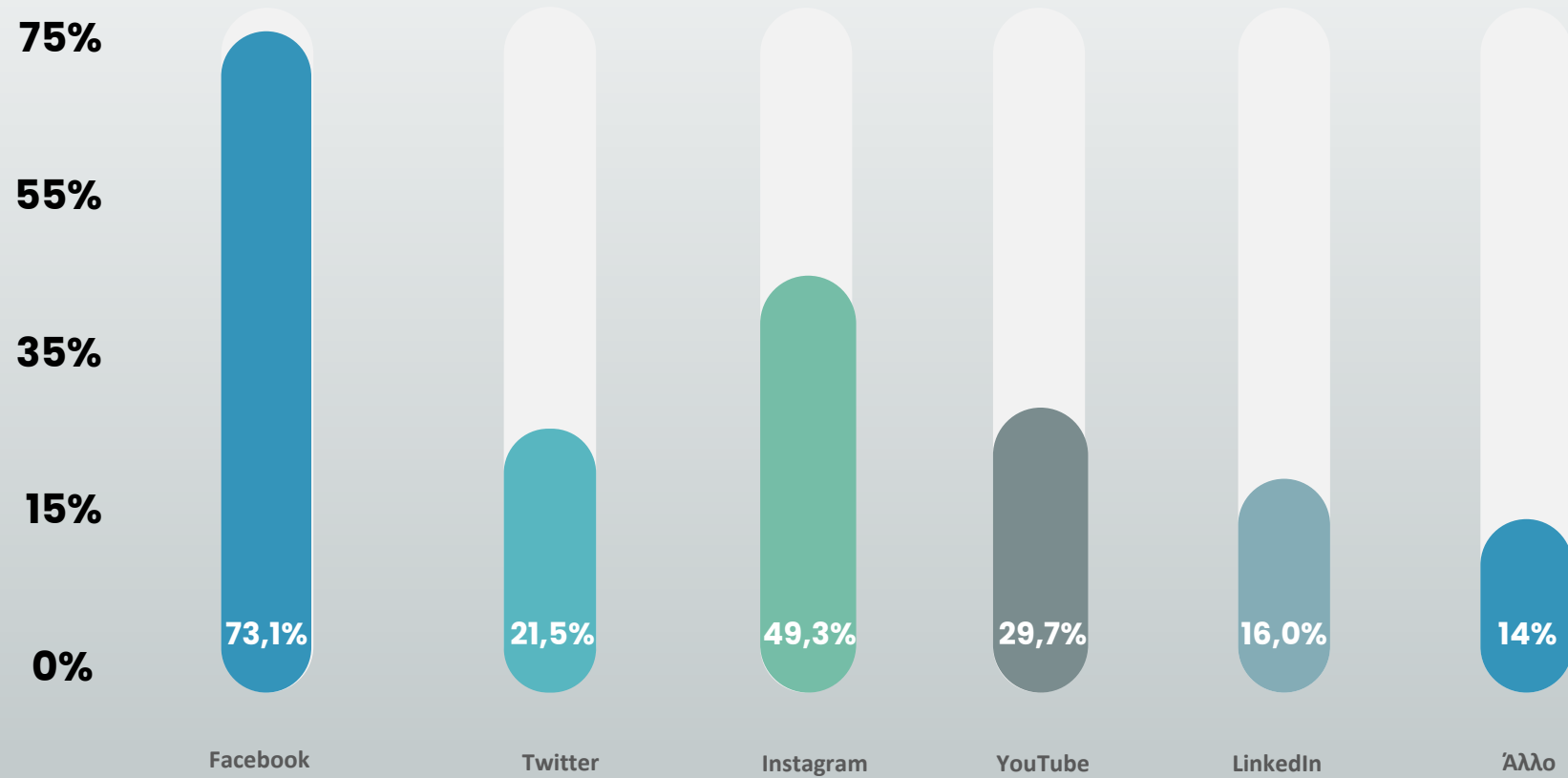


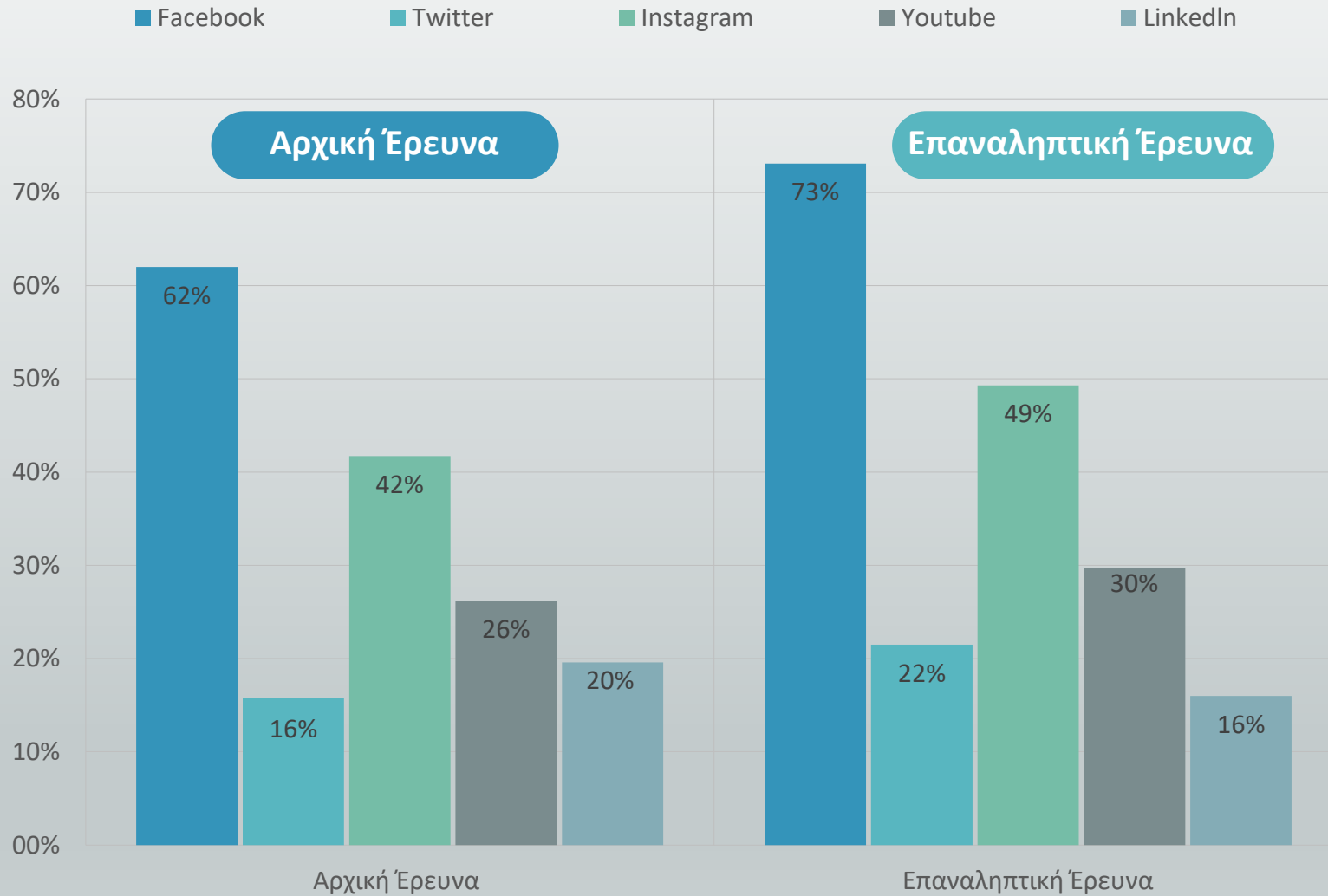
«Σύνοψη Ειδικής Επαναληπτικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων του σύγχρονου online-marketing και των εφαρμογών internet analytics κ.λπ.»

«Πιλοτικές Δράσεις Ερευνών της Κινητικότητας, της Δυναμικής και της Διάγνωσης των Αναγκών της Αγοράς της Τοπικής Εργασίας (ΔΑΑΕ) στη Δυτική Αθήνα, στο πλαίσιο του Έθνικού Συστήματος ΔΑΑΕ»

Διερεύνηση του είδους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν οι εταιρείες



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης του είδους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν οι εταιρείες

