



2013 e-volution awards

Recognizing best practices in **digital business**



Υπό την Αιγίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΚΤΥΩΝ

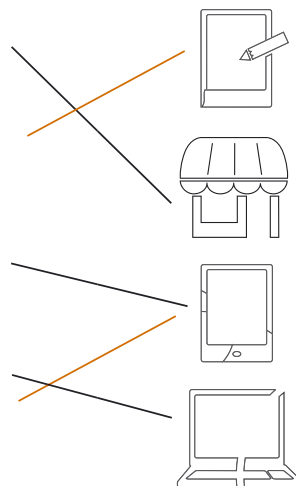


Greek e-Commerce Association

Πέμπτη 7 Μαρτίου 2013, Αμφιθέατρο Maroussi Plaza

4th Distance Selling & e-commerce

CONFERENCE



Achieving Multichannel Excellence

Διεθνείς experts και έλληνες practitioners εστιάζουν στην ενοποίηση των πλατφορμών με σκοπό την επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων.

www.distanceselling.gr

International Speakers



JAMES ROPER

CEO & Ιδρυτής, IMRG- βρετανική Ένωση e-commerce, Vice President, EMOTA- European Online Trade Association

Ο James Roper διαθέτει μία μοναδική και ολιστική γνώση της εξέλιξης της ψηφιακής οικονομίας και του e-commerce, την οποία έχει αποκτήσει μέσα από την 30ετή δραστηριότητά του στον κλάδο, τόσο ως επαγγελματίας όσο και ως «η φωνή» της βιομηχανίας παγκοσμίως.



DAMIEN PERILLAT

Managing Director, Central Eastern Europe, PayPal

Ο Damien Perillat συνεργάζεται με την PayPal από το 2008 και έχει διατελέσει μεταξύ άλλων υπεύθυνος για χρηματοοικονομικά προϊόντα της PayPal στη Νότια Ευρώπη και για την ανάπτυξη της εταιρείας στη Ρωσία. Πριν από την PayPal, συνεργάστηκε με την GE Money στην Ευρώπη και την Ασία, και ως σύμβουλος στην Eurogroup στη Γαλλία.

ΧΡΥΣΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ



ΜΕΓΑΛΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ



Τα πάντα, παντού.

ΧΟΡΗΓΟΙ



ΧΟΡΗΓΟΣ
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ



boussias communications

Συμμετοχές: Στέλιος Κιοσσές, τηλ.: 210 66 17 777 (εσωτ. 149), e-mail: skiosses@boussias.com
Χορηγίες: Νένα Γιαννακίδου, τηλ.: 210 661 7777 (ext. 112), email: nenag@boussias.com



2013 e-volution awards

Recognizing best practices in **digital business**



Τα e-volution awards αποτελούν το μοναδικό και σημαντικότερο διαγωνισμό με στόχο την ανάδειξη και επιβράβευση των βέλτιστων πρακτικών στο χώρο του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Τη μεγάλη απήχηση της πρώτης διοργάνωσης το 2012, ακολούθησαν τα e-volution awards του 2013, τα οποία επιβεβαίωσαν με τον καλύτερο τρόπο την ανερχόμενη δυναμική του ηλεκτρονικού επιχειρείν στην Ελλάδα.

Θεσμός & Κριτική Επιτροπή

Στο πλαίσιο των e-volution awards 2013, παρουσιάστηκαν και βραβεύθηκαν οι βέλτιστες πρακτικές στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, οι οποίες διακρίθηκαν μέσω της αδιάβλητης διαδικασίας, που έχει θεσμοθετήσει η εταιρεία Boussias Communications σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Στην κριτική επιτροπή έλαβαν μέρος οι:

Καθ. Γεώργιος Δουκίδης, Διευθυντής Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Γιάννης Σύρρος, Γενικός Διευθυντής, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ), Γεωργία Κουρνιώτη, Μέλος του Δ.Σ. της Ελληνικής Ένωσης Επιχειρήσεων Πωλήσεων από Απόσταση και Άμεσου Μάρκετινγκ (ΕΠΑΜ), Νίκος Γουλής, Πρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA), Χάρης Ρούγγας, Γενικός Διευθυντής του IAB Hellas, Μιχάλης Μωραΐτης, Μέλος του Ελληνικού Ινστιτούτου Πληροφορικής και Επικοινωνιών της ΕΕΔΕ (ΕΙΠ της ΕΕΔΕ), Μάκης Βρεχόπουλος, Επίκ. Καθηγητής Ψηφιακού Μάρκετινγκ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Γιώργος Λεκάκος, Επίκ. Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Παναγιώτης Γκεζερλής, Σύμβουλος Ηλεκτρονικού Επιχειρείν.

Τελετή Απονομής

Η τελετή απονομής πραγματοποιήθηκε στις 5 Δεκεμβρίου 2012, στο ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental, μέσα σε ένα ιδιαίτερα αισιόδοξο και εορταστικό κλίμα, όπου παρευρέθηκαν πλήθος υψηλόβαθμων στελεχών της αγοράς. Τα βραβεία απένειμαν στους νικητές: Ο Υφυπουργός Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων, κ. Αθανάσιος Σκορδάς, Ο κ. Στέφανος Κομνηνός, Γενικός Γραμματέας Εμπορίου του Υπουργείου, ο κ. Γιώργος Στεργίου, Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή, ο κ. Ιωάννης Κουρνιώτης, Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Επιχειρήσεων Πωλήσεων από Απόσταση & Άμεσου Μάρκετινγκ (ΕΠΑΜ), εκ μέρους της Διοικούσας Επιτροπής του Ελληνικού Ινστιτούτου Πληροφορικής και Επικοινωνιών της Ελληνικής Εταιρείας Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΙΠ της ΕΕΔΕ) ο πρόεδρος κ. Αλέξης Δαυίδ και το μέλος Μιχάλης Μωραΐτης, ο κ. Ανάστασιος Τζήκας Πρόεδρος και ο κ. Γιάννης Σύρρος, Γενικός Διευθυντής του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ), η κ. Κατερίνα Καραγιάννη, γραμματέας του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA), ο κ. Γεώργιος Βασιλαράς, Πρόεδρος του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ), ο κ. Χάρης Ρούγγας, Γενικός Διευθυντής του IAB Hellas, ο κ. Γιάννης Κωτσής – Γιανναράκης, Γενικός





2013 e-volution awards

Διευθυντής του Συνδέσμου Εταιρειών Κινητών Εφαρμογών Ελλάδας (ΣΕΚΕΕ), ο κ. Δήμος Βατικιώτης, Γενικός Διευθυντής της ATCOM, ο κ. Γεράσιμος Αγοράνος, Γενικός Διευθυντής Speedex, ο κ. Μάκης Βρεχόπουλος, Επίκ. Καθηγητής Ψηφιακού Μάρκετινγκ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και ο κ. Γιώργος Λεκάκος, Επίκ. Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Τέλος, τους επαίνους της διοργάνωσης, παρέδωσε ο κ. Ευάγγελος Κάββαλος, Γενικός Διευθυντής Τραπεζικής Μικρών Επιχειρήσεων της Eurobank.

Χορηγοί

Τα βραβεία τελούν υπό την Αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων και του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA). Χορηγοί είναι οι εταιρείες ATCOM, Eurobank, και Forest View, Υποστηρικτές οι εταιρείες Lighthouse και Speedex, ενώ τα βραβεία έχουν την υποστήριξη των κλαδικών φορέων: IAB Hellas, ΕΙΕΠ, ΕΙΠ της ΕΕΔΕ, ΕΠΑΜ, ΣΕΚΕΕ και ΣΕΠΕ. Χορηγός Οίνου ήταν η εταιρεία Limnos Organic Wines.

1η Ενότητα: Βραβεία στις εταιρείες που αξιοποιούν το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Εφαρμογή B2C Ηλεκτρονικού Εμπορίου, Προϊόντα	Πλαίσιο
Εφαρμογή B2C Ηλεκτρονικού. Εμπορίου, Υπηρεσίες	Skoutz
Εφαρμογή B2B Ηλεκτρονικού Εμπορίου	OTE - COSMOTE
Εφαρμογή C2C Ηλεκτρονικού Εμπορίου	ActionAid Hellas by Atcom
Ηλεκτρονική Αγορά (e-Marketplace)	Insurancemarket.gr
Συνδυασμός Ψηφιακού & Φυσικού Καναλιού, Προϊόντα	Πλαίσιο
Συνδυασμός Ψηφιακού και Φυσικού Καναλιού, Υπηρεσίες	Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος
Συνδυασμός Ψηφιακού και Φυσικού Καναλιού, Υπηρεσίες	CITIBANK
Customer Experience	Public.gr
Customer Service	Zita Mall
Customer Service	Myshoe.gr
Usability	Aegean Airlines by Atcom
Design-Aesthetics	Skoutz by Atcom
Social Media Strategy	Wind Hellas by Atcom
Social Media Strategy	Aegean Airlines by Mindworks
Καινοτόμο Διαδραστικό Ψηφιακό Marketing	Mercedes-Benz Ελλάς Α.Ε.Ε
Affiliate Site	Ntynomai.gr
CPC Campaign	Wind Hellas by Atcom
e-mail Marketing Καμπάνια	Πλαίσιο
Mobile Commerce	Χρυσή Ευκαιρία
Καινοτομία	Hellas Direct
Καινοτομία	Winbank (Τράπεζα Πειραιώς/ATEBank)
Νέα e-Επιχείρηση	Hellas Direct
Νέα e-Επιχείρηση	Petas.gr -Altair Travel & Congress by Atcom
Collaborative e-Commerce	Dixons South-East Europe
Στρατηγική	Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών
Διεθνοποιημένη e-Επιχείρηση, Υπηρεσίες	e-Travel SA
Διεθνοποιημένη e-Επιχείρηση, Προϊόντα	Folli Follie Group by Atcom
Υπηρεσίες Κοινωνικής Προσφοράς	Ακτινοθεραπευτική Ογκολογική Συνεργασία
e-Gaming	Lazyland
Location Based Commerce	Eurobank

Δείτε αναλυτικό φωτορεπορτάζ στο www.e-volutionawards.gr και στο www.facebook.com/evolutionawards





Οι νικητές



2η Ενότητα: Βραβεία στους Service Providers του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Υπηρεσίες και Συστήματα B-B

Linkwise

Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες (e-Services)

Information Systems Impact

Υπηρεσίες Ασφαλείας

Eurobank

Ηλεκτρονικά Συστήματα Πληρωμών

Winbank (Τράπεζα Πειραιώς/ΑΤΕBank)

Digital Agency

Mindworks Interactive

e-Commerce Solutions

ATCOM Internet and Multimedia

m-Commerce Solutions

ATCOM Internet and Multimedia

Υπηρεσίες e-Banking

Eurobank

Δραστηριοποίηση στο Εξωτερικό

CosmoONE

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

Πρωτοεμφανιζόμενος Service Provider

Hellas On Line

Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης

Business Exchanges - Eurobank

E-volution ΕΠΑΙΝΟΙ

Οι E-volution έπαινοι απονεμήθηκαν στις εταιρείες: BSB, Buldoza.gr, Doctoranytime.gr, Net Spirit, Palo.gr, Bestprice.gr της Phaistos Networks, Metagora.gr, Telematica, Toolmania Χατζηβαρύτη-Αγγελίδης & Σια ΟΕ

ΒΡΑΒΕΙΑ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Τα Βραβεία της Διοργάνωσης απονεμήθηκαν στις εταιρείες: Airtickets και Ηλεκτρονικό Παρατηρητήριο Τιμών.



Γεώργιος Ι. Δουκίδης

Η ετήσια έρευνα 2012 του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν-ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών καταγράφει μια σημαντική ανάπτυξη του Ηλεκτρ. Εμπορίου επιχείρηση – καταναλωτή που κυμαίνεται πλέον στα 2.7-2.9 δις ευρώ. Δηλαδή 1.9 εκατομμύρια Έλληνες κάνουν ετήσιες on-line συναλλαγές και αγορές περίπου 1.500 - 1.600 €. Είναι ο μοναδικός κλάδος της εθνικής

οικονομίας που έχει τέτοιους ρυθμούς ανάπτυξης και δίνει ουσιαστική προοπτική για νέα καινοτόμο επιχειρηματικότητα.

Υπολογίζεται επίσης ότι 15000 Ελληνικές επιχειρήσεις εμπλέκονται πλέον καθημερινά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν με συναλλαγές που ξεπερνούν σε συνολική αξία ετησίως τα €10 δις. Παρά όμως τα υψηλά αυτά νούμερα, όλα τα παραπάνω δεν ανταποκρίνονται περισσότερο από το 1% του ΑΕΠ. Οι προκλήσεις είναι πολλές και θα μπορούσε κάτω από ευνοϊκές συνθήκες και εξειδικευμένες πολιτικές το ηλεκτρονικό επιχειρείν να συμβάλει στο 3% του ΑΕΠ όπως στις περισσότερες Δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Άρα είναι αναγκαίο να σχεδιασθεί και υλοποιηθεί ένα εθνικό πλαίσιο στρατηγικής για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν, που να περιλαμβάνει:

- Την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών για on-line αγορές
- Τη χρηματοδότηση νέων ψηφιακών και καινοτόμων επιχειρήσεων (δηλαδή τα start-ups)
- Τη απλοποίηση και ψηφιοποίηση συναλλαγών, ειδικά με το δημόσιο και μεταξύ επιχειρήσεων
- Τη δημοσιοποίηση βέλτιστων πρακτικών Ελληνικών επιχειρήσεων που ολοκλήρωσαν με επιτυχία τέτοιες πρακτικές ηλεκτρ. επιχειρείν

Το τελευταίο θέμα είναι ακριβώς ο στόχος των E-Volution Awards. Δηλαδή να επιβραβευσθούν, αλλά κυρίως να αναδειχθούν και διαδοθούν η επιχειρηματική αριστεία και οι βέλτιστες πρακτικές στους χώρους:

- Ηλεκτρονικού επιχειρείν
- Ψηφιακής επιχειρηματικότητας
- Διαδικτυακών συναλλαγών

Το φετινό ενδιαφέρον ήταν πολύ υψηλό αφού μετά από τον αρχικό τυπικό έλεγχο των συμμετοχών, πάνω από 100 πλήρης προτάσεις έφθασαν στην επιτροπή αξιολόγησης. Λόγω αντικειμένου ο διαγωνισμός είναι δυναμικός αφού δημιουργήθηκαν και νέες κατηγορίες βραβείων με βάση τις συμμετοχές όπως: eGaming, Υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και Locations-based Ηλ. Εμπόριο.

Τα βραβεία αναδεικνύουν τη σοβαρή προσπάθεια γνώστων μεγάλων Ελληνικών επιχειρήσεων που μέσα από μακροχρόνιες στρατηγικές έχουν καταφέρει με επιτυχία να ολοκληρώσουν το ηλεκτρονικό επιχειρείν στις καθημερινές λειτουργίες τους: πωλήσεις, logistics, οικονομική διαχείριση, customer service κλπ.

Παράλληλα όμως τα βραβεία αναδεικνύουν δυναμικές προσπάθειες start-ups από νέους επιχειρηματίες που κατάφεραν σε 2-3 χρόνια να γίνουν leaders στους κλάδους τους είτε σε επίπεδο καινοτομίας ή μεγέθους και ανάπτυξης.

Το βραβείο διοργανωτών, που δόθηκε για πρώτη φορά και μάλιστα εκτός διαγωνιστικής διαδικασίας, αντικατοπτρίζει την αναγνώριση επιχειρηματικής αριστείας / βέλτιστης πρακτικής που έβαλε τις βάσεις για μια νέα σειρά ψηφιακών υπηρεσιών ή επιχειρηματικότητας.

Το βραβείο μοιράσθηκαν η Airtickets.com (ηρωτοπόρος στο Ελληνικό Internet και κορυφαία στις υπηρεσίες ηλεκτρ. τουρισμού με συνεχή παρουσία από το 1999) και το e-prices.gr (από τις πιο καινοτόμες κυβερνητικές υπηρεσίες για τους Έλληνες πολίτες που ενημερώνει για τις τιμές χιλιάδων καταναλωτικών προϊόντων και λειτουργεί από το 2009).

Οι Έπαινοι φέτος δόθηκαν σε 9 εταιρίες για να αναγνωρισθούν νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες στο ηλεκτρονικό επιχειρείν που έχουν όμως δυναμισμό για ουσιαστική ανάπτυξη λόγω: καινοτομιών (προϊοντικών, τεχνολογικών), ολοκληρωμένου επιχειρηματικού μοντέλου ή εξωστρέφειας.

