

οδηγός σχεδίασης ιστοσελίδας

Εισαγωγή

Όπως κάθε καινοτομία, έτσι και το Διαδίκτυο και οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω αυτού αποτελούν μία πρόκληση για τους περισσότερους. Πολλά έχουν γραφτεί και ακουστεί για αυτό, και πολλοί κίνδυνοι, πραγματικοί και φανταστικοί, του έχουν αποδοθεί. Ο οδηγός αυτός ευελπιστεί να πραγματοποιήσει μία σύντομη παρουσίαση του χώρου, βοηθώντας τον επαγγελματία που ενδιαφέρεται να προωθήσει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της εταιρείας του να αποκτήσει μία καλύτερη εικόνα. Θα αναφερθούν, συνοπτικά και με απλά λόγια, τα οφέλη από τη χρήση μίας ηλεκτρονικής παρουσίασης ή ιστοσελίδας, και οι προϋποθέσεις εκείνες που πρέπει να εκπληρώνονται για να μπορέσει μία εταιρεία να τα μεγιστοποιήσει.

Γιατί χρειαζομαι μία ιστοσελίδα;

Πέρα από όλες τις ιστορίες που ακούγονται για αυτό, το Διαδίκτυο δεν είναι παρά ένα ακόμα μέσο επικοινωνίας. Ακριβώς όπως το τηλέφωνο στις αρχές του περασμένου αιώνα, έτσι και το Internet και οι ιστοσελίδες επιτρέπουν την επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων, εταιρειών και οργανισμών. Επειδή η ανταλλαγή μηνυμάτων και η εύρεση πληροφοριών γίνονται πολύ ταχύτερα και οικονομικότερα από ό,τι ήταν μέχρι τώρα εφικτό, στο εγγύς μέλλον θα είναι απαραίτητη η παρουσία κάθε εταιρείας ή επαγγελματία στο Διαδίκτυο. Σύντομα, προβλέπεται να μη νοείται να υπάρχει επιχείρηση χωρίς έστω μία γενική ιστοσελίδα (online προσούρα), όπως δεν υπάρχει περίπτωση να μην έχει τηλέφωνο. Αυτό, άλλωστε, ήδη συμβαίνει στο εξωτερικό, όπου η ιστοσελίδα είναι ο προτιμητέος τρόπος επικοινωνίας και ενημέρωσης ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους πελάτες τους, τόσο για οικονομικούς λόγους, όσο και για λόγους αποτελεσματικότητας.

Η πρόβλεψή μας αυτή στηρίζεται σε πολλούς παράγοντες:

- Ακόμα και στην Ελλάδα, όπου το κόστος σύνδεσης με το Διαδίκτυο είναι αφύσικα υψηλό σε σχέση με τον υπόλοιπο ανεπτυγμένο κόσμο, οι χρήστες του Internet προσεγγίζουν το 19,6% του συνολικού πληθυσμού. Στην υπόλοιπη Ευρώπη, αυτό το ποσοστό ξεπερνάει το 50%, οπότε υπάρχει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης για την Ελλάδα.
- Η ευκολία ενημέρωσης από το σπίτι έχει γοητέψει πολλούς. Πολλοί είναι εκείνοι οι οποίοι πρώτα βλέπουν την ιστοσελίδα μίας εταιρείας για να έχουν μία αρχική ενημέρωση για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της, και μετά έρχονται σε επαφή με την εν λόγω εταιρεία. Μία καλή ιστοσελίδα προδιαθέτει ευχάριστα τον επισκέπτη, και προωθεί τα προϊόντα της.

- Όλο και πιο πολλοί άνθρωποι θέλουν να αγοράσουν πράγματα ή υπηρεσίες online, καθώς επεκτείνεται η χρήση των πιστωτικών καρτών. Ήδη, σημαντικός αριθμός από βιβλία, CD, ταξίδια και αεροπορικά εισιτήρια πωλούνται με αυτό τον τρόπο. Πολλοί χρήστες ανησυχούν για την πιθανότητα κλοπής του αριθμού της πιστωτικής τους κάρτας. Αν και όχι απίθανο, αυτό είναι αρκετά δύσκολο, σε σχέση με τη δυνατότητα κλοπής στις συμβατικές αγορές (π.χ. στο εστιατόριο). Αναρωτηθήκατε ποτέ τι κάνει ο σερβιτόρος όταν πάρει τη Visa σας;
- Η δυσκολία μετακίνησης στις σημερινές πόλεις, αλλά και η έλλειψη ελεύθερου χρόνου, προτρέπει πολλούς να ενημερώνονται εξ αποστάσεως για κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Αν ενδιαφέρεστε να ανακαινίσετε το σπίτι σας, είναι πολύ πιο εύκολο να συνδεθείτε με το Διαδίκτυο, να ψάξετε όλες τις εταιρείες του χώρου, να συγκρίνετε τιμές, προϊόντα και μαγαζιά και μετά να πάτε αυτοπροσώπως σε όσα έχετε επιλέξει, πλήρως ενημερωμένος και χωρίς να χρειαστεί να κάνετε μεγάλες βόλτες.