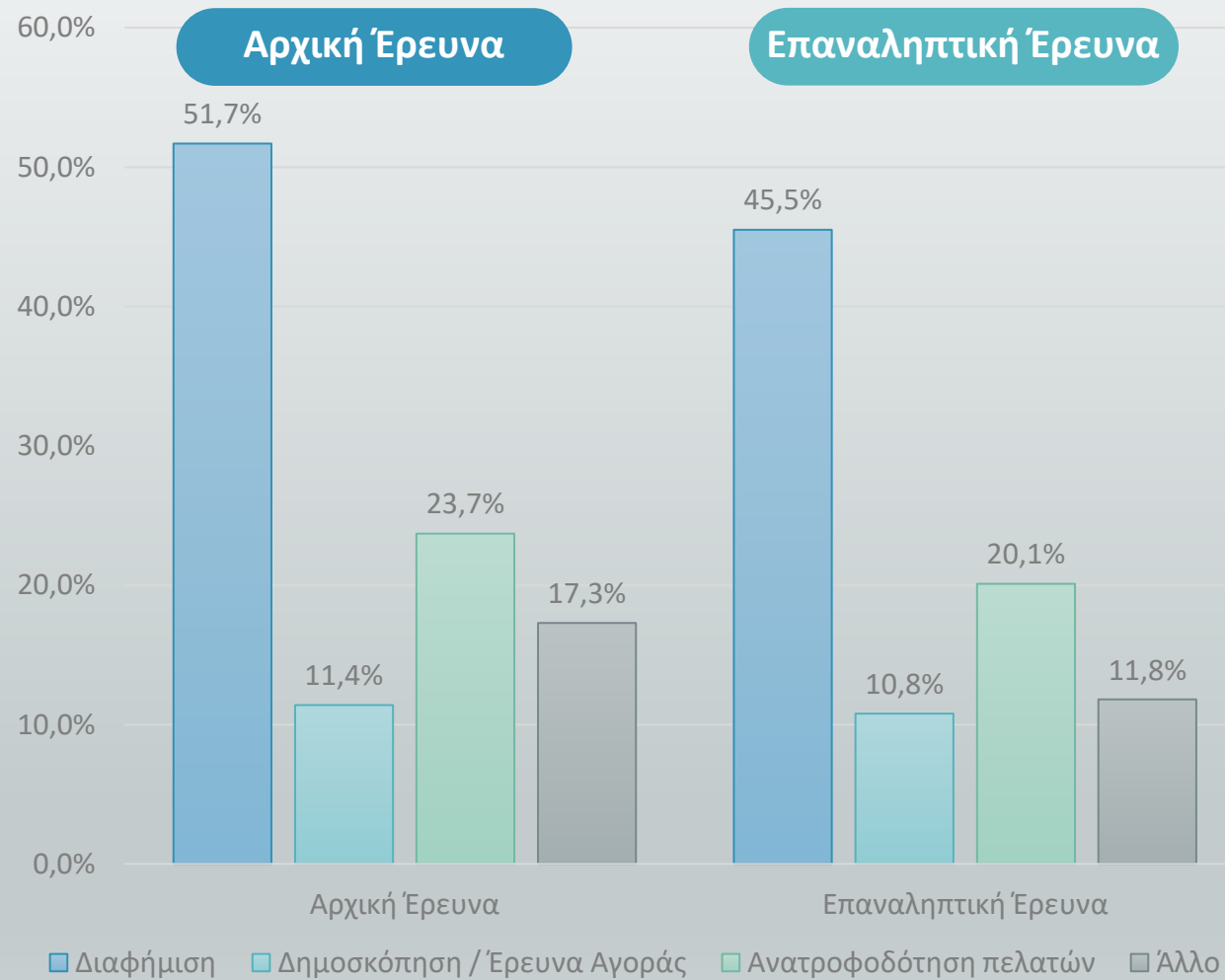


Το πλέον διαδεδομένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης που κατά κύριο λόγο χρησιμοποιούν οι εταιρείες είναι το Facebook και ακολουθεί το Instagram με αυξητικές τάσεις και για τα δύο μέσα. Συγκεκριμένα στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό χρήσης Facebook έχει αυξηθεί κατά 11,1 ποσοστιαίες μονάδες από την αρχική (έχει ανέλθει στο 73% από 62% της αρχικής) ενώ το ποσοστό χρήσης του Instagram έχει ανέβει στο 49% (αύξηση κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες μεταξύ αρχικής και επαναληπτικής έρευνας).

Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης του «σκοπού» χρησιμοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

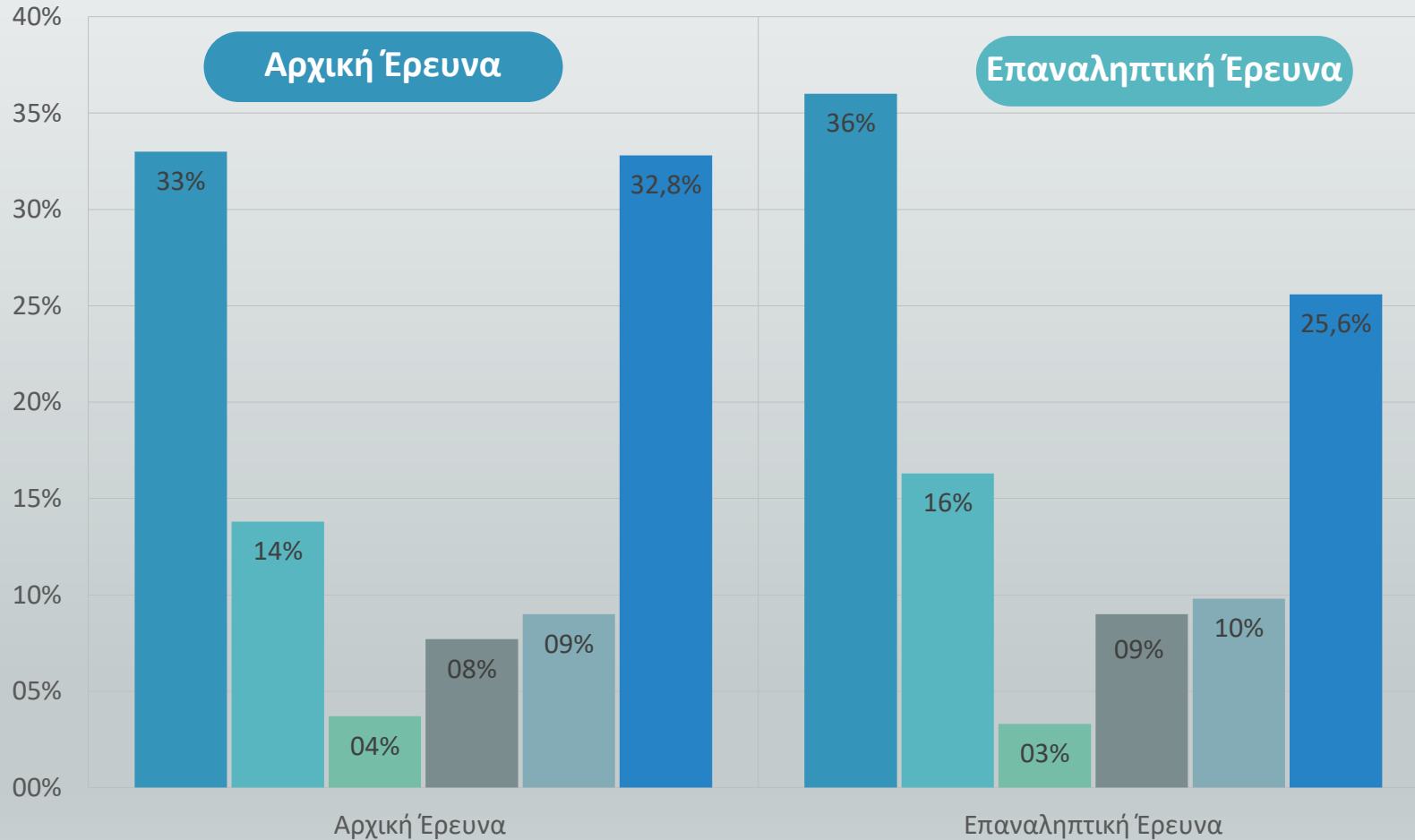
Οι εταιρίες φαίνεται να αξιοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά κύριο λόγο για διαφήμιση αλλά και για ανατροφοδότηση πελατών.

Πρέπει να επισημάνουμε ότι ένα ποσοστό της τάξης του 10% αξιοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τη διενέργεια δημοσκοπήσεων και ερευνών αγοράς.



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης χρήσης «Offline Marketing» από τις επιχειρήσεις

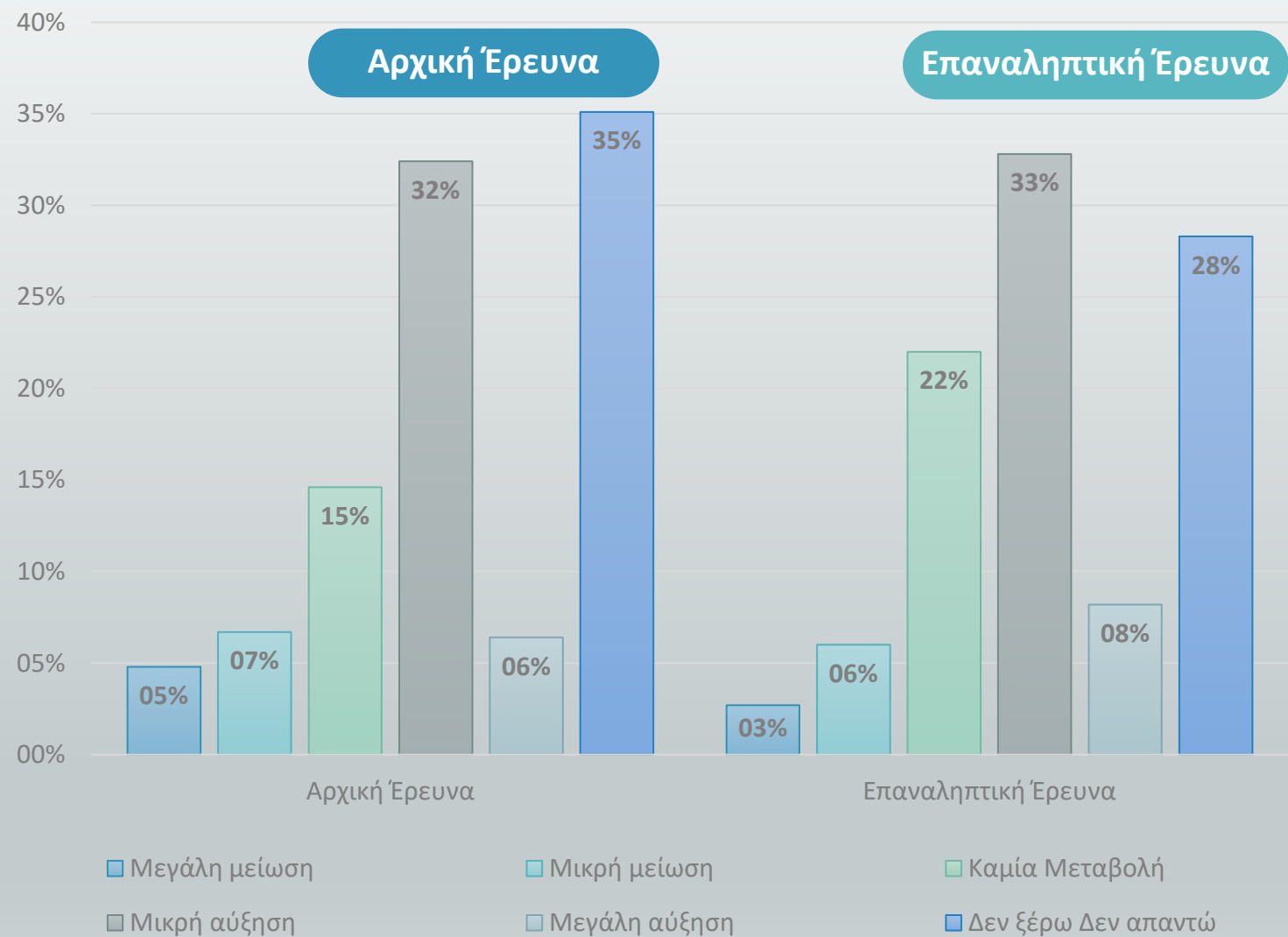
- Διανομή επαγγελματικών καρτων και φυλλαδίων
- Αφισοκολλήσεις
- Χορηγίες
- Διαδημιστικές καμπάνιες στα ΜΜΕ
- Διοργάνωση εκδηλώσεων
- Δεν έχω χρησιμοποιήσει



Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων δηλώνει ότι δεν κάνει χρήση του offline Marketing (33% στην αρχική έρευνα και 26% στην επαναληπτική), ενώ από αυτούς που δηλώνουν ότι έχουν κάνει χρήση offline Marketing, το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ότι κάνει διανομή επαγγελματικών καρτών και φυλλαδίων (33% στην αρχική έρευνα και 36% στην επαναληπτική), αλλά και διενέργεια Διαφημιστικών καμπανιών σε ΜΜΕ (14% στην αρχική έρευνα και 16% στην επαναληπτική)

Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης μεταβολής των κερδών μιας επιχείρησης με την χρήση του Offline marketing

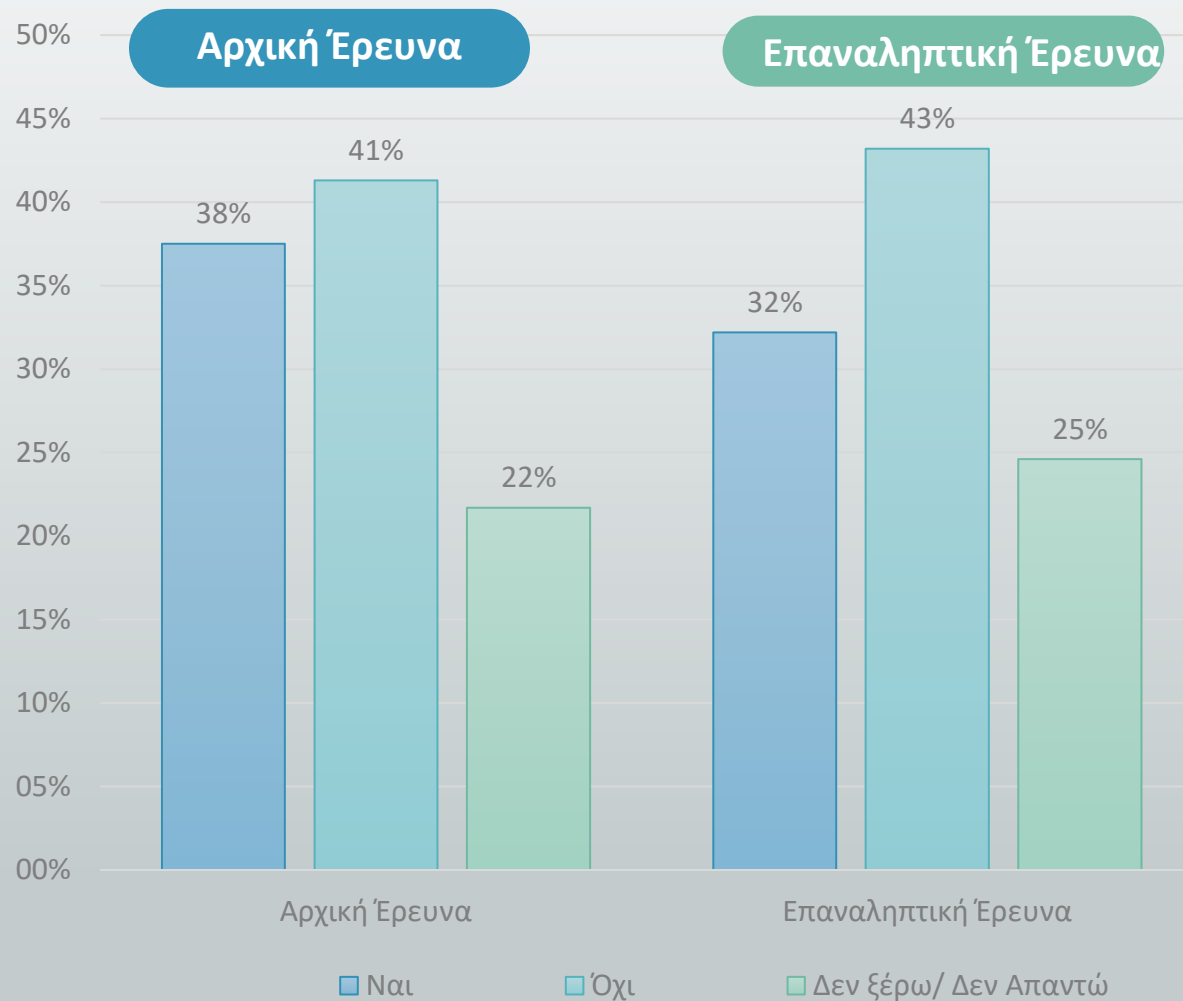
Ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων που έχουν χρησιμοποιήσει Offline marketing δηλώνει ότι παρατήρησε μικρή αύξηση των κερδών του (32% στην αρχική έρευνα και 33% στην επαναληπτική). Εντύπωση προκαλεί ότι ένα ποσοστό (12% στην αρχική έρευνα και 9% στην επαναληπτική) δηλώνει μείωση των κερδών.



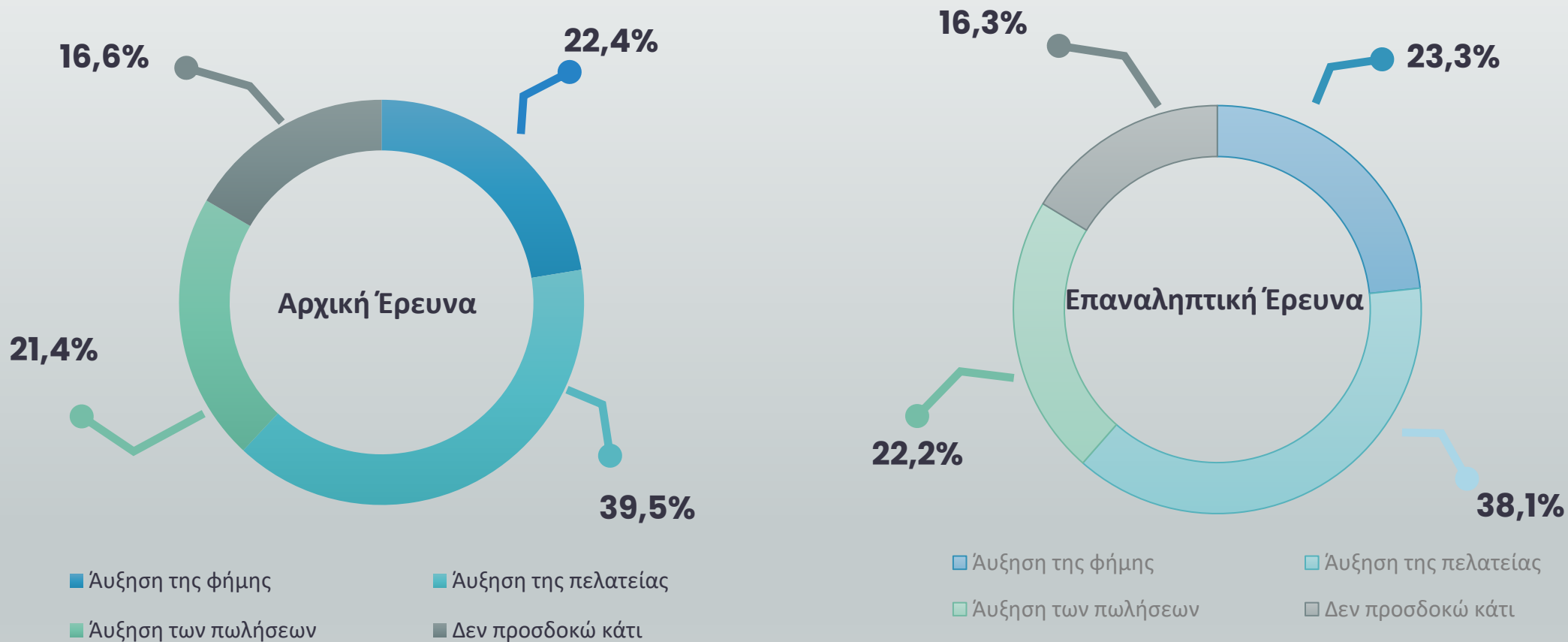
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης εφαρμογής η και γνώσης των εφαρμογών Digital Marketing

Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην ερώτηση αν γνωρίζουν και αν εφαρμόζουν το Digital Marketing στην πλειοψηφία τους και στις δύο έρευνες απάντησαν «Όχι».

