



Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
Τμήματος Εφαρμοσμένης Πληροφορικής

Η Λειτουργία Του Ψηφιακού Μάρκετινγκ Στον Κόσμο Του Internet Of Things Ιδιαιτερότητες, Νέες Τάσεις Και Εφαρμογές

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Και Παρουσίαση Ερευνητικών
Μελετών

Διπλωματική Εργασία

Παρουσίαση: Κανλής Μαργαρίτης

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Βλαχοπούλου Μάρω

Θεσσαλονίκη, Ιούνιος 2021

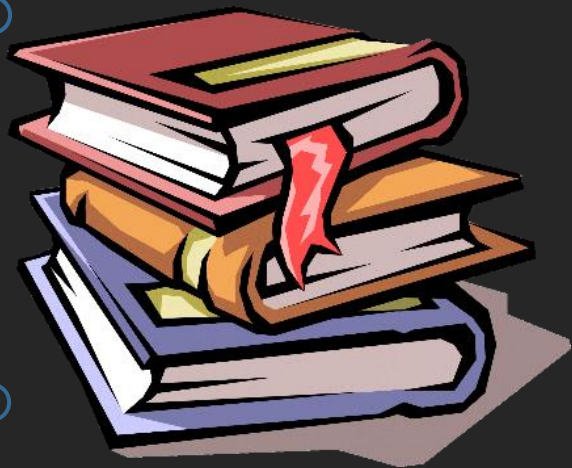
ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ

01 Εισαγωγικό Κεφάλαιο

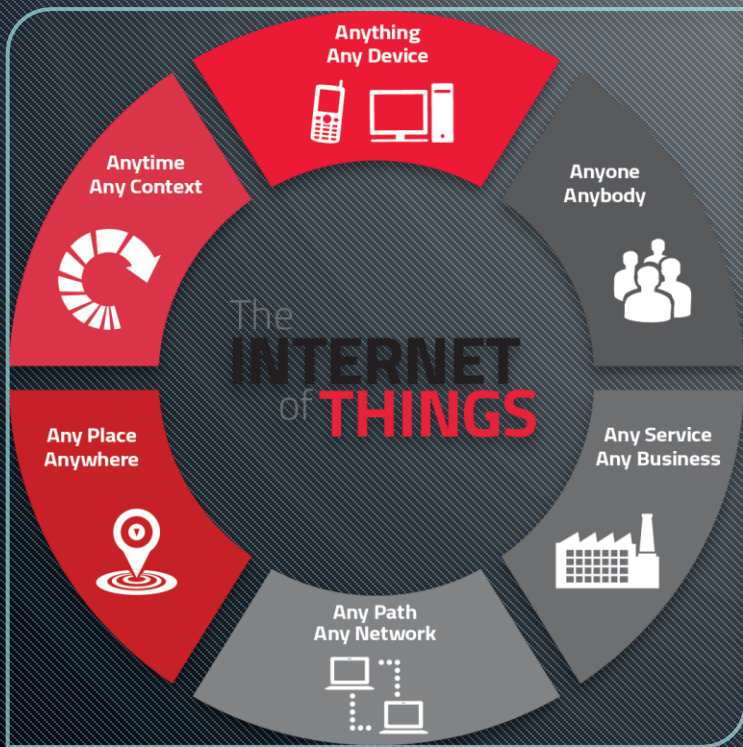
02 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

03 Παρουσίαση Ερευνητικών Μελετών

04 Συμπεράσματα - Επίλογος



ΕΙΣΑΓΩΓΗ



- Ορισμός του υπό μελέτη προβλήματος
- ΙοΤ και Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Πως επηρεάζεται από την έλευση του ΙοΤ η αγορά του ΨΜ;
- Ποια είναι τα σημαντικότερα δεδομένα που πρέπει να έχουμε υπόψιν μας

