GTL Project

GreenTecLab

Ψηφιακά εργαλεία για πράσινη επιχειρηματικότητα

Επιλογή εργαλείων

Βασικές ερωτήσεις κατά την επιλογή εργαλείων για ένα νέο εγχείρημα:

- Ποιες είναι οι ανάγκες μου αυτή τη στιγμή;
- Τι χρειάζομαι μεσομακροπρόθεσμα;
- Ποια εργαλεία και υπηρεσίες μπορώ να αναθέσω σε εξωτερικούς συνεργάτες και ποια πρέπει να αναπτύξω εσωτερικά;

Επιλογή εργαλείων: κριτήρια

Ευελιξία

Ασφάλεια

Συνοχή

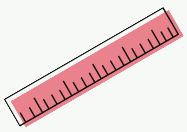
Επεκτασιμότητα

Τύποι εργαλείων: παραγωγικότητα

Τα εργαλεία παραγωγικότητας έχουν σκοπό να μας βοηθήσουν να επιτύχουμε καλύτερα αποτελέσματα με λιγότερους πόρους σε διάφορους τομείς: συνεργασία, οργάνωση, παραγωγή, επικοινωνία...

Ευελιξία: μπορούν τα εργαλεία αυτά να προσαρμοστούν σε διαφορετικές χρήσεις (χρόνος, τρόποι, ενσωμάτωση με άλλα εργαλεία...);

Ασφάλεια: τι κίνδυνο αναλαμβάνω όταν αποθηκεύω τα δεδομένα μου σε αυτές τις υπηρεσίες νέφους εργαλείων;



Επεκτασιμότητα: αν το εγχείρημά μου αναπτύσσεται εκθετικά, ποια θα είναι η εξέλιξη της αναλογίας εσόδων-εξόδων;

Συνοχή: είμαι ευθυγραμμισμένος με τις στρατηγικές βιωσιμότητας αυτού του παρόχου;

Microsoft 365

Google Workspace

Πηγές: wikimedia.commons, free.arinco, iconscout.com

Τύποι εργαλείων: παραγωγικότητα

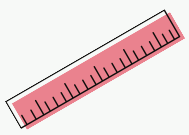
- Εάν το εγχείρημά σας είναι ΜΚΟ, το Google Workspace και το Microsoft Office προσφέρουν μια ΔΩΡΕΑΝ έκδοση των προϊόντων τους ειδικά σχεδιασμένη για αυτούς τους οργανισμούς.

Τύποι εργαλείων: μάρκετινγκ

Τα εργαλεία μάρκετινγκ προορίζονται για το σχεδιασμό, τη διαχείριση και τη μέτρηση των σχέσεων που οικοδομεί και καλλιεργεί ο οργανισμός μας με τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη.

Ευελιξία: μπορεί αυτό το εργαλείο να ενσωματωθεί με τα υπόλοιπα εργαλεία του οικοσυστήματός μου; Μου επιτρέπει αυτό το εργαλείο να ελέγχω τα δεδομένα που συλλέγω από το κοινό και τις προοπτικές μου;

Ασφάλεια: ποια είναι η πολιτική απορρήτου δεδομένων που εφαρμόζουν τα εν λόγω εργαλεία; Πού αποθηκεύονται όλα αυτά τα δεδομένα;



Επεκτασιμότητα: θα μπορούσα να χρησιμοποιήσω τις ίδιες εφαρμογές στην εταιρεία μου αν ανοίξω δέκα νέα υποκαταστήματα σε διαφορετικές χώρες μέσα σε ένα χρόνο;

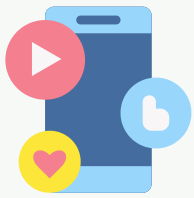
Συνοχή: είμαι ευθυγραμμισμένος με τις στρατηγικές βιωσιμότητας αυτού του παρόχου;

Πηγές: wikimedia.commons, free.arinco, iconscout.com

Τύποι εργαλείων: μάρκετινγκ

Εξωτερική επικοινωνία:

Web: είναι βασικό να χρησιμοποιείτε ένα CMS που μπορείτε να διαχειρίζεστε μόνοι σας, καθώς η ευελιξία στο περιεχόμενό μας είναι πολύ σημαντική σε έναν κόσμο που αλλάζει με γρήγορους ρυθμούς. Ορισμένες επιλογές: ή Drupal.



Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: ποια να χρησιμοποιήσετε και γιατί. Ποιος είναι ο στόχος μου; Ποιος είναι ο στόχος μου σε κάθε κανάλι; Μπορώ να έχω συγκεκριμένη στρατηγική και περιεχόμενο για κάθε κανάλι;

Whatsapp για επιχειρήσεις: συγκεκριμένο κανάλι με πολλές ευκαιρίες για μαζικά μηνύματα και εξυπηρέτηση πελατών.

Ηλεκτρονικό εμπόριο: είναι βασικό να σκεφτείτε την ενσωμάτωση με το CMS του ιστότοπού μας και τα διάφορα τείχη πληρωμών. Ορισμένες επιλογές: Woocommerce, Prestashop ή Shopify.

Τύποι εργαλείων: μάρκετινγκ

Αναλυτικά στοιχεία ιστοτόπου:

Google Analytics: πρόκειται για το τυπικό εργαλείο που χρησιμοποιείται στον κλάδο για την ανάλυση και την κατανόηση της επισκεψιμότητας και την ενίσχυση των βασικών μετρήσεων. Τόνοι δωρεάν διαθέσιμου περιεχομένου στο διαδίκτυο για να γίνετε webmaster analytics και funnel. Σύνδεσμος σε μια δημοσίευση σε ιστολόγιο για να διαβάσετε πώς να εισάγετε τον κώδικα Analytics στον ιστότοπό σας και να ξεκινήσετε την παρακολούθηση.

Κατάταξη SEO: υπάρχουν διάφορα διαθέσιμα εργαλεία για τη δημιουργία της πρώτης έκθεσης σχετικά με τη βαθμολογία seo της ιστοσελίδας σας. Αυτό είναι απαραίτητο σε περίπτωση που σκέφτεστε να αναθέσετε τον σχεδιασμό και την κατασκευή της ιστοσελίδας σας σε εξωτερικούς συνεργάτες (αναλύοντας προηγούμενες εργασίες μπορείτε να εκτιμήσετε το αποτέλεσμα της νέας). Ορισμένες επιλογές: Woorank ή Acens

Τύποι εργαλείων: μάρκετινγκ

Διαχείριση των σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη

Κέντρο μάρκετινγκ: εργαλεία που δημιουργήθηκαν για το σχεδιασμό, την εκτέλεση και την παρακολούθηση της σχέσης μας με τους διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς κατά μήκος των σταδίων του κύκλου ζωής (ευαισθητοποίηση, ενδιαφέρον, αφοσίωση...). Χρησιμοποιούνται κυρίως για το πρώτο από αυτά τα στάδια, όπου η έμφαση δίνεται στη δημιουργία ενδιαφέροντος για τη λύση μας. Ορισμένες επιλογές: Marketo ή Hubspot.

CRM: σχεδιασμός πλατφόρμας για τη διαχείριση των σχέσεων με τους υποψήφιους και τους υφιστάμενους πελάτες μας, όταν αυτοί έχουν ήδη δείξει ενδιαφέρον για την πρόταση αξίας μας (τελευταία στάδια στο χωνί των πωλήσεων). Ορισμένες επιλογές: CRM ή Odoo.

Ανακεφαλαίωση

1.- Κατανόηση των άμεσων και μεσομακροπρόθεσμων αναγκών μας.
2.- Να θέσουμε κριτήρια για την επιλογή των εργαλείων.
3.- Να κατανοήσουμε τι μπορούμε να αναθέσουμε σε εξωτερικούς συνεργάτες και τι πρέπει (από τη στρατηγική σημασία) να αναπτύξουμε και να ελέγξουμε εσωτερικά.
4.- Λήψη αποφάσεων, παρακολούθηση, εκμάθηση και λήψη αποφάσεων από την αρχή.