Τι μπορώ να βάλω στην ιστοσελίδα;

Μία ηλεκτρονική παρουσίαση μπορεί να περιέχει σχεδόν τα πάντα, και σαφώς περισσότερα απ'ό,τι θα βάζατε στην κλασική χάρτινη μπροσούρα.

- **Κείμενα**, σε τεράστιο αριθμό. Ακόμα και αν έχετε έναν κατάλογο με χιλιάδες σελίδες, αυτός μπορεί να χωρέσει σε ένα μονάχα CD, ή να μπει online. Οι αλλαγές στο Internet είναι τόσο γρήγορες και οικονομικές, που μπορείτε να αλλάζετε τα κείμενα της ιστοσελίδας σας ακόμα και καθημερινά. Αυτό ακριβώς κάνουν οι online εφημερίδες οι οποίες ενημερώνουν την ιστοσελίδα τους κάθε μέρα. Μπορείτε, άλλωστε, να χωρίσετε τα κείμενα ανάλογα με το θέμα τους (στόχοι της εταιρείας, πελάτες, προϊόντα ή υπηρεσίες, νέα της εταιρείας, οι πελάτες μας κ.λπ.), ή να επιτρέψετε έρευνες βάσει λέξεων-κλειδιά κ.λπ.
- **Φωτογραφίες**. Με σωστή επεξεργασία της φωτογραφίας, μπορείτε να εμπλουτίσετε την ιστοσελίδα σας με φωτογραφικό υλικό, χωρίς να επιβαρυνθεί σημαντικά ο χρόνος πρόσβασης των επισκεπτών της ιστοσελίδας. Μία ιστοσελίδα με φωτογραφίες είναι πάντα ελκυστικότερη σε σχέση με απλό κείμενο.
- **Γραφικά**, ακόμα και τρισδιάστατα. Τα γραφικά όπως το λογότυπο, η μασκώτ της εταιρείας ή οτιδήποτε άλλο, μπορούν να περιστρέφονται, να είναι φωτορεαλιστικά, και να είναι ενεργά, κάτι το οποίο δεν γίνεται στο χαρτί. Γιατί, λοιπόν, να μην εκμεταλλευτούμε την ιδιαιτερότητα της οθόνης μας;
- **Φόρμες επικοινωνίας**. Πολλές φορές ψάχνουμε κάτι και θέλουμε να επικοινωνήσουμε με την εταιρεία που το κατασκευάζει. Υπάρχει η δυνατότητα να συμπληρώσουμε online μία φόρμα επικοινωνίας με το e-mail μας και την ερώτησή μας, και να έχουμε μία άμεση απάντηση από την εταιρεία.

