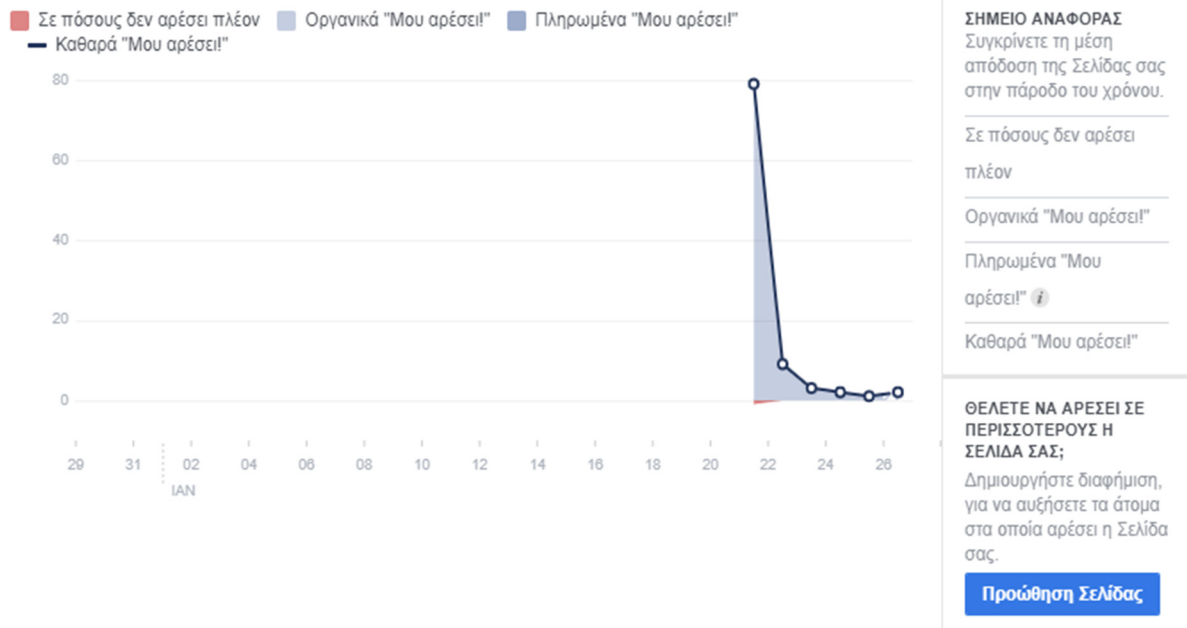
Εικόνα 90: Επισκόπηση Σελίδας

- **Likes/ “μου αρέσει”**

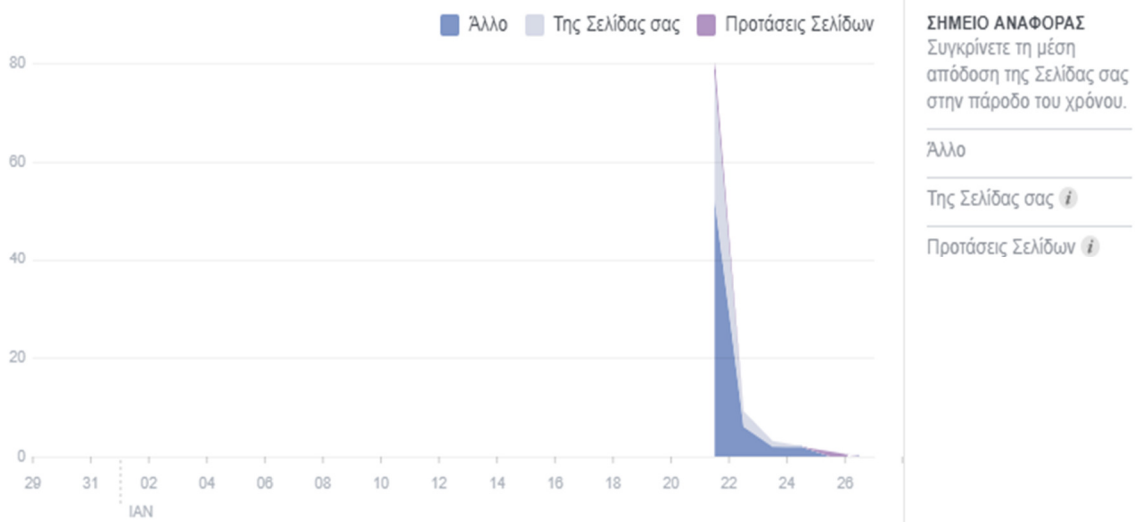
Μας δείχνει τα στατιστικά στοιχεία των ατόμων που πάτησαν like.



Εικόνα 91: Συνολικά στοιχεία για τα likes



Εικόνα 92: Τα Καθαρά ‘Μου αρέσει’



Εικόνα 93: Πόσα ‘ Μου αρέσει’ έγιναν στην σελίδα μας

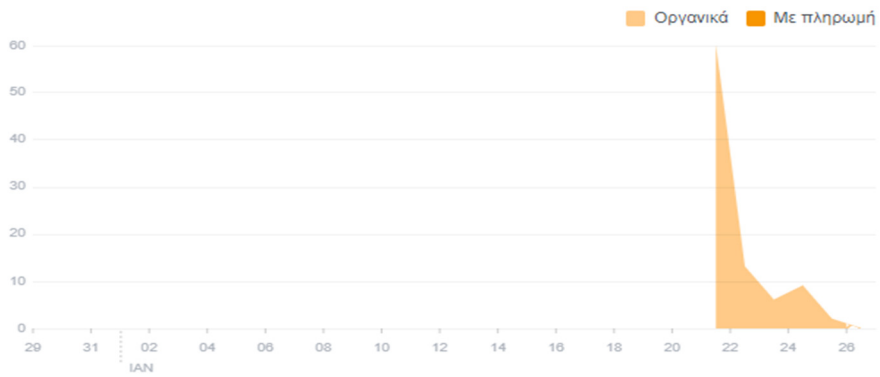
- **Απήχηση**

Ο αριθμός των ατόμων που εμφανίστηκαν οι δημοσιεύσεις τις Σελίδας μας, η απήχηση που είχε η Σελίδα μας στις αντιδράσεις και τα σχόλια.



Απήχηση δημοσιεύσεων

Ο αριθμός των ατόμων στην οθόνη των οποίων εμφανίστηκαν οποιεσδήποτε δημοσιεύσεις από τη Σελίδα σας. Ο αριθμός αυτός αποτελεί εκτίμηση.



ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

Συγκρίνετε τη μέση απόδοση της Σελίδας σας στην πάροδο του χρόνου.

