

WEB TASARIMI SATIŞ VE PAZARLAMA

Alexander'e (2003) göre web sitelerinin kullanıcı testlerinde 5 faktör incelenmelidir. Bu 5 faktör 5E olarak da bilinmektedir:

- Effective (Etkililik):İhtiyaç duyulan bilgiye, sunulan içerikle ulaşıp ulaşamamasıdır.
- Efficiency (Etkinlik): Web sitelerinde işlem yapan kullanıcıların, yapmak istedikleri işlemi ne derece hızlı ve etkili olarak yerine getirdiğidir.
- Engaging (Caziplik): Web sitelerinde vakit geçiren kullanıcıların hangi derecede tatmin olduğudur.
- Error Tolerant (Hatalara karşı hoşgörü): Kullanıcıların olası bir hatasının geliştirilen sistem tarafından engellenmesidir.
- Easy to Learn (Kolay Öğrenebilirlik): Web sitesinin kolay anlaşılması ve kullanıcının rahatlıkla öğrenebilmesidir.

Dijital pazarlama bir mal ya da hizmeti tutundurmak ya da dijital bir marka geliştirmek için olası tüm dijital kanalları kullanan bir pazarlama süreci setini kapsayan geniş bir kavramdır.

Uzun arama alanı, ek filtreler, karmaşıklıktan uzak bir tasarım ve sayfada öne çıkan bir yere sahip olmak; bilgi tabanının sahip olması gereken özelliklerdir.

eMİY uygulamaları pratikteki kullanımlarına göre değerlendirildiğinde üç tip eMİY'den bahsedilebilir. Bunlar; işlemsel, analitik ve iş birlikçi tiplerdir.

İnternetin yeni bir evresi olan Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkan dünyanın en popüler servislerinden bazıları şunlardır: Wikipedia, Youtube, Myspace, Twitter.

2004 yılında web hakkında potansiyel gelecek toplantısındaki bir ekip tartışmasında Web 2.0 terimi, O'Reilly Media şirketinin başkan yardımcısı Dale Dougherty tarafından ortaya atılmıştır. O'Reilly (2005), Web 2.0'ın bazı temel özelliklerini; Web'i ortam olarak kullanma, kullanıcıların katılımı ile orta zekadan faydalanma, hareketli ve karıştırılabilir veri kaynakları oluşturma, hafif programlama modellerini paket yazılım yerine tercih etme ve yüksek düzeyde kullanıcı deneyimi yaratma olarak sıralamaktadır.

Günümüzde işletmeler İnternette iki temel ögeden yararlanmaktadır: Web ve e-posta. Web, işletmelerin İnternette varlık gösterme faaliyetlerinden, tanıtım, reklam ve destek hizmetlerine ve hatta sipariş-satış işlemlerine kadar olan her aşamada yer almaktadır. E-posta ise özellikle, doğrudan pazarlama sistemi bünyesinde potansiyel müşteriye ulaşma, bağımlılık ve tutundurma stratejilerini gerçekleştirebilme gücüne sahip bir teknolojidir.