



Έρευνα  
για την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα

wwwwhy?

---

Σε συνεργασία με  
**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**  
**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**



Μέγας Χορηγός



Χορηγοί



Υποστηρικτής





## Έρευνα για την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα

### wwwwhy?

Ουδείς είναι πλέον σε θέση να αμφισβητήσει ότι βασικό δομικό στοιχείο του DNA της σύγχρονης, ιδιαίτερα ανταγωνιστικής, Διεθνούς αλλά και Ελληνικής αγοράς είναι η τεχνολογία, η οποία μάλιστα βρίσκεται σε φάση αποδαιμονοποίησης.

Η συγκεκριμένη μάλιστα αποδαιμονοποίηση έχει επιταχυνθεί καθώς η έννοια ανταγωνιστικότητα έχει εισχωρήσει σε κάθε πτυχή της Προσωπικής, της Επιχειρηματικής αλλά και της Εθνικής μας ανάπτυξης.

Στη Χώρα μας, μέσα από εξαντλητικές Ποιοτικές και Ποσοτικές έρευνες ακόμα και στο ευρύ κοινό, φαίνεται ότι μία από τις αιχμές του δόρατος της τεχνολογίας θεωρείται πλέον το Internet.

Παρόλα αυτά η διείσδυση και η χρήση του Internet σήμερα στην Χώρα μας δεν έχει φθάσει στα επίπεδα άλλων, Ευρωπαϊκών τουλάχιστον, κρατών.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω στόχος του ΙΕπ και κατ' επέκταση της Επιτροπής Μελετών και Ερευνών του Ινστιτούτου είναι η χαρτογράφηση του τοπίου, η ανίχνευση των αιτίων που κρατούν την διείσδυση και τη χρήση του Internet σε χαμηλά επίπεδα, η αναζήτηση πιθανών εναλλακτικών προτάσεων προς τους Δρώντες στον συγκεκριμένο χώρο και τέλος η ενδεχόμενη συμβολή στην αναβάθμιση της επικοινωνιακής ρητορικής όσον αφορά στην ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα.

Με στόχο τα παραπάνω σχεδιάστηκε σπονδυλωτό ερευνητικό πρόγραμμα το οποίο αποτελείτο από δύο μεγάλες ενότητες εκ των οποίων η δεύτερη εμπεριείχε δύο φάσεις. Συγκεκριμένα η πρώτη ενότητα εστίασε σε δευτερογενή έρευνα / desk research ενώ η δεύτερη εστίασε σε μία ποιοτική και μια ποσοτική ad-hoc διερεύνηση αντίστοιχα.

Προκειμένου να αποδοθούν με τον πλέον κατανοητό τρόπο τα συμπεράσματα του παραπάνω ερευνητικού προγράμματος ακολουθήθηκε η πιο κάτω θεματική αρχιτεκτονική :

- Το περιβάλλον.
- Η στοχοθέτηση ( τα κοινά στόχοι ) με αντικείμενο τη διεύρυνση της διείσδυσης και της χρήσης.
- Η κατανόηση της αντίληψης των κοινών στόχων για το Internet .
- Η κατανόηση των αναγκών των κοινών στόχων.
- Η προϊοντική αναβάθμιση της υπηρεσίας.
- Η ακριβέστερη επικοινωνιακή στρατηγική.

## Το περιβάλλον

Μελετήθηκαν τα στοιχεία των ήδη διαθέσιμων μεγάλων Βάσεων Δεδομένων στην Ελληνική αγορά ( Eurostat, TGI / MRB Hellas, ΕΔΕΤ / VPRC, Έρευνα Βάσης AGB / MRB Hellas, WEB Id / FOCUS ).