Στην αρχική έρευνα το ποσοστό που απάντησε «Ναι» έφτασε το 37,5% ενώ στην επαναληπτική μειώθηκε κατά 5,3 ποσοστιαίες μονάδες και έφτασε το 32,2%.

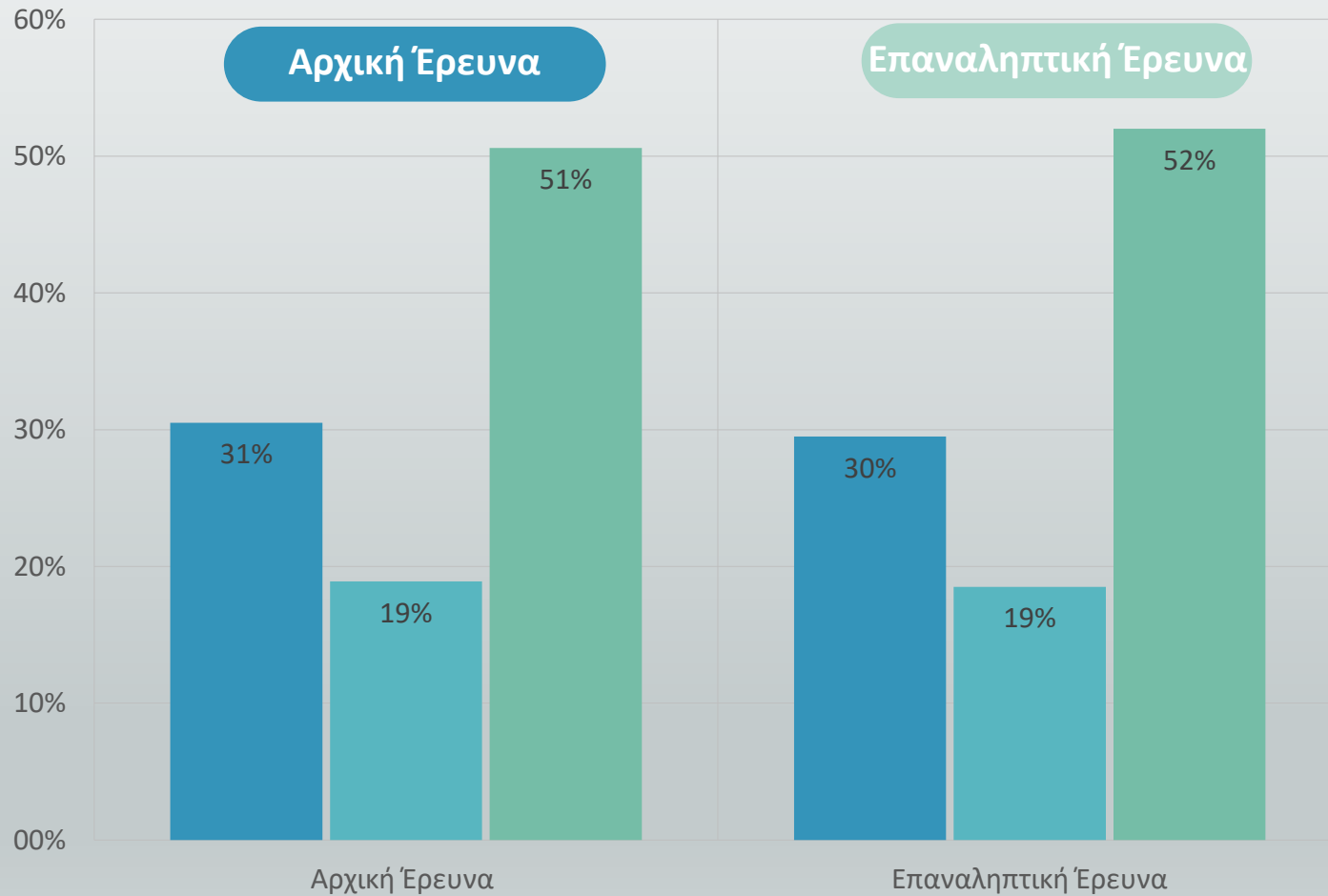


Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης των αποτελεσμάτων του online marketing



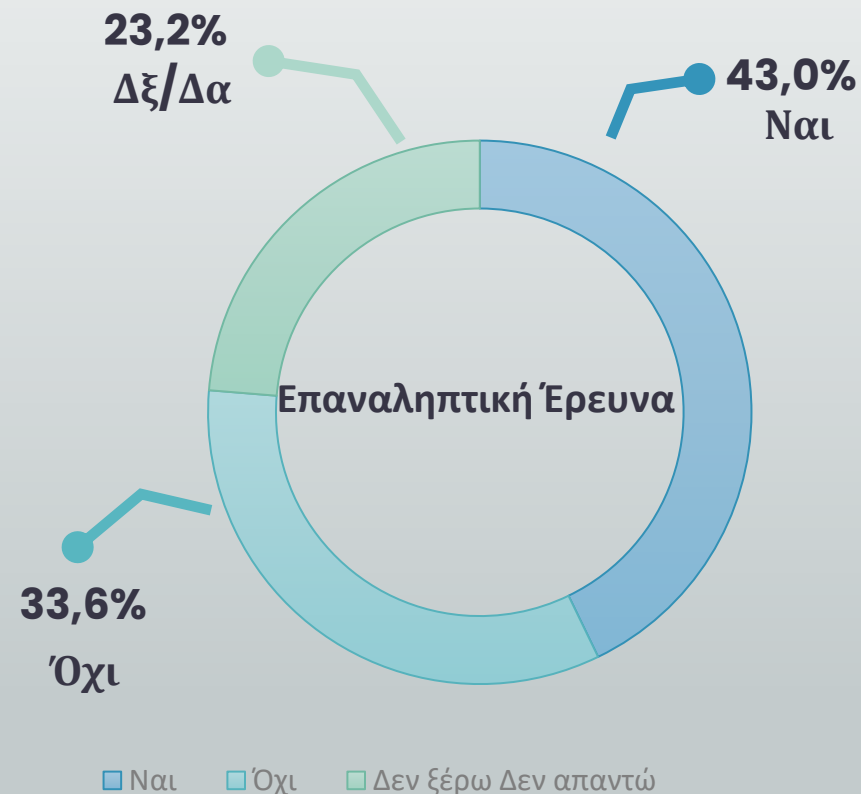
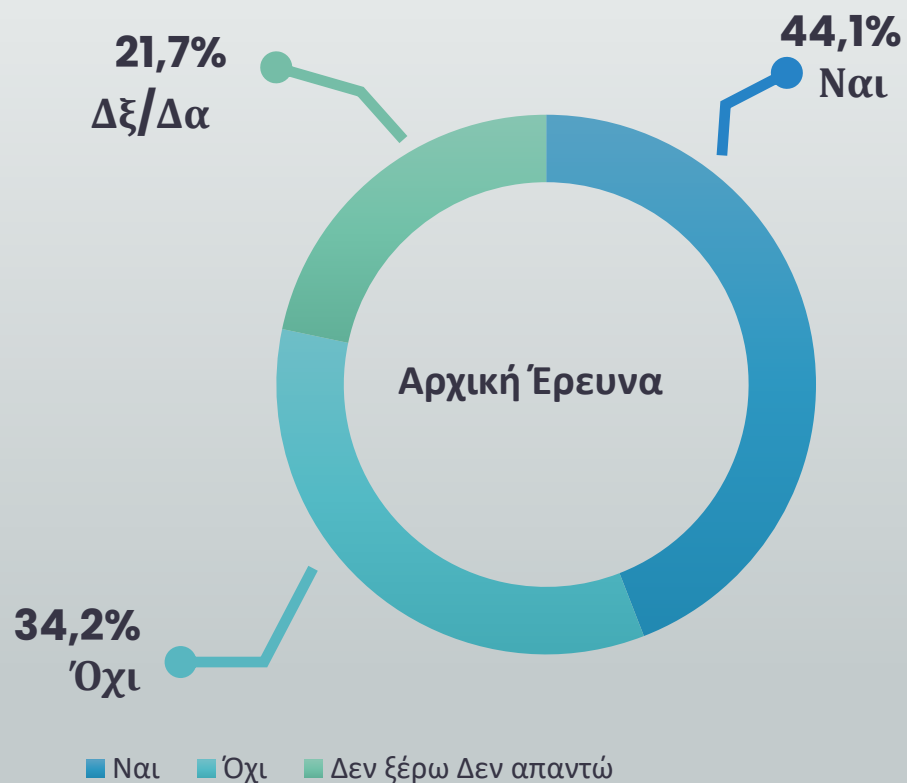
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης διαχείρισης εφαρμογών digital marketing

- Υπάρχει ξεχωριστό τμήμα / ειδικός
- Το έχει αναλάβει διαφημιστική εταιρεία /digital agency
- Δεν γίνονται συστηματικές ενέργειες