Καθ. Γεώργιος Ι. Δουκίδης
Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής,
Δεκέμβριος 2012, Αθήνα

Που συχνάζει
ο Aneesh Chopra, η Charlene Li,
ο Jaques Santer, ο Sir Terry Leahy,
ο Neil Rackham και ο Willem Buiter;



www.boussiasconferences.gr



Άνθρωποι και ιδέες σε δημιουργικές συναντήσεις

boussias conferences

Η εμπειρία της γνώσης



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β2C ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΠΡΟΪΟΝΤΑ Πλαίσιο

Το Plaisio.gr αποτελεί διαχρονικά ένα από τα πιο επιτυχημένα Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα. Διακρίνεται με βάση τα εξής:

- 1.100.000 επισκέπτες/μέρα (Akamai stats)
- 2.70% των online κωδικών συνοδεύονται από 24ωρη παράδοση
- 3.98% uptime
- 4.40% organic traffic (αυξήθηκε 3% στο έτος)
- 5.90% των βασικών προϊόντων κατηγοριών διαθέτουν multimedia περιγραφές
- 6.70 keywords που αντιστοιχούν στις βασικές προϊόντικές κατηγορίες εμφανίζουν το Πλαίσιο στο top 10 των SERPs (SEO MOZ)

Επίσης, το Plaisio.gr προχώρησε στη δημιουργία νέων λειτουργιών, με στόχο την ολοκλήρωση της online εμπειρίας. Σε αυτές, συγκαταλέγονται το Plaisio Blog (το οποίο προσφέρει συνεχή ενημέρωση), το plaisio Academy (παρουσιάζει την τεχνολογία με απλά λόγια), οι νέες σελίδες καταστημάτων και καταλόγων καθώς και το ανανεωμένο Plaisio Radio.

Στις τεχνολογίες που ενσωματώνει συγκαταλέγονται τα: Build to order (οι χρήστες μπορούν να χτίσουν τον υπολογιστή τους επιλέγοντας τα εξαρτήματα της επιλογής τους), Top Sellers (real time ενημέρωση για τα best selling προϊόντα), Multimedia περιγραφές προϊόντων, Wizards (όπως το «Bres το μελάνι σου με 3 κλικ» και το «οδηγός εκτυπώσεων»), Εύκολη διαδικασία αγοράς (αυτόματος υπολογισμός κόστους μεταφοράς, order tracking μέσω sms και email notifications), Είδατε πρόσφατα (αναγνωρίζει το χρήστη και του παρουσιάζει πρώτα τα προϊόντα για τα οποία είχε εκδηλώσει ενδιαφέρον στο παρελθόν), Αυτοματοποιημένες προτάσεις για συμπληρωματική αγορά προϊόντων με βάση την καταγεγραμμένη αγοραστική συμπεριφορά άλλων χρηστών, προπαραγγελίες.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Πλαίσιο**



Σ.Κομνηνός-Κ.Γεράδους

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β2C ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Skroutz

Το Skroutz είναι η πιο ολοκληρωμένη μηχανή αναζήτησης προϊόντων και σύγκρισης τιμών στην Ελλάδα και αποτελεί το πιο αξιόπιστο εργαλείο έρευνας για ηλεκτρονικές αγορές. Απευθύνεται σε χρήστες που επιθυμούν να βρискουν γρήγορα και εύκολα αυτό που ψάχνουν, να εντοπίζουν ευκαιρίες και να αγοράζουν έξυπνα online, εξοικονομώντας χρήματα και χρόνο. Στο Skroutz συμπεριλαμβάνονται περισσότερα από 800 ηλεκτρονικά καταστήματα, με περίπου 3.500.000 προϊόντα σε πάνω από 1.000 διαφορετικές κατηγορίες, όπως τεχνολογία, σπίτι-κήπος, auto-moto, μόδα-ομορφιά, hobby, αθλητισμός, παιδικά-βρεφικά και πολλές ακόμη. Το Skroutz λειτουργεί και ως σύμβουλος αγοράς για τους online καταναλωτές, προσφέροντας πλήθος υπηρεσιών προς αυτήν την κατεύθυνση. Η υψηλή λειτουργικότητα και η έμφαση στην εμπειρία των χρηστών μέσα στην ιστοσελίδα, έχουν εδραιώσει το Skroutz στη συνείδηση του κοινού. Στις εν λόγω υπηρεσίες, συμπεριλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, οι αξιολογήσεις των καταστημάτων και τα reviews προϊόντων, οι οδηγοί αγοράς, οι ερωτήσεις-απαντήσεις προς την κοινότητα, η πλατφόρμα υποβολής feedback, η υπηρεσία Skroutz Easy για γρήγορες αγορές και η mobile εφαρμογή.

Η ιστοσελίδα εξυπηρετεί μηνιαίως περισσότερους από 1,8 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες και πάνω από 120.000 εγγεγραμμένους χρήστες. Το Σεπτέμβριο του 2012, το Skroutz είχε 4.487.658 επισκέψεις και περίπου 1.815.549 μοναδικούς επισκέπτες, με τους χρήστες να πραγματοποιούν κατά μέσο όρο 150.000 αναζητήσεις ημερησίως, ξεπερνώντας συνολικά τις 4,6 εκατομμύρια αναζητήσεις μέσα στο μήνα.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Skroutz A.E**



Γ.Χατζηγεωργίου

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β2Β ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ OTE-Cosmote

Ο όμιλος OTE ήταν η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που χρησιμοποίησε ηλεκτρονικές δημοπρασίες από το 2001. Σήμερα, οι εταιρείες OTE, Cosmote και Romtelecom χρησιμοποιούν 10 διαφορετικές εφαρμογές συστημάτων ηλεκτρονικών παραγγελιών και δημοπρασιών. Στόχος είναι η μείωση των τιμών αγορών, του διαδικαστικού κόστους, η συμπίεση του χρόνου εκτέλεσης, η υιοθέτηση ενιαίου τρόπου συνεργασίας με τους προμηθευτές και, η διασφάλιση των εταιρικών κανόνων και της διαφάνειας. Οι υπηρεσίες διακρίνονται σε pre-contract, post-contract & reporting. Οι pre-contract περιλαμβάνουν την υπηρεσία compareONE (τεχνικές συγκρίσεις και διενέργεια διαγωνισμών μικρής αξίας) και auctionONE (αγορές υλικών, έργων και υπηρεσιών μεγάλης αξίας καθώς και εκποιήσεις μέσω ηλεκτρονικών δημοπρασιών). Οι υπηρεσίες post-contract περιλαμβάνουν την υπηρεσία procureONE (διαχείριση διαδικασίας παραγγελιών και διεκπεραίωση), tradeONE (πωλήσεις προς εταιρικούς πελάτες και υπηρεσία ηλεκτρονικών τιμολογίων connectONE). Τέλος, σαν εργαλεία reporting, χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες analyzeONE (βασισμένη σε τεχνολογία COGNOS), ReqMonitor (επιτοπεία του κύκλου ζωής μίας αίτησης προμήθειας), π-DATA (καταχωρεί όλα τα δεδομένα από την αίτηση έως τη σύμβαση) και το σύστημα πρωτοκόλλου protocolONE. Έχουν πραγματοποιηθεί πάνω από 2400 δημοπρασίες με μέσο όφελος 20% περίπου στο κόστος προμηθειών ενώ έχουν ολοκληρωθεί και πάνω από 5000 μικροί διαγωνισμοί. Στα ποσοτικά οφέλη περιλαμβάνονται η σημαντική μείωση του κόστους αγορών με βάση τα προϋπολογισθέντα τιμήματα καθώς και η δραστική πτώση στους χρόνους εκτέλεσης διαδικασιών. Στα ποιοτικά οφέλη συγκαταλέγονται η εξάλειψη τυχόν λαθών στις καταχωρήσεις στοιχείων, λόγω αυτόματης διασύνδεσης με τα ERP, η δραστική μείωση του χρόνου Rto (request to order) σε περίπου 2 ημέρες, αλλά και η ικανοποίηση των χρηστών.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **OTE**



Γ.Στεργίου-Γ. Βλάχος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΗ C2C ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ActionAid Hellas by Arcom



Γ.Βασιλαράς-Γ.Κουβαράς

Από τις αρχές του 2012, η ActionAid λειτουργεί ηλεκτρονικό κατάστημα C2C και πρωτοτυπεί γιατί φέρνει σε επαφή καταναλωτές με μικρούς παραγωγούς ελληνικών προϊόντων καθώς και Έλληνες πολίτες με γυναίκες ή παιδιά που χρειάζονται βοήθεια. Το e-shop της ActionAid Ελλάς ενισχύει παραγωγούς ελληνικών προϊόντων δίνοντας τους την ευκαιρία να τα διοχετεύσουν μέσα από το ηλεκτρονικό κατάστημα, ενώ οι επισκέπτες, εκτός των προϊόντων που μπορούν να προμηθευτούν στο eshop, μπορούν να συμμετέχουν στα Προγράμματα 'Αναδοχής ενός Παιδιού', 'Γυναίκες του Κόσμου', ή και σε άλλα προγράμματα κοινωνικής αλληλεγγύης, με πολλαπλούς ηλεκτρονικούς τρόπους.

Η δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος της ActionAid, είχε τρομακτική επιτυχία στο κοινωνικό έργο όλων των προγραμμάτων, κρίνοντας από τα στατιστικά, που μέχρι στιγμής υπάρχουν διαθέσιμα. Πιο συγκεκριμένα, έχουν γίνει περισσότερες από 7.000 αιτήσεις για συμμετοχή στο Πρόγραμμα Αναδοχής Παιδιού, ενώ στο Πρόγραμμα Γυναίκες του Κόσμου, οι αιτήσεις έχουν ξεπεράσει τις 8.500. Οι

δωρεές στα υπόλοιπα προγράμματα και στην ActionAid γενικά, έχουν ξεπεράσει τις 10.000, ενώ στο ηλεκτρονικό κατάστημα έχουν γίνει περισσότερες από 2.500 παραγγελίες, με μέσο όρο καλαθιού τα 40 ευρώ.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ (EMARKETPLACE)

Insurancemarket.gr

Το insurancemarket.gr είναι η πρώτη ηλεκτρονική αγορά για την ασφαλιστική αγορά. Οι καταναλωτές μπορούν πολύ εύκολα να συγκρίνουν εξατομικευμένες προσφορές από τις περισσότερες ασφαλιστικές εταιρίες για: Ασφάλεια Αυτοκινήτου Ασφάλεια Μοτοσυκλέτας Ασφάλεια Σπιτιού Ασφάλεια Σκάφους Ασφάλεια Υγείας. Η ηλεκτρονική αγορά συνεργάζεται με 15 ασφαλιστικές εταιρίες, τα δε αποτελέσματα του πρώτου χρόνου λειτουργίας είναι ενθαρρυντικά

με πάνω από 21000 νέα ασφαλιστικά συμβόλαια.

Η πλατφόρμα λειτουργεί ως content aggregator, market comparison service και ως full service agent. Το τηλεφωνικό κέντρο απαρτίζεται από πιστοποιημένους ασφαλιστικούς συμβούλους που επεξηγούν και υποστηρίζουν τους επισκέπτες του site και τους ασφαλισμένους και προσφέρουν υποστήριξη σε περίπτωση ζημιάς.

Η πλατφόρμα διαθέτει καθαρή παρουσίαση, ευκολία διαδικασίας real-time, εξατομικευμένα quotes με web services από τις περισσότερες εταιρίες, δυνατότητα live προσθαφάιρεσης καλύψεων, σύγκριση καλύψεων έως 5 πακέτων ταυτόχρονα. Προσφέρει έτσι έρευνα και σύγκριση αγοράς σε 1' λεπτό, μείωση κόστους, βελτίωση ασφάλισης και καλύψεων, διαφάνεια. Στις ασφαλιστικές εταιρίες προσφέρει στοχευμένο quotation και διαφημιστική προβολή.

Συμμετέχουσα εταιρεία: Money Market



Γ. Στεργίου-Σ. Παναγιωτόπουλος-Μαντόπουλος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ, ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πλαίσιο

Συνδυάζοντας παραδοσιακή και online παρουσία, η επιχείρηση δρα και σαν ανεξάρτητος retailer και e-tailer και ως multichannel εταιρεία. Το multichannel management που είναι πρωτοποριακό για τα Ελληνικά δεδομένα αφορά σε 25 φυσικά καταστήματα, το Plaisio.gr, τους προϊόντικούς καταλόγους, το τμήμα Direct Sales και το τμήμα B2B.

Το multichannel management βασίζεται σε 5 άξονες:

1. Προϊόντικός συνδυασμός: Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της γκάμας online και offline είναι παρόμοιο.
2. Συνδυασμός τιμολογιακής πολιτικής: Το pricing στα διάφορα μέσα είναι διαφορετικό και παράλληλα κοινό. Οι τιμές προϊόντων δικαιολογούν τις διαφορές λόγω μέσου, αλλά παράλληλα αντιμετωπίζουν τον ανταγωνισμό στην offline και online αγορά.
3. Αγοραστικός συνδυασμός: Ο πελάτης μπορεί να δει και να αγοράσει οποιοδήποτε προϊόν από οποιοδήποτε κανάλι. Για παράδειγμα με την υπηρεσία pick up μπορεί να δει ένα προϊόν στο Internet, να κάνει κράτηση σε τιμή Internet και να το παραλάβει από κατάστημα. Αντίστοιχα μπορεί μέσα από το κατάστημα να βάλει μόνος του παραγγελία από ένα pick up point το οποίο στην περίπτωση αυτή λειτουργεί ως order point.
4. Διαφημιστικός συνδυασμός: Το κάθε μέσο προβάλλεται σε κάθε μέσο.
5. Συνδυασμός operations: Το pick up in store δεν προϋποθέτει ότι το προϊόν είναι διαθέσιμο στο κατάστημα. Με τη σωστή διαδικασία, όταν ο πελάτης πάει στο κατάστημα εξυπηρετείται χωρίς να απασχολεί κάποιον υπάλληλο για την αναζήτηση της παραγγελίας του.

Συμμετέχουσα εταιρεία: Πλαίσιο



Τ. Τζήκας-Δ. Γαλάνης

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΣΥΝΘΥΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

Το i-bank store της Εθνικής Τράπεζας είναι ένας πρωτοποριακός πολυχώρος, πλήρους ηλεκτρονικής self-service εξυπηρέτησης, με έντονη χρήση της σύγχρονης ψηφιακής τεχνολογίας (digital signage, augmented reality). Η καινοτομία του i-bank store έγκειται στο ότι γεφυρώνει με ουσιαστικό τρόπο το παραδοσιακό τραπεζικό κατάστημα με τα ηλεκτρονικά δίκτυα τραπεζικής εξυπηρέτησης. Αποτελεί χώρο παρουσίασης και μια νέα εμπειρία εξυπηρέτησης όλων των υπηρεσιών i-bank (Internet Banking, Mobile Banking, Phone Banking, ATM/APS) με τη χρήση προηγμένης τεχνολογίας, όπως οθόνες video wall, touch screens, video call. Παράλληλα, συνδυάζει την ψυχαγωγία με την ενημέρωση και την ανταλλαγή απόψεων, μέσα από τη διοργάνωση σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο, παρουσιάσεων και συζητήσεων σε θέματα τεχνολογίας, καινοτομίας και οικολογίας.

Το i-bank store ως πολυχώρος ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελεί κάτι παραπάνω από την απλή μεταφορά των υπηρεσιών i-bank σε ένα χώρο επίδειξης γιατί είναι ένας συνεργασιακός χώρος εκπαίδευσης, ενημέρωσης και διαδραστικής υποστήριξης των πελατών για υπηρεσίες e-banking. Λειτουργούν δύο i-bank stores πλήρους μορφής (flagship) και δύο μικρότερα i-bank corners στη Θεσσαλονίκη και στην Κηφισιά. Στελεχώνονται από ολιγομελή «ομάδα i-bank store», ειδικά εκπαιδευμένη και νέα σε ηλικία (μέχρι 35 ετών), η οποία εξυπηρετεί όλες τις συναλλαγές που αφορούν στις υπηρεσίες i-bank (συμπεριλαμβανομένου του ανοίγματος λογαριασμού), ενημερώνει για όλες τις υπηρεσίες της τράπεζας και συνεργάζεται με το δίκτυο των παραδοσιακών καταστημάτων. Η λειτουργική και διοικητική υποστήριξή τους γίνεται από το Contact Center.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος**



Τ. Τζήκας-Γ. Καμέτας

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΣΥΝΘΥΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ CITIBANK

Τα e-Corners είναι τελευταίας τεχνολογίας χώροι εργασίας που δημιουργήθηκαν σε καταστήματα της Citibank, ακολουθώντας την «shop-in-shop» λογική και έχουν στελεχωθεί από εκπαιδευμένους e-Specialists. Οι στόχοι είναι:

- Εκπαίδευση των «αμύλων» πελατών στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσα από το κατάστημα που είναι συνηθισμένοι να χρησιμοποιούν.
- Βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη αφού θα μάθει πώς να εξυπηρετείται γρήγορα και εύκολα μέσα από τα εναλλακτικά δίκτυα.
- Βελτιστοποίηση του τρόπου συναλλαγών στα κανάλια και επίτευξη κατάλληλης συναλλαγής στο κατάλληλο κανάλι.