- **Ήχο.** Μία ηλεκτρονική παρουσίαση μπορεί να περιλαμβάνει τραγούδια (αρκεί να έχετε το copyright), ήχους όταν πατάτε τα κουμπιά, background μουσική, μία φωνή που να διαβάζει κείμενο ή οτιδήποτε άλλο θέλετε.
- **Βίντεο,** αν και η συγκεκριμένη τεχνολογία δεν προσφέρεται τόσο για το Διαδίκτυο όσο για CD, για λόγους ταχύτητας. Αν και μπορείτε να εμφανίσετε βίντεο στην ιστοσελίδα σας, πρόσβαση σε αυτό θα είναι αργή, επειδή ακόμα ο ΟΤΕ δε διαθέτει γραμμές που να επιτρέπουν το γρήγορο «κατέβασμα» μεγάλων αρχείων. Αυτό, όμως, θα γίνει κάποια στιγμή, και τότε ακόμα και το βίντεο θα μπορεί να συμπεριληφθεί στην ιστοσελίδα σας.
- **Βάση δεδομένων.** Είναι το επόμενο στάδιο της απλής ιστοσελίδας. Κατασκευάζεται μία ιστοσελίδα με όλα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες (πτήσεις, βιβλία, CD, κ.τλ.) και ο πελάτης μπορεί να παραγγέλνει online αυτό που θέλει. Ας πάρουμε για παράδειγμα ένα μαγαζί που πουλάει CD: η βάση δεδομένων περιέχει όλα τα στοιχεία για το κάθε προϊόν όπως τιμή, αριθμό κομματιών (στοκ) που απομένει και τα στοιχεία του προϊόντος (είδος μουσικής). Μετά την εύρεση του επιθυμητού CD από τον πελάτη, ακολουθεί η συναλλαγή, είτε μέσω αντικαταβολής είτε μέσω πιστωτικής κάρτας. Η βάση δεδομένων μπορεί ακόμα να κρατάει κάποια στοιχεία του πελάτη, και να του στέλνει ενημερωτικά e-mail για τα προϊόντα που μπορεί να τον ενδιαφέρουν (π.χ. αν διάλεξε πολλά CD κλασσικής μουσικής, μπορεί να τον ενημερώνει για την κυκλοφορία μίας νέας ηχογράφησης του Verdi). Γενικά μία βάση δεδομένων επεκτείνει δραματικά τις δυνατότητες μίας ηλεκτρονικής παρουσίασης, ολοκληρώνοντάς την.

Μία καλή ιστοσελίδα

Τι πρέπει να προσέξει ο επαγγελματίας που προσλαμβάνει κάποιον για να του αναπτύξει μία ιστοσελίδα; Μία επιτυχημένη ιστοσελίδα ορίζεται από τα εξής χαρακτηριστικά:

Είναι γρήγορη. Όταν ο επισκέπτης μπορεί να δει πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες, δεν θα καθίσει να περιμένει να κατέβει η δική σας. Στατιστικά, ένας χρήστης περιμένει μέχρι 7 δευτερόλεπτα και μετά φεύγει αν δεν εμφανιστεί κάτι στην οθόνη του μέχρι τότε, έστω και ένα μήνυμα που να τον παρακαλεί να περιμένει.

Είναι εύχρηστη. Μία στις επτά ιστοσελίδες έχουν προβλήματα στην πλοήγηση τόσο σημαντικά, ώστε οι επισκέπτες να την εγκαταλείπουν από την πρώτη κιόλας σελίδα¹. Μία εύχρηστη ιστοσελίδα, για παράδειγμα, διαθέτει κουμπιά που δεν εξαφανίζονται ή μετακινούνται αυθαίρετα, αλλά παραμένουν συνέχεια ορατά στο ίδιο σημείο της οθόνης, ώστε ο χρήστης να μπορεί να επιστρέψει εύκολα και άμεσα σε οποιαδήποτε σελίδα θελήσει. Επίσης, κατά κανόνα μία ιστοσελίδα δεν είναι γραμμική στην πλοήγηση – επομένως, πρέπει να έχει σχεδιασθεί εξ αρχής λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα αυτή. Για παράδειγμα, μία μηχανή αναζήτησης (search engine) ή ένα ευρετήριο (site map - χάρτης που παρουσιάζει ολόκληρο τον τόπο με όλες τις υποσελίδες) βοηθούν τον ενδιαφερόμενο να βρει την πληροφορία που ψάχνει γρήγορα και εύκολα, ιδίως στις μεγαλύτερες ιστοσελίδες.

¹ Πηγή: Jupiter Research (<http://www.internet.com/corporate/releases/03.12.17-newjupresearch.html>), Δεκ. 2003

Είναι όμορφη και εντυπωσιακή. Επειδή υπάρχουν εκατομμύρια άλλες ιστοσελίδες, και πολλές από αυτές θα ασχολούνται με το δικό σας αντικείμενο, πρέπει να εντυπωσιάσετε τον επισκέπτη σας. Σκεφτείτε το σαν ένα περιοδικό γεμάτο διαφημίσεις, όπου το μάτι κάποιου θα πέσει στη διαφήμιση με τα καλύτερα χρώματα, τις περισσότερες και ενδιαφέρουσες πληροφορίες κ.τλ. Δεν είστε μόνοι στο Internet, αλλά αυτό δε σημαίνει ότι πρέπει να περάσετε απαρατήρητοι.