Οι παραπάνω μεθοδολογίες χρησιμοποιούν δύο προσεγγίσεις όσον αφορά την διερεύνηση της διείσδυσης του Internet στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα η μία ομάδα ( Eurostat, TGI / MRB Hellas, ΕΔΕΤ / VPRC, Έρευνα Βάσης AGB / MRB Hellas) προσεγγίζει το θέμα με λιγότερο καθ' υπόδειξη υποστήριξη στην αντίστοιχη ερώτηση γεγονός το οποίο οδηγεί στην κυρίως χρήση του Internet ( WEB Browsing ) και καθ' επέκταση σε ποσοστά χρήσης περίπου 19%. Αντίστοιχα η έρευνα WEB-Id υποστηρίζει αρκετά με καθ' υπόδειξη υπενθυμίσεις τις επιμέρους χρήσεις του Internet γεγονός το οποίο οδηγεί σε ποσοστό διείσδυσης 32,4%.

Για τις περαιτέρω αναλύσεις επελέγη η βάση δεδομένων η οποία ελάμβανε υπόψη όσο το δυνατόν περισσότερους χρήστες ( 32,4% - κύριους ή περιφερειακούς ) μεγιστοποιώντας έτσι το εν δυνάμει κοινό των προς περαιτέρω κινητοποίηση και αξιοποίηση “καταναλωτών” του Internet.

Τα τρία κύρια ευρήματα που προκύπτουν μελετώντας το περιβάλλον είναι :

- Το παραπάνω ποσοστό 32,4% (2006) φαίνεται να έχει εισέλθει σε φάση στασιμότητας καθώς το 2005 ήταν αντίστοιχα 31,7%. Η τάση αυτή πιστοποιείται και από την βάση εκπρόσωπο της αυστηρής προσέγγισης ( TGI ) καθώς το 2006 η διείσδυση του Internet είναι 19,2% ενώ το 2005 ήταν 19,2% επίσης.
- Το ποσοστό χρήσης του Internet στο σπίτι βρίσκεται στο επίπεδο του 18,6% γεγονός το οποίο κατατάσσει την Ελλάδα στην προτελευταία θέση στην Ευρώπη των 25 ακριβώς πάνω από τη Λιθουανία (16%)
- Το ποσοστό αυτό ( 32,4% ) αποτελείται κυρίως από άνδρες, άτομα ηλικίας 13-34 ετών, κατοίκους μεγάλων αστικών περιοχών οι οποίοι ανήκουν στην μεσο – ανώτερη κ/ο τάξη.

## Η στοχοθέτηση ( τα κοινά στόχοι ) με αντικείμενο τη διεύρυνση της διείσδυσης και της χρήσης.

Έχοντας ως βασικό στόχο την δημιουργία ενός “business plan” όσον αφορά στην ανάπτυξη της διείσδυσης και της χρήσης του Internet στην Ελλάδα προέκυψε αβίαστα η ανάγκη της τμηματοποίησης / segmentation του καταναλωτικού κοινού.

Αξιοποιώντας ερωτήσεις όπως χρήση του Internet, στάση απέναντι στην τεχνολογία, στοιχεία τρόπου ζωής και υλοποιώντας cluster analysis προέκυψαν πέντε, ιδιαιτέρως ευδιάκριτες στατιστικά, ομάδες κοινών οι οποίες αποτελούν τα βασικά δομικά στοιχεία του “business plan”.

**Συγκεκριμένα δημιουργήθηκαν δύο ομάδες χρηστών, οι Μυημένοι (16,5%) και οι Πρακτικοί (15,9%) αλλά και τρεις ομάδες μη χρηστών, οι Πρόθυμοι (19,6%), οι Επιφυλακτικοί (30,8%) και οι Αρνητές (17,2%).**

Οι παραπάνω ομάδες μπορούν να χωρισθούν σε δύο κατηγορίες όσον αφορά στους στόχους του business plan. Εκείνες τις ομάδες οι οποίες είτε βρίσκονται αυτή τη στιγμή ήδη σε υψηλή σχέση με το Internet ( Μυημένοι ) είτε απαιτούν μεγάλη προσπάθεια για να “αυξήσουν” τη σχέση τους με το μέσο (Επιφυλακτικοί, Αρνητές) και εκείνες οι οποίες με τους κατάλληλους χειρισμούς τόσο σε προϊόντικό όσο και σε επικοινωνιακό επίπεδο είναι σε θέση να αυξήσουν την διείσδυση γενικά αλλά και τη συχνότητα και το “βάρος” χρήσης της υπηρεσίας ( Πρακτικοί, Πρόθυμοι ).