Οι χώροι διαθέτουν εξοπλισμό iPads και iPhones, τα οποία επιτρέπουν την άνετη και εύκολη εξοικείωση των πελατών με το e-Banking. Επιπλέον, υπάρχει διαθέσιμο εκπαιδευτικό υλικό, όπως για παράδειγμα booklets που καθοδηγούν τον πελάτη για το κατάλληλο εναλλακτικό κανάλι ανά συναλλαγή.

Η εκπαίδευση περιλαμβάνει session στο e-Banking, Mobile Banking, ATM, APCs και στο αυτόματο τηλεφωνικό κέντρο IVR καθώς και ενημέρωση, demo, πρακτική εφαρμογή από τον πελάτη και follow up για τυχόν απορίες.

Μέσα στα e-Corners το πρώτο 3μνο πραγματοποιήθηκαν περίπου 5.000 sessions.

Η γενικότερη προσέγγιση στην εκπαίδευση νέων τεχνολογιών είχε σαν αποτέλεσμα οι e-Banking χρήστες της Τράπεζας σήμερα να είναι 5 φορές περισσότεροι από ότι πριν 3 χρόνια. Επίσης, το 82% των χρηστών δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες e-Banking και 95% δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες Mobile Banking.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **CitiBank**



Γ. Λέφα



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: CUSTOMER EXPERIENCE

Public.gr

Το ηλεκτρονικό κατάστημα public.gr έχει υιοθετήσει βέλτιστες πρακτικές διαχείρισης και αξιοποίησης των πελατειακών σχέσεων τόσο πριν, κατά τη διάρκεια, όσο και μετά την αγορά.

Κατά την αγορά ο επισκέπτης του public.gr έχει στη διάθεσή του τα best sellers του δικτύου και του web site, εύκολο check out σε 3 βήματα, ανταγωνιστικά μεταφορικά (σε κατηγορίες όπως gaming/cd-dvd είναι εντελώς δωρεάν), εξαργύρωση και συλλογή πόντων μέσω της κάρτας MyPublic.

Μετά την αγορά έχει στη διάθεσή του εύκολη παρακολούθηση παραγγελίας

(Order Tracking μέσω της ACS – σύνδεση με το Public.gr – καθώς και επιβεβαίωση με SMS), προσωπική ενημέρωση σε περίπτωση ενδεχόμενης καθυστέρησης παραγγελίας, εξαργύρωση και συλλογή πόντων και επιλογή προϊόντων μέσω της κάρτας MyPublic.

Επίσης, το ηλεκτρονικό κατάστημα σημειώνει Best Response Time στην Ελλάδα στις υπηρεσίες Live Chat και Facebook fanpage που διατηρεί ενώ έχει δημιουργήσει και το καινοτόμο publicforum app για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού (publicforum.gr).

Μέσα στο 2012, η ικανοποίηση των αγοραστών πλησιάζει το 95% σε εβδομαδιαία έρευνα, πάνω από το 50% των επισκεπτών επανέρχεται πάνω από μία φορά μέσα στον ίδιο μήνα, ο μέσος χρόνος παράδοσης παραγγελιών του Public.gr είναι κάτω από 2,5 ημέρες πανελλαδικά και ο μέσος χρόνος παράδοσης walk in παραγγελιών στο Public.gr booth από τα καταστήματα κάτω από 2 ημέρες.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Public**



Γ.Σύρρος-Ν.Βαρβαδούκας-Δ.Λογοθέτης

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: CUSTOMER SERVICE

Zita Mall



Γ.Σύρρος-Ζ.Λαλός

Το Z-mall.gr είναι ηλεκτρονικό πολυκατάστημα με μεγάλη ποικιλία από επώνυμα προϊόντα (15.247 προϊόντα) σε ένα μεγάλο εύρος κατηγοριών, με εγγύηση χαμηλότερης τιμής.

Μέσα σε 2,5 χρόνια λειτουργίας, έχει χτίσει ιδιαίτερα στην εξυπηρέτηση πελατών, πριν από την παραγγελία και στο after sales service. Το z-mall προσφέρει εγγύηση χαμηλότερης τιμής ενώ ο πελάτης επιβραβεύεται για τις αγορές του με το loyalty πρόγραμμα των z-coins. Η καινοτομία του συνίσταται στο ότι έχει ακολουθήσει την πρακτική των μεγάλων καταστημάτων της Ευρώπης και της Αμερικής, έχοντας όλα τα προϊόντα αποθηκευμένα στις αποθήκες του, έκτασης 2.000 τ.μ. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, όλες οι παραγγελίες που λαμβάνονται μέχρι τις 14:00 να αποστέλλονται την ίδια ημέρα στους πελάτες.

Από τις 37.809 παραγγελίες, το 97,3% αυτών παραδόθηκε την επόμενη εργάσιμη από την ημερομηνία παραγγελίας, το 1,6% σε δύο εργάσιμες ενώ το 1,1% σε 2-5 εργάσιμες. Ως αποτέλεσμα, το κατάστημα δεν έχει δεχθεί αρνητικά σχόλια στα social media και έχει θετικές βαθμολογήσεις στα skoutz.gr & bestprice.gr. Διεξάγει αυστηρό ποιοτικό έλεγχο από την αποθήκη κατά την εκτέλεση της παραγγελίας, ενώ ελέγχει επίσης σε καθημερινή βάση τις μεταφορικές εταιρείες για την πορεία αποστολής των παραγγελιών. Σε σύνολο 3.500 e-mail πελατών, τα 80% απαντήθηκε εντός 15 λεπτών και από 5.000 τηλεφωνικές συνδιαλέξεις, προέκυψαν αντίστοιχα 5.000 ικανοποιημένοι πελάτες.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Z-mall.gr (Zita Mall AE)**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: CUSTOMER SERVICE

MyShoe.gr

Το site MyShoe.gr είναι από τα παλαιότερα ηλεκτρονικά καταστήματα και το πιο επιτυχημένο στην εξειδικευμένη αγορά των προϊόντων υπόδησης. Στο πλαίσιο της δημιουργίας ξεχωριστής και μοναδικής εμπειρίας για κάθε επισκέπτη του site, έχουν γίνει πολλές αλλαγές και βελτιώσεις. Ενδεικτικά: Τέσσερα βήματα για την ολοκλήρωση μιας παραγγελίας. Ένα βήμα με τα τελείως απαραίτητα πεδία για την εγγραφή νέου χρήστη. Εύκολη χρήση εκπωτικών κουπονιών. Άμεση και γρήγορη επικοινωνία με αντίστοιχο πεδίο σε κάθε σελίδα και επιλογή Request a Call. Συνεχής ενημέρωση με πολλαπλά εβδομαδιαία newsletters. Ενεργή και interactive σελίδα στο Facebook. Τεράστια ποικιλία σχεδίων με πάνω από 9.000 κωδικούς και 250 brands, με το 98% ετοιμοπαράδοτο απευθείας από την αποθήκη. Προσπάθεια για διατήρηση των καλύτερων τιμών της αγοράς με εκπτώσεις και πολλαπλά εκπωτικά κουπόνια. Παράδοση σχεδόν σε όλη την Ελλάδα εντός 48 ωρών. Όλες οι αποστολές εντός Ελλάδος αποστέλλονται μέσω εταιρείας ταχυμεταφορών δωρεάν, όπως επίσης και η επιστροφή και η αντικατάσταση. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιστρέψει το προϊόν δωρεάν, ζητώντας άλλο σχέδιο ή επιστροφή χρημάτων. Παροχή πολλαπλών τρόπων πληρωμής: Αντικαταβολή, πιστωτική κάρτα, PayPal, κατάθεση σε τράπεζα. Η εταιρεία Ν. Ι. Μίνωγλου Α.Ε. κατάφερε μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα να αναπτύξει μια εγγεγραμμένη βάση πελατολογίου 100.000 μελών, να ξεπεράσει τους στόχους τζίρου και να βελτιώσει τη ρευστότητά της.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Μίνωγλου Α.Ε.**



Γ.Σύρρος-Π.Κουμουτσάκος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: USABILITY

Aegean Airlines by Atcom

Στόχος της Aegean Airlines ήταν η εύκολη ολοκλήρωση της αγοράς εισιτηρίου και ο εύκολος εντοπισμός πληροφοριών για τους προορισμούς της. Ο τρόπος λειτουργίας της σελίδας βασίζεται στη χρήση φόρμας κράτησης στην οποία ο χρήστης μπορεί να εντοπίσει όλες τις πόλεις αναχώρησης που περιλαμβάνονται στη διαθέσιμη προσφορά. Με την επιλογή της πόλης, ο χρήστης εντοπίζει στη δεξιά πλευρά της φόρμας τους προορισμούς που προσφέρονται, έχοντας σαν πόλη αναχώρησης την επιλογή του.

Με την επιλογή της πόλης προορισμού η σελίδα διαφοροποιείται ως προς το background και παρουσιάζονται σημαντικές τουριστικές πληροφορίες για την πόλη αυτή. Στην συνέχεια ο χρήστης επιλέγει τις ημερομηνίες του ταξιδιού που τον ενδιαφέρουν (με σημειωμένες ξεχωριστά τις ημερομηνίες εντός προσφοράς) και τον αριθμό των ατόμων.

Η χρήση διαφορετικής λογικής επιλογής προορισμών αποτελεί και τη σημαντικότερη καινοτομία της σελίδας. Αυτή η παράμετρος επηρεάζει σημαντικά το τελικό conversion rate. Το ποσοστό των χρηστών που

αγόραζαν εισιτήριο προσφοράς αυξήθηκε κατά 30%, ενώ το συνολικό online marketing ROI κατά 5%. Επίσης, με την διαδικασία των νέων Landing Pages Προσφορών, η Aegean μπορεί να οδηγήσει τους επισκέπτες σε πτήσεις με χαμηλό ποσοστό κρατήσεων, επιτυγχάνοντας έτσι να κλείσει πιο γρήγορα το αδιάθετο Inventory. Εξαιτίας της καλύτερης εμφάνισης των ναύλων προσφοράς και διαφάνειας των προσφορών, μειώθηκαν τα customer complaints σχετικά με τις προσφορές κατά 35%.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E.**



Χ.Πούγγας-Η.Μανδρούκας



Χ.Ρούγγας-Γ.Παπαδόπουλος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: DESIGN-AESTHETICS

Skroutz by Atcom

Την τεχνική του Responsive Design εφάρμοσε η Atcom στην ιστοσελίδα σύγκρισης τιμών Skroutz.gr. Από τις 4,5 εκατομμύρια επισκέψεις το μήνα, οι 400.000 επισκέπτονται την ιστοσελίδα από τη φορητή τους συσκευή, εκμεταλλευόμενοι το HTML5 και το responsive design που σχεδιάστηκε για το Skroutz, για πρόσβαση από smartphones και tablets. Το ποσοστό αντιστοιχεί στο 9% της συνολικής κίνησης της σελίδας, με τους mobile χρήστες να αυξάνονται με τριπλάσιο ρυθμό.

Η χρήση του Responsive Design και η υιοθέτηση HTML 5 είχαν θεαματικά αποτελέσματα, όχι μόνο στο Front End περιβάλλον, αλλά και στο Back End (λειτουργία του site).

Πιο συγκεκριμένα, η χρήση του Responsive Design, έκανε πιο εύκολη και γρήγορη την αναζήτηση των χρηστών, οδηγώντας στην αύξηση των ποιοτικών κλικ προς

τα καταστήματα, και στη μείωση του μέσου όρου αναζήτησης. Έτσι, το Skroutz.gr κατάφερε να γίνει ένα από το πιο γρήγορα site, για τον όγκο των δεδομένων του, σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο νέος, φρέσκος, πιο usable-friendly ανασχεδιασμός σε όλες τις πλατφόρμες, οδήγησε στην μείωση του μέσου όρου αναζήτησης από 7 λεπτά σε 6,3 λεπτά ολοκληρωμένης αναζήτησης.

Με την χρήση του Responsive Design και την ανάπτυξη mobile εκδόσεων για iOS, Android και Windows 8, το Skroutz.gr κατάφερε να κάνει την ιστοσελίδα του εύκολα προσβάσιμη και λειτουργική στο 100% των χρηστών του.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: SOCIAL MEDIA STRATEGY

Wind Hellas by Atcom

Η διαμόρφωση της social media παρουσίας της Wind Hellas και των 3 brands (WIND, F2G, Q) ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 2011 και συνεχίζεται έκτοτε στα κοινωνικά δίκτυα Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Foursquare, Instagram, LinkedIn. Η social media στρατηγική βασίστηκε στους πυλώνες listen, respond & promote ώστε να διαφοροποιηθεί και να δημιουργηθεί ένα δυνατό community, χρήσιμο και ψυχαγωγικό για τους χρήστες. Η Wind εκτέλεσε πλήθος ενεργειών (29 διαφορετικές προωθητικές ενέργειες, σε 7 κοινωνικά δίκτυα), πολλές εκ των οποίων ήταν είτε cross-platform, κάνοντας ταυτόχρονη χρήση πολλαπλών κοινωνικών δικτύων (WINDClickit: Οι χρήστες ανέβαζαν φωτογραφίες, μέσω Facebook, Twitter και Instagram), είτε cross-device (Wind Speed and Win: Οι χρήστες μετρούσαν την ταχύτητα του δικτύου τους από το smartphone και την «ανέβαζαν» σε διαγωνισμό στο Facebook). Η καταγραφή και η ανάλυση των ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων που παράγονται μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, επιτρέπει στη Wind, να εντοπίζει: Τα θέματα που τραβούν την περισσότερη προσοχή, τη χρονική στιγμή που η δημοσίευση έχει το μεγαλύτερο impact, τους Influencers, Opinion Leaders και Trend Setters, τα online δημογραφικά.

Τέλος, η διαχείριση των social media γίνεται σε επικοινωνία με όλα τα εμπλεκόμενα τμήματα της εταιρείας, ώστε να υπάρχει πλήρης επίγνωση απ' όλους της γενικής γνώμης του κοινού και να διαμορφώνονται τα αντίστοιχα προϊόντα/υπηρεσίες και η επικοινωνία τους.

Τέλος, η διαχείριση των social media γίνεται σε επικοινωνία με όλα τα εμπλεκόμενα τμήματα της εταιρείας, ώστε να υπάρχει πλήρης επίγνωση απ' όλους της γενικής γνώμης του κοινού και να διαμορφώνονται τα αντίστοιχα προϊόντα/υπηρεσίες και η επικοινωνία τους.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**



Α.Δαυίδ-Σ.Γκουζιώτη

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: SOCIAL MEDIA STRATEGY

Aegean Airlines by Mindworks

Η ανάπτυξη της social media στρατηγικής της Aegean Airlines βασίστηκε στους εξής άξονες:

- Δημιουργία ενδιαφέροντος περιεχομένου που συντελεί στην αύξηση του engagement και στη δημιουργία interactions.
- Αύξηση του Word of Mouth σχετικά με την εταιρεία και την digital πρωτοπορία της, με τη δημιουργία Facebook applications, twitter διαγωνισμών και επικοινωνιακών καμπανιών.
- Παροχή υπηρεσιών Customer Care για άμεση επίλυση προβλημάτων και αποριών των χρηστών. Λόγω της αύξησης όγκου ερωτημάτων δημιουργήθηκε ομάδα διαχείρισης ερωτημάτων από τα social media με έμφαση στο Facebook. Ο μέσος όρος απάντησης και επίλυσης μειώθηκε σημαντικά.