Είναι ανανεωμένη. Είναι πολύ σημαντικό να ανανεώνονται τα κείμενα και οι πληροφορίες που περιέχει η ιστοσελίδα. Είναι απογοητευτικό για τον πιθανό πελάτη σας να δείχνετε τις πωλήσεις του 1999 ή να δίνετε τιμές που ισχύουν μέχρι 1-1-2001, όταν έχει ήδη φτάσει το 2004. Επίσης, αν κάποιος επισκεφτεί την ιστοσελίδα σας και θελήσει να επιστρέψει τρεις μήνες αργότερα, ίσως θελήσει να δει κάτι καινούριο. Το δελτίο τύπου του Απριλίου όταν έχουν ήδη φτάσει τα Χριστούγεννα φανερώνει ότι η ιστοσελίδα δεν ανανεώνεται, ή ότι η εταιρεία δεν ενδιαφέρεται για την ιστοσελίδα της. Ακόμα και μικρές ανανεώσεις είναι σημαντικό να γίνονται τακτικά.

Έχει τη δυνατότητα επέκτασης και στο μέλλον. Οι ανάγκες μας αλλάζουν, όπως αλλάζουν και οι ανάγκες και οι στόχοι των εταιρειών. Μία ιστοσελίδα πρέπει να έχει τη δυνατότητα επέκτασης στο μέλλον, χωρίς να χρειάζεται ο επανασχεδιασμός της εξ αρχής. Μπορεί να θελήσετε να βάλετε παραπάνω φωτογραφίες, ή να επεκτείνετε τη βάση δεδομένων και με άλλα προϊόντα: πρέπει να μπορείτε να το κάνετε εύκολα, γρήγορα και οικονομικά.

Τι πρέπει να κάνετε εσείς

Η ιστοσελίδα χρειάζεται συνεχή παρακολούθηση για να μεγιστοποιήσει μία εταιρεία τα κέρδη της από αυτή. Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι είναι σπάνιο μία ιστοσελίδα από μόνη της να φέρει πελάτες.

Όταν επιλέξετε την εταιρεία που θα σας κατασκευάσει την ιστοσελίδα, βεβαιωθείτε ότι είναι η κατάλληλη. Ο τρόπος ανάπτυξης κάθε παρουσίασης διαφέρει πολύ. Όπως μπορείτε να πάρετε ρούχα από τη λαϊκή τα οποία όμως είναι πιθανό να καταστραφούν σύντομα, έτσι μπορείτε να κατασκευάσετε μία ιστοσελίδα γρήγορα και φτηνά. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι θα είναι καλής ποιότητας. Η συντριπτική πλειοψηφία των εταιρειών χρησιμοποιούν έτοιμα πακέτα (Dreamweaver, FrontPage) για την ανάπτυξη της ιστοσελίδας, τα οποία είναι πολύ εύκολα και γρήγορα στην εκμάθηση, αλλά δημιουργούν κατά κανόνα πολύ μεγάλα αρχεία, με προβλήματα συμβατότητας. Το μέγεθος του αρχείου είναι άμεσα συνδεδεμένο με την ταχύτητα πρόσβασης της ιστοσελίδας: όσο μεγαλύτερο το αρχείο, τόσο πιο αργά «κατεβαίνει» η ιστοσελίδα. Αυτό σημαίνει ότι οι χρήστες δε θα μπαίνουν στην ιστοσελίδα σας γιατί θα πρέπει να περιμένουν πολύ: εσείς βλέποντας την αποτυχία της ιστοσελίδας, θα απογοητευτείτε. Θυμηθείτε: εάν μέσα σε 7 δευτερόλεπτα δεν έχει εμφανιστεί τίποτε, οι πελάτες σας φεύγουν! Γι' αυτό, **οι καλύτερες εταιρείες του χώρου γράφουν τον κώδικα της ιστοσελίδας «στο χέρι», με αποτέλεσμα τα αρχεία να είναι πολύ μικρά, άρα να «κατεβαίνουν» εύκολα και γρήγορα, ενώ είναι απόλυτα συμβατά με όλους τους υπολογιστές.** Πρόσφατα ξανασχεδιάσαμε την ιστοσελίδα ενός μεγάλου εκπαιδευτικού οργανισμού ακριβώς για αυτό το λόγο: μέσα σε δύο μόλις μήνες, η επισκεψιμότητα είχε τριπλασιαστεί. Ακόμα και αν είναι ελαφρά ακριβότερες, η διαφορά στην τιμή αποσβένεται σύντομα: αν ζητήσετε από μία εταιρεία να σας ξαναφτιάξει την ιστοσελίδα σας γιατί είναι αργή, θα χρειαστεί να την κατασκευάσει εξ αρχής, άρα θα ξοδέψετε περισσότερα λεφτά. Είναι σαν να πηγαίνετε στο Χρυσό Ψαλίδι και να ξαναφτιάχνετε ένα ρούχο: δε θα σας βγει πιο ακριβό απ' ό,τι αν το παίρνατε εξ αρχής στα μέτρα σας και από καλό μαγαζί;