Συγκεκριμένα φαίνεται ότι οι Πρακτικοί μπορούν να αυξήσουν το “βάρος” της σχέσης που έχουν με το Internet τόσο σε επίπεδο συχνότητας όσο και σε επίπεδο ποιότητας ενώ οι Πρόθυμοι βρίσκονται στο κρίσιμο σημείο / όριο όπου μία μικρή επικοινωνιακή αλλά και προϊόντική αναβάθμιση του μέσου θα μπορούσε να τους μετατρέψει σε χρήστες και μάλιστα εν δυνάμει Μυημένους.

Αναλυτικότερα :

- Οι Πρακτικοί ( 15,9% ) είναι κυρίως Άνδρες, άτομα ηλικίας 18-44 ετών, Ανώτερης τάξης, Φοιτητές, Στελέχη επιχειρήσεων, Επιστήμονες, Διευθυντές, οι οποίοι θέλουν να φθάσουν στην κορυφή της καριέρας. Έχουν στην κατοχή τους PC/Home Cinema / Βιντεοκάμερα / Παιχνιδομηχανές και γνωρίζουν Ξένες Γλώσσες. Στόχος τους είναι η Επιτυχία και το Ατομικό και Κοινωνικό συμφέρον. Θεωρούν το Internet μόνο ένα απαραίτητο εργαλείο για αυτή τους την άνοδο χωρίς απαραίτητα να έχουν κάποια βαθύτερη σχέση με αυτό. Προϊοντική αναβάθμιση της υπηρεσίας όσον αφορά στην “ευκολία” αναζήτησης της απαραίτητης για αυτούς πληροφορίας θα μπορούσε να αυξήσει την εξάρτησή τους και άρα τη σχέση τους με το Internet. Όμως το συναισθηματικό δέσιμο το οποίο αυτή τη στιγμή φαίνεται να μην υπάρχει θα προκύψει μόνο αν το Internet ισορροπήσει στο μυαλό τους εκτός από την εργαλειακή του υφή και την αντίστοιχη ψυχαγωγική διάσταση, γεγονός το οποίο μάλλον άπτεται θεμάτων επικοινωνίας.
- Οι Πρόθυμοι ( 19,6% ) είναι κυρίως Γυναίκες αλλά και Άνδρες, 25-34 ετών, όλων των κ/ο τάξεων οι οποίοι πιστεύουν ότι τα χρήματα είναι μέτρο επιτυχίας ενώ βρίσκονται στο μέσο όρο όσον αφορά στην γνώση ξένων γλωσσών. Επιπλέον δηλώνουν ότι η τεχνολογία θα μπορούσε να είναι για αυτούς μέσο για προσωπική εξέλιξη και απόλαυση. Από πλευράς δομής αξιών βρίσκονται πολύ κοντά στους Μυημένους με αποτέλεσμα οποιαδήποτε επικοινωνία σχεδιασμένη έτσι ώστε να αυξάνει τη συναισθηματική εμπλοκή με το Internet μπορεί να οδηγήσει αυτή την ομάδα πληθυσμού να γίνουν χρήστες σχετικά άμεσα. Το τελευταίο θα πρέπει να συνοδευτεί και με έντονη παρουσία στο “ρεπερτόριό” τους Ελληνικών sites ώστε να καμφθούν τυχόν αναστολές λόγω μη γνώσης σε μεγάλο βαθμό ξένης γλώσσας.

## Η κατανόηση της αντίληψης των κοινών στόχων για το Internet

Έχοντας προσδιορίσει τις συγκεκριμένες «τυπολογίες»-ομάδες κοινού χρηστών και μη χρηστών Internet, στόχος της ad hoc Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επικοινωνίας ήταν:

- Η σε βάθος κατανόηση των στάσεων και απόψεων της κάθε ομάδας απέναντι στην τεχνολογία και στο internet
- Οι τρέχουσες πρακτικές, βιώματα και συναισθηματική σχέση με το internet
- Τα κίνητρα, αντικίνητρα, αρνητικά, εμπόδια, και...
- Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης: ενέργειες και από ποιους φορείς ενδείκνυνται να γίνουν

Πραγματοποιήθηκαν 11 ομαδικές συζητήσεις σε βάθος στην Ποιοτική Έρευνα και 1400 συνεντεύξεις σε Πανελλαδικό δείγμα 13-54 χρονών (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, αστικά 2000+) στην Ποσοτική Έρευνα.

