

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Με επιτυχία υλοποιήθηκε η επαναληπτική έρευνα με θέμα **«Αξιοποίηση των δραστηριοτήτων του σύγχρονου on-line-marketing και των εφαρμογών internet analytics κ.λπ.»**, του Έργου «Πιλοτικές Δράσεις Ερευνών της Κινητικότητας, της Δυναμικής και της Διάγνωσης των Αναγκών της Αγοράς της Τοπικής Εργασίας (ΔΑΑΕ) στη Δυτική Αθήνα».

Η τεχνολογία μπορεί να καταστρέφει ορισμένες θέσεις εργασίας και να δημιουργεί άλλες, αλλά η σημαντικότερη επίπτωσή της είναι ο μετασχηματισμός θέσεων εργασίας και του περιεχομένου τους. Καθώς η τεχνολογία μετασχηματίζει τις θέσεις εργασίας, το ερώτημα που τίθεται είναι εάν με τη γήρανση του πληθυσμού θα μπορούν οι άνθρωποι να αποκτούν τις δεξιότητες που απαιτούνται προκειμένου να βρίσκουν καλές θέσεις εργασίας στην ψηφιακή εποχή. Εάν όχι, ποιος θα βρεθεί στη λάθος πλευρά του ψηφιακού χάσματος;

Όσοι απασχολούνται σε θέσεις που δεν απαιτούν τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών ενδέχεται να είναι λιγότερο πρόθυμοι να τις χρησιμοποιούν και εκτός εργασίας. Αυτό μπορεί να εξηγήσει το υψηλό ποσοστό ανθρώπων με χαμηλές ψηφιακές δεξιότητες και οι οποίοι δεν χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο.

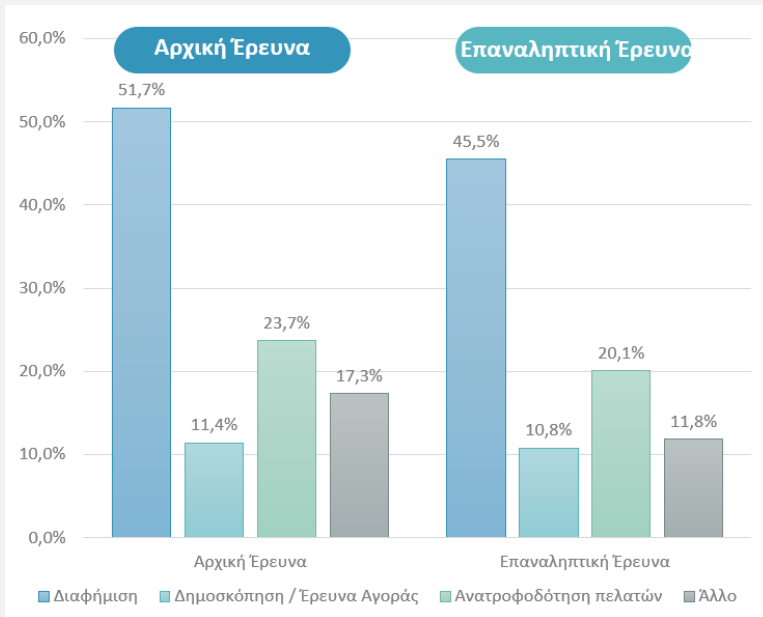
Ορισμένες ομάδες μειονεκτούν ως προς την ικανότητά τους να παρακολουθούν τις εξελίξεις στις ψηφιακές τεχνολογίες που συνδέονται με το επάγγελμά τους. Οι γυναίκες, τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και οι εργαζόμενοι με χαμηλότερη εκπαίδευση, καθώς και οι επαγγελματίες σε θέσεις εργασίας υψηλής ειδίκευσης, οι οποίοι πρέπει να αναβαθμίζουν τις δεξιότητές τους συνεχώς, έχουν περισσότερες πιθανότητες να αντιμετωπίζουν χάσμα μεταξύ των ψηφιακών δεξιοτήτων τους και αυτών που απαιτεί η εργασία τους.

Στόχος της παρούσας ειδικής έρευνας ήταν:

- η διερεύνηση της ζήτησης για online marketing, και ειδικότερα της διείσδυσης των online μέσων,
- η αποτελεσματικότητα αυτών,
- η επίδραση των «Big Data»,
- τα κανάλια που χρησιμοποιούνται,
- το περιεχόμενο, η επίδραση, η χρήση, η διείσδυση και οι τάσεις σχετικά με τα social media,
- ειδικά θέματα πχ. «inbound» marketing, Cross Platform Marketing, Gamification, κ.λπ.).

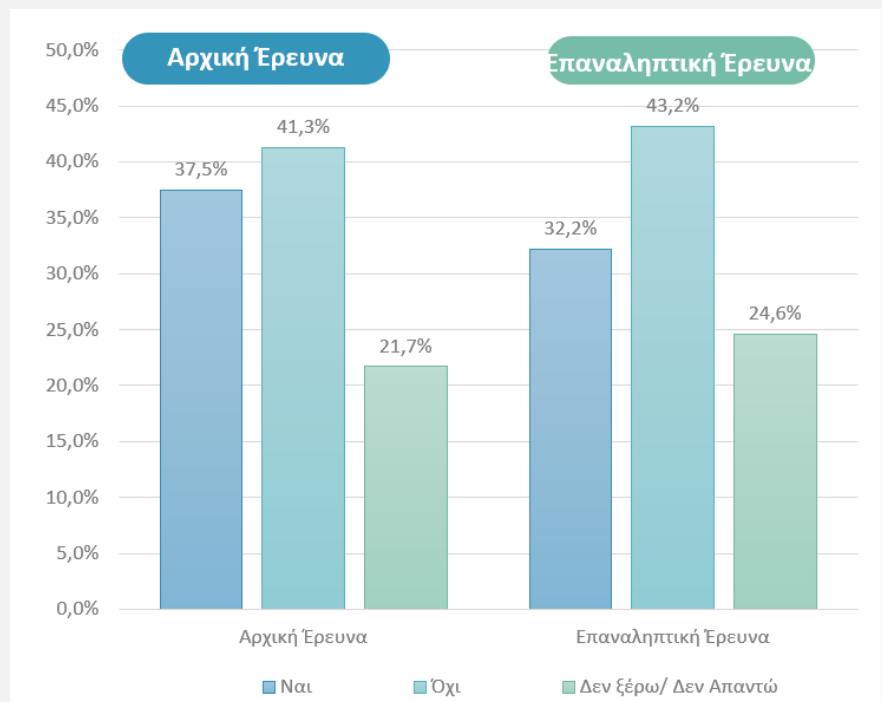
Επιπλέον, διερευνήθηκαν θέματα επενδύσεων (marketing εφαρμογές και υποδομές στον χώρο της τεχνολογίας, παίρνοντας, Operational CRM systems, Customer analytics, Business Intelligence Tools, Predictive modeling, Listening tools, Analytics 2.0 κ.ά.), εξωστρέφειας, και οι τάσεις και ανάγκες δεξιοτήτων κ.λπ..

Τα συγκριτικά αποτελέσματα της αρχικής και της επαναληπτικής έρευνας συνοψίζονται ως εξής:



Ο σκοπός που κάνουν χρήση οι εταιρείες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι κατά κύριο λόγο η διαφήμιση και με μεγάλη ποσοστιαία διαφορά από τις άλλες επιλογές. Στην αρχική έρευνα το ποσοστό αυτό έφτασε στο 51,7% ενώ στην επαναληπτική έρευνα μειώθηκε κατά 6,2 ποσοστιαίες μονάδες παρόλα αυτά παραμένει το υψηλότερο ποσοστό με μεγάλη διαφορά από τις υπόλοιπες επιλογές.

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%.



Για οποιαδήποτε διευκρίνιση παρακαλείστε να επικοινωνήσετε στη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου info@asda.gr

Το έργο εντάσσεται στην εγκεκριμένη Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης της Δυτικής Αθήνας με τίτλο: «Διαδημοτική Εταιρική Σχέση για την Ανάπτυξη της Δυτικής Αθήνας με αξιοποίηση της ΟΧΕ/ΒΑΑ» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αττική» 2014-2020» και συγχρηματοδοτείται από το ΕΚΤ.