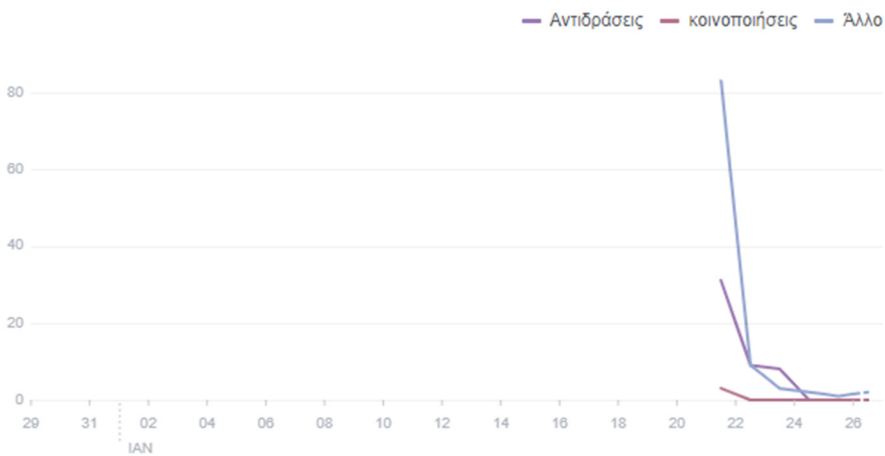
Organic

Με πληρωμή

Εικόνα 94: Απήχηση δημοσιεύσεων

Αντιδράσεις, σχόλια, κοινοποιήσεις κ.ά.

Με αυτές τις ενέργειες μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερα άτομα.



ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

Συγκρίνετε τη μέση απόδοση της Σελίδας σας στην πάροδο του χρόνου.

Αντιδράσεις

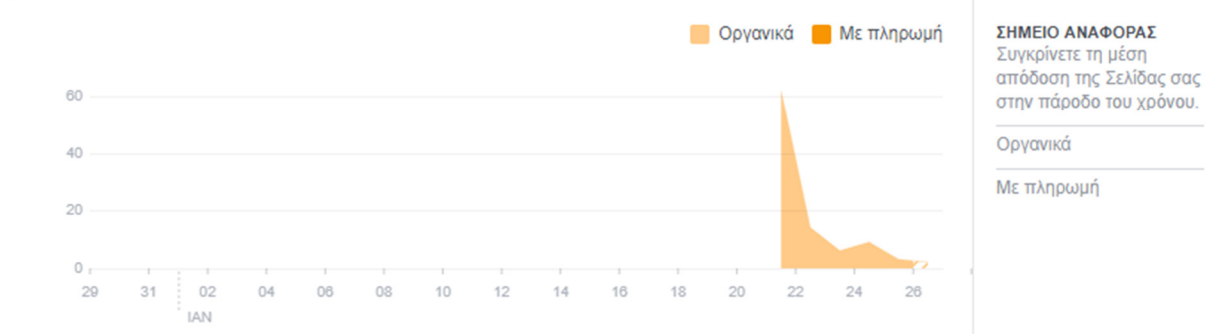
κοινοποιήσεις

Άλλο

Εικόνα 95: Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις

Συνολική απήχηση

Ο αριθμός των ατόμων στην οθόνη των οποίων εμφανίστηκε οποιοδήποτε περιεχόμενο από τη Σελίδα σας ή σχετικά με τη Σελίδα σας. Ο αριθμός αυτός αποτελεί εκτίμηση.



Εικόνα 96: Συνολική απήχηση

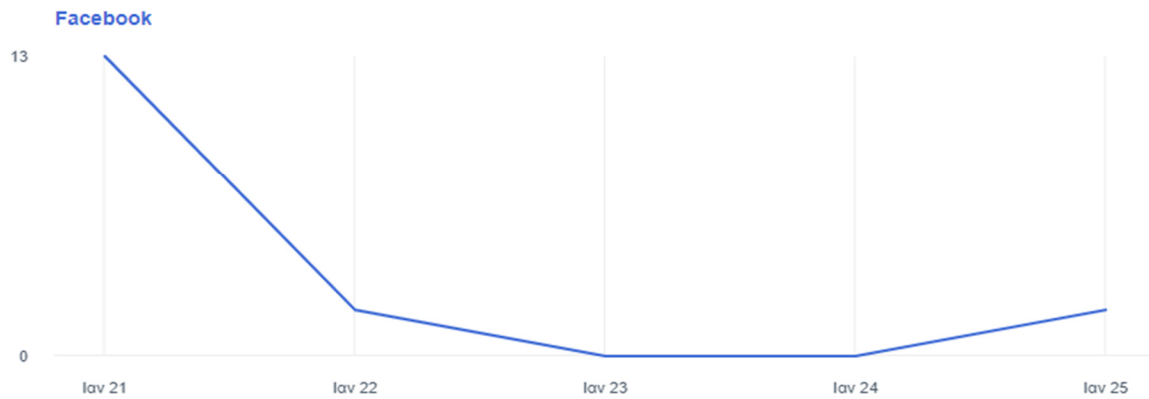
- Προβολή Σελίδας

Συνολικές προβολές των ατόμων που είδαν την Σελίδα μας.

Συνολικός αριθμός ατόμων που είδαν τη Σελίδα [Ανά ενότητα](#) [Ανά ηλικία και φύλο](#) [Ανά χώρα](#) [Περισσότερα](#)



Εικόνα 97: Συνολικός αριθμός των ατόμων



Εικόνα 98: Κορυφαίες πηγές

- Δημοσιεύσεις

Όλες οι αναρτημένες δημοσιεύσεις μας και η απήχηση που έχουν από τους θαυμαστές μας.