### Η Έννοια της Τεχνολογίας

Η τεχνολογία θεωρείται σήμερα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας, εκφράζοντας απόλυτα την έννοια της **εξέλιξης** και της **προόδου**. Οι κύριες και πιο οικείες μορφές της είναι το computer, το κινητό, κι ακόμα τεχνολογία συναντάμε πια στα παιχνίδια/ παιχνιδιομηχανές, στον σύγχρονο οικιακό εξοπλισμό και βέβαια στο internet, που αποτελεί και την απόλυτη έκφρασή της.

Η τεχνολογία στην ζωή μας αντιμετωπίζεται με γενικότερα θετικό και «δεδομένο» τρόπο, είναι **κέρδος χρόνου, πρακτικότητα/ευκολία, επικοινωνία/κατάργηση αποστάσεων** και για τους νέους, ακόμα και **ψυχαγωγία!** Η εξοικείωση είναι μεγάλη, αφού όλοι έχουν κινητό, και πάνω από τους μισούς χρησιμοποιούν computers στο σπίτι ή την δουλειά τους (ειδικά στην ηλικία 13-17 η χρήση PC φτάνει σήμερα στο 89%!).

**Τα αναγνωρισμένα οφέλη της τεχνολογίας καταφέρνουν να υπερπηδούν τα όποια αρνητικά στοιχεία** (αντικατάσταση ανθρώπινου παράγοντα, απομόνωση, κόστος/καταναλωτισμός), μια και το κοινό εκλογικεύεται, αντισταθμίζοντάς τα μέσω της άποψης ότι η χρήση της τεχνολογίας με μέτρο και ισορροπία είναι εκείνη που εξασφαλίζει την εκμετάλλευση των αδιαμφισβήτητων θετικών της και την εξάλειψη των όποιων κινδύνων της. Χαρακτηριστική έκφραση πάνω σ' αυτό ήταν **«Είναι σαν να λέμε ότι φταίνε τα αυτοκίνητα για τα ατυχήματα. Σημασία έχει τι χρήση κάνεις...»**

### Η Έννοια του Internet

Καταρχήν τονίζεται ότι η χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή οδηγεί σταδιακά στην σύνδεση με Internet, καθ' όσον ένας υπολογιστής χωρίς internet καταλήγει να δίνει πολύ περιορισμένες δυνατότητες στον χρήστη.

Συνολικά, το internet, θεωρείται ως **«η ίδια η πρόοδος και το μέλλον»**, ένας «κόσμος» που προσφέρει **άπειρες δυνατότητες**, οι περισσότερες γνωστές σε όλους (χρήστες και μη): αναζήτηση πληροφοριών, «εγκυκλοπαίδεια», ενημέρωση/επικαιρότητα, επικοινωνία μέσω email, επικοινωνία με κρατικές υπηρεσίες, κρατήσεις εισιτηρίων, πληρωμές λογαριασμών, αλλά και ακρόαση ραδιοφώνου, downloading τραγουδιών, παιχνίδια (κυρίως από τους νέους).



Οι ανάγκες που καλύπτει το internet είναι τόσο **πρακτικές** (προσωπικό και επαγγελματικό «εργαλείο»), όσο και **ψυχολογικές** (ατομική ικανοποίηση/ψυχαγωγία), αλλά και δυναμικά **κοινωνικές** (επικοινωνία, μέλος συγκεκριμένης, σύγχρονης κουλτούρας και lifestyle, «ένταξη» στο σήμερα).