Από την αρχή του 2011 ως σήμερα:

- Περισσότεροι από 169.000 fans στο Facebook, με πάνω από 16.000 fans να έχουν πραγματοποιήσει κάποιο είδος action με τη σελίδα.
- Περισσότερες από 210.000 εγκαταστάσεις εφαρμογών της Aegean από χρήστες στο Facebook, με περισσότερα από 24. εκατ. Impressions, πάνω στην πλατφόρμα.
- Εξυπηρέτηση περισσότερων από 3500 requests και σχολίων πελατών μέσα από το Facebook σε 18 μήνες.
- Η οργανική αύξηση του Fanbase με σχεδόν μηδενικό media spend ξεπερνά τους 3.000 Fans/ μήνα.
- Πάνω από 1,5 εκατομμύρια unique Facebook χρήστες έχουν δει κάποιο περιεχόμενο σχετικό με την σελίδα.
- Πάνω από 600 posts με περισσότερα από 240.000 interactions με τη σελίδα.
- 12.900 followers στο Twitter, πρώτο σε followers μη-ενημερωτικό brand.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**



N. Πολυχρονάκη-A. Κουτσούκος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΒΡΑΒΕΥΣΗΣ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟ ΨΗΦΙΑΚΟ MARKETING

Mercedes-Benz Ελλάς ΑΕΕ

Σκοπός της digital CRM καμπάνιας για το after-sales service της Mercedes-Benz Ελλάς ήταν η αύξηση της επισκεψιμότητας στους Εξουσιοδοτημένους Επισκευαστές σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα καθώς και ο εμπλουτισμός και επιβεβαίωση στοιχείων που συμπεριελάμβανε η dbase.

Αναπτύχθηκαν ειδικά digital tools με CRM τεχνικές, συνδυαστικά με call center, με στόχο την on line ενημέρωση και την real time επικοινωνία πελατών και Επισκευαστών Mercedes-Benz, καθώς και την αύξηση της διαδραστικότητας και ικανοποίησης του πελάτη.

Η καμπάνια εξελίχθηκε μέσω CRM εφαρμογής που επέτρεπε την ταυτόχρονη διαχείρισή της με πολλαπλά επίπεδα ασφαλείας και θέασης από το call center, τους Εξουσιοδοτημένους Επισκευαστές, την Mercedes-Benz Ελλάς και την Marketing 1to1. Επιπλέον, πρόσφερε τη δυνατότητα αποστολής, σε real time, sms με μοναδικό κωδικό αποδοχής προσφοράς.

Αναλυτικά:

1. Επικοινωνία πελάτη από το call center, επιβεβαίωση στοιχείων κατόχου και αυτοκινήτου, εμπλουτισμός dbase με κινητά και emails, πραγματοποίηση επιπέδου ικανοποίησης για το after sales, παρουσίαση προσφοράς.
2. Αποδοχή προσφοράς, επιλογή του επισκευαστή, αποστολή μοναδικού κωδικού προσφοράς μέσω sms gate, επιβεβαίωση ότι ο πελάτης έλαβε τον κωδικό (real time).
3. Ταυτόχρονη (real time) ενημέρωση on line του επισκευαστή, για το ποιοι πελάτες τον επέλεξαν για το service τους καθώς και του μοναδικού κωδικού προσφοράς.
4. Κλείσιμο ραντεβού για το service, ενημέρωση μέσω της CRM εφαρμογής από τους επισκευαστές για την ολοκλήρωση της ενέργειας.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Mercedes-Benz Ελλάς Α.Ε.Ε.**



A. Δαυίδ-E. Κωστάκης





ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: AFFILIATE SITE Ntynomai.gr

Το Ntynomai.gr είναι on-line οδηγός μόδας και ηλεκτρονικών αγορών. Παρουσιάζει τάσεις μόδας, δίνει συμβουλές, προτάσεις αγοράς και προσφορές από ελληνικά και ευρωπαϊκά ηλεκτρονικά καταστήματα. Το περιεχόμενο παράγεται από fashion bloggers. Παράλληλα, προσφέρει ενοποιημένο κατάλογο με ρούχα, παπούτσια και αξεσουάρ (πάνω από 150.000 προϊόντα), λειτουργώντας για τους επισκέπτες ως αφετηρία για ηλεκτρονικές αγορές.

Το Ntynomai.gr πέρα από κάθε τεχνική λειτουργία ή στρατηγική, βασίζεται σε μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης με τους επισκέπτες του. Η ομάδα fashion bloggers έχει χτίσει μια εικόνα αξιοπιστίας, ειλικρινούς κριτικής και αντικειμενικής αισθητικής. Αυτή η παροχή πληροφόρησης ξεπερνά κάθε οικονομική προσφορά ή έκπτωση των συνεργαζόμενων καταστημάτων. Ο συνδυασμός fashion content development με τη χρήση digital στρατηγικής δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες. Επιπλέον, επικοινωνιακά και στρατηγικά, το Ntynomai.gr κάνει χρήση ολοκληρωμένων τεχνικών on line marketing όπως SEO και Pay pre Click Advertising. Στόχος είναι να ενισχυθούν τα κανάλια επικοινωνίας των συνεργαζόμενων ηλεκτρονικών καταστημάτων έτσι ώστε να έχουν υψηλή επισκεψιμότητα και κύκλο εργασιών. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία, το Ntynomai.gr "διανέμει" περισσότερα από 480.000 clicks ανά μήνα στα συνεργαζόμενα ηλεκτρονικά καταστήματα, πετυχαίνοντας περισσότερες από 2.000 πωλήσεις που αντιστοιχούν σε τζίρο άνω των 100.000 ευρώ ανά μήνα. Το κοινό του Ntynomai.gr αντιστοιχεί σε 200.000 μοναδικούς επισκέπτες ανά μήνα, με 1.500.000 προβολές (page views) σελίδων και περίπου 7 λεπτά μέσο χρόνο παραμονής.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATnet Communications A.E**



Μ.Βρεχόπουλος-Χ.Γεωργακόπουλος



Α.Δαυίδ-Α.Χρήστου

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: CPC CAMPAIGN Wind Hellas by Atcom

Κατά το 2012, η Wind χρησιμοποίησε για την προώθησή της CPC καμπάνιες μέσω της πλατφόρμας Google AdWords και μέσω της πλατφόρμας των Facebook Ads.

Σκοπός της παραπάνω διαδικασίας είναι η αξιοποίηση ενός σημαντικού καναλιού online προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της Wind, με στόχο τα online conversions. Με σκοπό να καλυφθούν οι παραπάνω ανάγκες, δημιουργήθηκε ένας λογαριασμός Google AdWords που αποτελείται από ένα τεράστιο structure με πάνω από 85 ενεργές καμπάνιες. Παρόμοια εικόνα ισχύει και για το Facebook όπου έτρεξαν με επιτυχία πάνω από 32 καμπάνιες. Και στις δύο περιπτώσεις χρησιμοποιήθηκαν μια σειρά από πρωτοποριακές τεχνικές, οι οποίες βελτιώνουν περαιτέρω τα αποτελέσματα που παράγονται από τις CPC Campaigns.

Τα στοιχεία που προκύπτουν είναι εντυπωσιακά, αφού ο λογαριασμός παρουσιάζει σημαντική αύξηση κατά το 2012 τόσο σε επίπεδο conversions (αγορές και click to calls) όσο και επισκέψεων. Ως δομή, το PPC Account της WIND αποτελείται από ένα structure το οποίο προσαρμόζεται αναλόγως των μεθόδων στόχευσης, των formats διαφήμισης και των υποπροϊόντων που στοχεύονται. Μέσα από το account καλύπτονται όλα τα βασικά PPC platforms (Search and Display network, YouTube, Mobile και Facebook), ενώ το account μετρά πάνω από 85 ενεργές καμπάνιες, 650 adgroups, 32.000 keywords, 3.500 placements, 300 audiences, 1.300 ads και 20 YouTube videos.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: E-MAIL MARKETING ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Πλαίσιο

Το Newsletter Integration είναι κεντρική στρατηγική προώθησης στο πλαίσιο και αφορά στη δημιουργία ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης της B2C επικοινωνίας μέσω newsletters. Στόχος είναι η συγκεντρωτική διαχείριση των newsletters από μια πλατφόρμα. Το Πλαίσιο αποστέλλει newsletters με μεγάλη ακρίβεια ακόμη και σε επίπεδο μεμονωμένου πελάτη, διαχειριζόμενο ορθολογικά τη βάση πελατών και αυξάνοντας το ROI. Αποτελέσματα: 52% αύξηση στο generated από το Newsletter traffic*, 6% μείωση στο bounce rate* (κίνηση που προέρχεται από το Newsletter), 70% αύξηση opening rate* και 30% αύξηση generated από το Newsletter revenue*. (*Σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο).

Το Plaisio Newsletter βασίζεται σε 2 πυλώνες.

1. Σύστημα διαχείρισης. Διαδικασίες όπως η εγγραφή μελών, η διαχείριση των προτιμήσεων τους, η αποστολή των newsletters, η μελέτη συμπεριφοράς των χρηστών, η διαγραφή τους κλπ, ελέγχονται κεντρικά. Η πληροφορία συγκεντρώνεται σε οργανωμένες βάσεις δεδομένων ώστε να είναι άμεσα διαθέσιμη για επεξεργασία.

2. Περιεχόμενο. Το content καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τις επιθυμίες των παραληπτών. Ο χρήστης κατά την εγγραφή του στη λίστα παραληπτών μπορεί να επιλέξει ανάμεσα από 9 κατηγορίες. Έτσι εξασφαλίζεται ότι θα λάβει newsletters αποκλειστικά με content που έχει ζητήσει.

Επιπλέον, τα νέα newsletters είναι εμπλουτισμένα με «φρέσκο» περιεχόμενο το οποίο εξηγεί με απλά λόγια τις νέες τεχνολογίες δίνοντας παράλληλα προτάσεις και συμβουλές. Τα συγκεκριμένα content newsletters αποστέλλονται με το subject «Σφηνάκια Γνώσης».

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Πλαίσιο**



Μ.Μωραΐτης-Α.Αντωνάτος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: MOBILE COMMERCE

Χρυσή Ευκαιρία



Δ.Βατικιώτης-Γ.Πούτος

Μετά την επιτυχημένη πορεία των καθετοποιημένων iOS apps, του «xe automoto» και του «xe property», δημιουργήθηκε η ανάγκη στην Χρυσή Ευκαιρία για περαιτέρω διείσδυση και στο χώρο των Android χρηστών. Έτσι στο νέο xe app έχουν προστεθεί εκτός των «xe automoto» και «xe property», τόσο οι 40.000 αγγελίες Εργασίας, όσο και οι 62.000 αγγελίες όλων των υπόλοιπων κατηγοριών του xe.gr (είδη σπιτιού, ηλεκτρονικά, ταξίδια, ζωάκια, κ.λπ), με σύνολο περισσότερες από 650.000 αγγελίες. Η αναζήτηση είναι διαφορετική ανά κατηγορία. Για παράδειγμα η αναζήτηση για κάποιο ακίνητο μπορεί να γίνει εκτός του παραδοσιακού τρόπου και μέσω χάρτη γύρω από την περιοχή του χρήστη (geo-location).

Από την πρώτη ημέρα ανάρτησης στα Apple και Android stores, η εφαρμογή κατέγραψε 60.000 downloads σε 2 μήνες, 4.000.000 pageviews/μήνα, 200.000 επισκέψεις/μήνα, 25 σελίδες ανά επίσκεψη. Συγκαταλέχθηκε πολύ γρήγορα στην 1η θέση του top 25 δωρεάν εφαρμογών, παραμένοντας στην top τριάδα για πάνω από

ένα μήνα. Σήμερα είναι Νο 1 στην επιμέρους κατηγορία LifeStyle.

Το xe app για Android και iOS δημιουργήθηκε εξ ολοκλήρου από τη Χρυσή Ευκαιρία, με τέτοιο τρόπο ώστε η εμπειρία της αναζήτησης αλλά και της πλοήγησης στο web site να μεταφερθεί και στη mobile έκδοση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Με γνώμονα αυτή τη στρατηγική, στο άμεσο μέλλον θα υπάρξουν και επεκτάσεις της εφαρμογής.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Χρυσή Ευκαιρία**



2013
e-volution
awards

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ Hellas Direct



Δ.Βατικιώτης-Α.Μάρκου-Α.Πανταζής

Η Hellas Direct είναι μία καινούρια ασφαλιστική εταιρεία αυτοκινήτου, που έχει στόχο να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι ασφαλιστικές εταιρίες εξυπηρετούν τους πελάτες τους. Η καινοτομία της Hellas Direct έγκειται στο γεγονός ότι είναι η πρώτη αποκλειστικά διαδικτυακή Ελληνική ασφαλιστική εταιρεία αυτοκινήτων. Η διαδικασία ασφάλισης πραγματοποιείται online ή μέσω τηλεφώνου, και το ασφαλιστήριο συμβόλαιο αποστέλλεται με email.

Η διαδικασία είναι απλή και γρήγορη (λιγότερο από 5 λεπτά) και απόλυτα ασφαλής. Η εταιρεία επενδύει στην άμεση εξυπηρέτηση και διαχειρίζεται η ίδια τις ζημιές συνεργαζόμενη στενά με την γνωστή εταιρία Munich Re. Η επιχειρηματική ιδέα αξιολογήθηκε πολύ θετικά και υπάρχει μια αρχική χρηματοδότηση που υπερβαίνει τα 15 εκ €. Τα αποτελέσματα του πρώτου διμήνου λειτουργίας είναι πολύ ενθαρρυντικά αφού υπήρχαν πάνω από 54000 unique visitors και πάνω από 5700 online quotes.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Hellas Direct**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ Winbank (Τράπεζα Πειραιώς/ΑΤΕ Bank)

Η Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς ακολουθώντας την σημαντική τεχνογνωσία της σε καινοτόμες υπηρεσίες, δημιούργησε τη mobile app easypay, η οποία δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να πληρώσουν λογαριασμούς ΔΕΚΟ και εταιρειών τηλεπικοινωνίας (ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ΟΤΕ, Cosmote, Forthnet, HOL, Nova, Vodafone, Wind), με χρεωστική, πιστωτική ή προπληρωμένη κάρτα. Ο χρήστης γράφεται στο www.easypay.gr και καταχωρεί τα στοιχεία του λογαριασμού είτε σκανάροντας το barcode, είτε φωτογραφίζοντας το λογαριασμό ή πληκτρολογώντας τα στοιχεία του λογαριασμού. Στη συνέχεια εξοφλεί με πιστωτική, χρεωστική ή προπληρωμένη κάρτα οποιασδήποτε τράπεζας. Τέλος, επιβεβαιώνει τα στοιχεία πληρωμής πριν την καταχώρησή. Ο λογαριασμός έχει πληρωθεί και η πληρωμή έχει εκτελεστεί σε πραγματικό χρόνο λαμβάνοντας ανάλογη έγκριση.

Το winbank easypay app ήταν η πρώτη εφαρμογή στην ελληνική αγορά με δυνατότητα επιλογών για την καταχώρηση στοιχείων λογαριασμού προς πληρωμή. Όλη η επεξεργασία γίνεται στο smartphone χωρίς να χρειαστεί ο χρήστης να συνδεθεί με άλλο σύστημα μέσω internet. Εξελίσσοντας την εφαρμογή προστέθηκαν επιπλέον δυνατότητες που καλύπτουν και την καταχώρηση των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας, καθώς δεν είναι πλέον απαραίτητο να πληκτρολογεί ο χρήστης αλλά μόνο να σκανάρει την κάρτα του και αυτόμάτα συμπληρώνονται τα πεδία στην εφαρμογή. Τέλος, η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να ξεχωρίζει εύκολα και γρήγορα τις αποθηκευμένες κάρτες δίνοντάς τους το όνομα της προτίμησής του.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής Τράπεζα Πειραιώς**



Δ.βατικιώτης-Σ.Συρμακέζης

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΝΕΑ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Hellas Direct



Μ.Βρεχόπουλος-Α.Μάρκου-Α.Πανταζής

Η καινοτομία της Hellas Direct έγκειται στο γεγονός ότι είναι η πρώτη αποκλειστικά διαδικτυακή Ελληνική ασφαλιστική εταιρεία αυτοκινήτων. Η καινοτομία της συνίσταται μεταξύ άλλων στα εξειδικευμένα ασφαλιστήριά της, στη δημιουργία ειδικού λογισμικού συστήματος αυτόματου υπολογισμού κόστους, στην αποκλειστική συνεργασία με την αντασφαλιστική εταιρεία Munich Re, στην αξιολόγηση της ομάδας εξυπηρέτησης πελατών βάσει της εξυπηρέτησης που παρέχει και του θετικού συναισθήματος και όχι βάσει των πωλήσεων. Στα οφέλη συγκαταλέγονται η ταχύτητα, η αποστολή ασφαλιστηρίου με e-mail, η απλή διαδικασία (user experience), η εξοικονόμηση χρημάτων. Το λογισμικό και ο τρόπος υπολογισμού του κόστους ασφάλισης, δίνουν τη δυνατότητα παροχής ανταγωνιστικών και πραγματικά «δίκαιων» τιμών στους ασφαλή οδηγούς. Λειτουργεί ένα καινοτόμο σύστημα αξιολόγησης λαμβάνει υπ' όψη

τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του οδηγού, του αυτοκινήτου και του τρόπου οδήγησης) για να δώσουν προσφορά σε ανταγωνιστικές τιμές. Η παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών (360ο) κάνει τη διαδικασία αποζημίωσης ακόμη πιο εύκολη και γρήγορη για τους πελάτες.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Hellas Direct**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΝΕΑ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Petas.gr-Altair Travel & Congress by Atcom

Το παραδοσιακό offline ταξιδιωτικό γραφείο Altair Travel S.A. δημιούργησε τη διαδικτυακή πλατφόρμα www.petas.gr για να ξεπεράσει τα προβλήματα ενός παραδοσιακού ταξιδιωτικού πρακτορείου. Στόχος του site είναι να μην ενοχλεί τον χρήστη με καταϊγισμό ειδοποιήσεων. Έχει ουσιαστική παρουσία στα social media και αξιοποιεί τη διαδραστική σχέση με το κοινό μέσω πρωτότυπων προτάσεων και χρηστικής πληροφορίας (πολλαπλά landing pages με υλικό και προσφορές για κάθε προορισμό). Τα εργαλεία αναζήτησης, οι προσφορές, και κυρίως ο εύστοχος τρόπος επικοινωνίας δημιούργησαν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές και ήταν βασικοί συντελεστές της κατακόρυφης αύξησης του Retention. Ιδιαίτερη βάση δόθηκε στη ευχρηστία με τεχνολογική αρτιότητα, παροχή πλούσιου πληροφοριακού υλικού, αξιοπιστία, ασφάλεια στις συναλλαγές, ευκρίνεια στους όρους χρήσης και στις προϋποθέσεις και στις ιδιαίτερα χαμηλές τιμές. Οι συνολικές πωλήσεις παρουσίασαν αύξηση 400% με τις επισκέψεις στο site να ξεπερνούν τα 2,4 εκατ. χρήστες. Σε επίπεδο Conversion Rate, το ποσοστό μετατροπής ξεκίνησε από 0,75% και σήμερα κυμαίνεται σε 3,39%. Οι πωλήσεις ξεπερνούν πλέον μηνιαίως τα 2 εκατ. ευρώ. Το site απέκτησε από τους πρώτους μήνες σταθερή πελατειακή βάση. Ένα χρόνο μετά, το ¼ των πωλήσεων έρχεται από direct πωλήσεις, πράγμα που δείχνει ότι μια μεγάλη βάση πελατών έχει μείνει ικανοποιημένη και επιστρέφει πάλι στο Petas.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**



Μ.Βρεχόπουλος-Η.Σουβατζής



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: COLLABORATIVE E-COMMERCE

Dixons South-East Europe

Το Central Product Repository Management (CPRM) αποτελεί μια κεντρική αποθήκη πληροφοριών για όλα τα προϊόντα της επιχείρησης. Το CPRM αναπτύχθηκε για να καλύψει τις ανάγκες της Κωτσόβολος σε θέματα εμπορικής διαχείρισης Supply Chain Management & Total Quality Control (TQM). Εξασφαλίζει παράλληλη πρόσβαση στις πληροφορίες τόσο των εργαζόμενων στην Κωτσόβολος, όσο και των προμηθευτών / Συνεργατών (Merchants) όπως επίσης και των καταναλωτών μέσα από τα διάφορα κανάλια πώλησης. Η δημιουργία του CPRM είχε ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας πολλών εταιρικών διαδικασιών και βελτιστοποιεί την παροχή πληροφοριών και εξυπηρέτηση των πελατών. Επιπλέον αποτέλεσε καθοριστικό εργαλείο για την καλύτερη προϊόντική ενημέρωση της Κωτσόβολος μειώνοντας το κόστος και διασφαλίζοντας την ποιότητα. Το Central Product Repository Management (CPRM) είναι ένα Custom Εργαλείο που αναπτύχθηκε για τις ανάγκες της Κωτσόβολος και ουσιαστικά αποτελεί ένα CRM για προϊόντα. Το έργο αυτό έχει 3 κεντρικούς στόχους:

α) Να παρέχει ποιοτικότερη πληροφορία στους εξωτερικούς καθώς και εσωτερικούς πελάτες μας ως αφορά τα προϊόντα εισάγοντας TQM διαδικασίες που διασφαλίζουν την ποιότητα τις παρεχόμενης πληροφορίας. β) Να συμβάλει στην ενιαία και ομογενή διαχείριση των προϊόντων καθ όλη την διάρκεια του Product Life Cycle. γ) Να μειώσει το κόστος διαχείρισης των προϊόντων αποκεντρώνοντας τις διαδικασίες από τον κατασκευαστή μέχρι τον καταναλωτή.



Φ.Ρούκας

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Κωτσόβολος Dixons South East Europe**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών



Κ.Καραγιάννη-Α.Αλέφαντος

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών και συγκεκριμένα η Επιχειρηματική μονάδα Πληροφορικής & Τηλεπικοινωνιών (IT&T), με γνώμονα την περιβαλλοντική ευαισθησία, την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και την καινοτομία, παρέχει από το 2011 την υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης (e-Invoicing) και τη λύση Ηλεκτρονικής Αρχειοθέτησης, σε συνεργασία με την Information Systems Impact SA στους πελάτες ή προμηθευτές της. Αυτό αποτελεί μέρος της ευρύτερης στρατηγικής του Αερολιμένα να λειτουργεί και ως service provider ψηφιακών υπηρεσιών σε εταιρίες που υπάρχουν στον ευρύτερο χώρο του Αεροδρομίου αλλά και τους πολίτες που ταξιδεύουν ή επισκέπτονται τους χώρους.

Πρόκειται για μία ευέλικτη και scalable λύση με δυνατότητα σταδιακής εφαρμογής, της οποίας το στρατηγικό πλεονέκτημα είναι η ανεξαρτησία από φορολογικούς μηχανισμούς, εκτυπωτικά περιβάλλοντα (laser ή dot-matrix), από λογιστικό πακέτο/ERP των εταιρειών αλλά και από το μέγεθος, τα χαρακτηριστικά και τον κλάδο δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης. Επιπρόσθετα, το σημαντικότερο είναι ότι πολύ εύκολα οι επιχειρήσεις μπορούν από την 1η μέρα να εξοικονομήσουν λειτουργικό κόστος καθώς μπορούν να καταργήσουν την εκτύπωση τουλάχιστον των αντιγράφων των παραστατικών καθώς αρχειοθετούνται πλέον ηλεκτρονικά μέσω της λύσης Archiving@connect και σε δεύτερη φάση να αυτοματοποιήσουν τη διαδικασία τιμολόγησης αποστέλλοντας άμεσα και ηλεκτρονικά τα τιμολόγια μέσω της ασφαλούς υπηρεσίας Paperless@connect στους πελάτες τους. Επιπρόσθετα ένα από τα σημαντικά εργαλεία της Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης είναι ότι δεν επηρεάζονται οι καθημερινές λειτουργίες του Οικονομικού Τμήματος καθώς οι χρήστες συνεχίζουν να λειτουργούν με τον ίδιο τρόπο απολαμβάνοντας τα οφέλη της εύκολης αναζήτησης, ανάκτησης και ελέγχου των τιμολογίων που εκδίδουν, αρχειοθετούν ηλεκτρονικά και στέλνουν.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών**



Κ.Καραγιάννη-Σ.Τσιάπραζλής

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-Travel SA

Η εταιρεία είναι πλέον ένα από τα μεγαλύτερα on-line ταξιδιωτικά πρακτορεία στην Ν.Α. Ευρώπη και παρέχει λειτουργικά εργαλεία για την on-line οργάνωση ταξιδιών με οικονομικό τρόπο. Οργανώνοντας την υποδομή της έτσι ώστε σε διάστημα λίγων εβδομάδων να μπορεί να ανοίγει τις αγορές που επιλέγει το τμήμα marketing, έχει ήδη αυτόνομη παρουσία σε περισσότερες από 12 χώρες (Ελλάδα, Κύπρο, Ρωσία -και γενικότερα Κοινοπολιτεία-, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Κροατία, Τουρκία, Πολωνία, Πορτογαλία). Οι πελάτες της παρουσιάζουν ευρεία γεωγραφική διασπορά.

Η εταιρεία επενδύει μεγάλο μέρος των εσόδων της σε ενέργειες marketing, σχεδόν αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου. Οι ενέργειες αυτές είναι διαφορετικές ανάλογα με τη χώρα όπου βρίσκεται ο πελάτης, τη γλώσσα που μιλάει, τη συσκευή που χρησιμοποιεί (desktop, laptop, smartphone) ή την υπηρεσία που θέλει. Η εταιρεία διαθέτει πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες, που καλύπτουν τις ξεχωριστές ανάγκες κάθε χώρας (Pamdiakopes.gr, Trip.ru, Avion.ro, Trip.bg, Airtickets24.com κλπ) και επιδιώκει τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας και την αυτοματοποίηση όσο το δυνατόν περισσότερων λειτουργιών. Για το λόγο αυτό έχει έναν από τους υψηλότερους δείκτες touch-less bookings διεθνώς. Σε καθημερινή βάση, περισσότεροι από 5.000 άνθρωποι ταξιδεύουν με εισιτήρια που έχουν αγοράσει χρησιμοποιώντας κάποια από τις ιστοσελίδες της εταιρείας. Οι πωλήσεις της προβλέπεται να διαμορφωθούν στα 200 εκατ. ευρώ το 2012. Η εταιρεία αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο online γραφείο πώλησης αεροπορικών εισιτηρίων στη Ρωσία, το πρώτο στη Ρουμανία, τη Βουλγαρία και την Κύπρο και κατατάσσεται στα 10 μεγαλύτερα ταξιδιωτικά γραφεία της Ευρώπης στο συγκεκριμένο τομέα.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **e-Travel Παροχής Διαδικτυακών Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών ΑΕ** (pamdiakopes.gr)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, ΠΡΟΪΟΝΤΑ FolliFollie Group by Atcom

Το Folli Follie είναι μια διεθνοποιημένη Ελληνική εταιρία με φυσική παρουσία σε 28 χώρες, με 800 σημεία πώλησης και 5800 εργαζόμενους. Με ανανεωμένο το σχεδιασμό του ηλεκτρονικού κατάστημα, το Folli Follie επικεντρώνει σε δυο βασικούς δείκτες: Αύξηση του Conversion Rate (CR) και Average Revenue Per User (ARPU). Πριν τον αρχικό ανασχεδιασμό, ήταν απαραίτητο να οργανωθεί και να δομηθεί σωστά η πληροφορία (Information Architecture), ώστε να αναδειχθούν ορθά, από την αρχή, οι ομάδες προϊόντων, η ιστοσελίδα να είναι ευκόλως πλοήγηση και λειτουργική και κυρίως να είναι πλήρως αποθηκεύσιμη (indexed) από τις μηχανές αναζήτησης.

Το επόμενο στάδιο, που ξεκίνησε να εξελίσσεται παράλληλα με τα πρώτα δείγματα του design ήταν η μελέτη χρηστικότητας και ευκολίας στην πλοήγηση, Usability Review. Σκοπός ήταν η ροή της πλοήγησης να είναι άμεση, γρήγορη και λειτουργική, ώστε η διαδικασία πώλησης να τελειώνει σε όσο το δυνατόν λιγότερα βήματα και με τον πιο εύκολο τρόπο. Χρησιμοποιήθηκαν εμφανή call-to-action buttons, χρωματολόγια και εύκολα στην χρήση φίλτρα, καθώς και πολλαπλές μορφές προϊόντικής απεικόνισης. Σημαντική ήταν επίσης η ανάπτυξη πολύγλωσσου fashion blog, που εκτός της προβολής προϊόντων, έδενε τις καμπάνιες μεταξύ τους και βοηθούσε στο Search Engine Optimisation. Το eshop λειτουργεί σε 10 διαφορετικές τοπικές εκδόσεις, παράλληλα με την κεντρική έκδοση που εξυπηρετεί από την Ελλάδα όλο τον κόσμο. Παράλληλα γίνεται συνεχής παραμετροποίηση ανάλογα με την τοπικότητα / ιδιαιτερότητα (πχ mobile έκδοση στην Κίνα, σύστημα πιστότητας στην Ιαπωνία κλπ). Το ηλεκτρονικό κατάστημα του Folli Follie, μαζί με τις τοπικές online εκδόσεις του, το έχουν επισκεφθεί χρήστες από περισσότερες από 150 χώρες. Έχουν πραγματοποιηθεί αγορές από καταναλωτές σε περισσότερες από 85 χώρες, κάνοντας το eshop των Folli Follie πραγματικά παγκόσμιο.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet & Multimedia A.E**



Κ.Καραγιάννη-Γ.Ματινόπουλος



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Ακτινοθεραπευτική Ογκολογική Συνεργασία



Γ.Βασιλαράς-Δ.Κατσώχη

Η Δρ. Δέσποινα Κατσώχη, επικεφαλής της Ακτινοθεραπευτικής Ογκολογικής Συνεργασίας (www.aktinotherapeia.com) και η εταιρεία ANADELTA (www.anadelta.gr), δίνοντας έμφαση στη χρήση των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή και στον ρόλο που μπορούν να παίξουν σε θέματα ενημέρωσης για ζητήματα υγείας, δημιούργησαν μια δωρεάν εφαρμογή για iPhone και iPad. Η εφαρμογή Mastos www.akosbreast.com ενημερώνει τις γυναίκες για τη σημασία της έγκαιρης διάγνωσης, για τους επιβαρυντικούς παράγοντες που προκαλούν την ανάπτυξη της νόσου, συστήνει μέτρα προφύλαξης και τονίζει την σημασία της τακτικής αυτοεξέτασης και της μαστογραφίας, σε συνδυασμό με τακτικές επισκέψεις σε κλινικό ιατρό. Η εφαρμογή διδάσκει στις γυναίκες τη σωστή τεχνική αυτοεξέτασης του στήθους με απλά κατανοητά βήματα και σχετικές εικόνες, κάνοντας ιδιαίτερη μνεία στα σημάδια της νόσου αλλά και στο τι πρέπει να προσέχουν. Επιπλέον περιέχει σύντομο εκπαιδευτικό video για την πληρέστερη κατανόηση της τεχνικής της αυτοεξέτασης.

Μέσω της εφαρμογής οι γυναίκες έχουν την δυνατότητα να θέσουν υπενθυμίσεις, τόσο για την μηνιαία συνιστώμενη αυτοεξέταση των μαστών τους, όσο και για την μαστογραφία τους. Έτσι, σε τακτά χρονικά διαστήματα η γυναίκα λαμβάνει στο κινητό της σχετική ειδοποίηση, ώστε να ενσωματώσει στην καθημερινότητά της τον τακτικό προληπτικό έλεγχο για τον καρκίνο του μαστού, που μπορεί να της σώσει τη ζωή.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Ακτινοθεραπευτική Ογκολογική Συνεργασία**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: E-GAMING

Lazyland

Η LazyLand.net (www.lazyland.net) ανέπτυξε μία καινοτόμο b2b social gaming πλατφόρμα με στόχο να αυξήσει το δίκτυο διανομής για τους game developers σε non-social websites και να προσφέρει social content στους publishers που δεν έχουν τόσο την τεχνική υποδομή όσο και τα απαραίτητα resources να το πραγματοποιήσουν.

Η LazyLand LTD όντας παράλληλα τα τελευταία χρόνια και games development εταιρεία αλλά και δημιουργός social communities (μέσω της θυγατρικής Zoo Bytes S.A. η οποία έχει δημιουργήσει το μεγαλύτερο social gaming network στην Ελλάδα Zoo.gr), παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις στον συγκεκριμένο χώρο. Όσον αφορά στα social games -κατά κανόνα παιχνίδια που δεν δρουν εκτός social περιβάλλοντος- εταιρίες όπως η Viximo και η Plinga δημιούργησαν distribution πλατφόρμες οι οποίες όμως παραμένουν «κλειστές» και περιορισμένων δυνατοτήτων. Κατ' επέκταση, δεν έχει διαμορφωθεί μια ολοκληρωμένη λύση που να ξεπερνά το φράγμα της ενσωμάτωσης social υποδομής (τα λεγόμενα social features) σε παραδοσιακά online portals. Η LazyLand, με στόχο να αφήσει το στίγμα της στον gaming ψηφιακό κόσμο έχτισε ένα «fuss-free» και ανοικτό social gaming distribution network που βελτιστοποιεί τη διανομή gaming content σε παγκόσμιο επίπεδο. Η πλατφόρμα LazyLand.net απευθύνεται εξίσου σε social games developers και online publishers- ανεξαρτήτως αν το site τους διαθέτει social χαρακτηριστικά.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Lazyland Ltd**



Χ.Ρούγγας-Ζ.Μαυροφόρα

KΑΤΗΓΟΡΙΑ: LOCATION BASED COMMERCE

Eurobank

Η Eurobank λάνσαρε τον Μάρτιο του 2012 την εφαρμογή «Επιστροφή App». Στόχος είναι να προσφέρει ευκολία στη χρήση του προγράμματος πιστότητας καρτών και να ενισχύσει το δίκτυο των 4.500 και πλέον επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Η χρήση των προγραμμάτων αυτών προϋποθέτει τη γνώση των επιχειρήσεων που συμμετέχουν και την ενημέρωση για τα ευρώ ή πόντους που έχει ο πελάτης διαθέσιμα προς εξαργύρωση. Η δυσκολία πρόσβασης στις πληροφορίες αυτές είναι ανασταλτικός παράγοντας στη χρήση των προγραμμάτων, αφού οι πελάτες ενημερώνονται μόνο μέσω statement, φυλλαδίων, internet sites και μάλιστα σε στιγμές που ενδέχεται να μην υπάρχει ενδιαφέρον αγοράς. Με στόχο να αντιμετωπιστεί αυτή η αδυναμία η Eurobank δημιούργησε την εφαρμογή «Επιστροφή App». Ο πελάτης ενημερώνεται on line για τα ευρώ που έχει διαθέσιμα προς εξαργύρωση, βρίσκει γεωγραφικά όποια επιχείρηση τον ενδιαφέρει, πλοηγείται μέσω του τηλεφώνου για το πώς μπορεί να μεταβεί στο σημείο και ακόμη επικοινωνεί με το πάτημα ενός κουμπιού με την επιχείρηση για να αξιοποιήσει μία προσφορά τη στιγμή που τον ενδιαφέρει. Στην ουσία η εφαρμογή λειτουργεί ως ένας ψηφιακός μηχανισμός ενημέρωσης ο οποίος οδηγεί τους κατόχους καρτών Eurobank στα φυσικά καταστήματα των συμβεβλημένων επιχειρήσεων. Η μέχρι σήμερα εμπειρία έδειξε σημαντικά ποσοτικά και ποιοτικά οφέλη τόσο για την Τράπεζα και τον πελάτη της, όσο και για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Eurobank**



Γ. Αγοράνος-Σ. Αναστασιάδης



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ B2B

Linkwise



Γ.Κώτσας-Γιανναράκης-Γ.Συμεωνίδης

Η Linkwise δημιούργησε και λάνσαρε την πρώτη ελληνική affiliate πλατφόρμα που ξεπερνά τους περιορισμούς των έτοιμων λύσεων και προσφέρει στις συνεργαζόμενες εταιρείες ένα εξαιρετικά αναβαθμισμένο επίπεδο υπηρεσιών. Μέσα από την πλατφόρμα της Linkwise, οι διαφημιζόμενοι μπορούν να δημιουργήσουν τη δική τους affiliate καμπάνια, να την προβάλλουν στους ενδιαφερόμενους publishers, να παρακολουθούν τα στατιστικά της και να βελτιώνουν την απόδοσή της. Οι διαφημιζόμενοι μπορούν να διαχειρίζονται την affiliate καμπάνια τους με τους παρακάτω τρόπους: Προσθήκη/αλλαγή δημιουργικών (Flash & image banners, text links, coupons, advertorials κλπ.), Προσθήκη/αλλαγή προμήθειας που δίνει η καμπάνια στους publishers, Επικοινωνία και έγκριση publishers, Παρακολούθηση στατιστικών, Παρακολούθηση και κατέβασμα τιμολογίων.

Οι publishers συνδέονται στο δικό τους διαχειριστικό περιβάλλον και έχουν τις εξής δυνατότητες: Ενημέρωση για τις διαθέσιμες καμπάνιες, Λήψη δημιουργικών, Πρόσβαση σε εργαλεία (δημιουργία δυναμικών datafeeds, deeplink generator,

banner rotators), Παρακολούθηση στατιστικών μέσα από πλήρως παραμετροποιήσιμα και αποθηκεύσιμα reports (επιλογή στηλών, προσθήκη δυναμικών AND/OR φίλτρων, διπλά line charts, ομαδοποίηση ανά λεπτό, ώρα, ημέρα έως έτος κλπ.) αλλά και μέσω API, Αλλαγή στοιχείων του λογαριασμού, Παρακολούθηση των πληρωμών.

Η πλατφόρμα της Linkwise ήδη φέρνει σε επαφή περισσότερους από 300 διαφημιζόμενους με 5.000 publishers και παράγει περισσότερα από 3 εκατομμύρια clicks το μήνα, και χιλιάδες registrations και κάθε είδους leads.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Linkwise**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (E-SERVICES)

Information Systems Impact



Γ.Κώτσας-Γιανναράκης-Β.Δράκος

Είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που ξεκίνησε την υπηρεσία της Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης από το 2002. Προωθεί την κατάργηση της εκτύπωσης του έντυπου παραστατικού του τιμολογίου, προσφέροντας παράλληλα τη δυνατότητα για end to end integration με τα εσωτερικά συστήματα των συνεργατών. Κατά αυτό τον τρόπο μειώνονται συνολικά τα λειτουργικά και διαχειριστικά κόστη μιας επιχείρησης καθώς και ο χρόνος απόκρισης σε όλη την διαδικασία τιμολόγησης. Παράλληλα, η Ηλεκτρονική Τιμολόγηση έχει την δυνατότητα διασύνδεσης με την λύση Ηλεκτρονικής Αρχειοθέτησης, δίνοντας την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να μειώσουν ακόμα περισσότερο τα λειτουργικά τους κόστη, καθώς πλέον αρχειοθετούν εξ' ολοκλήρου ηλεκτρονικά και όχι φυσικά. Η υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης, που είναι στρατηγικής σημασίας για τις επιχειρήσεις χρησιμοποιείται από περισσότερες από 5.000 εταιρείες ανεξαρτήτου δραστηριότητας, μεγέθους και χαρακτηριστικών, (κλάδος λιανεμπορίου, μεταφορών, υπηρεσιών, βιομηχανίες, φαρμακευτικός, κ.α.) ενώ ο αριθμός ανταλλαγής ηλεκτρονικών παραστατικών έχει ξεπεράσει τα 19.000.000 ηλεκτρονικά παραστατικά. Η υπηρεσία είναι η πρώτη από το 2011 που παρέχεται από οργανωμένο δίκτυο εναλλακτικών παρόχων ηλεκτρονικής τιμολόγησης

(Business Exchanges SA, CPI, Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών ΑΕ, CosmoOne, Πυλάνες Ελλάς ΑΕ και Unisystems AE). Βασίζεται στο ασφαλέστερο πρωτόκολλο κρυπτογράφησης που υπάρχει και χρησιμοποιεί και ο τραπεζικός κλάδος (web banking). Είναι ανεξάρτητη από την τεχνολογική υποδομή, το μορφότυπο αρχείου και το πρωτόκολλο επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η εταιρεία. Υποστηρίζεται από έμπειρο και αφοσιωμένο Τμήμα Τεχνικής Υποστήριξης και παρέχει αυτόματες ενημερώσεις και έξυπνες αντιστοιχίσεις ανάμεσα στην πληροφορία που ανταλλάσσεται.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Information Systems Impact SA**



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ Eurobank

Η Eurobank είναι η μόνη Τράπεζα στην Ελλάδα που εγγυάται την εγγύηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών, καθώς και η μόνη που είναι πάροχος ψηφιακής πιστοποίησης, εγγεγραμμένη στα μητρώα της EETT. Στα απαραίτητα μέτρα που λαμβάνει ώστε να προσφέρει ένα ασφαλές περιβάλλον διενέργειας ηλεκτρονικών συναλλαγών, συμπεριλαμβάνονται:

- Πιστοποίηση των συναλλαγών μέσω προσωπικών ψηφιακών πιστοποιητικών ή μοναδικών κωδικών (One time passwords) που αποστέλλονται με SMS

- Ελεγχόμενη πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας μέσω firewall
- Πιστοποίηση ιστοσελίδας από ανεξάρτητο πάροχο
- Εξασφάλιση της μεταφοράς δεδομένων μέσω κρυπτογράφησης
- Δυνατότητα προσομοίωσης εγκριτικών ροών επιχείρησης - workflow
- Δωρεάν ενημέρωση του πελάτη μέσω sms για ασυνήθιστες κινήσεις, αλλαγή κωδικών, κ.α.
- Παρακολούθηση ασυνήθιστης συμπεριφοράς των χρηστών.

Τέλος, μια σειρά επιπλέον δικλίδων ασφαλείας προστατεύουν τον χρήστη e-Banking, όπως μπλοκάρισμα κωδικών και πρόσβασης στο e-Banking, μείωση ορίου συναλλαγών, κ.α. Τα παραπάνω επιτρέπουν στη Eurobank να εγγυάται την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω e-Banking, δηλαδή να δεσμεύεται ότι θα καλύψει οποιαδήποτε απώλεια χρημάτων προκύψει από τους λογαριασμούς με δική της ευθύνη. Πάνω από το 60% των πελατών e-Banking πραγματοποιούν συναλλαγές προς τρίτους και κάνουν χρήση των μηχανισμών πιστοποίησης του e-Banking. Το πρώτο Ενεργό του 2012 έχουν εκδοθεί πάνω από 170,000 προσωπικά ψηφιακά πιστοποιητικά και έχουν αποσταλεί 652,500 SMS με κωδικούς μια χρήσης.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Eurobank**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Τράπεζα Πειραιώς (Τράπεζα Πειραιώς/ΑΤΕ Bank)

Η Τράπεζα Πειραιώς μέσω της πλατφόρμας ηλεκτρονικών πληρωμών Πειραιώς paycenter, πρωτοπόρησε σε Ευρωπαϊκό επίπεδο και προσφέρει υπηρεσίες Payment Service Provider (PSP) από το 2000. Η πλατφόρμα αναπτύχθηκε εσωτερικά στην Τράπεζα, από ένα απλό σύστημα εκκαθάρισης πληρωμών με κάρτες σε ένα σύνθετο οικοσύστημα ισχυρών υποδομών και εφαρμογών που επεξεργάζονται περισσότερες από 4.000.000 συναλλαγές το χρόνο, υποστηρίζοντας το σύνολο του κλάδου των αεροπορικών, ακτοπολικών και σιδηροδρομικών μεταφορών στην Ελλάδα, τα μεγαλύτερα online τουριστικά πρακτορεία, επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και ψυχαγωγίας καθώς και πάνω από 2.500 eshops μεσαίων και μικρών επιχειρήσεων από κάθε κλάδο. Οι υποδομές του Πειραιώς paycenter είναι σήμερα οι πλέον ισχυρές υποδομές στην Ελληνική αγορά και οι υπηρεσίες του εκτείνονται από εφαρμογές και διατάξεις για την αποδοχή συναλλαγών ηλεκτρονικών συναλλαγών Card Not Present πληρωτών-καρτούχων (μέσω internet, call center ή αρχείων εντολών), έως την εκκαθάριση, με παράλληλη προσφορά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας όπως:

- υπηρεσίες πρόληψης κακόβουλων συναλλαγών με κατετοιποιημένες υπηρεσίες antifraud
- Υπηρεσίες 3D (Verified-by-Visa & MasterCard SecureCode)
- Multicurrency με υποστήριξη 30 νομισμάτων
- Υποστήριξη δόσεων πληρωμών και προεξόφλησης αγορών
- Παροχή εξελιγμένων online διαχειριστικών εργαλείων και αναφορών
- Διόδευση συναλλαγών σε διαφορετικές τράπεζες
- Υποστήριξη διαφορετικών οργανισμών καρτών
- Υποστήριξη της κάρτας αποδείξεων του Υπουργείου Οικονομικών
- Υποστήριξη loyalty σχημάτων διάφορων τραπεζών
- Παροχή πολλαπλών τρόπων τεχνικής διασύνδεσης με την πλατφόρμα
- Εξειδικευμένα interfaces για υποστήριξη mobile συσκευών
- Υποστήριξη 24/7
- Διαδικασίες disaster recovery
- Πλατφόρμα πλήρως πιστοποιημένη κατά PCI DSS.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής Τράπεζας Πειραιώς**



Ι.Κουρινιώτης-Κ.Στιβαρός



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: DIGITAL AGENCY

Mindworks Interactive

Η Mindworks είναι σήμερα το ταχύτερα αναπτυσσόμενο digital agency στην Ελλάδα και το μεγαλύτερο Search & Performance Agency. Ξεκίνησε το 2003 και σήμερα αριθμεί 45 έμπειρους επαγγελματίες, και ένα ενεργό πελατολόγιο που ξεπερνάει τις 60 μεσαίου και μεγάλου μεγέθους εταιρείες.

Η φιλοσοφία της συμπυκνώνεται στη φράση «Delivering Results» και στο πλαίσιο 360ο digital στρατηγικής επικοινωνίας, παρέχει σειρά υπηρεσιών: Digital Strategy & Integration, Search Engine Optimization, Google Adwords, Facebook & YouTube Campaigns, Web Analytics & Cross Channel Measurements, Usability & EyeTracking Studies,

Social Media Content Management, Digital Creative Services. Η εταιρεία έχει αναπτύξει εσωτερικά σειρά εργαλείων, όπως είναι το Multichannel Attribution Modelling Tool (μέτρηση όλων των touchpoints ενός χρήστη πριν αυτός καταλήξει σε μια αγορά / επιθυμητή ενέργεια. Δυνατότητα για attribution της πώλησης στις διάφορες marketing ενέργειες. Το εργαλείο χρησιμοποιεί το Google Analytics API), Search Competitive Landscape Analysis Tool (Με τη διασύνδεση μέσω Google Adwords, ο πελάτης μπορεί να γνωρίζει το impression/market share που κατέχει, αν εμφανίζεται πιο ψηλά από τον ανταγωνισμό, εκτίμηση του budget που ξοδεύει ο ανταγωνισμός κλπ), Social Media Reporting Tool (Σε realtime χρόνο δίνει στον πελάτη συνολική εικόνα της social media παρουσίας του, σύνδεση με την επιρροή των Social Media στις πωλήσεις). Η πλατφόρμα συνδέεται με Facebook, Twitter και Google Analytics για conversion data.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Mindworks – Μάντζαρης, Βαρέλογλου και ΣΙΑ Ο.Ε**



Μ.Μωραΐτης-Γ.Βαρέλογλου

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: E-COMMERCE SOLUTIONS

ATCOM Internet and Multimedia

Η Atcom Internet και Multimedia έχει αναπτύξει ένα σύγχρονο, δυναμικό και εύχρηστο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, το Netvolution WCMS. Το Netvolution έχει χτιστεί με βάση τα ανοιχτά πρότυπα και την αρχιτεκτονική web n'tier και με γνώμονα τη γρήγορη δημιουργία εφαρμογών web, την εύκολη διαχείριση περιεχομένου και την δυνατότητα γρήγορης και εύκολης επέκτασης, κλιμάκωσης και αξιοπιστίας.

Η πλατφόρμα προσφέρει πλήρεις δυνατότητες ανάπτυξης multi-tier web enabled εφαρμογών, καθώς και δυνατότητες επικοινωνίας και διασύνδεσης με εφαρμογές και συστήματα τρίτων κατασκευαστών, μέσω της υποστήριξης τεχνολογιών όπως .NET, PHP, ASP, J2EE, XML, Web Services, HTTP/S, κ.α. και μέσω ειδικών μηχανισμών διασυνδεσιμότητας και συγχρονισμού δεδομένων. Τα πρόσθετα Add-ons χρησιμοποιούν τα Netvolution services, μέσω του Netvolution Application Programming Interface (API), το οποίο φροντίζει για την πρόσβαση σε βασικές λειτουργίες και βάσεις δεδομένων και επιτρέπει την άμεση και ταχύτατη κάλυψη όποιων μελλοντικών αναγκών προκύψουν. Αποτελεί ένα καινοτόμο προϊόν που καλύπτει όλο το φάσμα των αναγκών διαχείρισης περιεχομένου, των πιο σύνθετων διαδικτυακών εφαρμογών, με κύρια εστίαση τα Μ.Μ.Ε. και τα μεγάλα σε όγκο e-Commerce sites. Είναι εγκατεστημένο σε περισσότερες από 1800 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και αποτελεί τον λειτουργικό πυρήνα μερικών εκ των πιο σύνθετων και δημοφιλών Ελληνικών ιστοσελίδων. Σε σύνολο τζίρου, το πελατολόγιο των eCommerce εφαρμογών που έχει δημιουργήσει η Atcom, ξεπερνάει τα 500 εκατομμύρια ευρώ τον χρόνο.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **ATCOM Internet and Multimedia AE**



Γ.Σύρρος-Ζ.Λαλάς

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΒΡΑΒΕΥΣΗΣ: MCOMMERCE SOLUTIONS Atcom Internet and Multimedia

Η Atcom Internet και Multimedia A.E. έχει αναπτύξει ένα σύγχρονο, δυναμικό και εύχρηστο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για handsets και smartphones, το TapVolution. Το TapVolution αποτελεί ένα καινοτόμο Ελληνικό Content Management System και είναι το μοναδικό ολοκληρωμένο προϊόν (και όχι custom λύση) στην Ελληνική αγορά. Καλύπτει όλο το φάσμα αναγκών διαχείρισης περιεχομένου (από πολυμεσικό περιεχόμενο μέχρι σύνθετες ecommerce λύσεις) και λόγω της αρχιτεκτονικής του, μπορεί να επεκταθεί γρήγορα και εύκολα προκειμένου να καλύψει πρόσθετες μελλοντικές ανάγκες. Πρόκειται για ένα λογισμικό που δουλεύει σε όλες τις mobile συσκευές και όλα τα λειτουργικά συστήματα. Έχει χτιστεί με βάση τα ανοιχτά πρότυπα και την αρχιτεκτονική web n'tier και με γνώμονα τη γρήγορη δημιουργία εφαρμογών web, την εύκολη διαχείριση περιεχομένου και τη δυνατότητα γρήγορης και εύκολης επέκτασης, κλιμάκωσης και αξιοπιστίας.