Όλες οι αναρτημένες δημοσιεύσεις

■ Απήχηση: Οργανική / Πληρωμένη ■ Κλικ σε δημοσιεύσεις ■ Αντιδράσεις, σχόλια και κοινοποιήσεις ■

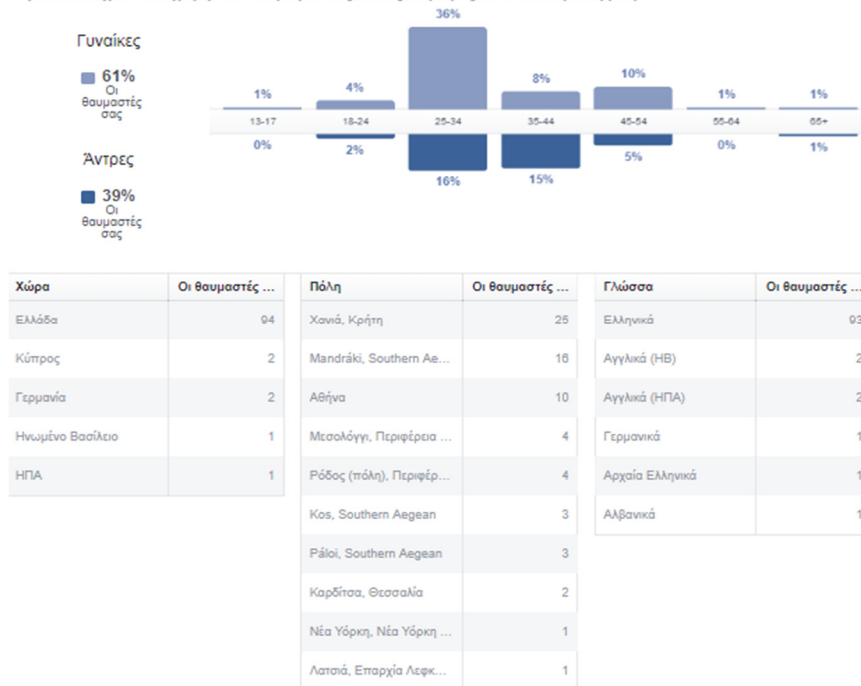
Αναρτήθηκε	Δημοσίευση	Τύπος	Στόχευση	Απήχηση ⁱ	Αλληλεπίδραση	Πρώθηση
21/1/2019 7:47 μ.μ.	Ο χρήστης House Of nature			42	1 4	Πρώθηση δημοσίευσης
21/1/2019 5:47 μ.μ.	Αυτή η σελίδα είναι "εικονική" και			55	4 12	Πρώθηση δημοσίευσης
21/1/2019 5:21 μ.μ.	Φυσικά - Βιολογικά Καλλυντικά Living			54	1 6	Πρώθηση δημοσίευσης
20/1/2019 2:38 μ.μ.	https://youtu.be/YlkRitimθhk			37	0 7	Πρώθηση δημοσίευσης
20/1/2019 12:08 μ.μ.	House Of nature			0	0 6	Πρώθηση δημοσίευσης

Εικόνα 99: Απήχηση δημοσιεύσεων

- Άτομα

Συγκεντρωτικά δημογραφικά δεδομένα για τους χρήστες στους οποίους άρεσε η Σελίδα μας με βάση το φύλο, την ηλικία, την χώρα, την πόλη και την γλώσσα.

Συγκεντρωτικά δημογραφικά δεδομένα για τους χρήστες στους οποίους αρέσει η Σελίδα σας, με βάση την ηλικία και το φύλο που έχουν καταχωρήσει στα προφίλ τους. Αυτός ο αριθμός είναι κατά προσέγγιση.



Εικόνα 100: Δημογραφικά δεδομένα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

10. Διαδικτυακό marketing - Τρόποι βελτιστοποίησης και προώθησης ιστοσελίδας.

10.1 Search Engine Marketing.



Εικόνα 101: SEM

Όσοι επενδύουν στην κατασκευή ιστοσελίδων και χρησιμοποιούν το SEO πολλές φορές παρατηρείται ότι δεν συνεχίζουν με πιο εξειδικευμένα εργαλεία αναζήτησης όπως το SEM. Η μεγαλύτερη διαφορά ανάμεσα στα δύο αυτά εργαλεία είναι ότι το SEM προσφέρει περισσότερες επιλογές όπως η δυνατότητα προσθήκης διαφημίσεων (marketing) πάντα όμως επί πληρωμή. Το SEM μπορεί να ανακαλύψει όλες εκείνες τις πιθανότητες που κρύβονται πίσω από μια επιλογή αναζήτησης. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να καθοδηγήσει τους δημιουργούς μιας ιστοσελίδας στις πιο ορθές επιλογές σε σχέση με την τοποθέτηση της ιστοσελίδας στο διαδίκτυο. Επίσης περιλαμβάνει εκείνα τα εργαλεία που μπορούν να ευνοήσουν την κινητικότητα σε ένα ιστοχώρο καθώς και να ευνοήσει το ηλεκτρονικό εμπόριο αφού προάγει την επί πληρωμή διαφήμιση και προβολή προϊόντων και υπηρεσιών.

10.2 Search Engine Optimization.



Εικόνα 102: SEO

Το SEO είναι εκείνες οι τεχνικές, οι στρατηγικές, οι τακτικές που διασφαλίζουν την βελτιστοποίηση ένας ιστοτόπου όσον αφορά την κατάταξη του στο διαδίκτυο . Το SEO εάν έχει δημιουργηθεί με τις σωστές παραδοχές αυξάνει τις πιθανότητες στον ιστοχώρο να βρεθεί από μια μηχανή αναζήτησης και έτσι ανεβάζει την κατάσταση επισκεψιμότητας του. Οι χρήστες του διαδικτύου δεν μπορούν να ψάχνουν τα αποτελέσματα των αναζητήσεών τους αρκετά βαθιά. Έτσι αφού δεν μπορούν να ψάχνουν τόσο βαθιά την δυναμικότητα αυτή την προσφέρει μια μηχανή αναζήτησης. Εάν το SEO είναι ορθά εφαρμοσμένο στην ιστοσελίδα τότε η ιστοσελίδα αυτή παίρνει υψηλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης βοηθώντας στην απήχησή της σε περισσότερο κόσμο.

10.3 Οργανική κίνηση (Organic search).

Η οργανική κίνηση είναι μια μέθοδος για την εισαγωγή ενός ή περισσότερων όρων αναζήτησης ως μια μονή σειρά κειμένου σε μια μηχανή αναζήτησης. Τα αποτελέσματα της οργανικής κίνησης, εμφανίζονται ως λίστες σελίδων, βασίζονται στη συνάφεια με τους όρους αναζήτησης.

10.4 Επεξήγηση βασικών δεικτών του Google Analytics.

Η εγγραφή ενός χρήστη στο GOOGLE ANALYTICS είναι πολύ εύκολη και η διαδικασία είναι εντελώς δωρεάν. Με την προσθήκη του προγράμματος που δεν είναι κάτι άλλο από έναν κώδικα παρακολούθησης του ιστοχώρου που μας ανήκει ξεκινάει ένα άλλο κεφάλαιο. Το πρόγραμμα αυτό προσδίδει στον κάθε χρήστη - κάτοχο πληροφορίες που αφορούν την επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας, στατιστικές αναλύσεις με τις κινήσεις των χρηστών στην ιστοσελίδα του. Με τον τρόπο αυτό αξιοποιώντας και αναλύοντας τα δεδομένα που μας δίδονται μπορούμε να αξιοποιήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα πλεονεκτήματα του GOOGLE ANALYTICS. Η ανάλυση των προτιμήσεων των πληροφορούμενων αποτελεί για τους ιδιοκτήτες μιας ιστοσελίδας τον κύριο στόχο τους συνειρμικά με την αυτοβελτίωση, προσφέροντας έτσι πάντα ένα προϊόν - ιστοσελίδα που θα ικανοποιεί τις προτιμήσεις των καταναλωτών πριν αυτοί οι ίδιοι καταλάβουν και αντιληφθούν την ανάγκη τους για κατανάλωση.