Για την τυπολογία των **μυημένων**, το Internet φαίνεται να αποτελεί εξίσου «εργαλείο» δουλειάς όσο και ψυχαγωγία/διασκέδαση και τρόπο ζωής, ενώ για την τυπολογία των **πρακτικών**, αποτελεί κυρίως εργαλείο δουλειάς και τεχνολογικό επίτευγμα. Μεταξύ των μη χρηστών, οι **πρόθυμοι** το αντιλαμβάνονται ως εργαλείο δουλειάς και σύγχρονη ανάγκη, οι **επιφυλακτικοί** κυρίως ως εργαλείο δουλειάς και δευτερευόντως ως σύγχρονη ανάγκη και τεχνολογικό επίτευγμα, ενώ ακόμα και οι **αρνητές** αναγνωρίζουν την επαγγελματική χρησιμότητα και την σύγχρονη ανάγκη γι' αυτό σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από τα αρνητικά του.

**Συνολικά επομένως, το internet θεωρείται απ' όλους κάτι πολύ χρήσιμο που περισσότερο βελτιώνει, παρά χειροτερεύει τον σύγχρονο τρόπο ζωής.**

### **Το αρνητικό πρόσωπο του Internet**

Τα εγγενή αρνητικά στοιχεία τοποθετούνται σε τέσσερις βασικούς άξονες: τα **ηθικά** τα **κοινωνικά**, τα **πρακτικά** μειονεκτήματα και ο τέταρτος άξονας των αρνητικών αφορά το **λειτουργικό** επίπεδο, καθώς το internet γίνεται αντιληπτό ως «αχανής» χώρος πληροφοριών (κυρίως μεταξύ των μη χρηστών και των μεγάλων ηλικιών υπάρχει άγνοια ή ασαφής γνώση των δυνατοτήτων του).

Όμως, τονίζεται ότι παρά τα πιο πάνω αρνητικά, **από την πλειονότητα των χρηστών και μη χρηστών το internet θεωρείται απαραίτητο εφόδιο για το μέλλον, εργαλείο για τον σύγχρονο άνθρωπο, και ανεξάντλητη πηγή γνώσης, έχει δυνατότητες που δεν έχουμε ακόμα ανακαλύψει, διευκολύνει την επικοινωνία, ανοίγει πνευματικούς ορίζοντες και προσφέρει διευκολύνσεις για αγορές.** Η μόνη ομάδα που του προσάπτει δυναμικά αρνητικά είναι οι **αρνητές**, που όμως ακόμα και αυτοί αναγνωρίζουν την χρησιμότητά του και κυρίως ότι από μόνο του αποτελεί το ίδιο, αυτό καθαυτό το μέλλον!

Στην Ελλάδα, η κυρίαρχη άποψη είναι ότι το **internet έχει βελτιωθεί σε σχέση με το παρελθόν**, όμως παραμένει ακόμη σε μέτριο επίπεδο αντιπαραβαλλόμενο με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.



## **Η κατανόηση των αναγκών των κοινών στόχων**

### **Η συναισθηματική αντιμετώπιση**

Σε συναισθηματικό επίπεδο, οι **μυημένοι χρήστες** παρουσιάζουν **έντονη συναισθηματική σχέση** (ζωντανό ενδιαφέρον, ελκυστικότητα, ενθουσιασμός), και **παρόμοια συναισθήματα φαίνεται ότι τρέφει για το internet η ομάδα των πρόθυμων μη χρηστών**, που αποτελούν και το άμεσο επόμενο κοινό του.

Αντίθετα, οι **πρακτικοί χρήστες internet** τρέφουν θετική διάθεση προς το μέσο, αλλά επειδή η σχέση τους μαζί του είναι κυρίως «πρακτική» και επαγγελματική, η διάθεση αυτή χαρακτηρίζεται από μετριοπάθεια, και συχνή έκφραση των αρνητικών στοιχείων, ειδικά όσον στο θέμα της «ελευθεριότητας» και έλλειψης «ελέγχου».

Ακόμη πιο αποστασιοποιημένοι εμφανίζονται οι **επιφυλακτικοί μη χρήστες**, οι οποίοι εκφράζουν επιφυλάξεις κυρίως σε θέματα ασφάλειας και εμπιστοσύνης, και απαιτούν «κανόνες» πειθαρχίας ώστε να ξεπεράσουν τους φόβους και τους δισταγμούς που περιβάλλουν το internet στα δικά τους μάτια.