Επιτρέπει την εύκολη και γρήγορη δημιουργία εφαρμογών για smartphones με λογισμικό iOS, Android, Windows, WebOS, Symbian, Blackberry, ενώ υποστηρίζει αντίστοιχες εφαρμογές για tablets. Προσφέρει δυνατότητες όπως: Υποστήριξη banners, καταγραφή ποιοτικών στατιστικών, αποστολή ενημερώσεων σχετικά με προσφορές και αναβάθμιση περιεχομένου, λειτουργία offline mode. Τα πρόσθετα Add-ons χρησιμοποιούν τα TapVolution services, μέσω του TapVolution Application Programming Interface (API), το οποίο φροντίζει για την πρόσβαση σε βασικές λειτουργίες και βάσεις δεδομένων και επιτρέπει την άμεση και ταχύτατη κάλυψη μελλοντικών αναγκών.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Atcom Internet and Multimedia AE**



Θ.Κοκκινιάς-Γ.Τσίγκος

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ E-BANKING Eurobank

Στις καινοτομίες των υπηρεσιών του e-Banking της Eurobank συμπεριλαμβάνονται: η online εγγραφή του πελάτη στο e-Banking χωρίς να απαιτείται φυσική παρουσία, τα εξειδικευμένα τραπεζικά προϊόντα για internetικούς χρήστες με προνομιακό επιτόκιο, η διασφάλιση ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω ψηφιακών πιστοποιητικών και εγγύηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών, η υποστήριξη των πελατών μέσω live chat και δωρεάν τηλεφώνου, η πρόσβαση από τις περισσότερες διαθέσιμες συσκευές, η δωρεάν αποστολή ειδοποιήσεων μέσω sms/email, η διάθεση αντιγράφων κινήσεων των προϊόντων (e-Statements) με παράλληλη δυνατότητα διακοπής αποστολής των φυσικών, οι υπηρεσίες για επιχειρήσεις «Cheque Express», «Διαχείριση Ρευστότητας», «Εισαγωγές/Εξαγωγές»

Στη Eurobank το 94% των χρηστών ηλεκτρονικών υπηρεσιών δηλώνει ευχαριστημένο. Παράλληλα, οι χρήστες e-Banking είναι 2,3 φορές πιο κερδοφόροι, έχοντας και διπλάσιο αριθμό προϊόντων από τους μέσους πελάτες της Τράπεζας. Η αύξηση χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οδηγεί και στη σημαντική μείωση κόστους ανά συναλλαγή για την Τράπεζα, επιτρέποντας παράλληλα τη σημαντική αποσυμφόρηση του δικτύου καταστημάτων από συναλλαγές ρουτίνας και την εστίαση του προσωπικού σε πιο προσοδοφόρες δραστηριότητες. Επίσης, σημαντική μείωση κόστους επιτυγχάνεται και μέσω εξειδικευμένων ηλεκτρονικών υπηρεσιών όπως τα e-Statements. Από την πλευρά του καταναλωτή, η χρήση των ηλεκτρονικών δικτύων σημαίνει ευκολία στη διεκπεραίωση συναλλαγών, έλεγχος, 24ωρη πρόσβαση, εξοικονόμηση χρόνου, μειωμένα έξοδα στις συναλλαγές και άλλα.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Eurobank**



Ι.Κουρινιώτης-Κ.Πάικος



ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ CosmoONE

Ο εξωστρεφής προσανατολισμός της cosmoONE ξεκίνησε από το 2007, παρέχοντας υπηρεσίες ηλεκτρονικών δημοπρασιών στην θυγατρική του ΟΤΕ στη Ρουμανία, Romtelecom. Η συνεργασία επεκτάθηκε με αποτέλεσμα το 2008 να ενταχθούν στην ROMTELECOM οι υπηρεσίες eRFx, το 2009 οι υπηρεσίες ηλεκτρονικών παραγγελιών και εποπτείας αιτήσεων και εντός του 2012 οι υπηρεσίες Business Intelligence και διαχείρισης καταλόγων.

Συγχρόνως από το 2009 εντάσσεται στο πελατολόγιο της cosmoONE και η Cosmote Ρουμανίας χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες eRFx και e-auctions.

Η cosmoONE έχει ακόμα συνεργαστεί με την Alpha Bank Srbija A.D και πρόσφατα ξεκίνησε συνεργασία με τους δύο μεγαλύτερους τηλεπικοινωνιακούς Οργανισμούς του Αζερμπαϊτζάν. Τέλος, είναι αρκετές οι περιπτώσεις συμμετοχής ξένων εταιριών ή αποκλειστικά ξένων εταιριών σε δημοπρασίες προμηθειών (π.χ. φωτοβολταϊκά) και εκπονήσεων (π.χ. κινητά τηλέφωνα) που διενεργούνται περιοδικά. Η εταιρεία στοχεύει στην πλήρη αυτοματοποίηση των διαδικασιών προμηθειών, από την φάση του «sourcing», έως τη φάση του «invoicing». Ακολουθώντας το μοντέλο e-procurement της EU, διαθέτει τόσο «Pre-Award» όσο και «Post-Award» υπηρεσίες. Ενδεικτικά αποτελέσματα: Για πελάτες εκτός Ελλάδας, από 01/01/2012 έως 30/09/2012 έχουν διεξαχθεί 42 ηλεκτρονικές δημοπρασίες, με την δημοπρατηθείσα αξία να είναι 33,9 εκατ. ευρώ, και έχει επιτευχθεί μείωση προϋπολογισμού 22,19%.

Στο ίδιο διάστημα, έχουν διεξαχθεί 422 eRFx για πελάτες εκτός Ελλάδας και έχει διακινηθεί αξία 14.922.438 ηλεκτρονικών παραγγελιών για το εξωτερικό, με μέσο χρόνο εκτέλεσης της τάξεως των 2 ημερών.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **CosmoOne**



Κ.Καραγιάννην-Α.Πετμεζάς

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΒΡΑΒΕΥΣΗΣ: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

Η δράση «Δείξ' τους» της Εθνικής Τράπεζας, υπό το μήνυμα «και οι μεγάλοι έχουν PC», είναι ένα εθελοντικό πρόγραμμα για τη μείωση του ψηφιακού αναλφαριθμητισμού. Σκοπό έχει την ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των νέων ανθρώπων προκειμένου να μεταφέρουν τις γνώσεις τους και να «διδάξουν» σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας πώς να χρησιμοποιούν το internet.

Στο πλαίσιο της δράσης, διεξάγονται μαθήματα όπου ένας εθελοντής-εκπαιδευτής μαθαίνει έναν έως δύο ηλικιωμένους «μαθητές» τα πρώτα βήματα στον κόσμο του διαδικτύου. Η πρωτοβουλία ξεκίνησε με μια σημαντική μηνιαία καμπάνια 3 μηνών στις αρχές του 2011 σε όλα τα ΜΜΕ και σε social media. Κεντρικό σημείο υπήρξε η ειδική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο www.deixτους.gr, η οποία απευθύνθηκε στους νέους και τους προέτρεψε με χιουμοριστικό τρόπο μέσα από διαγωνισμούς, βίντεο και εκπαιδευτικά εργαλεία, να διδάξουν το διαδίκτυο στους μεγάλους.

Η δράση έχει αναγνωριστεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και παρουσιάστηκε ως case study στο συνέδριο Innovation for digital inclusion που έγινε τον Οκτώβριο του 2011. Παράλληλα, έχει ενταχθεί στην ηλεκτρονική πύλη Epractice.

Στα μαθήματα «Δείξ' τους» που ξεκίνησαν το Νοέμβριο του 2011 και συνεχίζονται μέχρι σήμερα, έχουν συμμετάσχει περίπου 190 «μαθητές» ηλικίας 50 και άνω, οι οποίοι εκπαιδεύτηκαν από περίπου 95 εθελοντές-εκπαιδευτές νεαρής ηλικίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότεροι από τους μισούς εθελοντές προέρχονται από την Εθνική Τράπεζα μετά από σχετική καμπάνια εσωτερικής επικοινωνίας.



Γ.Βασιλαράς-Ν.Κουρκζής

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΠΡΩΤΟΕΜΦΑΝΙΖΟΜΕΝΟΣ SERVICE PROVIDER hellas online



Γ. Λεκάκος-Φ. Κωνσταντέλλος

Η hellas online προσφέρει ολοκληρωμένα υπηρεσίες cloud, δηλαδή υποδομή και διασύνδεση ως ένα πακέτο υπηρεσίας. Επιπλέον, μπορεί να προσφέρει ένα ενιαίο συμβόλαιο παροχής υπηρεσιών (end-to-end SLA) για τις υπηρεσίες αυτές. Με το hol cloud, η hellas online ενώνει τους πόρους IT υποδομής με τη διαδικτυακή πρόσβαση και διασύνδεση για να δώσει λύση στη διαχείριση της IT υποδομής από την Ελληνική επιχείρηση. Δυναμικά, άμεσα και με πιστοποιημένη ασφάλεια, απεριόριστοι πόροι IT υποδομής καθίστανται διαθέσιμοι σε όλες τις επιχειρήσεις, ανά πάσα στιγμή και για όσο χρονικό διάστημα τους χρειάζονται, με χρέωση μόνο για ότι και για όσο το χρησιμοποιούν. Επιπλέον, η υπηρεσία hol cloud έχει σχεδιαστεί για να παρέχει ασφάλεια, σαν να ήταν μέσα στο ιδιόκτητο

δίκτυο της επιχείρησης. Σε αυτή την υποδομή η hellas online συνδέει και τις υπηρεσίες διαδικτυακής της πρόσβασης προσφέροντας ένα πακέτο – εργαλείο, με οικονομίες κλίμακας και συγκράτηση κόστους. Επί του παρόντος η hellas online το προσφέρει με τις υπηρεσίες storage, backup και Virtual Cloud Servers ως υποδομή. Το hol cloud είναι μια ομπρέλα υπηρεσιών που έρχεται να βοηθήσει την ελληνική επιχείρηση να λύσει ένα δύσκολο γρίφο: Πως θα αντιμετωπίσει τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες σε πόρους υποδομής IT, διατηρώντας σε «ικανοποιητικό» επίπεδο τα κόστη και χωρίς επιπτώσεις στην λειτουργικότητα και την ασφάλεια.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Hellas On Line**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ Business Exchanges / Eurobank

Ανταποκρινόμενη δυναμικά στις σύγχρονες απαιτήσεις των επιχειρήσεων, η Eurobank μέσω της θυγατρικής της Business Exchanges (BE), παρέχει με την ηλεκτρονική αγορά www.be24.gr, ουσιαστικές και μακροχρόνιες λύσεις υψηλών προδιαγραφών, καθώς και ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας. Συγκεκριμένα η Business Exchanges βασισμένη στην πλατφόρμα της Ariba, που αποτελεί τον κορυφαίο παροχέα λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως και ειδικότερα σε υπηρεσίες δι-εταιρικών ηλεκτρονικών συναλλαγών (B2B), δημιούργησε την πρώτη ολοκληρωμένη ηλεκτρονική αγορά www.be24.gr που απευθύνεται σε φορείς του Ιδιωτικού & Δημοσίου φορέα προσφέροντας σε όλες τις επιχειρήσεις την υποδομή για τη διενέργεια ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο, επιτυγχάνοντας αυτοματοποίηση και προτυποποίηση των διαδικασιών με συνεπακόλουθη μείωση του κόστους προμηθειών και πωλήσεων. Μέσω του επιχειρηματικού κόμβου www.be24.gr αγοραστές και προμηθευτές έχουν τη δυνατότητα: Να εκτελέσουν ηλεκτρονικούς διαγωνισμούς, να δημιουργήσουν κλειστά κυκλώματα αγορών και εκκαθάρισης συναλλαγών μεταξύ αγοραστών και προμηθευτών με σκοπό να επιτύχουν φθηνότερες τιμές και μείωση του λειτουργικού τους κόστους.

Η μεγάλη καινοτομία της Business Exchanges έγκειται στο γεγονός ότι για πρώτη φορά στο Ελληνικό Δημόσιο υλοποιήθηκαν υπηρεσίες ηλεκτρονικών διαγωνισμών και ηλεκτρονικών προμηθειών με απόλυτη επιτυχία προσφέροντας πρόσθετη αξία στους φορείς που τις χρησιμοποιούν. Μέχρι σήμερα έχουν διεξαχθεί επιτυχώς 80 ηλεκτρονικοί διαγωνισμοί και εντός του 2012, ξεκίνησαν για πρώτη φορά οι ηλεκτρονικές προμήθειες στα Νοσοκομεία με πολύ θετικά αποτελέσματα στην μείωση κόστους.

Συμμετέχουσα εταιρεία: **Business Exchanges / Eurobank**



Ν. Τονογλίδου



Welovetoys.gr & Welovebabies.gr

Πολύ προσεγμένο και επαγγελματικό ηλεκτρονικό κατάστημα σε μια ανερχόμενη αγορά των on-line πωλήσεων για παιδικά είδη και δώρα, σε συνδυασμό με προσωποποιημένες υπηρεσίες εξυπηρέτησης.

Τα στοιχεία καινοτομίας και διαφοροποίησης περιλαμβάνουν:

- Έμφαση στην ενημέρωση της διαθεσιμότητας (8.000 κωδικοί) και στην ταχύτητα παράδοσης προϊόντων (εντός 24 ωρών πανελλαδικά).
- Δυναμική ενημέρωση της πληροφορίας μέσω σύνδεσης του συστήματος ERP με το ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Έμφαση στην υποστήριξη των πελατών κατά την διαδικασία που αφορά στην πρόοδο της πορείας της παραγγελίας.
- Χτίσιμο εμπιστοσύνης και θετική επίδραση στο «word of mouth» των πελατών ως αποτέλεσμα της εκπλήρωσης των υποσχέσεων που αφορούν στην άμεση παράδοση.
- Στόχευση στις διαδικασίες εκείνες που μπορούν να αυξήσουν την αξία των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω ενός ψηφιακού περιβάλλοντος (όπως τήρηση άμεσης παράδοσης προϊόντων, αξιόπιστη ενημέρωση που αφορά στη διαθεσιμότητα προϊόντων) που συμβάλλουν στη διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό.



Ε.Κάββαλος-Δ.Ζήβας



Ε.Κάββαλος-Γ.Παπαδάκης

BestPrice.gr

Καινοτόμος εταιρεία που συνδυάζει μηχανισμό αναζήτησης και υπηρεσίας one-stop-shop αγοράς από πλήθος καταστημάτων με την υποστήριξη «social shopping» και ενιαίου τρόπου παραγγελίας και πληρωμής. Τα κύρια χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν:

- Εκτός του μηχανισμού αναζήτησης/σύγκρισης παρέχονται ολοκληρωμένες υπηρεσίες one-stop-shop (αγορές προϊόντων από διαφορετικά καταστήματα) μέσω ενός διαδικτυακού τόπου. Είναι ένα καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο όμως βρίσκεται ακόμα σε πιλοτικό στάδιο.
- Εξατομικευμένη αντιμετώπιση καταναλωτή μέσω παραμετροποιημένων διαδικασιών.
- Υπαρξη πληθώρας καινοτόμων υπηρεσιών, όπως «social shopping» - συνδιαμόρφωση αποτελεσμάτων από τα εκάστοτε social user trends.
- Αξιομημόνευτα ποσοτικά στοιχεία: 4 εκ. προϊόντα από 1 000 καταστήματα.
- Λειτουργία και ως «trusted third party» που διασφαλίζει στους καταναλωτές την ποιότητα των προϊόντων.
- Ελκυστικές δυνατότητες και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας για καταστήματα που θέλουν να προσεγγίζουν τον τελικό καταναλωτή μέσω του BestPrice.gr.