Βασικοί Δείκτες GOOGLE ANALYTICS :

1. Επισκέψεις ή SESSIONS, αναφέρονται στο πλήθος των επισκέψεων που δέχεται η ιστοσελίδα μας σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Όμως η επιμέτρηση αναφέρεται στο πλήθος των επισκέψεων και όχι στο πλήθος των παρατηρητών.
2. Χρήστες ή USERS, αναφέρεται στον αριθμό που περιγράφει εκείνους τους επισκέπτες του ιστοχώρου μια συγκεκριμένη περίοδο. Σε αυτό τον αριθμό εάν ένας χρήστης επανασυνδεθεί στην ιστοσελίδα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο της επιμέτρησης θα καταγραφεί ως ένας χρήστης με περισσότερες βέβαια επισκέψεις.
3. Προβολή σελίδας ή PAGEVIEWS, αναφέρεται στην επιμέτρηση των συνολικών εμφανίσεων των σελίδων του ιστοχώρου.
4. Σελίδες/Επίσκεψη ή PAGE/SESSION, Είναι η αναφορά στο μέσο όρο των σελίδων που εμφανίζονται ανά επίσκεψη.

10.5 Social Media Marketing.



Εικόνα 103: SMM

Το Social Media Marketing (SMM) όπως και η ίδια λέξη φανερώνει είναι μια μορφή διαδικτυακού marketing που εκμεταλλεύεται την άμεση επαφή με τους τελικούς χρήστες. Στις μέρες μας γίνεται ολοένα και πιο γνωστό καθώς όπως έχει επιβεβαιωθεί από πολλούς marketers είναι ένας τρόπος που βοηθάει στην προώθηση μιας ιστοσελίδας. Σε αντίθεση με άλλες μορφές μάρκετινγκ, ένα βασικό πλεονέκτημα του Social Media Marketing είναι να δημιουργήσει περιεχόμενο ενθαρρύνοντας τον στόχο-χρήστη να κάνει κλικ στην ανάρτηση. Οι διαφημίσεις επί πληρωμή και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το facebook προσελκύουν νέους πελάτες και γίνονται μέσο για τις επιχειρήσεις να επικοινωνούν απευθείας με τους χρήστες τους ή τους μελλοντικούς πελάτες τους και να δημιουργήσουν ουσιαστικές αλληλεπιδράσεις που διαφορετικά θα περιοριζόταν σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλους ξεπερασμένους τρόπους που δεν είναι πάντα αποδοτικοί. Σήμερα, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι πλέον μόνο ένα εργαλείο για να γνωστοποιήσει τα προϊόντα της μία εταιρεία, αλλά συχνά χρησιμοποιείται για να παρέχει λειτουργική υποστήριξη στους πελάτες, όπως ανταπόκριση σε ερωτήσεις, για αντιμετώπιση παραπόνων, για καλύτερη γνωριμία με τους χρήστες ή πελάτες μέσα από συνεχιζόμενες ή περιοδικές συνομιλίες, όλες οι παραπάνω δραστηριότητες εμπίπτουν αναμφισβήτητα στο SMM.

10.6 Επεξήγηση βασικών δεικτών του Facebook insights.

Κάθε δραστηριότητα που έχει αμιγώς σχέση με το MARKETING και το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να επιμετρηθεί με τους συγκεκριμένους ειδικούς δείκτες. Με τις ειδικές αυτές αναφορές δύναται η ανίχνευση των στρατηγικών σημείων και η βελτίωση των αδυναμιών πάντα όμως σε σχέση με τον διαθέσιμο προϋπολογισμό που διατίθεται. Παρακάτω σας

παραθέτω τους πιο σημαντικούς δείκτες αξιολόγησης κάθε δραστηριότητας κοινωνικού μέσου δικτύωσης, ηλεκτρονικού εμπορίου ή δραστηριότητας με θέμα MARKETING.

1. Reach ή Απήχηση, μετριέται με τους εξής δείκτες :

α. Αριθμός Ακολούθων ή Οπαδών , είναι ο δείκτης που επιμετρά τους εγγεγραμμένους χρήστες μιας ιστοσελίδας οι οποίοι με σταθερό ρυθμό αυξάνονται και ανανεώνονται. Είναι σημαντικό για μια επιχείρηση να γνωρίζει τον ακριβή αριθμό αυτών που την ακολουθούν και αυτών που αρέσκονται των υπηρεσιών που προσφέρει.

β. Δημογραφικά στοιχεία και αναγνώριση της γεωγραφικής τοποθεσίας των εγγεγραμμένων χρηστών. Οι πληροφορίες αυτές που γίνονται γνωστές πχ. με το FACEBOOK PAGE INSIGHTS πρόγραμμα στο FACEBOOK ενημερώνουν τους ιδιοκτήτες των ιστοσελίδων που δραστηριοποιούνται μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας του FACEBOOK για τα στοιχεία των ακολούθων τους αλλά και την γεωγραφική τους τοποθεσία.

2. Η δραστηριότητα, μετριέται με τους εξής δείκτες :

α. Ο Αριθμός των ενεργών (FOLLOWERS) χρηστών μετρά τους ανθρώπους που αλληλεπιδρούν με την επιχείρηση, με την ιδέα και την δραστηριότητα που λανσάρονται στο site.

β. Δείκτες όπως SHARE και LIKE, είναι ένας νέος τρόπος αλληλεπίδρασης των χρηστών των ιστοσελίδων με αυτούς που τις κατασκευάζουν. Σε κάθε δημοσίευση του κατόχου οι fans της ιστοσελίδας αλλά και διάφοροι άλλοι χρήστες αλληλεπιδρούν στο περιεχόμενο της ανάρτησης με τα εργαλεία SHARE και LIKE. Όσο πιο πολλά SHARE και LIKE αποκτά σε μια δημοσίευση ο κάτοχός της τόσο πιο αρεστό είναι το περιεχόμενό της.