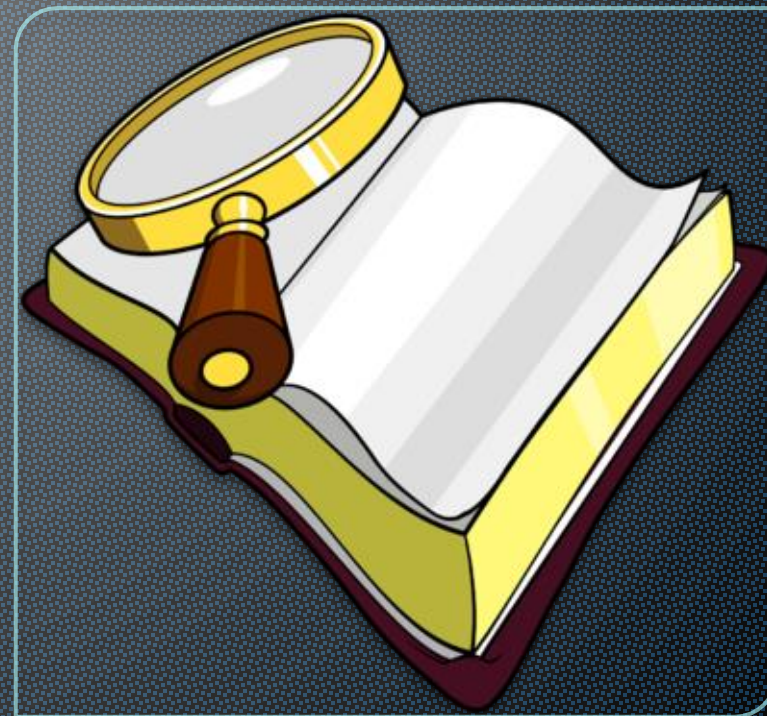
ΣΤΟΧΟΙ



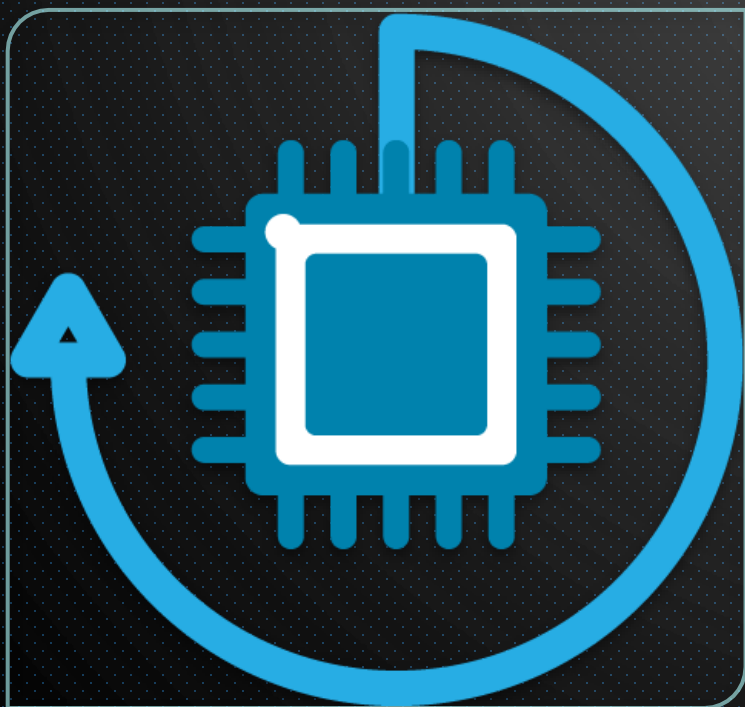
- Παρουσίαση των στοιχείων που επηρεάζονται από την έλευση του IoT στο χώρο του ΨΜ
- Μελέτη, σύνθεση και σύνοψη της σχετικής βιβλιογραφίας
- Εντοπισμός των σημαντικών σημείων που χρήζουν περαιτέρω μελέτης

ΤΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

- Ποιες είναι οι σημαντικότερες έννοιες της τομής IoT και ΨΜ;
- Πως σχετίζονται το IoT και το ΨΜ;
- Πως επηρεάζεται οργανωτικά το μάρκετινγκ αλλά και το branding λαμβάνοντας υπόψιν τα νέα δεδομένα της έλευσης του IoT;
- Ποιος ο αντίκτυπος των έξυπνων προϊόντων στο ΨΜ;
- Ποιες σημαντικές πειραματικές έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με τον αντίκτυπο των έξυπνων συσκευών στο ΨΜ;

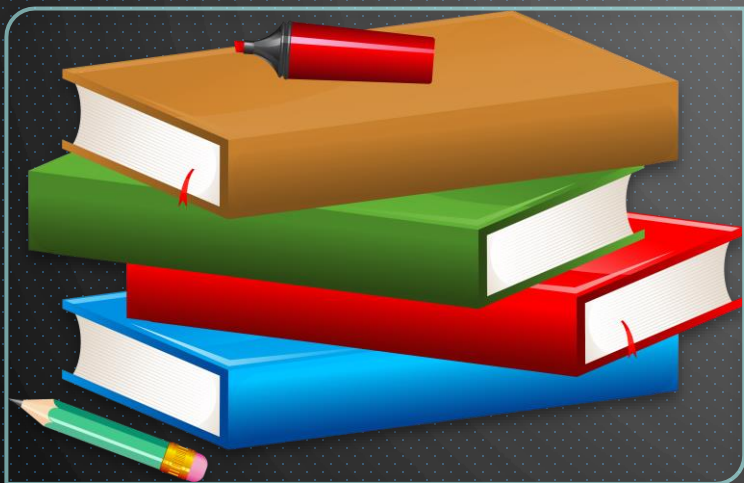


ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ



- Παράθεση κρίσιμων εννοιών που σχετίζονται με την τομή IoT και ΨΜ
- Εμπλουτισμός υπάρχουσας γνώσης στο πεδίο
- Κάλυψη τμήματος του κενού που υφίσταται σε έρευνα επί του συγκεκριμένου πεδίου
- Έναυσμα για πιο εξειδικευμένες έρευνες

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ 1/2



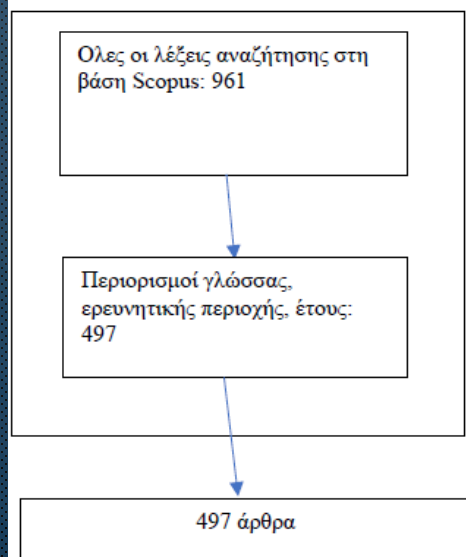
Keywords: Internet of Things, Digital, Marketing, privacy, security

- Μεθοδολογία Webster & Watson (2002)
- Επιλογή δύο SLR ως αρχικά άρθρα για την εξαγωγή keywords (Lu et al, 2018; Ng and Wakenshaw, 2017)
- Βάση Αναζήτησης Scopus
- Ερευνητική Περιοχή “Business, Management and Accounting” και “Computer Science”
- Σειρά κριτηρίων αναζήτησης (άρθρα στην Αγγλική, εκδοθέντα από το 2015 κι έπειτα, δημοσίευση σε περιοδικό ή σε επιστημονικό συνέδριο)