## Η προϊόντική αναβάθμιση της υπηρεσίας.

### Η ανάπτυξη στο μέλλον

Η ανάπτυξη του internet στην Ελλάδα μπορεί να προέλθει από δύο πηγές: α) από την αύξηση χρήσεων/διάρκειας σύνδεσης από τους τωρινούς χρήστες και β) από την αύξηση των χρηστών/νέων συνδέσεων.

Στην πρώτη περίπτωση, η αύξηση προβλέπεται ότι μπορεί να προέλθει «αυτόματα» εάν μειωθούν τα κόστη και βελτιωθεί η λεγόμενη «προσφορά της αγοράς», αναφερόμενοι κατά κύριο λόγο στα sites και στο περιεχόμενό τους.

Στην δεύτερη περίπτωση, η ανάπτυξη της αγοράς των χρηστών/συνδέσεων μπορεί να προέλθει άμεσα από την ομάδα των «πρόθυμων» μη χρηστών, και αργότερα από εκείνη των επιφυλακτικών. Οι αρνητές δεν θεωρούνται δυνητικό κοινό, δεδομένου ότι η αρνητική τους στάση είναι αρκετά δυναμική, αλλά κυρίως επειδή δημογραφικά είναι μεγαλύτεροι και άνθρωποι μεσο-κατώτερης μόρφωσης και απασχόλησης. Από πλευράς φορέων, το κοινό θεωρεί ότι ο **ΟΤΕ** αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για το παρόν και το μέλλον του internet στην Ελλάδα, καθόσον χαρακτηρίζεται ως μονοπώλιο υπεύθυνο για τις εξελίξεις σε επίπεδο υποδομών και παροχών, **ενέχοντας ταυτόχρονα το κύρος και την αξιοπιστία ενός Κρατικού φορέα, και είναι οργανισμός που χαίρει μιας ευρύτερα δυνατής εικόνας.**

Εξ άλλου, το κοινό περιμένει και θεωρεί καταλληλότερο φορέα που θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί πιο ενεργά για την ανάπτυξη του internet **το ίδιο το Κράτος (μέσω των κατάλληλων φορέων) και τα Πανεπιστήμια**, καθώς επίσης και τα **Λύκεια**. Αυτοί είναι οι φορείς που το κοινό δηλώνει ότι θα εμπιστευόταν και που θα το βοηθούσαν να «ξεπεράσει» τους παρόντες δισταγμούς και «φόβους» του σε σχέση με το internet.

Συνοπτικά, οι ενέργειες για την προώθηση του internet στην Ελλάδα θα πρέπει να συνίστανται τόσο σε **βελτίωση υποδομών** και περιεχομένου των **sites**, όσο και σε **κόστη**, καθώς επίσης και σε **εκπαίδευση και επικοινωνία, προκειμένου να «καλύψουν» δύο ειδών ανάγκες: τις πρακτικές** (κόστη, διαδικασίες, ενημέρωση), και **τις συναισθηματικές** (φόβοι, ανησυχίες, ανασφάλεια, τρόποι προστασίας, ανάδειξη θετικών και πλεονεκτημάτων). Οι ενέργειες αυτές θα πρέπει να αποτελούν μέρος ενός οργανωμένου σχεδίου-προγράμματος, και ως σύνολο θα μπορέσουν να καλύψουν ικανοποιητικά τόσο τους **χρήστες**, όσο και τους **μη χρήστες**, δίνοντας τις απαραίτητες απαντήσεις στα ερωτηματικά τους και θα πρέπει να είναι σχεδιασμένες σύμφωνα με τον χαρακτήρα της κάθε τυπολογίας όπως ορίζονται από την έρευνα.

Σίγουρα, όλες οι ενέργειες και η αντίστοιχη σχετική τους επικοινωνία αναμένεται να επηρεάσει όλη την κοινωνία, ακόμα και τους αρνητές, βοηθώντας τους, αν μη τι άλλο, να μην δημιουργούν και επαυξάνουν την αρνητική εικόνα λόγω της άγνοιάς τους.