γ. Τα σχόλια ή αλλιώς comments είναι ένα σημείο εντός της ιστοσελίδας στο οποίο οι χρήστες μπορούν να έχουν μια συνομιλία με τον ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας. Τα σχόλια μπορεί να έχουν οποιαδήποτε περιεχόμενο σχετικά με την ιστοσελίδα ακόμη και προτροπές για βελτίωση κάποιων δυνατοτήτων της ιστοσελίδας. Είναι πολύ σημαντικό για τον ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας μαζί με τις εμπνεύσεις και τους στόχους που μπορεί να υπάρχουν για την επέκταση του προϊόντος του να ακολουθεί και τις προτάσεις που έχει δεχτεί και από τα σχόλια όταν αυτές δεν του αλλοιώνουν την ιδέα του για το παραγόμενο προϊόν.

10.7 Παράγοντες SEO (Seo Factors)

Το Google όπως είναι σε όλους μας γνωστό είναι το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο και η πιο πολυχρησιμοποιούμενη μηχανή αναζήτησης αυτή την στιγμή στο διαδίκτυο. Η μοναδικότητά της έγκειται στην αποδοτική και ανταγωνιστική λειτουργία των κανόνων λειτουργίας της. Πολλοί marketers που έχουν ασχοληθεί με τα Seo θεωρούν ότι τα αποτελέσματά μιας αναζήτησής μας στο Google επηρεάζονται από κάποιους παράγοντες που έχουν τεθεί από την Google χωρίς ωστόσο να είναι απόλυτα επιβεβαιωμένο από την ίδια. Σύμφωνα με τον Μπράιαν Ντιν ο οποίος ήταν από τους πρώτους ερευνητές που ασχολήθηκε τόσο διεξοδικά με τα SEO συγκέντρωσε μια λίστα με παράγοντες που θεωρεί ότι επηρεάζουν την κατάταξη μιας ιστοσελίδας. Συγκεκριμένα ανανέωσε αυτήν την λίστα για το 2020 και έχει καταγράψει διακόσιους παράγοντες SEO τους οποίους χρησιμοποιεί στους αλγορίθμους της η Google και που σύμφωνα με αυτόν επηρεάζουν τα αποτελέσματα μιας αναζήτησης.

Η λίστα αυτή χωρίζεται στις εξής κατηγορίες:

1. Παράγοντες που αφορούν τα Domain Name της σελίδας
2. Παράγοντες που αφορούν τα SEO της σελίδας
3. Παράγοντες SEO του περιεχομένου της
4. Αλληλεπίδραση και επικοινωνία με τον χρήστη
5. Κανόνες αλγορίθμου της Google
6. Παράγοντες που αναφέρονται στα backlinks
7. Επωνυμίες (brand name) εντός της ιστοσελίδας
8. Παράγοντες Webspam εντός και εκτός του ιστοτόπου.

Παρακάτω θα αναφέρουμε και θα αναλύσουμε ποιοι κατά την γνώμη μας είναι οι 50 σημαντικότεροι παράγοντες SEO:

1. Ηλικία του DOMAIN NAME. Σε μια μηχανή αναζήτησης έχει αρκετή σημασία η στιγμή που δημιουργήθηκε μια ιστοσελίδα. Οι μηχανές αναζήτησης μπορεί να είναι φτιαγμένες έτσι ώστε να φέρνουν στην επιφάνεια τα πιο νέα site. Όμως θεωρείται πλέον ότι δεν είναι τόσο σημαντικός παράγοντας η ηλικία ενός τομέα καθώς σε αυτό ευθύνεται η βαθύτητα στο ψάξιμο των νέων μηχανών αναζήτησης.
2. Η ύπαρξη Πρώτης λέξης ή αλλιώς KEYWORD στο TOP LEVEL DOMAIN. Σε μια μηχανή αναζήτησης σημαντικό ιδιαίτερο λόγο εντοπισμού για την ιστοσελίδα αποτελεί μια λέξη που να περιέχεται η οποία να συσχετίζεται με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας.

3. Η ύπαρξη Πρώτης λέξης όχι μόνο στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας άλλα ενσωματωμένη περιτέχνος στον τίτλο της ιστοσελίδας αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιρροής μιας ιστοσελίδας σε μια μηχανή αναζήτησης. Αυτή η ιστοσελίδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με όλες εκείνες που δεν έχουν στον τίτλο τους την λεγόμενη Πρώτη Λέξη που χαρακτηρίζει το περιεχόμενό τους.
4. Η τεχνική της Πρώτη λέξη που αναδιπλώνεται σε όλους του υποτομείς του ιστοχώρου ή αλλιώς KEYWORD TO SUBDOMAIN NAME, υποστηρίζει ότι εάν η λέξη - κλειδί βρίσκεται σε όλους στους υποτομείς της ιστοσελίδας τότε υπάρχει τεράστιο πλεονέκτημα ανίχνευσης της ιστοσελίδας σε καλή κατάταξη ανεύρεσης από την μηχανή αναζήτησης.
5. Το ιστορικό του DOMAIN NAME αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επιλεξιμότητα μιας ιστοσελίδας. Για παράδειγμα εάν ένα DOMAIN NAME έχει λάβει ποινή από τη Google, η ποινή αυτή μπορεί αυτή να μεταβιβαστεί και στον νέο ιδιοκτήτη.
6. Η Ακριβής ταυτοποίηση του DOMAIN NAME με τη λέξη κλειδί της αναζήτησης αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα SEO ο οποίος όμως είναι αμφιλεγόμενος σε υπόσταση. Εάν ο ιστότοπος έχει ποιοτικό περιεχόμενο τότε εάν ισχύει αυτός ο παράγοντας θα του προσδώσει σημαντικό πλεονέκτημα επιλογής. Εάν όμως ο ιστότοπος είναι μη σημαντικού περιεχομένου ή χαμηλής ποιότητας τότε μπορεί να γίνει ευάλωτος στην EMD ενημέρωση παρακολούθησης.
7. Η Πρώτη Λέξη Κλειδί Στον Τίτλο SEO on PAGE , είναι ο παράγοντας που είναι ο δεύτερος σε σημαντικότητα μετά τον παράγοντα που η Πρώτη λέξη κλειδί επηρεάζει τον τίτλο του DOMAIN NAME. Όταν εφαρμόζεται ο παράγοντας KEYWORD on TITLE TAG δίνεται σημαντική προτεραιότητα από τη μηχανή αναζήτησης αφού ο εντοπισμός γίνεται πιο εύκολα.
8. Ένας ακόμη εξίσου έξυπνος παράγοντας είναι η αναγραφή στο τίτλο της σελίδας να ξεκινάει με τη λέξη - κλειδί.
9. Λέξεις κλειδιά στην ετικέτα περιγραφής (Keyword στο Description Tag). Οι λέξεις κλειδιά είναι άλλο ένα σχήμα σχετικότητας το οποίο δεν είναι τόσο μεγάλης σημασίας, αλλά παρόλα αυτά έχει κάποια βαρύτητα και καλό είναι να τηρείτε.
10. Χρησιμοποίηση λέξεων κλειδιών ακόμη και στον τίτλο της H1. Η χρήση της συγκεκριμένης μεθόδου δίνει στην GOOGLE την αναφορά με το θέμα που πραγματεύεται η ιστοσελίδα.