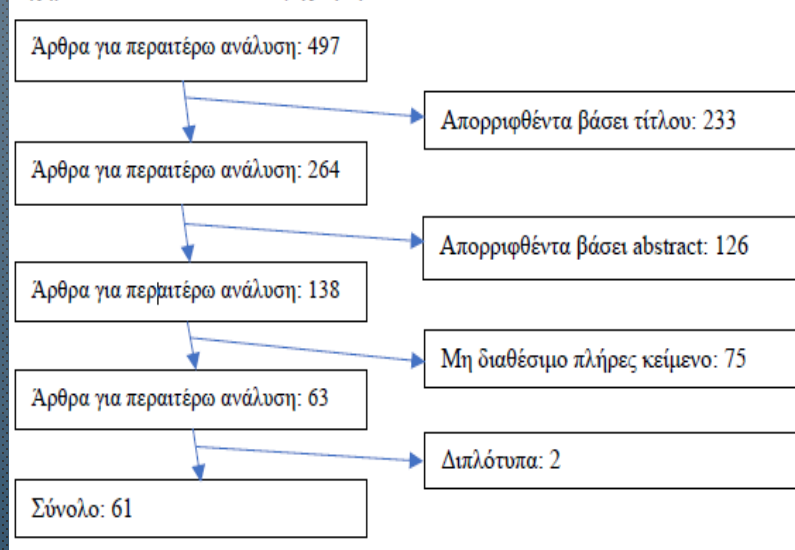
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ 2/2

- Αναζήτηση άρθρων
- Διαδικασία Επιλογής Άρθρων

Σχήμα 1. Αναζήτηση



Σχήμα 2. Διαδικασία επιλογής άρθρων

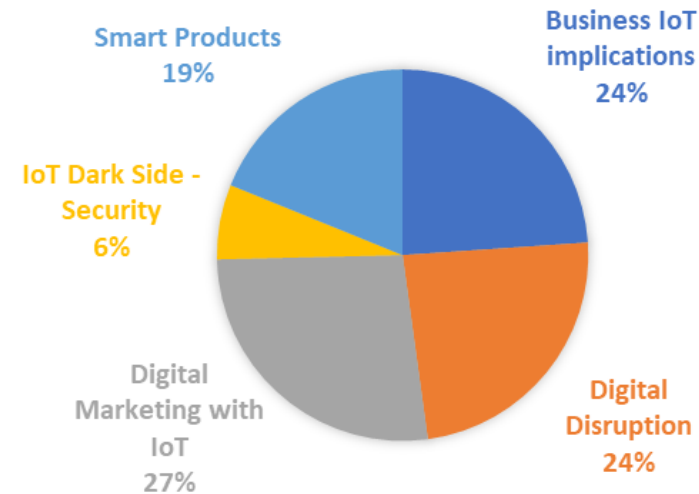


+ Backward Search (8 άρθρα) + Forward Search (4 άρθρα) = 73 άρθρα συνολικά

KENTRIKES ENNOIES

- Business IoT implications
- Digital Disruption
- Digital Marketing with IoT
- IoT Dark Side – Security
- Smart Products

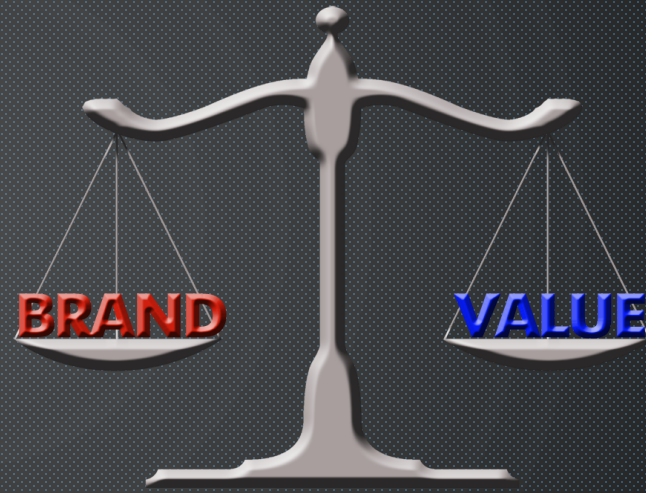
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΝΟΙΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ
ΑΡΘΡΩΝ