Ηλεκτρονικό Κατάστημα BSB

Ψηφιακό κανάλι προώθησης και πώλησης της εταιρείας ένδυσης BSB. Το ηλεκτρονικό κατάστημα αξιοποιεί διεθνείς πρακτικές, παρέχει πληθώρα υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας και εξοικειώνει τον χρήστη με την ενδυματολογία. Ιδιαίτερα:

- Υιοθετεί βέλτιστες διεθνείς πρακτικές που αφορούν τη λειτουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων.
- Παροχή πληθώρας υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, όπως ενημέρωση για την μόδα, προτάσεις για αγορά προϊόντων κλπ.
- Προσπάθεια εξοικείωσης χρήστη με το αντικείμενο της ενδυματολογίας μέσω της παροχής σχετικών υπηρεσιών.
- Αποστολή newsletter 2 φορές την εβδομάδα και ενεργή παρουσία σε social media.
- Χρήση εναλλακτικών μέσων επικοινωνίας, όπως δυνατότητα τηλεφωνικών παραγγελιών.
- Ηλεκτρονικές παραγγελίες και από χώρες του εξωτερικού στις οποίες δεν υπάρχει παρουσία με φυσικό κατάστημα.
- Αύξηση πωλήσεων online και offline. Άρα συμπληρωματική λειτουργία φυσικού με ψηφιακό κανάλι.



Ε.Κάββαλος-Γ.Μπιθαράς



Ε.Κάββαλος-Ε.Ζούρου

DoctorAnytime.gr

Ηλεκτρονική αγορά διασύνδεσης ασθενών με γιατρούς με βάση ειδικότητα / περιοχή / ασφάλεια, ενώ παράλληλα προσφέρει υπηρεσίες αυτοματοποίησης των λειτουργιών για τους γιατρούς. Η προοπτική της ηλεκτρονικής αυτής αγοράς είναι εμφανής από το γεγονός ότι στην Ελλάδα κλείνονται 200.000 ραντεβού σε ιδιωτικά ιατρεία την ημέρα:

- Είναι ο πιο εύκολος, γρήγορος και απλός τρόπος για τον ασθενή να βρει τον κατάλληλο για εκείνο γιατρό (σύμφωνα με 3 βασικά κριτήρια, Ειδικότητα / Περιοχή / Ασφάλεια), να δει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται για τον γιατρό και να κλείσει το ραντεβού online 24/7.
- Ο γιατρός προβάλλεται online και έχει ανοικτό ιατρείο 24/7.
- 800.000 αναζητήσεις / μηνιαίως για γιατρό στο Internet.
- Το doctoranytime τώρα: Έχει 600 ιατρούς σε δίκτυο, 2.500 εγγεγραμμένους ασθενείς και δραστηριοποιείται σε 16 περιοχές στην Ελλάδα.
- Επέκταση της επιχείρησης το 2013 στην Ευρώπη.

Buldoza.gr



Ε.Κάββαλος-Β.Γιοβάνης

Καινοτόμο ηλεκτρονικό κατάστημα με ευέλικτες και εξατομικευμένες υπηρεσίες / λύσεις εξυπηρέτησης, καινοτομία στην πλοήγηση / διάδραση και στο συνδυασμό διαφορετικών κατηγοριών προϊόντων όπως ρουχισμός και είδη σπιτιού. Τα στοιχεία καινοτομίας και διαφοροποίησης περιλαμβάνουν:

- Ενισία και ολοκληρωμένη προσέγγιση της εξυπηρέτησης πελατών από όλα τα τμήματα-στελέχη της επιχείρησης.
- Παροχή εξατομικευμένων λύσεων (π.χ. προτάσεις για αγορά προϊόντων).
- Συνδυαστική χρήση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας για την εξυπηρέτηση του πελάτη (π.χ. SMS, e-mail, Social Media).
- Καινοτομία στο σύστημα επιστροφών προϊόντων.
- Διαχωρισμός Fashion & Home, για ευκολότερη πλοήγηση σε κάθε κατηγορία και πλήρη ανάπτυξη του μενού των υποκατηγοριών.
- Μεγεθοδολόγιο για ρούχα και παπούτσια, διαδραστικό καλάθι, εύκολη πλοήγηση σε χαμηλό επίπεδο κλπ.

- Πρωτοβουλία ολοκληρωμένου ανασχεδιασμού ιστοσελίδας και ευκολία στην πλοήγηση του χρήστη μεταξύ διαφορετικών ενότητων της ιστοσελίδας.
- Δημιουργία ειδικών προϊόντικών posts, για βελτιστοποίηση conversion rate & engagement.

Toolmania.gr

Καινοτόμο δίκτυο «E-Shop in Shop» στον χώρο των εργαλείων / εξοπλισμού με σκοπό την πανελλαδική γεωγραφική επέκταση και την αξιοποίηση υπαρχόντων ανεξάρτητων χονδρεμπορικών καταστημάτων. Ξεκίνησε ως ηλεκτρονικό κατάστημα με έδρα την Καβάλα που πουλάει: εργαλεία χειρός, ηλεκτρονικά εργαλεία, μηχανήματα – εξοπλισμός, είδη προστασίας εργαζομένων, εργαλεία κήπου, συστήματα ασφαλείας κλπ. Τα στοιχεία καινοτομίας και διαφοροποίησης περιλαμβάνουν:

- Καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο συνεργασιακού εμπορίου με συνδυασμό ηλεκτρονικού εμπορίου και Shop-in-Shop σε φυσικά καταστήματα.
- Παραχώρηση χώρου 70m² και διαμόρφωση του brand και του χρώματος toolmania από τοπικό ανεξάρτητο συνεργάτη.
- Ο συνεργάτης έχει άμεση πρόσβαση στα 6.500 προϊόντα του site για να εξυπηρετεί ουσιαστικά και ολοκληρωμένα τους πελάτες του.
- Ο συνεργάτης μπορεί να λειτουργήσει σαν υποκατάστημα: Πουλάει εμπορεύματα, παραδίδει παραγγελίες, δέχεται επιστροφές.
- Τα ανεξάρτητα καταστήματα αγοράζουν και πουλάνε χονδρική στο δίκτυο και λιανική στους τελικούς πελάτες.
- Τώρα λειτουργούν δύο shop-in-shop σε Καβάλα και Πάτρα. Τέλος 2013: 11 συνεργάτες με στόχο 30-35 σε όλη την Ελλάδα.



Ε.Κάββαλος-Ι.Χρυσάφης



Telematica

Εκπροσώπηση και ψηφιακή πώληση προϊόντων αυτοκίνησης Αμερικανικών εταιρειών στις Ευρωπαϊκές χώρες, αξιοποιώντας πολλαπλά ψηφιακά κανάλια και πιστοποιημένες διαδικασίες και τεχνολογίες. Κύρια χαρακτηριστικά:

- Από το 2006 στο ηλεκτρονικό εμπόριο με προϊόντα αυτοκίνησης και 2000 ενεργούς κωδικούς.
- Εκπροσώπηση και διανομή προϊόντων Αμερικανικών εταιρειών στις Ευρωπαϊκές χώρες (Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Φινλανδία, Σουηδία, Πορτογαλία, Μάλτα, Δανία).
- 80% πωλήσεις / τζίρος από την Ευρωπαϊκή αγορά με αύξηση πωλήσεων 45% το 2012.
- Πολλαπλά κανάλια πωλήσεων: eCommerce, market places, comparison shopping, mobile, paid search, social networks κλπ.
- Ενοποίηση σε μια λειτουργική και τεχνολογική πλατφόρμα των Logistics, Λογιστήριο, Πωλήσεις, AfterSales, Μάρκετινγκ κλπ.
- Σημαντικές πιστοποιήσεις όπως ISO 9001: 2008 (για εξυπηρέτηση και διεκπεραίωση των συναλλαγών) και από McAfee / Geo Trust για ασφάλεια συναλλαγών.
- Προχωρημένο τεχνολογικό περιβάλλον για υψηλές επιδόσεις, επεκτασιμότητα, διασύνδεση λειτουργιών, ολοκλήρωση λειτουργιών κλπ.
- Επέκταση του μοντέλου το 2013 σε μόδα, είδη σπιτιού κλπ.



Ε.Κάββαλος-Σ.Κοτσαλίδης

Metagora.gr

Καινοτόμα ηλεκτρονική αγορά δικτύωσης μεταφορών μεταξύ εμπορικών και μεταφορικών εταιρειών. Επιτρέπει την «ηλεκτρονική» συνάντηση και συνεργασία εταιριών που προσφέρουν υπηρεσίες μεταφοράς και εταιριών που θέλουν να μεταφέρουν τα προϊόντα τους. Στα χαρακτηριστικά περιλαμβάνονται:

- Οι εγγεγραμμένες εμπορικές εταιρείες που θέλουν να μεταφέρουν τα προϊόντα τους αναγγέλλουν το αίτημά τους, λαμβάνουν προσφορές και επιλέγουν τη μεταφορική εταιρεία που επιθυμούν να συνεργαστούν.
- Δυνατότητα αντίστροφης διαδικασίας, με την καινοτομική υπηρεσία «Γυρνά άδειος», όπου η μεταφορική εταιρεία αναγγέλλει κενό φορτίο με μειωμένο κόστος και ανταποκρίνονται οι εμπορικές εταιρείες.
- Συνεργασία με ΓΤ Εμπορίου για την υποστήριξη της διακίνησης των αγροτικών προϊόντων.
- 600 εμπορικές και μεταφορικές εταιρείες έχουν γίνει μέλη της και συναλλάσσονται ηλεκτρονικά στους πρώτους 5 μήνες λειτουργίας της.



Ε.Κάββαλος-Β.Ιωάννου

Palo.gr

Καινοτόμος υπηρεσία καθημερινής συλλογής πάνω από 50.000 Ελληνικών ειδήσεων και ομαδοποίησης μέσω ευφυίων αλγορίθμων χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση. Στις καινοτομίες περιλαμβάνονται:

- Περιεχόμενο από 1411 ειδησεογραφικές πηγές (sites) και 7281 blogs από όλο τον κόσμο.
- Πελάτες της υπηρεσίας είναι μεγάλοι οργανισμοί: τράπεζες, ασφάλειες, τηλεπικοινωνίες κλπ. Οι εγγεγραμμένοι πελάτες είναι πάνω από 12.700.
- Καινοτομία: δημιουργία μηχανισμού «κατανόησης» κειμένων και συγκεκριμένα δημοσιογραφικών, στην Ελληνική γλώσσα και της αυτόματης ομαδοποίησης σε clusters.
- Συνεργασία με ΕΚΕΦΕ Δημόκριτο και Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο για πολυγλωσσικό περιβάλλον, σημασιολογική και γλωσσολογική ανάλυση και εξόρυξη γνώσης μέσα από αδόμητα δεδομένα



Ε.Κάββαλος-Π.Τσαντίτας

MarketingWeek

Η πηγή της ενημέρωσης

MarketingWeek

Ανανεωμένο και δυναμικό, το Marketing Week σου φέρνει κάθε εβδομάδα όλη την επαγγελματική ενημέρωση που χρειάζεσαι: ειδησεογραφική πληροφόρηση, αποκλειστικά άρθρα, συνεργασίες με περιοδικά διεθνούς αποδοχής, επώνυμες απόψεις. Ακόμα σου προσφέρει δωρεάν τις τακτικές εκδόσεις The Insider's View, Best Practices, Ανασκόπηση της Χρονιάς. Επιπλέον το Marketing Week καλύπτει δημοσιογραφικά τις σπουδαιότερες παγκόσμιες εκδηλώσεις για τη διαφήμιση (Cannes Lions, Golden Drum, NYF, Epica κ.α.)

MarketingWeek ONLINE

Το Marketing Week Online, δικτυώνει καθημερινά και άμεσα τον επαγγελματία του marketing και της επικοινωνίας, με όλες τις εξελίξεις της επαγγελματικής αγοράς. Οι ειδήσεις από την Ελλάδα και τον κόσμο, οι νέες συνεργασίες, μετακινήσεις στελεχών, εμφανίζονται -ενώ ακόμα συμβαίνουν- στην οθόνη του υπολογιστή σου, μαζί με την πλούσια θεματολογία του εντύπου που προσφέρεται μέσω ενημερωμένου αρχείου αναζήτησης.





Airtickets

Πρωτοπόρος στο Ελληνικό Ίντερνετ με συνεχή παρουσία από το 1999. Εκπαίδευση ουσιαστικά τους Έλληνες να δίνουν την πιστωτική τους κάρτα στο Ίντερνετ, να αγοράζουν ηλεκτρονικά. Με ετήσιο κύκλο εργασιών 180 εκατομμύρια με 90 συνεργάτες και πρόσφατα παρουσία σε 6 χώρες αντιπροσωπεύει στη συνείδηση των Ελλήνων ένα από τα πετυχημένα ηλεκτρονικά κατάστημα. Χωρίς κεφάλαια και επενδυτές με μια φρέσκια ιδέα που έβλεπε το μέλλον, έγινε σε λίγα χρόνια η μεγαλύτερη on-line τουριστική εταιρεία για τους Έλληνες και από τις μεγαλύτερες της Ευρώπης. Ιδιαίτερα η mobile εφαρμογή θεωρείται πρωτοπόρος για το Ελληνικό ηλεκτρονικό επιχειρείν με τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Mobile εφαρμογή για i-phone και android που επιτρέπει την αγορά αεροπορικού εισιτηρίου και ξενοδοχείου, καθώς και τη δυνατότητα χρήσης άλλων υπηρεσιών (airtickets today, airtickets trends, airtickets alert, e-check in κ.α.).
- Πρώτη η airtickets.gr μετέφερε στο κινητό τηλέφωνο όλο το περιεχόμενο και τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω της ιστοσελίδας airtickets.gr.
- Διατίθεται σε 8 γλώσσες και σε πάνω από 10 διεθνή AppStores.
- Η εφαρμογή για 2η χρονιά παραμένει στα top50 του Ελληνικού Appstore, με βαθμολογία σχεδόν άριστη (4,5 στα 5).
- Υπάρχει συνεχής αύξηση επισκεψιμότητας (καθημερινά πάνω από 5.000 επισκέψεις) ενώ μέχρι τώρα υπάρχουν πάνω από 2.000.000 downloads.



Α.Σκορδός-Δ. Κοντογεώργος



I.Μιχαήλ

Ηλεκτρονικό Παρατηρητήριο Τιμών

Στις 22 Δεκεμβρίου 2009, ξεκίνησε να λειτουργεί το ηλεκτρονικό Παρατηρητήριο Τιμών (www.e-prices.gr) του Υπουργείου Ανάπτυξης, ένας πρωτοποριακός για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, αυτοματοποιημένος μηχανισμός συλλογής, επεξεργασίας και παρουσίασης τιμών διαφόρων προϊόντων και υπηρεσιών από ολόκληρη την Ελλάδα.

- Το Παρατηρητήριο Τιμών συλλέγει τιμές για περισσότερα από 1.600 προϊόντα μαζικής κατανάλωσης από 1.200 περίπου σημεία ανά την επικράτεια.

- Οι καταναλωτές μπορούν άμεσα και εύκολα να διαμορφώνουν, με βάση τις προσωπικές τους προτιμήσεις, τη λίστα (καλάθι) των προϊόντων των οποίων επιθυμούν, να παρακολουθούν τις τιμές σε ένα ή περισσότερα σημεία πώλησης καθώς και τη χρονική εξέλιξή τους.
- Στα 3 χρόνια λειτουργίας του η επισκεψιμότητά του συνεχώς αυξάνεται, ενώ τον μήνα Σεπτέμβριο ξεπέρασε τις 77.000 επισκέψεις.
- Ήδη 39 χρήστες έχουν αποκτήσει πρόσβαση στα δεδομένα μέσω web-services, με στόχο την ανάπτυξη ιδιωτικής πρωτοβουλίας μέσω της δημιουργίας αντίστοιχων εφαρμογών.



2013 e-volution awards

Recognizing best practices in **digital business**



Mercedes-Benz



Συγχαρητήρια σε όλες τις εταιρείες που βραβεύθηκαν στα e-volution awards 2013

Συνδιοργάνωση

boussias | communications



Υπό την Αιγίδα



Με την Υποστήριξη



Χορηγός Οίνου





2013
e-volution
awards
BPABEIO
m-Commerce Solutions