11. Επίσης ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι το μέγεθος των άρθρων και των σελίδων. Αυτός ο παράγοντας υποστηρίζει ότι όσο μεγαλύτερο σε πλήθος λέξεων είναι ένα κείμενο περιεχομένου μιας ιστοσελίδας τόσο καλύτερη κατάταξη εμφάνισης θα λάβει η ιστοσελίδα. Αυτό συμβαίνει διότι η ιστοσελίδα εκπληρώνει όλο και περισσότερους άμεσους και έμμεσους τρόπους τεχνικής ανακατάταξης.
12. Η ισορροπημένη πυκνότητα των λέξεων κλειδιών μιας ιστοσελίδας τόσο στον τίτλο όσο και στο κείμενο του περιεχομένου της είναι πολύ σημαντικός παράγοντας αφού η κατάχρηση μπορεί να οδηγήσει σε αρνητικές συνέπειες, καταστρέφοντας την κεντρική ιδέα του κειμένου.
13. Η κατάκτηση του γρήγορου χρόνου φόρτωσης της ιστοσελίδας μέσω της μηχανής αναζήτησης του CHROME καθώς μέσω αυτής της μηχανής αναζήτησης η GOOGLE μπορεί να κατανοήσει τον ακριβή τρόπο σύνδεσης του χρήστη γνωρίζοντας την ταχύτητα του διακομιστή.
14. Η βελτιστοποίηση των εικόνων και η προσοχή των αποσπελλόμενων πληροφοριών μέσω αυτών. Το όνομα του αρχείου μιας εικόνας, το κείμενό του τίτλου της, η περιγραφή και η λεζάντα της αποτελούν ενεργά σήματα για τις μηχανές αναζήτησης που ψάχνουν κάτι συγκεκριμένο σε όλο το διαδίκτυο.
15. Οι μηχανές αναζήτησης παρουσιάζουν εύκολα μπροστά μας τους τομείς που ενημερώθηκαν πιο πρόσφατα. Άρα το γεγονός ότι μας παρουσιάζονται πάντα σε καλή κατάταξη τα sites που είναι συνεχώς ενημερωμένα στα περιεχόμενά του με νέες ειδήσεις, άρθρα, εικόνες, εφαρμογές και παρουσιάσεις καθιστά την Ενημέρωση Περιεχομένου σοβαρό παράγοντα για την κατάταξη εμφάνισης ενός ιστότοπου στις μηχανές αναζήτησης.
16. Η ενημέρωση του περιεχομένου έτσι όπως προαναφέρθηκε μπορεί να δημιουργήσει κάποιες συνιστώσες. Όποιο και εάν είναι το αποτέλεσμα πρέπει να γνωρίζουμε ότι όσο πιο ενημερωμένο είναι το περιεχόμενο και όταν λέμε ενημέρωση εννοούμε όχι μερικές λέξεις αλλά αλλαγή ολόκληρων προτάσεων και παραγράφων.
17. Το ιστορικό των ενημερώσεων της ιστοσελίδας μας δίνει την πληροφορία για το πόσο και κάθε πότε οι δημιουργοί του κάνουν συντηρήσεις, αλλάζουν τα περιεχόμενά του κ.α.
18. Η εμφάνιση της λέξης κλειδιού στην αρχή του κειμένου. Όταν η λέξη κλειδί εμφανίζεται μέσα στις εκατό πρώτες λέξεις του περιεχομένου μιας ιστοσελίδας τότε δημιουργείται ένα ενισχυμένο σήμα σχετικότητας. Είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας

αφού έχει παρατηρηθεί ότι οι πρώτες ιστοσελίδες κατάταξης των μεγαλύτερων μηχανών αναζήτησης ακολουθούν τον συγκεκριμένο παράγοντα.

19. Η σωστή σειρά στην τοποθέτηση των λέξεων κλειδιών στην ιστοσελίδα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας αφού μπορεί να δώσει άμεσο πλεονέκτημα στις αναζητήσεις των χρηστών με ευκολότερη εύρεση του ζητούμενου.

20. Η ποιοτική και σωστή επιλογή των εξωτερικών συνδέσμων ενός ιστοχώρου μπορεί να προσδώσει κύρος στην ιστοσελίδα εάν ο προτεινόμενος εξωτερικός σύνδεσμος κατέχει φήμη και καλή κατάταξη στην επιλεξιμότητα του κοινού.

21. Η χρήση της σωστής Γραμματικής και ορθογραφίας στα κείμενα περιεχομένου ευνοούν στη κατάταξη ενός site στις μηχανές αναζήτησης αφού θα είναι πιο κατανοητό για τους χρήστες και άρα προτεινόμενο στις μηχανές αναζήτησης.

22. Το περιεχόμενο της ιστοσελίδας πρέπει να είναι πρωτότυπο και αυθεντικό. Η πρωτοτυπία στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας ίσως είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την προώθησή της σε σωστό επίπεδο κατάταξης στις μηχανές αναζήτησης αφού αυτές δεν επιλέγουν να αναμεταδίδουν ιστοσελίδες με αντιγραμμένο περιεχόμενο και παραφρασμένες έννοιες.

23. Η ύπαρξη συμπληρωματικού περιεχομένου σε μια αποτελεί έναν δείκτη ποιότητας κατασκευής μιας ιστοσελίδας. Για παράδειγμα οι αριθμομηχανές, οι μετατροπείς νομισμάτων και διάφορες άλλες διαδραστικές εμπειρίες που προσφέρονται από τις ιστοσελίδες ως συμπληρωματικά περιεχόμενα, προσδίδουν σε μια ιστοσελίδα αναγνωσιμότητα, κύρος και τάση για επιλογή.

24. Πρέπει να μην επηρεαστούμε από το πλήθος των εξωτερικών συνδέσμων. Ο αριθμός των εξερχόμενων λινκ πρέπει να είναι συγκεκριμένος έτσι ώστε να μην προκαλείτε διαρροή των χρηστών από την ιστοσελίδα.

25. Η ύπαρξη Πολυμέσων σε μια ιστοσελίδα εκδηλώνεται με την ύπαρξη εικόνων, βίντεο, ήχων και άλλων λοιπών MULTIMEDIA και δείχνει την καλή ποιότητα στην κατασκευή μιας ιστοσελίδας. Εννοείται ότι η πρώτη σε κατάταξη εμφάνιση ιστοσελίδα είναι συμβατή με διάφορα πολυμέσα.

26. Ο αριθμός των εσωτερικών συνδέσμων που οδηγούν προς την δική μας ιστοσελίδα μεταφράζει την αναγνωρισμένη αποδοχή και το κύρος της ιστοσελίδας στον ιστοχώρο.

27. Η GOOGLE μερικές φορές κάνει κανόνες και δημιουργεί πρότυπα για τις ιστοσελίδες που αναπαράγει και προτείνει. Η σημαντικός αυτός παράγοντας είναι η εικόνα και το νόημα του κειμένου. Όταν ένα κείμενο είναι ευανάγνωστο απευθύνεται σε μεγάλη μάζα επισκεπτών και μπορεί αυτό να δημιουργήσει το προσδόκιμο μιας καλύτερης θέσης στην κατάταξη εμφάνισης της ιστοσελίδας.
28. Ένας καλογραμμένος κώδικας μόνο καλό μπορεί να κάνει στην κατάταξη μιας ιστοσελίδας. Τα λάθη λόγω προχειρότητας στη γραφή του κώδικα της HTML παραπέμπουν σε μια κακής ποιότητας ιστοσελίδα.
29. Το μήκος του URL σύμφωνα με πηγές δημοσιογραφικό περιοδικό του χώρου παίζει σημαντικό ρόλο και όσο πιο μακρύ το μήκος του URL που παραπέμπει στην ιστοσελίδα τόσο πιο πολύ πέφτει στην κατάταξη ενός site στις μηχανές αναζήτησης. Ωστόσο σύμφωνα με την GOOGLE ο αλγόριθμος της μηχανής αναζήτησής της μπορεί να διαβάσει μέχρι και 700 διαφορετικούς στη σειρά χαρακτήρες.
30. Οι συντάκτες μιας ιστοσελίδας μπορούν να επηρεάσουν μέσω των Serp και να αλλάξουν τα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης.
31. Η κατηγοριοποίηση των σελίδων και η σωστή δομή και οργάνωση μιας ιστοσελίδας παίζει σημαντικό ρόλο. Οι λέξεις κλειδιά που αναζητούνται από τις μηχανές αναζήτησης θα φέρουν καλύτερο αποτέλεσμα σε μια σελίδα με σωστή δομή και κατηγοριοποίηση των σελίδων της παρά από μια ιστοσελίδα χωρίς κατηγοριοποίηση σελίδων. Εάν η σελίδα δεν είναι ορθά κατηγοριοποιημένη τότε στις αναζητήσεις δεν θα επιλέγονται ως πιθανές λύσεις.
32. WordPress Tags ή Ετικέτες WordPress - Τα tags είναι χαρακτηριστικά στοιχεία του WordPress και δίνουν ένα τόνο σχετικότητας με ετικέτες που συσχετίζονται με άρθρα με το ίδιο θέμα. Τα WordPress εμφανίζονται στα αποτελέσματα της Google γιατί είναι σελιδοποιημένα.
33. Η Λέξη Κλειδί στο url της σελίδας θα μπορούσε να βοηθήσει στα αποτελέσματα της αναζήτησης.
34. Σελίδα site.map στον ιστότοπο μπορεί να επηρεάσει την κατάταξη.
35. Μια παλαιότερη σελίδα που ενημερώνει τακτικά το περιεχόμενό της μπορεί να ξεπεράσει μια νεότερη σελίδα παρόλο που η Google προτιμά σελίδες με σύγχρονο περιεχόμενο.

36. Το χρήσιμο περιεχόμενο σε ότι αφορά τις πληροφορίες μιας σελίδας μπορεί να διακριθεί από την Google, έναντι άλλων σελίδων.
37. Οι ιστότοποι που παρέχουν στον επισκέπτη όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία επικοινωνίας μπορεί να ευεργετηθούν από την Google.
38. Πρέπει να αποφεύγονται τα προβλήματα στην λειτουργία του ιστοτόπου γιατί μπορεί να βλάψουν την κατάταξη της σελίδας.
39. Βελτιστοποιημένο και φιλικό περιβάλλον προς κινητές συσκευές επιβραβεύονται από την Google
40. Η ύπαρξη βίντεο στην σελίδα μας αναρτημένα από το Youtube βοηθούν στην προώθησή της λόγω της αυξημένης επισκεψιμότητας του.
41. Εύχρηστος ιστότοπος που μπορεί να πλοηγηθεί ένας απλός χρήστης βοηθάει έμμεσα στην κατάταξη.
42. Εγκατάσταση και παρακολούθηση του Google Analytics και του Google Search Console βοηθούν στην συλλογή δεδομένων και την ευρετηρίαση της σελίδας.
43. Η φήμη του ιστοτόπου και τα σχόλια των χρηστών / επισκεπτών παίζουν σημαντικό ρόλο στον αλγόριθμο της Google. Παρατηρείτε άλλωστε τα πρώτα αποτελέσματα σε αναζητήσεις που κάνουμε πχ σε ηλεκτρονικά καταστήματα ή σε εστιατόρια να εμφανίζονται σχεδόν πάντα πρώτα αυτά με τις καλύτερες κριτικές και αξιολογήσεις.
44. Η Google χρησιμοποιεί δεδομένα από το Google Chrome για να ελέγξει την επισκεψιμότητα ενός ιστοτόπου. Οι ιστότοποι με άμεση επισκεψιμότητα είναι πιθανότατα ιστότοποι υψηλότερης ποιότητας από άλλους και έχουν άμεση συσχέτιση με την κατάταξη των αποτελεσμάτων της Google.
45. Η επαναλαμβανόμενη και συνεχής επισκεψιμότητα σε έναν ιστότοπο από χρήστες βελτιώνει και αυτό την σειρά που θα εμφανιστεί.
46. Οι άνθρωποι αναζητούν brand name στο Google, σελίδες δηλαδή που οι χρήστες τις αναζητούν με την επωνυμία τους αποδεικνύουν ότι πρόκειται για μια πραγματικό brand επιχείρησης.
47. Πραγματικοί Λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ενημερωμένο περιεχόμενο και αλληλεπίδραση με το κοινό.
48. Αποφυγή αναδυόμενων παραθύρων ή διαφημίσεων που διασπούν την προσοχή του επισκέπτη και φανερώνουν ότι πρόκειται για έναν ιστότοπο χαμηλής ποιότητας.

49. Εάν υπάρχει διεύθυνση σε έναν διακομιστή IP επισημασμένη ως ανεπιθύμητη ενδεχομένως να επηρεάζει και τους υπόλοιπους ιστότοπους που είναι συνδεδεμένοι στον ίδιο διακομιστή.

50. Όταν σε έναν ιστοχώρο εμφανίζονται σύνδεσμοι κειμένων με απρεπές και ακατάλληλο περιεχόμενο, ο ιστότοπος δεν θα καταλάβει την επιθυμητή θέση στην κατάταξη αποτελεσμάτων της Google.

Συμπεράσματα

Στόχος της πτυχιακής μας εργασίας ήταν να δημιουργηθεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα – επιχείρηση εμπορίας βιολογικών προϊόντων με συμβουλευτικά blogs. Για να πραγματοποιήσουμε αυτήν μας την προσπάθεια χρησιμοποιήσαμε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) ανοιχτού κώδικα το “Concrete 5” συνδυάστηκε με το εργαλείο XAMPP. Από την ανάλυση που κάναμε στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας διαπιστώσαμε αμέσως πολλά πλεονεκτήματα όσον αφορά το “Concrete 5”. Το σημαντικότερο όλων ήταν η εύκολη λειτουργικότητα στο backend και του front end του συστήματος. Η διαχείριση του περιεχομένου μας και η εμφάνιση της ιστοσελίδας έμοιαζε σαν να εργαζόμαστε σε επεξεργαστή κειμένου στον υπολογιστή μας. Μέσω της διαχείρισης πραγματοποιούσαμε αλλαγές στις οποίες μπορούσαμε να βλέπουμε το αποτέλεσμα άμεσα. Επίσης κάποιες άλλες λειτουργίες που βοήθησαν στο αποτέλεσμα δημιουργίας της σελίδας μας ήταν:

- Δυνατότητα επιλογής χάρτη
- Δυνατότητα προσθήκης σελίδων social media
- Δυνατότητα αναβάθμισης και επέκτασης της έκδοσης
- Δυνατότητα ενημέρωσης των SEO
- Δυνατότητα καταγραφής πωλήσεων και στατιστικών αποτελεσμάτων
- Δυνατότητα δημιουργίας διαφορετικών κατηγοριών
- Δυνατότητα δημιουργίας λογαριασμού
- Δυνατότητα προσθήκης πρόσθετων λειτουργιών
- Δυνατότητα προσθήκης κανόνα έκπτωσης

Όσον αφορά την λειτουργικότητα του ηλεκτρονικού μας καταστήματος από την πλευρά του προγραμματιστή η τροποποίηση του κώδικα php είναι εφικτή και η διαχείριση των αρχείων είναι ελεύθερη. Ωστόσο αναφέραμε και κάποιες δυνατότητες που δεν βρήκαμε διαθέσιμες όπως η επιλογή άλλης γλώσσας πράγμα που δυσκολεύει την χρήση της σελίδας ενός πελάτη

από το εξωτερικό. Επίσης αν και προσπαθήσαμε να βρούμε την επέκταση ηλεκτρονικού τρόπου πληρωμής (Pay Pal) δεν κατέστη δυνατή αυτή η δυνατότητα. Οπότε μετά από την συνολική πλέον εικόνα που έχουμε για όλο το πρόγραμμα δημιουργίας ηλεκτρονικού καταστήματος "Concrete 5" μπορούμε να πούμε ότι η ανάπτυξη ενός site κατέστη εφικτή.

Θα πρέπει τέλος να επισημάνουμε ότι για να προωθηθεί μια ιστοσελίδα καλό θα ήταν πάντα να παρακολουθούνται τα στατιστικά αποτελέσματα μέσω του Google Analytics ώστε να βλέπουμε τις κινήσεις των χρηστών και να προσαρμόζουμε το site σύμφωνα με τα ανάλογα δεδομένα. Η διαφήμιση μέσω των social media βοηθά βέβαια στην προώθηση ενός site αλλά θεωρούμε ότι ένα άρτιο και φιλικό περιβάλλον, εύκολο στην διαχείριση του είναι αυτό που θα ξεχωρίσει ένας πελάτης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Chaffey, D., 2002. *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν Και Ηλεκτρονικό Εμπόριο*. 3η Αμερικανική Έκδοση επιμ. s.l.:ΚΛΕΙΔΑΡΙΜΟΣ.

COOLWEB, 2020. *Ασφαλείς συναλλαγές*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

Douglas E. Comer, 2003. Δίκτυα Και Διαδίκτυα Υπολογιστών (και εφαρμογές του στο Internet). Στο: Π. Φουληράς, επιμ. *Δίκτυα Και Διαδίκτυα Υπολογιστών (και εφαρμογές του στο Internet)*. s.l.:ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ, p. 855.

Meloni, J. C., 2012. *Μάθετε PHP, MySQL και Apache*. 10/4/2014 επιμ. s.l.:Μ. Γκιούρδας.

WEBREY, 2020. *Ιστοσελίδα*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *HTTPS*, s.l.: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *PHP MY ADMIN*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *ΧΑΜΡΡ*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ*, s.l.: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΕΙΟ*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ*, s.l.: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, n.d. *Βασικά Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορείου*, s.l.: s.n.

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ, 2020. *CONCRETE 5*, ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ: s.n.

Κοσμίδης, Μ., n.d. *ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ*, s.l.: s.n.

ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ

1. Διαδίκτυο:

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF>

2. Παγκόσμιος Ιστός:

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82_%CE%99%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%82

3. Πρωτόκολλο HTTP: (https://www.ip.gr/el/dictionary/83-HTTP_Hypertext_Transfer_Protocol)
4. Ιστοσελίδα: <https://www.webrey.gr/ti-einai-istoselida-menou.html>
5. Ασφαλείς συναλλαγές στο διαδίκτυο: <https://coolweb.gr/asfaleia-synallagon-online/>
6. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου:
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%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF
7. Βασικά είδη ηλεκτρονικού εμπορίου:
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%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF
8. Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου - Μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου: <https://www.slideshare.net/mkosmidis/ss-31390429>
9. PHP: <https://el.wikipedia.org/wiki/PHP>
10. My SQL: <https://el.wikipedia.org/wiki/MySQL>
11. PHP My Admin: <https://en.wikipedia.org/wiki/PhpMyAdmin>
12. XAMPP: (WEBREY, 2020)
13. Concrete5: <https://en.wikipedia.org/wiki/Concrete5>
14. Παράγοντες SEO (Seo Factors): <https://backlinko.com/google-ranking-factors>