Επίσης, να θυμάστε ότι **η διαφήμιση της ιστοσελίδας σας δεν είναι αυτόματη**. Υπάρχουν εκατοντάδες ιστοσελίδες, και δεν υπάρχει περίπτωση να ξέρουν οι χρήστες τη δική σας, εκτός κι αν είστε η Microsoft ή η Sony. **Διαφημιστείτε!**

- Βάλτε τη διεύθυνση της ιστοσελίδας σας παντού, στα επιστολόχαρτα, στις κάρτες σας, στους φακέλους σας, στις μπροσούρες σας.
- Προτείνετε σε πελάτες σας να επισκεφτούν την ιστοσελίδα σας για να ενημερωθούν, αντί να τους στείλετε την μπροσούρα σας.
- Κάντε διαγωνισμούς online, quiz και παρόμοια «παιχνίδια» για να προσελκύσετε χρήστες και πιθανούς πελάτες.
- Καταχωρήστε την ιστοσελίδα σας σε διεθνείς και ελληνικές μηχανές αναζήτησης (www.google.com, www.altavista.com, www.yahoo.com κ.τλ). Επίσης, αν μπορείτε, πληρώστε για να διαφημιστείτε σε ελληνικά portals όπως το www.in.gr.
- Ζητήστε από συνεργάτες ή συνεργαζόμενες εταιρείες να βάλουν link στην ιστοσελίδα σας από τη δική τους (και βέβαια κάντε το ίδιο και για αυτούς).
- **Ανανεώστε** την ιστοσελίδα σας, είναι αναγκαίο.
- Μία σωστή εταιρεία κατασκευής ιστοσελίδων θα σας προτείνει στο τέλος της εργασίας να υπογράψετε ένα **συμβόλαιο ανανέωσης των πληροφοριών**, συχνά για μηδαμινό κόστος (ενδεικτικά, εμείς ξεκινάμε από €15 το μήνα). Το ποσό είναι μικρό σε σχέση με το τι μπορείτε να κερδίσετε ανανεώνοντας τακτικά τις πληροφορίες της ιστοσελίδας σας.
- Επίσης, μερικές εταιρείες αναλαμβάνουν να σας κάνουν μία **ανάλυση επισκεψιμότητας** της ιστοσελίδας σας. Αυτή η ανάλυση δείχνει ποιοι επισκέφτηκαν την ιστοσελίδα σας μέσα σε κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ακόμα, δείχνει ποιες υποσελίδες της ιστοσελίδας σας επισκέφτηκαν περισσότερο, και έτσι ξέρετε πού να δώσετε βάρος, τι ενδιαφέρει τους πελάτες σας κ.τλ. Αυτό μπορείτε να το κάνετε κάθε μήνα, τρίμηνο, εξάμηνο, ή όποτε διαλέξετε εσείς · και πάλι το κόστος μπορεί να μην ξεπερνάει τα €20 τη φορά.
- **Οργανωθείτε**. Πρέπει να υπάρχει κάποιος στην εταιρεία σας ο οποίος να ασχολείται καθημερινά, έστω και για λίγα λεπτά, με την ιστοσελίδα, ιδίως αν έχετε δυνατότητα online αγορών. Ακόμα και αν έχετε μόνο μία φόρμα επικοινωνίας, πρέπει να υπάρχει κάποιος ο οποίος καθημερινά θα κοιτάζει το e-mail του για να δει αν κάποιος πιθανός πελάτης ζητάει πληροφορίες. Αν έχετε δυνατότητα αγορών μέσω ιστοσελίδας, αυτή η ανάγκη είναι ακόμα επιτακτικότερη. Φανταστείτε έναν πελάτη ο οποίος σας παραγγέλνει μέσω ιστοσελίδας ένα δώρο για τα Χριστούγεννα, το οποίο παραλαμβάνει το Πάσχα, γιατί εσείς δεν είχατε ελέγξει την ιστοσελίδα. Αυτός ο πελάτης όχι μόνο δε θα ξαναεπισκεφτεί την ιστοσελίδα σας, αλλά θα κάνει και αρνητική διαφήμιση για την εταιρία σας στους φίλους και γνωστούς του.
- Σκεφτείτε τη μελλοντική δυνατότητα να **κατασκευάσετε μία βάση δεδομένων**. Μία βάση δεδομένων σας δίνει όλες τις πληροφορίες που επιθυμείτε για τους πελάτες σας. Μπορείτε να ξέρετε τι αγοράζουν, ποια προϊόντα προτιμούν, πώς πληρώνουν και πολλά άλλα στοιχεία τους μαζεμένα όλα μαζί. Έτσι, μπορείτε να έχετε μία συνολική εικόνα των πελατών σας και των προβληματικών ή επιτυχημένων τομέων της εταιρίας, οπότε θα μπορείτε να επεκταθείτε κάνοντας τα σωστά βήματα γιατί θα ξέρετε καλύτερα τους πελάτες σας.

copyright © 2007, istomedia μ.επε

Το παρόν αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της istomedia μ.επε. Απαγορεύεται η διανομή, ανατύπωση ή αντιγραφή χωρίς την έγγραφη άδεια του συγγραφέα.

istomedia μ.επε

παρασσού 32, άγ. στέφανος, 145 65, αθήνα
για περισσότερες πληροφορίες: www.istomedia.com

Τι πρέπει να προσέξετε

Πώς θα αποφασίσει κάποιος ποιος είναι ο πιο κατάλληλος να αναλάβει την κάλυψη των διαδικτυακών του αναγκών; Η εταιρεία που θα επιλέξετε, πρέπει να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Να προσφέρει **ολοκληρωμένη κάλυψη** των αναγκών σας, σε οποιαδήποτε μορφή ηλεκτρονικής παρουσίασης.
2. Να έχει **μεγάλη εμπειρία** (εμείς είμαστε **από τους πρώτους** που ασχολήθηκαν με το (μετέπειτα) Διαδίκτυο στην Ελλάδα με την Acrobase, από το 1988 · σήμερα διαθέτουμε ένα πελατολόγιο με πάνω από 100 μικρούς και μεγάλους πελάτες, σε Ελλάδα και τη Μ. Βρετανία. Επίσης, έχουμε τριετή **Πανεπιστημιακή διδακτική εμπειρία**, σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, στο αντικείμενό μας (σχεδίαση ηλεκτρονικών παρουσιάσεων).
3. Να **σχεδιάζει εξ αρχής** την κάθε παρουσίαση, χωρίς να επαναλαμβάνει τα ίδια σχέδια για όλους τους πελάτες.
4. Να μη χρησιμοποιεί έτοιμα γραφικά (clipart), αλλά να **σχεδιάζει** καινούρια για τον κάθε πελάτη.
5. Να **χρησιμοποιεί μόνο notepad** για τη συγγραφή του κώδικα, κι όχι έτοιμες λύσεις (Frontpage, Dreamweaver κ.λπ.) που πάντα έχουν περιορισμούς στις δυνατότητές τους. Έτσι, θα μπορεί να κάνει *τα πάντα*, και *σωστά*.
6. Να **κατέχει επιπλέον τεχνογνωσία** όπως πανοραμικές φωτογραφίες και άλλες ειδικές εφαρμογές (chat room, bbs κ.λπ.)
7. Να παραδίδει την εργασία **μέσα στον καθορισμένο χρόνο**, και να είναι **συνεργάσιμη και ευέλικτη**
8. Να έχει στελέχη άρτια καταρτισμένα και εξειδικευμένα στον τομέα των πολυμέσων (εμείς διαθέτουμε στελέχη εξειδικευμένα σε **επίπεδο διδακτορικού**, γεγονός που εξασφαλίζει την τεχνογνωσία μας).