**Για να αναπτυχθεί το internet χρειάζεται εκπαίδευση και επικοινωνία.**

**Το internet είναι το μέλλον!**





## Η ακριβέστερη επικοινωνιακή στρατηγική.

### ΟΙ ΜΥΗΜΕΝΟΙ 16.5%

#### ΠΩΣ ΤΟΥΣ «ΜΙΛΑΜΕ»

- ΜΕ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΥΣ
  - ΜΕ ΚΑΛΗ ΔΙΑΘΕΣΗ
  - ΜΕ ΘΕΤΙΚΟ ΤΡΟΠΟ
  - ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΤΙΚΑ
  - “GO FOR IT”

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ INTERNET  
ΓΙ’ ΑΥΤΟΥΣ;

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΓΙΑ  
ΑΠΟΛΑΥΣΗ**

#### ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ «ΑΚΟΥΣΟΥΝ»

- ΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ
  - UP TO DATE
  - ΓΙΑ ΡΙΣΚΟ
  - ΓΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ
  - ΓΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- ΓΙΑ ΚΑΤΙ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΑΠΟ ΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝ
  - ΓΙΑ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟ

### ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ 15,9%

#### ΠΩΣ ΤΟΥΣ «ΜΙΛΑΜΕ»

- ΜΕ ΣΙΓΟΥΡΟ ΚΑΙ ΓΝΩΣΤΟ  
ΠΡΟΙΟΝ
  - ΥΠΕΥΘΥΝΑ
  - ΣΑΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
  - ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ
  - ΓΙΑ ΣΥΝΗΘΕΙΑ

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ  
INTERNET ΓΙ’  
ΑΥΤΟΥΣ;

**ΑΝΑΓΚΑΙΟ  
ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ  
ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ**

#### ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ «ΑΚΟΥΣΟΥΝ»

- ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑ
  - ΓΙΑ ΛΥΣΕΙΣ
  - ΓΙΑ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ
  - ΓΙΑ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΟΤΗΤΑ
  - ΓΙΑ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ
  - ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ



## ΟΙ ΠΡΟΘΥΜΟΙ 19,6%

### ΠΩΣ ΤΟΥΣ «ΜΙΛΑΜΕ»

- ΜΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥΣ ΟΡΟΥΣ
  - ΣΑΝ ΕΙΔΙΚΟΙ
  - ΜΕ ΑΠΛΑ ΛΟΓΙΑ
  - ΣΥΝΑΡΠΑΣΤΙΚΑ
  - ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΑ

ΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ  
ΕΙΝΑΙ ΤΟ INTERNET  
ΓΙ' ΑΥΤΟΥΣ;

ΤΟ ΤΕΡΠΝΟΝ  
ΜΕΤΑ ΤΟΥ  
ΩΦΕΛΙΜΟΥ

### ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ «ΑΚΟΥΣΟΥΝ»

- ΓΙΑ ΛΥΣΕΙΣ
- ΓΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ
- ΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΑ
  
- ΓΙΑ ΧΑΛΑΡΩΣΗ
- ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

## ΟΙ ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΟΙ 30,8%

### ΠΩΣ ΤΟΥΣ «ΜΙΛΑΜΕ»

- ΣΕΒΟΜΕΝΟΙ ΑΡΧΕΣ
- ΜΕ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ
  - ΞΕΚΑΘΑΡΑ
  - ΜΕ ΑΠΛΑ ΛΟΓΙΑ

ΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ  
ΕΙΝΑΙ ΤΟ INTERNET  
ΓΙ' ΑΥΤΟΥΣ;

ΕΥΘΥΝΗ / ΚΑΘΗΚΟΝ / ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΣΟΥ  
ΓΙΑ ΝΑ ΜΗΝ ΜΕΙΝΕΙΣ ΑΠ' ΕΞΩ

### ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ «ΑΚΟΥΣΟΥΝ»

- ΓΙΑ ΔΟΜΕΣ
- ΓΙΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗ
- ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ
- ΓΙΑ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ
- ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ
- ΓΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ
- ΓΙΑ AFTER SALES SERVICE
- ΓΙΑ ΤΙΜΕΣ