



“Re-branding the Internet” Γνωρίζοντας ξανά το Διαδίκτυο στον Έλληνα καταναλωτή

Χρυσάνθη Σωτηροπούλου, Head of Marketing, Hellas On Line

“WWWwhy”

Αθήνα, 4 Ιουλίου 2006

«Αναλφάβητοι στους υπολογιστές, διδάκτορες στα κινητά»



«Πέρασαν πάνω από τρία χρόνια προκειμένου το Υπ.Οικονομικών να «πείσει» **300.000** φορολογούμενους να κάνουν χρήση των υπηρεσιών που διατίθενται μέσω Internet...

Μάλιστα, χρειάστηκε να καταφύγει και σε υποχρεωτική υποβολή ορισμένων δηλώσεων μέσω Διαδικτύου...

Χρειάστηκε μόνο μερικές ημέρες για να κάνει δημοφιλή την υπηρεσία ενημέρωσης εκκαθάρισης μέσω **SMS**.

Πάνω από **130.000** άνθρωποι έχουν ήδη εγγραφεί.

Αναλφάβητοι στους υπολογιστές, διδάκτορες στα κινητά»

Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 25 Ιουνίου 2006

«Αναλφάβητοι στους υπολογιστές, διδάκτορες στα κινητά»



Internet

3 χρόνια= 300.000 χρήστες

(δωρεάν υπηρεσία και με έκπτωση φόρου για ηλεκτρονική υποβολή)

Κινητή τηλεφωνία

Μερικές μέρες= 130.000 χρήστες

Το Internet στην Ελλάδα σήμερα: Στάσιμο & μάλλον αδιάφορο για τους καταναλωτές



Στάσιμο

Η χρήση του internet στην Ελλάδα στην ουσία δεν αυξάνεται

- > TGI/ 2004: **16,1%** 2006> **19.2%**
- > WEB-ID/ 2004: **29,8%** 2006> **32,4%**

Δεν προσελκύει νέους «πελάτες»

Πρόθεση μελλοντικής χρήσης

- > 2003: **9,3%** 2006: **6,9%** (πηγή: Web ID)

Αδιάφορο

- > **60.7%** δηλώνει «αδιάφορο» σε ότι αφορά την πρόθεση χρήσης
- > Στην ερώτηση «αν εξαφανίζονταν το Internet τι θα νιώθατε» αδιαφορία δηλώνει
 - ο **29%** των μνημόνων(!) χρηστών
 - ο **56%** των πρακτικών
 - ο **59%** των πρόθυμων
 - ο **86%** των επιφυλακτικών

Το Internet δεν μπαίνει στο ελληνικό σπίτι



Χρήση στο σπίτι 18,6% (πηγή Eurostat)

ΠΡΟΤΕΛΕΥΤΑΙΟΙ στην ΕΕ των 25 (μ.ο 48%)



Προφανώς δεν φταίει... το μεσογειακό κλίμα

(Χρήση στο σπίτι: Ιταλία 39%, Ισπανία 36%, Κύπρος 32%)

Συμπέρασμα: Το Internet ως προϊόν δεν «πουλάει»



- > Δεν έχει ταυτότητα
- > Δεν προσελκύει νέους "πελάτες"
- > Έχει αρνητική δημοσιότητα
- > Δεν θεωρείται απαραίτητο. Σε αντίθεση πχ με την κινητή τηλεφωνία δεν έχει πείσει για την αναγκαιότητα του.
- > Δεν έχει δημιουργήσει σχέσεις «εξάρτησης/ ανάγκης»
- > Οι καταναλωτές μπορούν να κάνουν και χωρίς αυτό

Project: "Re-branding the Internet"



Τι προτείνουμε:

- > **Να αντιμετωπίσουμε το Internet ως προϊόν**
- > **Να το παρουσιάσουμε ξανά στους Έλληνες καταναλωτές**

Πως;

- > **Με έρευνα** και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων
- > **Με «Επανατοποθέτηση»** της «μάρκας» στην αγορά
- > Να βρούμε **ποιες αξίες** θέλουμε να έχει και **πως θα τις επικοινωνήσουμε**
- > Να βρούμε σε **ποιους απευθυνόμαστε** - το κοινό του Internet
- > Να θέσουμε **συγκεκριμένους ποσοτικούς στόχους** (τι θέλουμε να πετύχουμε; για ποιά αύξηση μιλάμε και πως μπορεί να επιτευχθεί;)

Project: "Re-branding the Internet"...στην πράξη



- > **Κοινή διαφημιστική εκστρατεία με τη συμμετοχή κράτους – εταιριών. Στόχος: Η θετική προβολή του Internet.**
- > **Λογότυπο της προσπάθειας - εμφάνισή του στην επικοινωνία όλων των εταιριών και σε site του Δημοσίου, των εταιριών, portals κλπ.**
- > **Δημιουργία portal**
- > **Πρότυπο: Η εκστρατεία «Η πειρατεία σκοτώνει τη μουσική»**

➤ Συντονισμένη «προϊόντική πολιτική» με στόχο:

- Να δώσουμε στο «προϊόν» **χρώμα, ταυτότητα...χαρακτήρα**
- Να δημιουργήσουμε **excitement και θετική σχέση**. Να **αντιστραφεί η αρνητική δημοσιότητα**
- Να γίνει **γνωστό τι προσφέρει το Διαδίκτυο** (ηλ. διακυβέρνηση, πηγή ενημέρωσης και εκπαιδευτικό εργαλείο)
- Να **καταρριφθεί ο μύθος του "ακριβού" Internet**. Πλέον υπάρχουν πακέτα ADSL με **17-18 ευρώ** τον μήνα. (όσο 3 καφέδες, ή δύο σινεμά).
- Να γίνει το **Internet... trend**. Να γίνει **fun**. Η χρηστική του πλευρά να μην υποσκελίζει την διασκεδαστική του πλευρά (ιδιαίτερα για τους νέους)
- Να γίνει αίσθηση πως «**πρέπει**» να είσαι «**μέσα**» σε αυτό που συμβαίνει

**Ίσως περισσότερο από απάντηση στο
WWWWhy...**

**Να πρέπει να δούμε το
WWWWhat (to do)**

Ευχαριστώ για την προσοχή σας