Λίγα λόγια για την istomedia

Από το **1995** ασχολούμαστε με την ανάπτυξη ιστοσελίδων και ηλεκτρονικών παρουσιάσεων, αρχικά με την εταιρία Electra-ACT που ιδρύθηκε στο Εδιμβούργο της Σκωτίας. Το 1999 μετατράπηκε στην Istomedia Limited, και το 2000 ήρθε και στην Ελλάδα. Έτσι, η **Istomedia ΕΠΕ** μοιράζεται με την Electra-ACT και την Istomedia Ltd. μία τεράστια εμπειρία **εκατοντάδων** ηλεκτρονικών παρουσιάσεων και ιστοσελίδων, που περιλαμβάνει μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Οι πελάτες μας συμπεριλαμβάνουν τη **ΣΒΙΕ**, το **IST Studies**, το **Παιδαγωγικό Ινστιτούτο**, το **Πανεπιστήμιο Αθηνών**, το **University of Edinburgh**, το **Napier University (Edinburgh)**, τη **Bank of Scotland**, τη **Sony** κ.ά. Είναι χαρακτηριστικό ότι είμαστε μία από μόλις τρεις εταιρίες που έχει πιστοποιήσει η Royal Bank of Scotland στη Μ. Βρετανία.

copyright © 2007, istomedia μ.επε

Το παρόν αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της istomedia μ.επε. Απαγορεύεται η διανομή, ανατύπωση ή αντιγραφή χωρίς την έγγραφη άδεια του συγγραφέα.

istomedia μ.επε

παρασσού 32, άγ. στέφανος, 145 65, αθήνα
για περισσότερες πληροφορίες: www.istomedia.com

Πέραν της παροχής υπηρεσιών σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοσελίδων, έχουμε **διδάξει** επί τριετία Σχεδίαση Ιστοσελίδων και Πολυμέσων στο πτυχίο MSc in Hypermedia (Napier University). Επίσης, έχουμε λάβει μέρος σε Ευρωπαϊκά **Πανεπιστημιακά προγράμματα έρευνας** – η εμπειρία μας αυτή, μας οδήγησε στη σχεδίαση του e-situ, του περιβάλλοντος εξ αποστάσεως κατάρτισης που έχουμε αναπτύξει στην Ελλάδα.

Αυτή ακριβώς η **μεγάλη εμπειρία** της είναι που κάνει την Istomedia να **ξεχωρίζει** από άλλες εταιρίες του χώρου, και της επιτρέπει να βοηθάει εταιρίες να **εκμεταλλευτούν ιδανικά** τις μοναδικές δυνατότητες που προσφέρει το Διαδίκτυο. Δίνοντας έμφαση τόσο στην **αισθητική** όσο και στην **τεχνική** πλευρά των ιστοσελίδων και περιλαμβάνοντας ό,τι πιο σύγχρονο έχει να προσφέρει η τεχνολογία (π.χ. Flash, σύνδεση με βάσεις δεδομένων κ.τ.λ.), εξασφαλίζει ότι οι εταιρίες που θα συνεργαστούν μαζί της θα αποκτήσουν **ακριβώς την τεχνολογία που χρειάζονται** για να εκπληρώσουν τους στόχους τους. Για το σκοπό αυτό, συνεργαζόμαστε στενά με κάθε εταιρία για να τη βοηθήσουμε να αναπτύξει μία **ολοκληρωμένη ιδέα των online αναγκών της**, ώστε να είμαστε σε θέση να προτείνουμε ό,τι όντως ανταποκρίνεται στις **ανάγκες** και τον **προϋπολογισμό** της.

Συνδυάζοντας όλα τα παραπάνω, είμαστε στη διάθεσή σας για να συζητήσουμε τις ανάγκες της εταιρείας σας και τι μπορούμε να κάνουμε για εσάς στο χώρο των ηλεκτρονικών παρουσιάσεων. Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επικοινωνήστε μαζί μας στην παρακάτω διεύθυνση:

Istomedia M. ΕΠΕ,

Παρνασσού 32Α, Άγιος Στέφανος, 145 65, Αθήνα

Τηλ: 210 8140 883

Fax: 210 8145 406

info@istomedia.gr

www.istomedia.com

www.istomedia.gr

copyright © 2007, istomedia μ.επε

Το παρόν αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της istomedia μ.επε. Απαγορεύεται η διανομή, ανατύπωση ή αντιγραφή χωρίς την έγγραφη άδεια του συγγραφέα.

istomedia μ.επε

παρνασσού 32, άγ. στέφανος, 145 65, αθήνα
για περισσότερες πληροφορίες: www.istomedia.com