INTERNET OF THINGS ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- Επινόηση του όρου IoT από τον Kevin Ashton (1999)
- Τάση virtualization & dematerialization
- Αυξανόμενο ενδιαφέρον και εξάπλωση
- Τεράστια δυνητική επιρροή στον ψηφιακό μετασχηματισμό
- ΨΜ – ψηφιακά κανάλια διαφήμισης και προώθησης
- Εξέλιξη σε διαρκώς ρευστό, δυναμικό περιβάλλον
- Τεχνολογικές υποδομές IoT δημιουργούν αλλαγές ισορροπιών
- Ζητήματα ασφαλείας έξυπνων συσκευών που υποστηρίζουν το ΨΜ

INTERNET OF THINGS , ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ BRANDING



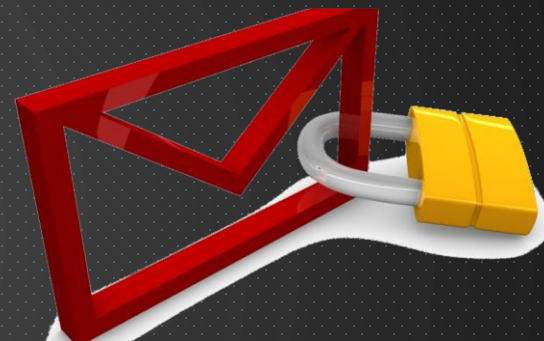
- Ουσία του brand: η πεποίθηση των καταναλωτών ότι εκπληρώνει αυτό που υπόσχεται (Rajani et al., 2019)
- Μειωμένη αποτελεσματικότητα των παραδοσιακών καναλιών marketing
- Πρόσφατη προσπάθεια ολοκληρωμένης εφαρμογής τεχνικών βασισμένων σε IoT
- Αξιοποίηση από τους brand managers της εγγενούς συνδεσιμότητας και ένταξη των σχετικών στρατηγικών στο πλαίσιο marketing
- Επιστράτευση του IoT στα πλαίσια του ΨΜ για την σύνδεση καταναλωτών – επιχειρήσεων (Kumar et al., 2020)
- Σημαντικές επιπτώσεις σε υφιστάμενες τεχνολογίες και δομές των επιχειρήσεων (μεταβίβαση αρμοδιοτήτων στο τμήμα marketing, CRM – τμηματοποίηση πελατολογίου, κ.α.)

ΕΞΥΠΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – WEARABLES ΚΑΙ ΨΜ

- Σημαντική αύξηση της κατοχής και χρήσης smartphones σε συντριπτικό ποσοστό
- Σταδιακή ανάδυση νέας κατηγορίας φορητών συσκευών – διαφόρων τύπων με πρωτοποριακά χαρακτηριστικά και εξαιρετική συνδεσιμότητα (Pardo et al., 2020)
- Πολλοί τύποι και είδη wearables
- Τρεις αρχές για την αγορά του μέλλοντος: εμπιστοσύνη, επιρροή, εξατομίκευση
- Δόμηση των στρατηγικών ΨΜ σταδιακά όλο και περισσότερο γύρω από τα wearables
- Πρωτοποριακά συστήματα και τεχνικές δομούνται γύρω από το IoT (gamification, proximity marketing, κ.α.)