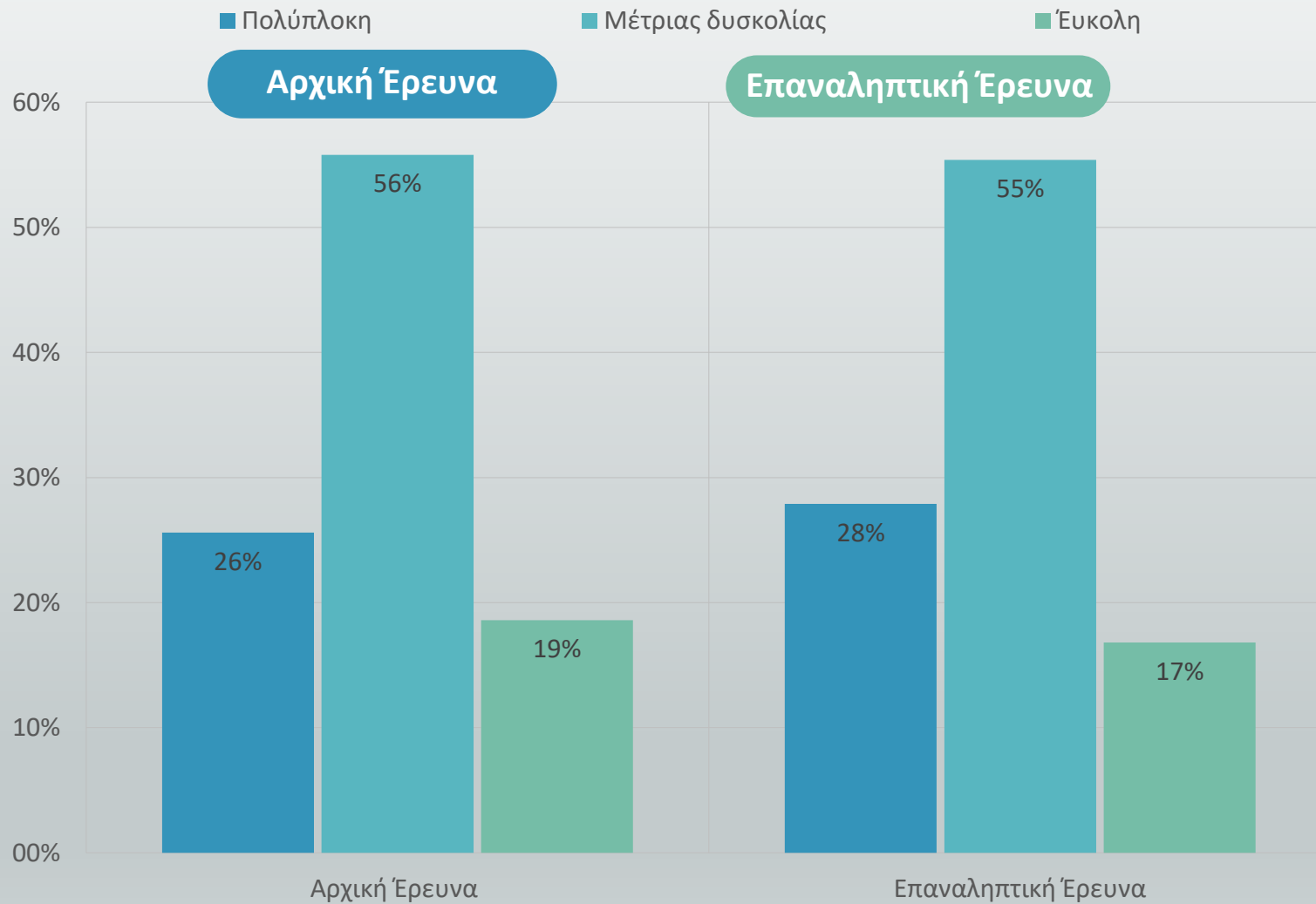


Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην ερώτηση αν διαχειρίζονται εφαρμογές digital marketing απάντησαν και στις δύο έρευνες με ποσοστό άνω του 50% πως δεν γίνονται συστηματικές ενέργειες σε αυτόν τον τομέα.

Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης της πιθανότητας να γίνετε χρήση ειδικών εργαλείων analytics για την παρακολούθηση της επισκεψιμότητας



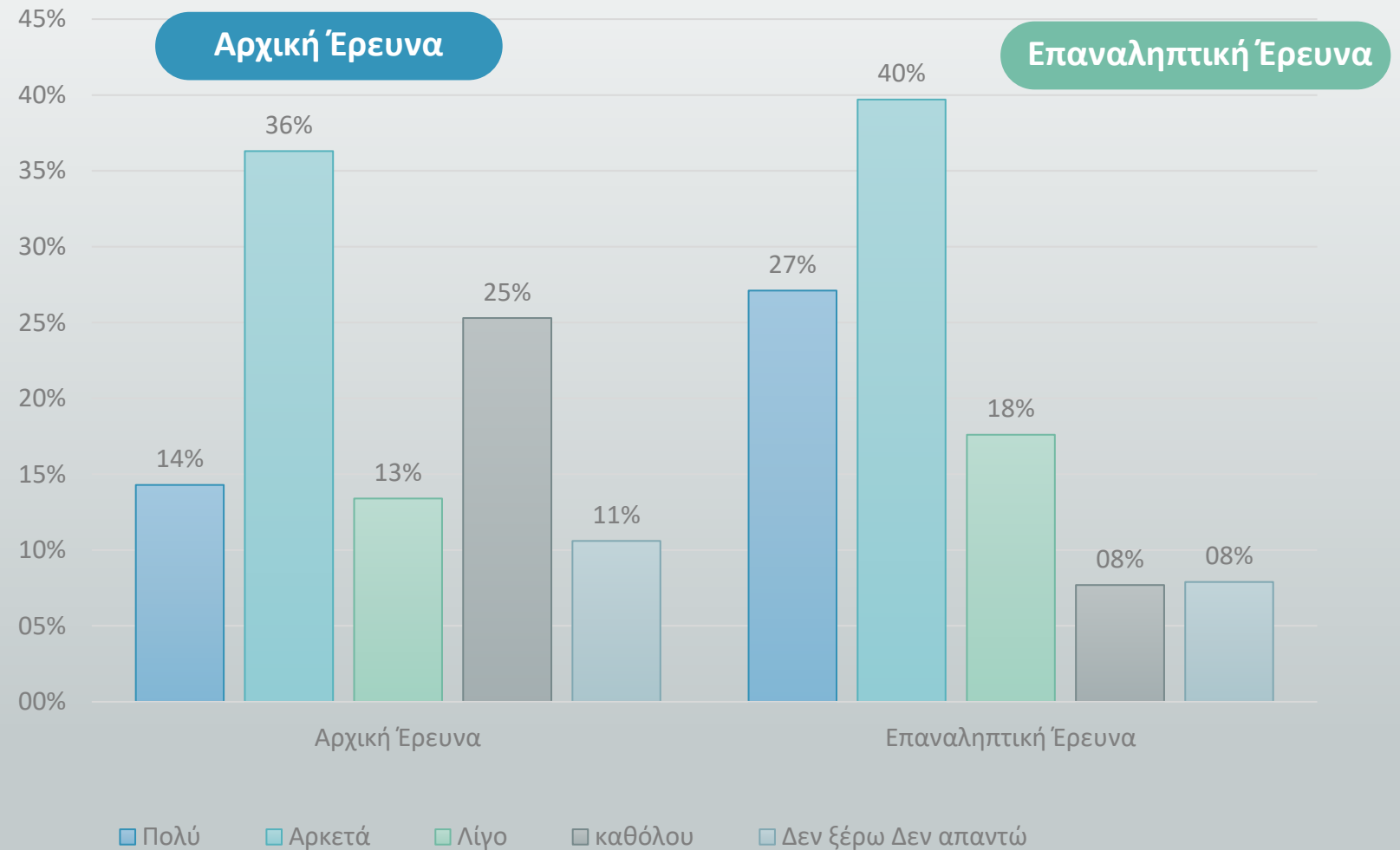
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πολυπλοκότητας εργαλείων analytics



Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κρίνουν πως τα εργαλεία analytics είναι μέτριας δυσκολίας σε ποσοστό 55% τόσο στην αρχική όσο και στην επαναληπτική έρευνα ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 25% τα θεωρεί πολύπλοκα.

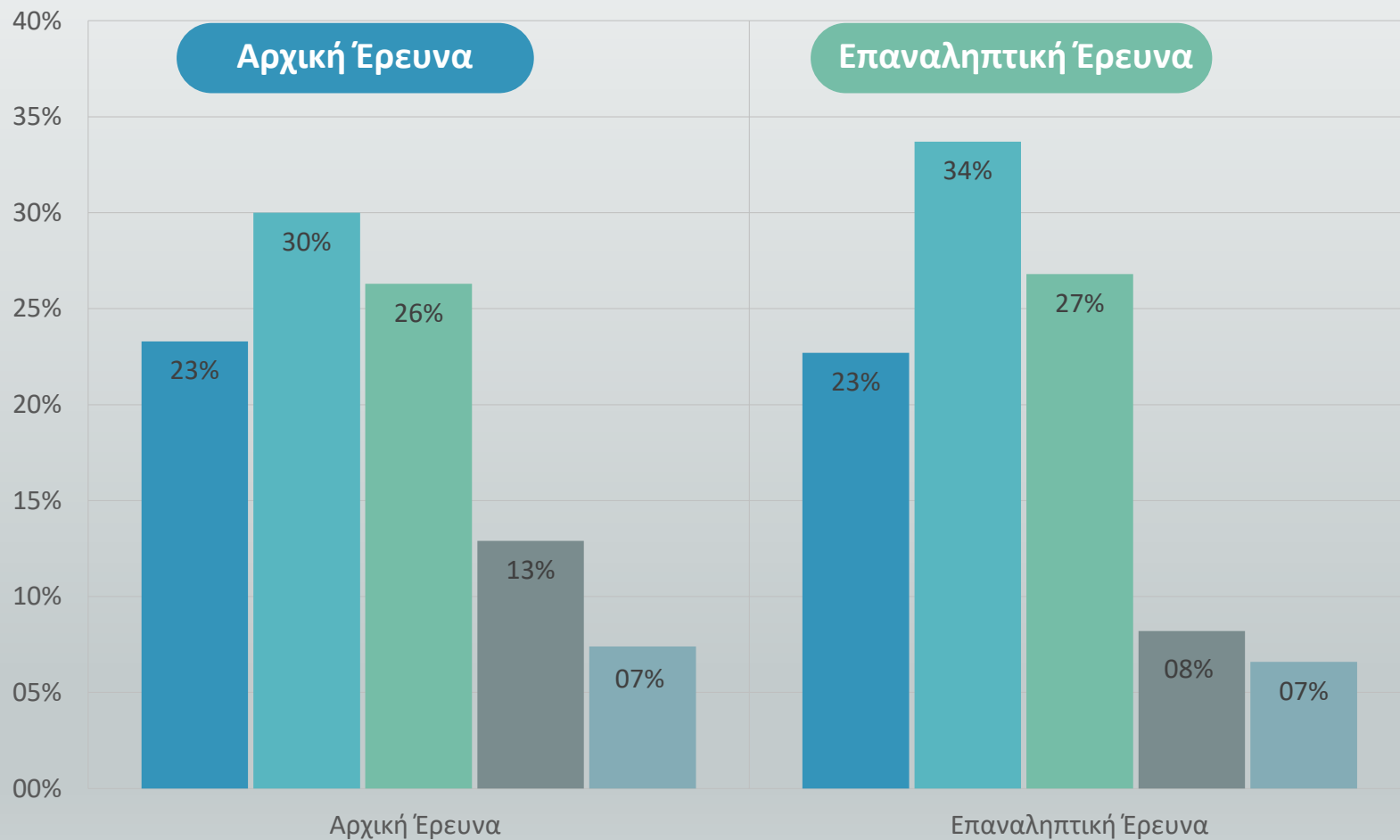
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης επιπτώσεων στο κλάδο την περίοδο της πανδημίας

Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων του κλάδου θεωρούν πως οι επιχειρήσεις επηρεάστηκαν αρκετά κατά την περίοδο της πανδημίας (το ποσοστό στην αρχική έρευνα ανήλθε σε 36,3% και αυξήθηκε κατά 3,4 ποσοστιαίες μονάδες στην επαναληπτική φτάνοντας στο 39,7%). Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό που στην αρχική έρευνα δήλωσε ότι δεν επηρεάστηκε καθόλου και ανήλθε στο 25,3% ενώ στην επαναληπτική το ποσοστό μειώθηκε κατά 17,6 ποσοστιαίες μονάδες και έφτασε το 7,7%.



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης επιπτώσεων της πανδημίας στον κλάδο

■ Μειώθηκε πολύ ■ Μειώθηκε λίγο ■ καμία μεταβολή ■ Αυξήθηκε λίγο ■ Αυξήθηκε πολύ

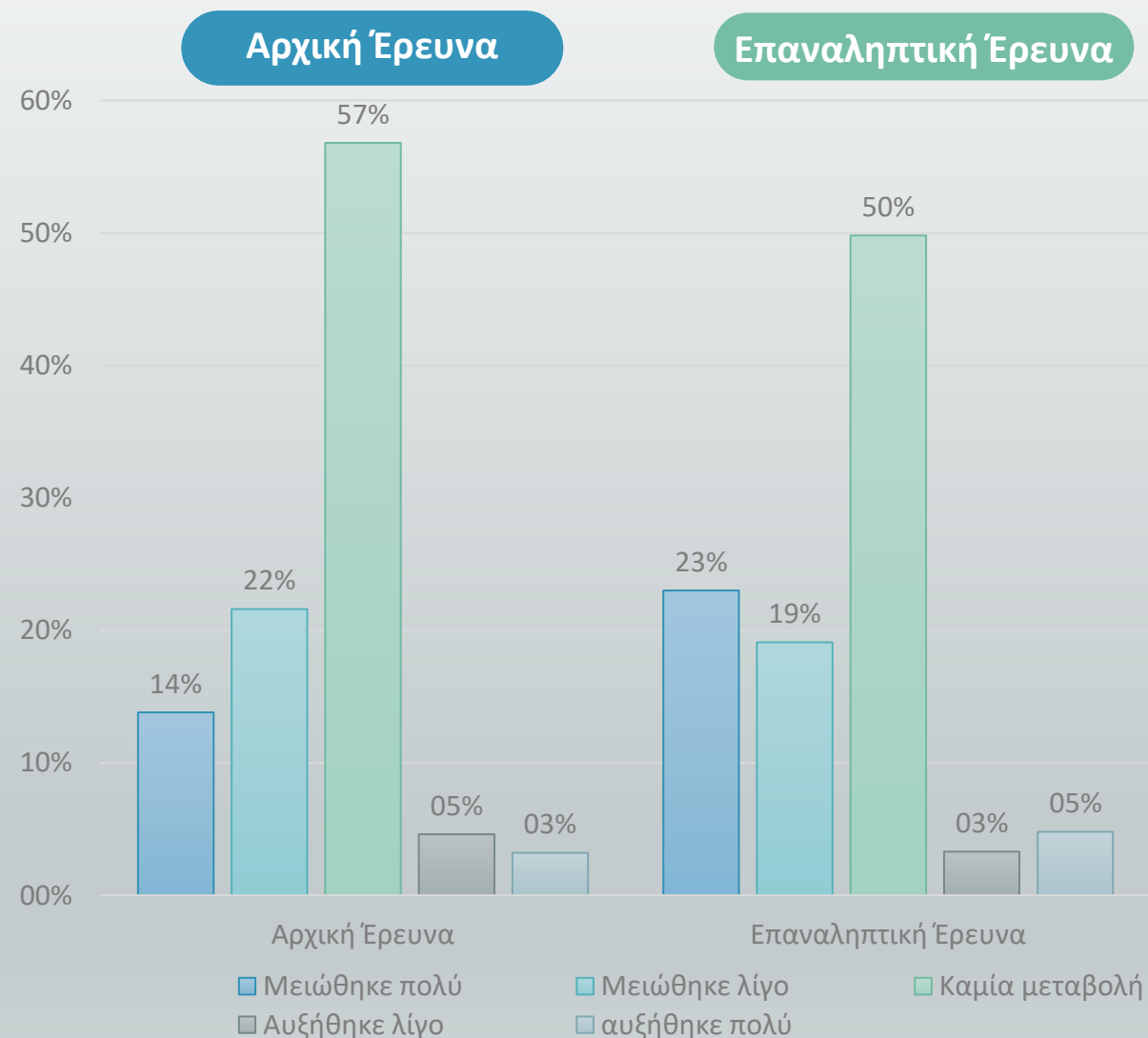


Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην πλειοψηφία τους συμφωνούν ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τον κλάδο (53,3% κατά την αρχική έρευνα και σε 56,4% κατά την επαναληπτική).

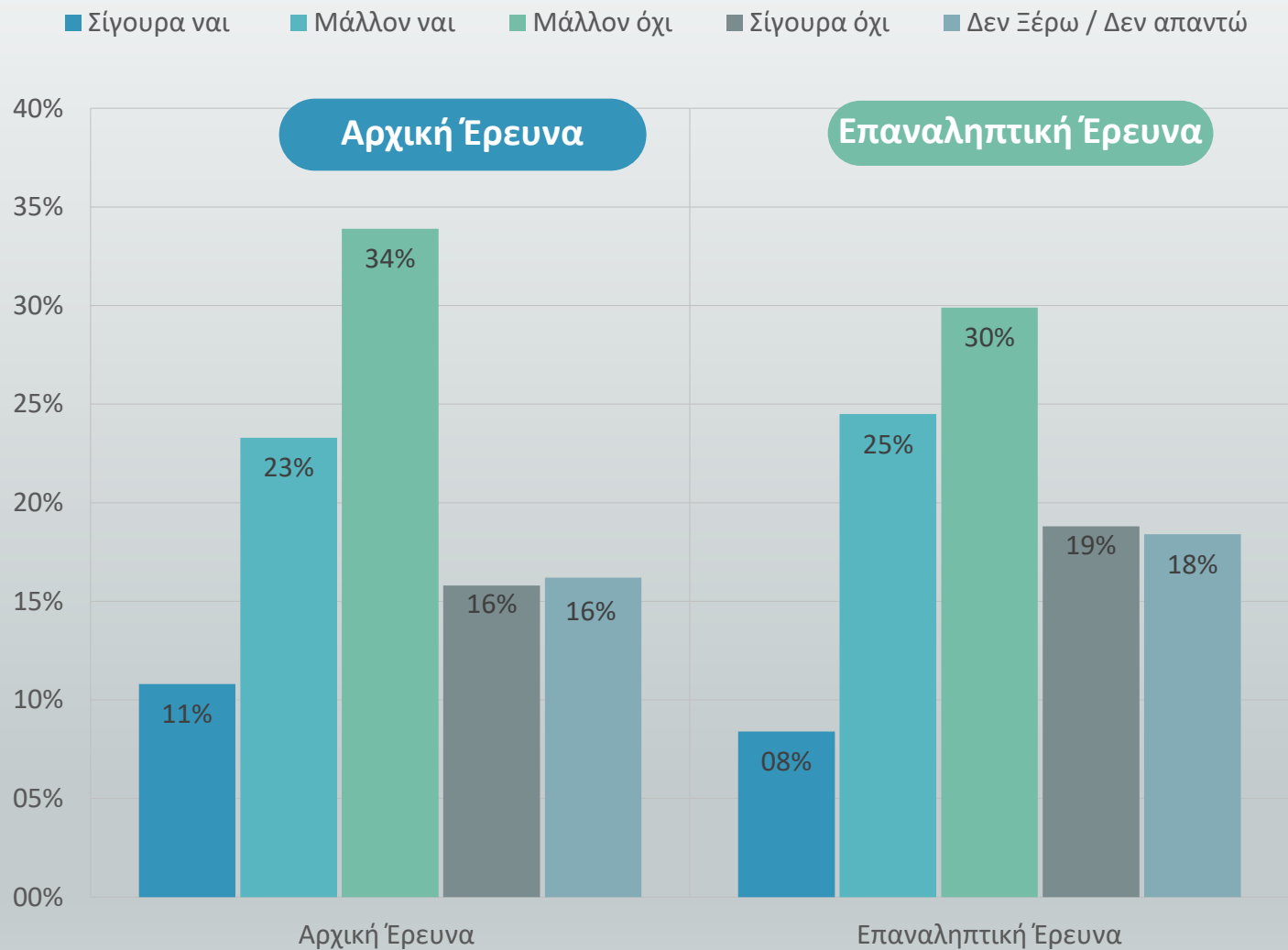
Παρόλα αυτά, ένα σημαντικό ποσοστό (20,3% στην αρχική έρευνα το οποίο όμως μειώθηκε στο 14,8% στην επαναληπτική) δηλώνει ότι καταγράφηκε βελτίωση.

Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης επιπτώσεων της πανδημίας στις εξαγωγές

Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κρίνουν πως δεν υπήρξε καμία μεταβολή στις εξαγωγές εξαιτίας της πανδημίας σε ποσοστό 56,8% στην αρχική έρευνα ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 35,4% κρίνει πως μειώθηκαν. Κατά την επαναληπτική έρευνα παρατηρείται μείωση στα ποσοστά μη μεταβολής κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες και ταυτόχρονα αύξηση κατά 6,7 ποσοστιαίες μονάδες στις επιλογές μείωσης των εξαγωγών.



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πιθανότητας να πραγματοποιηθούν επενδύσεις το επόμενο διάστημα / έτος

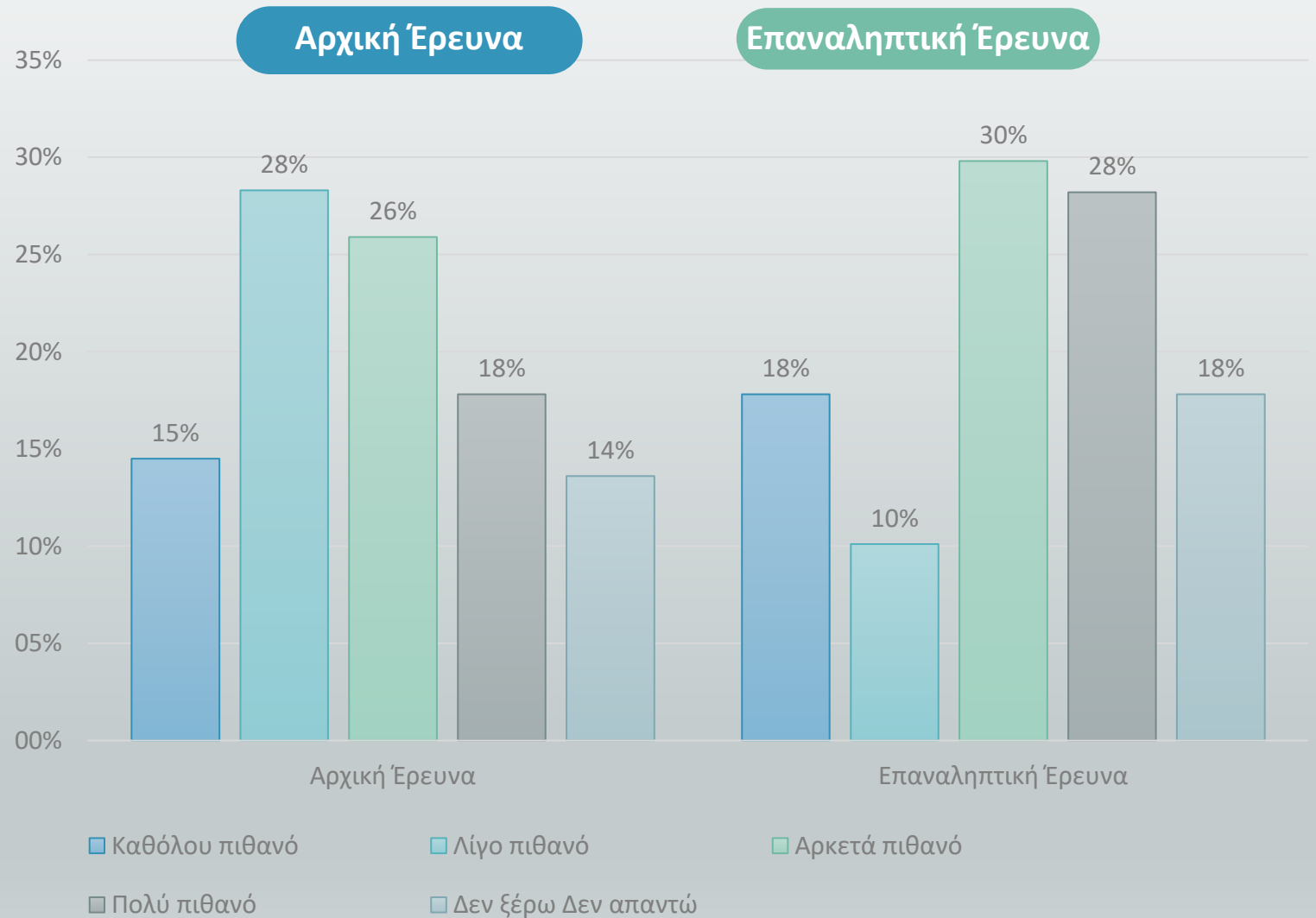


Απαισιόδοξοι εμφανίζονται οι ιδιοκτήτες του κλάδου σε σχέση με την πιθανότητα να προχωρήσουν σε επενδύσεις το αμέσως επόμενο διάστημα.

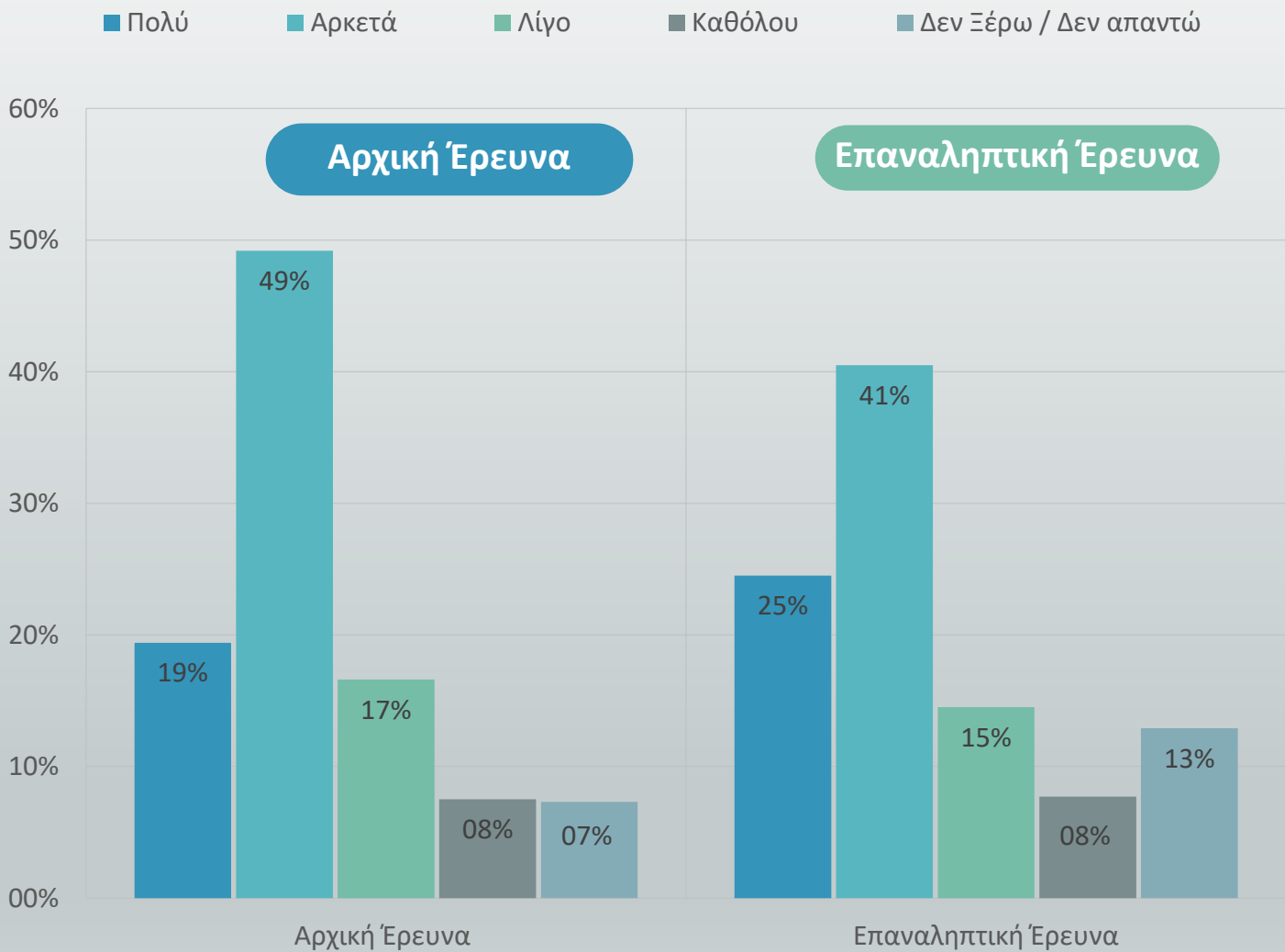
Στην αρχική και στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό που δηλώνει ότι είναι πιθανό να προχωρήσει σε κάποια επένδυση ανήλθε στο 33%.

Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πιθανότητας μεταβολής του αριθμού των εργαζομένων το επόμενο διάστημα

Αναφορικά με την πιθανότητα μεταβολής (αύξησης) του αριθμού των εργαζομένων οι απόψεις του δείγματος είναι μοιρασμένες αφού το 28% των ιδιοκτητών στην αρχική έρευνα και το 30% στην επαναληπτική δηλώνουν ότι είναι «λίγο πιθανό» να προχωρήσουν σε προσλήψεις, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 26% στην αρχική έρευνα και το 28% στην επαναληπτική δηλώνουν ότι είναι «αρκετά πιθανό».



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πιθανότητας οι επιχειρήσεις να επηρεάστηκαν από την είσοδο νέων ψηφιακών τεχνολογικών μέσων

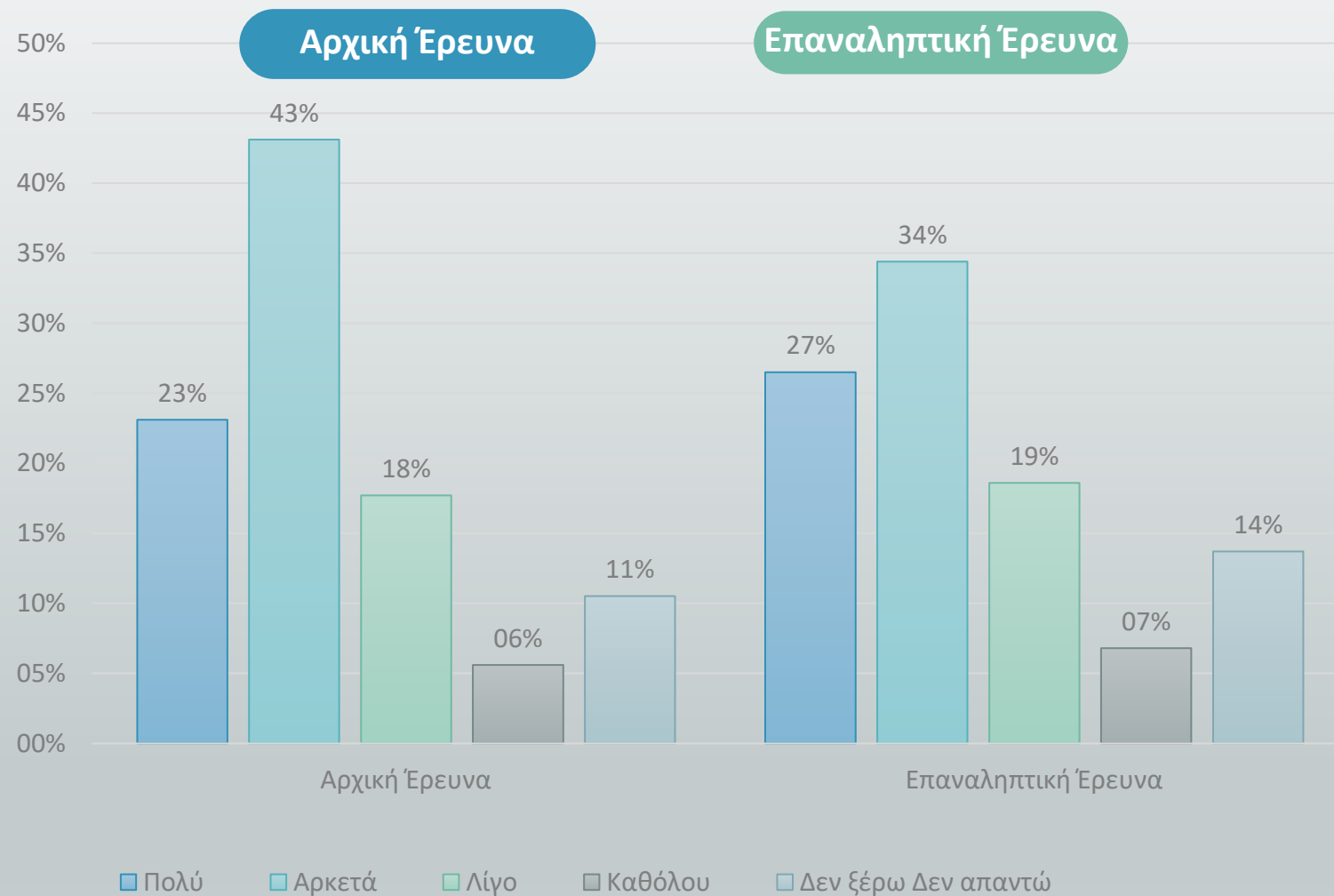


Η συντριπτική πλειοψηφία του κλάδου κρίνει πως οι επιχειρήσεις επηρεάστηκαν σε σημαντικό βαθμό από την είσοδο των νέων ψηφιακών τεχνολογιών.

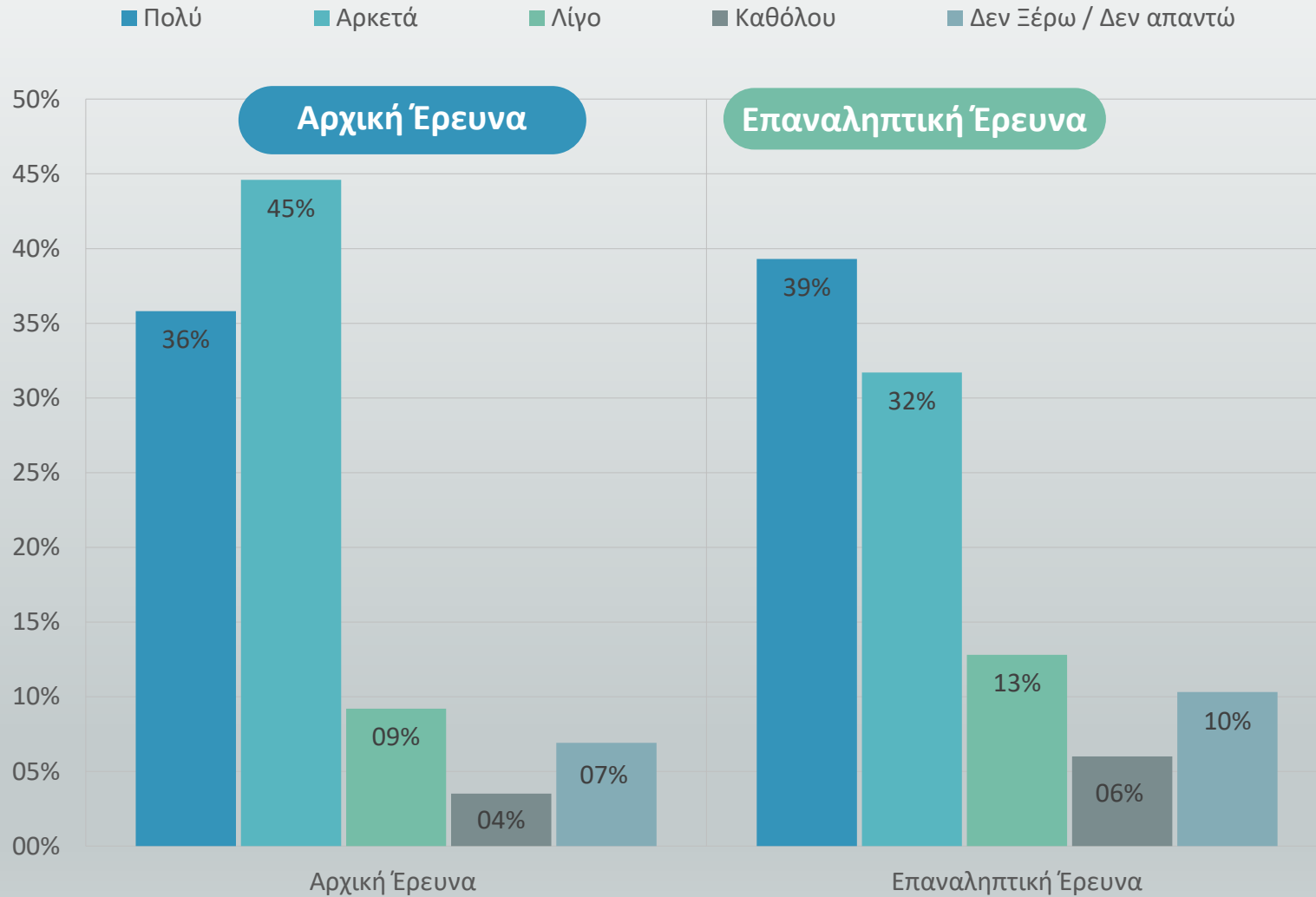
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πιθανότητας να ωφεληθούν οι επιχειρήσεις από τις νέες τεχνολογικές τάσεις που θα επικρατήσουν

Αισιόδοξοι εμφανίζονται οι ιδιοκτήτες του κλάδου σε σχέση με την πιθανότητα να ωφεληθούν οι επιχειρήσεις από τις νέες τεχνολογικές τάσεις.

Στην αρχική έρευνα στις απαντήσεις «πολύ» και «αρκετά» το ποσοστό αγγίζει το 66% και στην επαναληπτική το 61% αντίστοιχα.



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης χρησιμοτητας εξοικείωσης των εργαζομένων στις νέες δεξιότητες που αναπτύσσονται



Οι ιδιοκτήτες του κλάδου κρίνουν πως είναι χρήσιμη η εξοικείωση των εργαζομένων του κλάδου στις νέες δεξιότητες (συμφωνούν με την άποψη αυτή σε ποσοστό που φτάνει το 80,4% στην αρχική και 71% στην επαναληπτική).