ΑΣΦΑΛΕΙΑ - ΙΔΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑ



- Πολλές δυνατότητες των τεχνολογιών IoT δύνανται να βλάψουν σημαντικά τις σχέσεις των επιχειρήσεων με τους καταναλωτές
- Εντονες ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής από την τεράστια συγκέντρωση δεδομένων – ανάγκη για ρύθμιση από κρατικές αρχές
- Ζητήματα ηθικής φύσεως – όχι μόνο νομιμότητας
- Διαφάνεια, ιδιοκτησία δεδομένων, διαχείριση
- Πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν η ασφάλεια και η ακεραιότητα των δεδομένων κατά τη συγκέντρωση κι ανάλυση αυτών από τις εμπλεκόμενες εταιρίες
- Οι αντιληπτοί κίνδυνοι για τους καταναλωτές – ακόμη κι αν δεν πραγματοποιηθούν - μπορούν να βλάψουν σημαντικά την εικόνα μιας επιχείρησης

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

Επιλέχθηκαν 5 ερευνητικές μελέτες οι οποίες καταπιάνονται με ζητήματα IoT, συμβατών συσκευών, υιοθέτησης της τεχνολογίας και των καινοτομιών που φέρνει αυτή στην αγορά

Οι μελέτες παρουσιάζονται και αναλύονται διεξοδικά στο σχετικό κεφάλαιο της εργασίας

Πειραματική ανάλυση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης μέσω πολλαπλών οθονών
(Hoeck and Spann, 2020)

Διαφορές μικρομεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων στη αξιοποίηση των wearables για τις διαφημιστικές τους καμπάνιες
(Maiorescu et al., 2020)

Πρόθεση αγοράς συσκευών IoT – το ρίσκο και η ανησυχία των καταναλωτών
(Aggarwal et al., 2017)

Υιοθέτηση και χρήση fitness-health wearables από τους καταναλωτές
(Canhoto and Arp, 2017)

Αίτια αντίστασης των καταναλωτών απέναντι στα έξυπνα προϊόντα
(Mani and Chouk, 2017)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



- Υπάρχει περιορισμένος αριθμός από SLR που να ακουμπούν αμφότερα τα πεδία των IoT και ΨΜ
- Συμπεράσματα που είχαν βγει νωρίς επί της πρώιμης εποχής του IoT, σχετικά με τη δυνητική επιρροή του, ανατράπηκαν από νεότερες έρευνες
- Το IoT αποτελεί μάλλον την αιχμή του Ψηφιακού Μετασχηματισμού, ως εκ τούτου επηρεάζει πολλαπλώς και τα δεδομένα του ΨΜ
- Κέρδιζουν με σταθερό ρυθμό έδαφος καινοτόμες λύσεις marketing που αξιοποιούν τα νέα εργαλεία, παραμερίζοντας σταδιακά τα κανάλια του ΠΜ
- Η αποτελεσματικότητα του ΨΜ είναι αυξημένη όταν χρησιμοποιούνται εργαλεία IoT σε σχέση με το κλασικό Διαδικτυακό Μάρκετινγκ (browser)
- Οι εντεινόμενες ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής αποτελούν τροχοπέδη στην υιοθέτηση των έξυπνων wearable συσκευών



ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Περιορισμοί γλώσσας (επιλέχθηκαν μόνο τα Αγγλικά)
 - Περιορισμοί επιστημονικών πεδίων στη βάση Scopus
 - Αδυναμία πρόσβασης σε πλήρες κείμενο
 - Όχι μεγάλα δείγματα σε ερευνητικά άρθρα
-
- ☐ Συλλογή μεγαλύτερου αριθμού εμπειρικών μελετών με μεγαλύτερα δείγματα στην ποσοτική τους έρευνα
 - ☐ Χρήση βιβλιογραφικών πηγών με ένταξη περισσότερων γλωσσών
 - ☐ Εξειδικευμένες έρευνες υποπεριοχών του τομέα (μετασχηματισμός υφιστάμενων μοντέλων ΨΜ, μετασχηματισμός των επιχειρήσεων κατά την υιοθέτηση/ένταξη του IoT
 - ☐ Μελέτη του ζητήματος της ασφάλειας των δεδομένων των χρηστών σέ ένα πλαίσιο λειτουργίας με τεχνολογίες IoT



The End

Ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας!