

Συνδιοργάνωση

boussias | communications



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ELTRUN
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Υπό την Αιγίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας

GRECA
Greek e-Commerce Association



2015 e-volution awards

Recognizing best practices in **e-commerce**

www.e-volutionawards.gr

ACS Web Business Tools



ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



ΟΛΕΣ ΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ ΣΟΥ ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ!

Τα ACS Web Business Tools σας παρέχουν τη δυνατότητα να ενσωματώσετε στην ιστοσελίδα σας, στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα, ή στις εταιρικές σας εφαρμογές, μια σειρά από νέα εργαλεία, που αυτοματοποιούν τη διασύνδεση της επιχείρησής σας με την ACS:

- ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ
- ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ (Voucher)
- ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ - ΕΝΤΟΛΗ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ (Ραντεβού με Courier)
- ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ (Track & Trace)



www.acscourier.net/el/acs-web-services

Έδρα: **ΑΣΚΛΗΠΙΟΥ 25**, 145 68 ΚΡΥΟΝΕΡΙ, τηλ.: 801 500 1111, 210 8190000,
fax: 210 8190311, www.acscourier.gr



Τα πάντα, παντού.



2015 e-volution awards

Recognizing best practices in **e-commerce**



Βραβεύοντας για 4η χρονιά τις καλύτερες πρακτικές σε ηλεκτρονικό εμπόριο και επιχειρείν

Τα e-volution awards 2015 ανέδειξαν για ακόμα μια χρονιά τη δυναμική ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου και επιχειρείν στη χώρα μας. Κάθε χρόνο, ο θεσμός των e-volution awards αναπτύσσεται με σημαντικούς ρυθμούς τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά, σηματοδοτώντας το γεγονός ότι ο κλάδος όχι μόνο αυξάνεται, αλλά και ωριμάζει.

Τα βραβεία διοργάνωσε για 4η συνεχή χρονιά η εταιρεία Boussias Communications και το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν, ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η φετινή τελετή απονομής πραγματοποιήθηκε σε ιδιαίτερα εορταστικό κλίμα, την Πέμπτη 4 Δεκεμβρίου, στο ασφυκτικά γεμάτο λόγω της εντυπωσιακά μεγάλης προσέλευσης, Gotham City Stage. Στο πλαίσιο του θεσμού, παρουσιάστηκαν και βραβεύθηκαν οι βέλτιστες πρακτικές στο ηλεκτρονικό εμπόριο και επιχειρείν, οι οποίες διακρίθηκαν μέσω της αδιάβλητης διαδικασίας αξιολόγησης από την κριτική επιτροπή.

Κριτική Επιτροπή

Την επιστημονική ευθύνη της κριτικής επιτροπής των βραβείων έχει το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν, ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, ενώ τα μέλη της, τα οποία αξιολόγησαν τις υποψηφιότητες είναι οι: Καθ. **Γεώργιος Δουκίδης**, Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων, Διευθυντής Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν, ELTRUN, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Φώτης Αντωνόπουλος**, Εκπρόσωπος, Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA), **Γιάννης Σύρρος**, Γενικός Διευθυντής, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής



& Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ), **Γεωργία Κουρنيώτη**, e-Commerce & New Media Consultant, Ελληνική Ένωση Πωλήσεων από Απόσταση και Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ΕΠΑΜ), **Νίκος Φαλδσαμής**, Πρόεδρος, Ελληνικό Δίκτυο Επαγγελματιών Πληροφορικής (Hepis), **Ξένια Κούρτογλου**, Γενική Γραμματέας, Οργανισμός Διαδραστικής Επικοινωνίας (IAB Hellas), **Δημήτρης Πλαγιάννης**, Γενικός Γραμματέας και Έφορος Μελών της Διοικούσας Επιτροπής του Ελληνικού Ινστιτούτου Πληροφορικής της ΕΕΔΕ (ΕΙΠ της ΕΕΔΕ), **Μάκης Βρεχόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής Ψηφιακού Μάρκετινγκ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Γιώργος Λεκάκος**, Επίκουρος Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Γιώργος Καραντώνης**, Γενικός Γραμματέας, Σύνδεσμος Εταιρειών Κινητών Εφαρμογών Ελλάδας (ΣΕΚΕΕ), **Παναγιώτης Κουρουθανάσης**, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Πληροφορικής, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, **Διονύσης Δρόσος**, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, **Κατερίνα Φραιδάκη**, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Υψηλόβαθμα στελέχη σε ρόλο απονεμητών

Στην ξεχωριστή τελετή απονομής, την οποία παρουσίασε ο **Παναγιώτης Χατζηδάκης**, παρευρέθηκαν υψηλόβαθμα

στελέχη της αγοράς, ενώ βραβεία απένειμαν στους νικητές η **Έλια Χάραρη**, Διευθύντρια Marketing της ACS, ο **Δημήτρης Παπουτσής**, CEO & Digital Director της Globe One Digital, ο **Θωμάς Μούζας**, Strategy & Business Development Director της Atnet Communications, η **Γεωργία Κουρنيώτη**, e-commerce & New Media Consultant του ΕΠΑΜ, ο **Γεώργιος Δουκίδης**, Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων, ο **Ιωάννης Κουρنيώτης**,



Ο Π. Χατζηδάκης, παρουσιαστής της τελετής απονομής των βραβείων

Πρόεδρος του ΕΠΑΜ, ο **Μάκης Βρεχόπουλος**, Καθηγητής του ΟΠΑ, ο **Φώτης Αντωνόπουλος**, Εκπρόσωπος του GRECA, η **Τόνια Αποστολίδου**, Μέλος του Δ.Σ. του Hepis, ο **Δημήτρης Πλαγιάννης**, Γενικός Γραμματέας & Έφορος Μελών της Δ.Ε. του ΕΙΠ της ΕΕΔΕ, η **Κατερίνα Φραιδάκη**, Μέλος της Κριτικής Επιτροπής των βραβείων, ο **Γιώργος Λεκάκος**, Επίκουρος Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου του ΟΠΑ, η **Ξένια Κούρτογλου**, Γενική Γραμματέας του IAB Hellas, η **Αικατερίνη Τσιώνη**, Γενική Διευθύντρια Προστασίας Καταναλωτή & Εποπτεία Αγόρας του Υπουργείου Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας, ο **Γιάννης Σύρρος**, Γενικός Διευθυντής του ΣΕΠΕ και ο **Νίκος Χριστοδούλου**, Πρόεδρος του ΕΙΠ της ΕΕΔΕ. Τους Επαίνους «Dynamic New Comers» στην αρχή της εκδήλωσης, απένειμαν ο Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων **Γεώργιος Δουκίδης** και ο **Μιχάλης Μπούσιος**, Εκδότης της Boussias Communications.

Ανάπτυξη του e-commerce στην Ελλάδα

Ο Καθ. Γεώργιος Δουκίδης, Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων και Διευθυντής του Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν, ELTRUN, του ΟΠΑ, παρουσίασε στο πλαίσιο της τελετής απονομής των βραβείων, τα αποτελέσματα της ετήσιας έρευνας του ELTRUN για τους Έλληνες online καταναλωτές, η οποία αποκάλυψε ιδιαίτερα ενδιαφέροντα στοιχεία. Μεταξύ αυτών, σημαντικό είναι το γεγονός ότι η αγορά e-commerce B-C στην Ελλάδα αναπτύχθηκε το 2014, αφού οι Έλληνες online καταναλωτές αύξησαν περίπου κατά 10% τον αριθμό των κατηγοριών που αγόρασαν online τον 2014. Η ανάπτυξη είναι εμφανής και από τον αριθμό των online αγορών που πραγματοποιήσαν, αφού από μια κάθε μήνα το 2013, αυξήθηκε σε τρεις κάθε δυο μήνες το 2014.

Επίσης, οι προβλέψεις για το 2015 είναι θετικές, αφού αναμένεται 6 στους 10 online καταναλωτές να αυξήσουν την αξία των online αγορών τους και μόνο ένας στους 10 να τη μειώσουν. Τα προϊόντα/υπηρεσίες με τις πρώτες προτιμήσεις των καταναλωτών είναι ταξιδιωτικές υπηρεσίες, διαμονή σε καταλύματα, εισιτήρια για εκδηλώσεις, εξοπλισμός για Η/Υ, είδη ένδυσης/ υπόδησης, ηλεκτρονικές συσκευές/κινητά. Οι κατηγορίες με τη μεγαλύτερη αύξηση το 2014 (+10% όσον αφορά στα ποσοστά των online αγοραστών) είναι ταξιδιωτικές υπηρεσίες, εισιτήρια εκδηλώσεων, ασφάλειες, παραφαρμακευτικά και είδη λιανεμπορίου/s-m. Στους λόγους ανάπτυξης της αγοράς, συγκαταλέγονται η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, καθώς και οι σημαντικές επενδύσεις που έχουν γίνει.

Αιγίδα, Χορηγοί, Υποστηρικτές

Τα βραβεία τελούν υπό την Αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας και του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA). Χρυσός Χορηγός είναι η εταιρεία ACS, ενώ Χορηγοί οι εταιρείες Atnet Communications και Globe One Digital. Τα βραβεία έχουν την υποστήριξη των κλαδικών φορέων IAB Hellas, Hepis, ΕΙΠ της ΕΕΔΕ, ΕΠΑΜ, ΕΕΚΤ, ΕΙΕΠ, ΣΕΚΕΕ, ΣΕΠΕ και ΙΠΕ.



ΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΒΡΑΒΕΙΟ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ / ΕΡΓΟ
Ενότητα: Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου		
Εφαρμογή B-C Ηλεκτρονικού Εμπορίου	GOLD	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.: www.MyShoe.gr
Εφαρμογή B-B Ηλεκτρονικού Εμπορίου	GOLD	Moneymarket Α.Ε.: www.insurance-pro.gr
	SILVER	CosmoONE Hellas: e-sourcing suite
Εφαρμογή G-C ή G-B Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών Δημοσίου	GOLD	ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.: Έκδοση e-Παραβόλου
Ενότητα: Νέες Υπηρεσίες / Επιχειρηματικά Μοντέλα		
Ηλεκτρονική Αγορά B-C ή C-C	SILVER	Doctoranytime: www.doctoranytime.gr
	SILVER	TIMIMAS IKE: www.Timimas.gr
	BRONZE	Χρυσή Ευκαιρία: www.xe.gr/property/students/
Affiliate Site	BRONZE	Protean Technologies: www.FashionGuide.gr
Υπηρεσίες Cloud	SILVER	SoftOne Technologies: Soft 1 Cloud ERP
Κλαδικοί Φορείς & Μ.Κ.Ο.	GOLD	ΣΕΠΕ – Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας: www.sepe.gr
Ενότητα: Mobile Business		
Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο	SILVER	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.: www.MyShoe.gr
Εφαρμογές Κινητού (Apps)	SILVER	ALPHA BANK: Alpha Safe Access
	SILVER	TRAVELPLANET24: TRAVELPLANET24 IOS APP
	BRONZE	AB Βασιλόπουλος: My AB mobile app
	BRONZE	VODAFONE: VODAFONE For Hotels
Ενότητα: Καινοτόμες Εφαρμογές και Έρευνα		
Καινοτομία Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	SILVER	AGROHUNTER O.E: www.agrohunter.gr
	BRONZE	Quest Online SA: www.you.gr
Collaborative e-Commerce	SILVER	Mindworks: Heineken Now
Τεχνολογική Καινοτομία	SILVER	Yuboto LTD: www.click2callnetwork.com
Ενότητα: Κανάλια και Πελατοκεντρικότητα		
Συνδυασμός Ψηφιακού και Φυσικού Καναλιού	GOLD	PUBLIC / RETAIL WORLD: www.Public.gr
	SILVER	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: www.nbg.gr
	BRONZE	GENERATION-Y: www.grandebretagnestore.com
Εμπειρία Πελατών	GOLD	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.: www.MyShoe.gr
	SILVER	PUBLIC / RETAIL WORLD: www.public.gr
Εξυπηρέτηση Πελατών μετά την Πώληση	SILVER	Hellas Online: https://myhol.hol.gr
Πανκαναλικό (omnichannel) Εμπόριο	GOLD	ATCOM – Alpha Bank: www.vriskoumelyseis.gr
Προσωποποιημένες Υπηρεσίες	GOLD	Eurobank: Επιστροφή APP
	SILVER	Yuboto LTD: mms+
Αριστεία στα Operations	GOLD	AIRTICKETS ΕΠΕ: www.airtickets.gr
	SILVER	ZITA MALL Α.Ε.: www.Z-mall.gr
Ενότητα: Αισθητική και Σχεδίαση		
Design – Aesthetics	SILVER	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.: www.MyShoe.gr
	BRONZE	WIND ΕΛΛΑΣ ΘΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ: www.F2G.gr
Usability	GOLD	UXlab ATCOM Business Unit: www.aegeanair.com
	BRONZE	Globe One Digital: www.Vacations2Greece.com
	BRONZE	Pharma PLUS: www.Pharmaplus.gr
e-Store Atmosphere	SILVER	ATCOM: www.Kalogirou.com
	BRONZE	Admine & Yoleni's: www.Yolenis.com
Ενότητα: Ψηφιακή Επικοινωνία και Marketing		
Στρατηγική Social Media	GOLD	Globe One Digital: www.macadamiafashion.com
	SILVER	Mindworks: Aegean Airlines Social Media Strategy
	SILVER	reprise media: Louis Cruises Social Media Strategy
	BRONZE	Mindworks: Μουσάκας e-shop Social Media Christmas Campaign
	BRONZE	VALUECOM: Nike Football Greece – Εθνική Ποδοσφαίρου
CPC Campaign	GOLD	ForestView: www.You.gr
	SILVER	Globe One Digital: www.grecotel.com
	BRONZE	reprise media: Hellas Direct CPC Campaign
E-mail Marketing Καμπάνια	SILVER	OTE: Personalized Campaigns @OTE
Search Engine Optimization (SEO) / Search Engine Marketing (SEM)	GOLD	Atnet Communications: www.e-pharm.gr
	SILVER	ForestView: www.Intersport.gr



	SILVER	Globe One Digital: www.mediamarkt.gr
	BRONZE	Mindworks: www.Allaboutshoes.gr
	BRONZE	Globe One Digital: www.AirFastTickets.gr
	BRONZE	Atnet Communications: www.ekdromi.gr
	BRONZE	SOCIALAB: Cosmetic Derma Medicine
Αξιοποίηση Νέων Εργαλείων & Μεθόδων Έρευνας Marketing	SILVER	Sleed: Developing an e-business toolbox to grow businesses
Ενότητα: Redesign – Relaunch		
	GOLD	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: www.nbg.gr
	GOLD	Hellas Online: www.hol.gr
	SILVER	WIND ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ: www.myQ.gr
	BRONZE	Admine: www.honda-cars.gr
	BRONZE	Atnet Communications: www.acadimotravel.gr
Ενότητα: Στρατηγική και Διεθνοποίηση		
Ψηφιακή Στρατηγική (e-Strategy)	BRONZE	Sleed & Romvos ΕΠΕ: Supporting offline expo through the Internet
	GOLD	Moneymarket A.E.: www.insurancemarket.gr & www.insurance-pro.gr
Διεθνοποιημένη e-Επιχείρηση	GOLD	TRAVELPLANET24: www.travelplanet24.com
	SILVER	Admine & Yoleni's: www.Yolenis.com
Δραστηριοποίηση στο Εξωτερικό	GOLD	Vermantia: Εξωστρέφεια & Ανταγωνιστικότητα στις Διεθνείς Αγορές.
Ενότητα: Start-Ups στο e-business (Νεοφυείς Εταιρείες)		
Νέο Ηλεκτρονικό Κατάστημα	SILVER	Sleed: www.ebnb.gr
Νέα e-Επιχείρηση	BRONZE	NANNOYKA IKE: www.nannuka.gr
Ενότητα: Υπηρεσίες και Υποδομές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν		
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες	GOLD	ΕΛΤΑ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ- Retail@Link: Ηλεκτρονική Τιμολόγηση με Ψηφιακή Υπογραφή στο Δημόσιο
	BRONZE	Σταθερές Συγκοινωνίες Α.Ε.: Διενέργεια διαγωνισμών με τη χρήση ηλεκτρονικών δημοπρασιών
E-Commerce Platforms / Development	SILVER	ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.: Paycenter One-Click-Pay
Υπηρεσίες Μεταφορών & Διανομής	GOLD	ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες Α.Ε.Ε.: ACS Web Business Tools
Ενότητα: Υπηρεσίες E-Banking		
E-Banking / Contactless Payment Systems	GOLD	ALPHA BANK – VODAFONE: Tap 'n Pay
E-Banking / Mobile Banking	SILVER	ΤΡΑΠΕΖΑ EURO BANK ERGASIAS: Υπηρεσίες E-Banking & m-Banking
E-Banking / Online Cash Management	SILVER	ΤΡΑΠΕΖΑ EURO BANK ERGASIAS: Υπηρεσίες Online Cash Management
E-Banking / Καινοτόμες Υπηρεσίες	SILVER	ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.: Online Άνοιγμα Προθεσμιακής Κατάθεσης «Στα μέτρα σου»
E-Banking / Πρωτοβουλίες Security	SILVER	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: www.nbg.gr
Ενότητα: Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Υπηρεσίες		
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Site Προσφορών	BRONZE	Atnet Communications: www.ekdromi.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Αθλητικά Είδη	SILVER	Sleed: www.CosmosSport.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Ασφαλιστικές Υπηρεσίες	SILVER	Moneymarket A.E.: www.insurancemarket.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Βιβλία	GOLD	PUBLIC / RETAIL WORLD: www.Public.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Είδη Φαρμακείου	GOLD	GENERATION-Y: www.Pharmacy295.gr
	SILVER	Atnet Communications: www.pharmacyonair.gr
	BRONZE	Click House: www.Femall.gr / www.OTCpharmacy.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Είδη Φαρμακείου, Καλλυντικά	BRONZE	ATCOM: Frezyderm e-shop
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Λευκά Είδη	SILVER	Sleed & ConceptManiax: www.Spitishop.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Μόδα	SILVER	ATCOM: www.Kalogirou.com
	BRONZE	GOLDENBRANDS A.E.: www.Goldenbrands.gr
	BRONZE	ENOVAYWAY SA.: www.KOOLFLY.com
	BRONZE	Ιωάννα Καζάκου ABEE: www.giannakazakou.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες	SILVER	ATCOM: www.Travelkiki.com
	BRONZE	Globe One Digital: www.AirFastTickets.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Φαγητό	SILVER	Online Delivery AE: www.e-food.gr
Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Ωρολόγια	GOLD	ΣΑΒΒΙΔΗΣ Α.Ε.: www.oroioi.gr

Dynamic New Comers - Έπαινοι

Atnet Communications	www.z-pharm.gr	GENERATION-Y	www.medisyn.eu
Atnet Communications	www.e-bloko.gr	reprise media	www.kostopoulos.com
DELIKARIS SPORT	www.delikaris-sport.gr	Umobit AE	www.Botilia.gr
E-TABLE Κρατήσεις Εστιατορίων	www.e-table.gr	WebStream	www.Prosklisi.gr
GENERATION – Y	www.jumpout.gr	ΛΕΟΨΗΣ Α. & ΕΡΜΑΝ Α. – DIGILEX	www.Snatch.gr

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



Καθ. Γ. Δουκίδης

EDITORIAL

Στα φετινά βραβεία e-volution 2015 αναδείχθηκαν και επιβραβεύθηκαν καινοτόμες και σύγχρονες πρακτικές του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Οι συμμετοχές ήταν αναβαθμισμένες σε ποσοτικό και ποιοτικό επίπεδο, ενώ σηματοδοτούν την φάση ωριμότητας που πλέον λειτουργεί ο κλάδος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα.

Οι φετινές εκατοντάδες συμμετοχές και τα βραβεία των αρίστων αναδεικνύουν επτά τάσεις:

1. Ηλεκτρονικά καταστήματα με αποτελεσματικές λειτουργίες για εκπλήρωση εκατοντάδων χιλιάδων παραγγελιών ετησίως, συνδιάζοντας το φυσικό και ψηφιακό κανάλι, καλυτερεύοντας την εμπειρία των πελατών μέσω εξειδικευμένων υπηρεσιών και πρακτικών άμεσης παράδοσης αξιοποιώντας οργανωμένες logistics υποδομές
2. Ηλεκτρονικές αγορές και υπηρεσίες B-B, που εξοικονομούν συναλλακτικά λειτουργικά κόστη, μειώνουν ουσιαστικά το time-to-market στις διεπιχειρησιακές συναλλαγές και βελτιώνουν την συνεργασία μεταξύ επιχειρηματικών εταίρων.
3. Καινοτόμες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και πληρωμών που απλοποιούν τις συναλλαγές με το δημόσιο, προωθούν τις ανέπαφες συναλλαγές, διευκολύνουν την αγοραστική διαδικασία εντός των φυσικών καταστημάτων κλπ.
4. Πελατοκεντρικές ψηφιακές υπηρεσίες μέσω προσωποποιημένης πληροφόρησης, εξατομικευμένων προωθητικών στρατηγικών, συνδιασμού των κοινωνικών δικτύων και CRM συστημάτων, ενεργή συμμετοχή των καταναλωτών μέσω ψηφιακών κοινοτήτων για κριτική, συνδημιουργία κλπ.
5. Εξωστρεφής δραστηριότητα από Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα (κυρίως στον Τουρισμό) που δραστηριοποιούνται μέσω διαδικτύου σε δεκάδες χώρες αλλά και παροχή ψηφιακού περιεχομένου και υπηρεσιών σε διαφόρους κλάδους παγκοσμίως.
6. Ολοκληρωμένες ψηφιακές στρατηγικές σε παραδοσιακές ή ηλεκτρονικές επιχειρήσεις όπου συνδιάζονται με επιτυχία επιχειρηματικοί στόχοι και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας με τα ψηφιακά κανάλια προώθησης και παράδοσης για βιώσιμη και ανταγωνιστική επιχειρηματική δραστηριότητα.
7. Νεοφυείς επιχειρήσεις του ηλεκτρονικού επιχειρείν που ξεπερνούν τα προβλήματα του παραδοσιακού εμπορίου, προσφέρουν νέες προχωρημένες υπηρεσίες, προωθούν καινοτομίες σε διαδικασίες/ προϊόντα και αναδεικνύουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα που λειτουργούν με επιτυχία σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

Καθηγητής Γεώργιος Δουκίδης,

Διευθυντής Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN)
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών



Ευότητα: Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β-Σ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

GOLD

N.I. Μίνογλου Α.Ε. / www.MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο e-shop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα e-shops μόδας. Ο προϊόντικός κατάλογός του περιλαμβάνει περισσότερα από 360 δημοφιλή επώνυμα brands, με στόχο να ξεπεράσει τα 420 μέσα στο 2015, και περισσότερους από 11.500 κωδικούς προϊόντων με στόχο να αγγίξει τους 14.000 το επόμενο έτος. Όλα τα προϊόντα, στεγάζονται κατά 99% στις ιδιόκτητες αποθηκευτικές εγκαταστάσεις του MyShoe στα Οινόφυτα, που ξεπερνούν τα 7.500 τ.μ. Παρουσιάζοντας μια διαρκή δυναμική αύξηση έχει φτάσει να έχει μια ημερήσια επισκεψιμότητα που ξεπερνάει τους 55.000 επισκέπτες, ενώ μέσα στο 2014 έχει δεχτεί περισσότερες από 250.000 παραγγελίες (μέχρι τέλη Οκτώβρη), αύξηση μεγαλύτερη του 25% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο πέρυσι.



Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β-Β ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

GOLD

Moneymarket Α.Ε. / www.insurance-pro.gr

Τον Ιούλιο του 2014 δημιουργήθηκε η πρώτη ηλεκτρονική πλατφόρμα ασφαλιστικών συναλλαγών (electronic insurance trading platform) στην Ελλάδα προς επαγγελματίες διαμεσολαβητές, το insurancepro. Το insurancepro αποτελεί καινοτομία στην ευρωπαϊκή αγορά και είναι η μοναδική προσέγγιση στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση που παρέχει καινοτόμα εργαλεία σε συνδυασμό με υπηρεσίες για να υποστηρίξει τους επαγγελματίες ασφαλιστές. Το insurancepro είναι η μόνη στην Ελλάδα ολοκληρωμένη πλατφόρμα που δίνει, για πρώτη φορά, στους ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές τη δυνατότητα να

τιμολογήσουν και να ολοκληρώσουν τη διαδικασία ασφάλισης του πελάτη τους (έκδοση, είσπραξη και παράδοση προ και μετά συμβατικής ενημέρωσης, online παρακολούθηση χαρτοφυλακίου) σε λιγότερο από 3 λεπτά. Στα πρακτικά οφέλη για τον συνεργαζόμενο διαμεσολαβητή περιλαμβάνονται η κατά 70% αύξηση του διαθέσιμου χρόνου του, η κατά 50% μείωση της ακυρωσιμότητας του χαρτοφυλακίου του και η κατά 35% αύξηση των κερδών του. Συγκεκριμένα, ο συνεργάτης αποκτά μέσω του insurancepro, online συγκριτική τιμολόγηση, πλήρες πρόγραμμα διαχείρισης, ολοκληρωμένο σύστημα εισπράξεων και παραδόσεων και 24/7 εξυπηρέτηση πελατών με εγγύηση ποιότητας.



SILVER

CosmoONE Hellas / e-sourcing suite

Η CosmoONE είναι η εταιρεία που εισήγαγε το έτος 2000 το ηλεκτρονικό εμπόριο B2B μέσω marketplace στην Ελλάδα και διοργάνωσε την πρώτη ηλεκτρονική δημοπρασία B2B. Από το 2001 έως σήμερα, η εταιρεία έχει διοργανώσει 3.100 μειοδοτικές δημοπρασίες και 7.500 πλειοδοτικές στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η CosmoONE ακολουθώντας τις τάσεις και εξελίξεις της αγοράς, και έχοντας σαν στόχο να προσφέρει διαρκώς καινοτόμες υπηρεσίες, ανάπτυξε μία σειρά εργαλείων τα οποία στοχεύουν στη διευκόλυνση των Οργανισμών στη χρήση Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Προμηθειών. Με αυτό ακριβώς το σκεπτικό, συγκροτήθηκε μία πρωτοποριακή «σουίτα εργαλείων e sourcing» με καθαρά πελατοκεντρικά χαρακτηριστικά, προκειμένου να επιλυθεί η χρησιμότητα της δημοφιούς υπηρεσίας Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών auctionONE. Η «σουίτα εργαλείων e-sourcing» είναι προσβάσιμη μέσω internet, καλύπτει ολιστικά την ανάγκη για βέλτιστη χρήση των υπάρχοντων πόρων του εκάστοτε Τμήματος Προμηθειών και «απαιτεί» τη διαδραστική συμμετοχή του πελάτη. Η «σουίτα εργαλείων e-sourcing» περιλαμβάνει τα ακόλουθα μέρη: Εργαλείο Απόφασης για διεξαγωγή Δημοπρασίας – survey –μέρος 1, Εργαλείο Επιλογής Δημοπρασίας – survey –μέρος 2, Δημιουργία Δημοπρασίας – Εφαρμογή AISA (Auction Invitation & Setup Application), Εκπαίδευση Συμμετεχόντων – Εφαρμογή eLearning, Εκτέλεση Δημοπρασίας – Εφαρμογή auctionONE V.8 και Εξαγωγή Αποτελεσμάτων - Αναφορές – Εφαρμογή analyzeONE.





Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ G-C Ή G-B ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΥ



GOLD

Τράπεζα Πειραιώς Α.Ε. / Έκδοση e-Παραβόλου

Η πολιτεία όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια δρομολογεί προς τις Τράπεζες βασικές συναλλαγές με τους πολίτες, με σκοπό τη δραστική μείωση της γραφειοκρατίας (e-Government) και του δημοσιονομικού κόστους. Δημιουργήθηκε κατ' αυτό τον τρόπο, μία βασική ανάγκη των πολιτών για διενέργεια συναλλαγών από ένα ολοκληρωμένο, σύγχρονο και ενοποιημένο σημείο εξυπηρέτησης. Το έργο αποτελεί προσπάθεια της Τράπεζας Πειραιώς να παρέχει με εύκολο τρόπο σε πελάτες της υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, διευκολύνοντας τις συναλλαγές τους με δημόσιους φορείς. Σκοπός του έργου είναι η real time έκδοση ηλεκτρονικών παραβόλων (e-Παράβολα) μέσα από βασικά ηλεκτρονικά κανάλια της Τράπεζας. Η υπηρεσία προσφέρεται μέσω winbank web banking, winbank mobile banking, winbank phone banking και το portal πληρωμών easypay.gr. Η παροχή της υπηρεσίας στα εν λόγω εναλλακτικά δίκτυα έρχεται να ολοκληρώσει, μαζί με την πληρωμή του e-Παραβόλου που προσφερόταν εδώ και μερικούς μήνες, τον βασικό στόχο της

Τράπεζας Πειραιώς για τη δημιουργία μίας κοινής εμπειρίας για τον πελάτη σε πολλαπλά ηλεκτρονικά κανάλια, μέσω μίας απλής «end to end» διαδικασίας έκδοσης και πληρωμής παραβόλων για το Ελληνικό Δημόσιο. Σημειώνεται πως, η Τράπεζα Πειραιώς συνεργάστηκε με την Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων του ΥΠΟΙΚ, προκειμένου να σχεδιάσει την παροχή της λειτουργικότητας μέσω χρήσης web services και είναι η πρώτη Τράπεζα που την παρέχει στον Ελλαδικό χώρο.

Ευότητα: Νέες Υπηρεσίες / Επιχειρηματικά Μοντέλα

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ B-C Ή C-C

SILVER

Doctoranytime / www.doctoranytime.gr

Το doctoranytime.gr, ολοκληρώνοντας τον δεύτερο χρόνο της λειτουργίας του, είναι η μόνη υπηρεσία υγείας μέσω της οποίας μπορεί κανείς να επιλέξει τον καταλληλότερο γιατρό για εκείνον χρησιμοποιώντας και συγκρίνοντας μία σειρά από πληροφορίες. Στις πληροφορίες αυτές συμπεριλαμβάνονται οι αξιολογήσεις ασθενών που έχουν διαπιστωμένα επισκεφθεί τον γιατρό μέσω doctoranytime.gr, το κόστος για κάθε ιατρική υπηρεσία και η εμπειρία του γιατρού, καθώς ο ασθενής μαθαίνει με λεπτομέρεια ποια είναι η εμπειρία του γιατρού πάνω στον τομέα της εξειδίκευσης, πόσους ασθενείς έχει χειριστεί με τι βαθμό επιτυχίας, με ποια χρησιμοποιούμενη τεχνολογία. Η μεγαλύτερη καινοτομία που λάνσαρε το 2014 το Doctoranytime.gr είναι τα Διαγνωστικά Κέντρα. Μέσω της πιο καινοτόμας πλατφόρμας (δεν υπάρχει αντίστοιχη υπηρεσία πουθενά στον κόσμο), ο χρήστης επιλέγει την ή τις διαγνωστικές εξετάσεις που θέλει να κάνει με ένα απλό και user friendly search, επιλέγει περιοχή και ασφαλιστικό ταμείο και το σύστημα του επιστρέφει ποια διαγνωστικά στην περιοχή του εκτελούν τις εξετάσεις αυτές, με τι μηχανήματα, σε τι κόστος, και με τι διαθέσιμα slots για ραντεβού. Με μία απλή σύγκριση μέσα στην ίδια σελίδα επιλέγει το διαγνωστικό του και κλείνει το ραντεβού του online. Τέλος, το doctoranytime.gr δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να πληρώσει online την επίσκεψη στον γιατρό ή τις εξετάσεις του στο διαγνωστικό κέντρο.



SILVER

TIMIMAS IKE / www.Timimas.gr

Σκοπός του project timimas είναι να βοηθήσει τους καταναλωτές να εξοικονομήσουν χρήματα από τις καθημερινές αγορές καταναλωτικών προϊόντων. Το timimas έρχεται για να δώσει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να εξοικονομήσουν χρήματα από τις αγορές στις οποίες δαπανούν τα περισσότερα χρήματα από τον ετήσιο προϋπολογισμό τους: τις αγορές προϊόντων supermarket. Μέσα από μια καινοτόμα διαδικτυακή πλατφόρμα (www.timimas.gr), ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τιμές όχι μόνο ανάμεσα σε διαφορετικά προϊόντα, αλλά ταυτόχρονα και σε διαφορετικά supermarkets. Συγκεκριμένα, ο χρήστης μπαίνει στην πλατφόρμα timimas, βρίσκει και επιλέγει τη αγαπημένη του προϊόντα, βλέπει πόσο κοστίζουν σε κάθε κατάσταση, επωφελείται από ειδικές αποκλειστικές προσφορές και φτιάχνει τη λίστα αγορών του. Τέλος, βλέπει πόσο κοστίζει η λίστα

αγορών του σε κάθε κατάσταση, επιλέγει «αγορά» και τα προϊόντα παραδίδονται στο σπίτι του από το κατάστημα της επιλογής του. Μέσω του timimas, μπορούμε να κατανοήσουμε τις αγοραστικές συνήθειες του κάθε καταναλωτή ξεχωριστά, να καταλάβουμε ποιο προϊόν αγοράζει, πότε και γιατί το αγοράζει. Συλλέγοντας αυτή τη γνώση, το timimas μπορεί, σε συνεργασία με τις εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων, να προσφέρει εξατομικευμένες υπηρεσίες, σχεδιασμένες αποκλειστικά για κάθε καταναλωτή. Ταυτόχρονα, επιτρέπει στις εταιρείες να απευθύνουν στοχευμένα τα μηνύματα και τις προσφορές τους, έτσι ώστε να κάνουν την επικοινωνία τους αλλά και την επένδυσή τους πιο αποτελεσματική.



BRONZE

Χρυσή Ευκαιρία / www.xe.gr/property/students/

Η Χρυσή Ευκαιρία δημιούργησε τη νέα υπηρεσία xe students, προκειμένου να βοηθήσει τους φοιτητές στην εύρεση της ιδανικής φοιτητικής στέγης. Εκτός από το να φτιάξει απλά ένα φίλτρο μέσα στα γενικά αποτελέσματα που θα έδινε μόνο τα σπίτια προς ενοίκιαση κοντά στις σχολές, η Χρυσή Ευκαιρία προχώρησε στη δημιουργία μιας landing page, φιλικής προς όλους, που επιπλέον παρέχει και άλλες ουσιαστικές πληροφορίες γύρω από την περιοχή που ο χρήστης αναζητεί σπίτι. Επιλέγοντας αρχικά τη σχολή στην οποία έχει περάσει, ο ενδιαφερόμενος φοιτητής μπορεί να δει όλα τα ακίνητα γύρω από αυτή τη σχολή και να επιλέξει αυτό που του ταιριάζει. Όμως, επειδή στη Χρυσή Ευκαιρία «βρίσκεις πάντα αυτό που ψάχνεις», πλαισίωσε τις αναζητήσεις για σπίτι με σχετικές υπηρεσίες που θα τους βοηθήσουν και στη μετακόμιση και στην κάλυψη των πρώτων αναγκών. Ενδεικτικά, στο xe students οι χρήστες μπορούν να βρουν μεταφορικές εταιρείες, ηλεκτρικές συσκευές και άλλα χρηστικά αντικείμενα που είναι διαθέσιμα στην ευρύτερη περιοχή, να δουν από τη σελίδα της αγγελίας πόσο απέχει κάθε ακίνητο από τη σχολή τους με τα πόδια ή με το αυτοκίνητο, να δουν, μέσω του Street View της Google, την εξωτερική όψη του ακινήτου που τους ενδιαφέρει, και να ενημερωθούν από το Students Guide με έξυπνες προτάσεις και tips.

Κατηγορία: AFFILIATE SITE

BRONZE

Protean Technologies / www.FashionGuide.gr

Το FashionGuide.gr αποτελεί τον ταχύτερα αναπτυσσόμενο δικτυακό τόπο συγκέντρωσης και προβολής προϊόντων στον κλάδο fashion & design (ένδυση, υπόδηση, accessories και είδη σπιτιού). Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα εύρεσης προϊόντων από διάφορα e-shops. Μέσω φίλτρων μπορεί να καταλήγει σε εκείνα που αντιστοιχούν στις επιλογές του και στη συνέχεια, οδηγείται στο e-shop όπου είναι καταχωρημένο και διατίθεται το προϊόν που θα επιλέξει. Ο έμπορος προβάλλει τα προϊόντα του στον κατάλογο και εφόσον ο επισκέπτης εκδηλώσει ενδιαφέρον, δέχεται επισκέψεις στο e-shop του, οι οποίες ενδέχεται να οδηγήσουν σε παραγγελίες. Το FashionGuide.gr εξειδικεύεται στα είδη μόδας (ρούχα, παπούτσια, κ.λπ.) και σπιτιού. Λοιποί κατάλογοι στο web δίνουν έμφαση στη σύγκριση τιμών και είναι γενικής χρήσης, με αποτέλεσμα να αφορούν περισσότερο σε τεχνολογικά προϊόντα. Αντίθετα, ο επισκέπτης του FashionGuide.gr που θα οδηγηθεί, τελικά, στο ηλεκτρονικό κατάστημα αναζητά μόνο προϊόντα αυτού του κλάδου, συνεπώς η πιθανότητα παραγγελίας είναι αυξημένη. Εκτός από την άμεση σύνδεση με ηλεκτρονικά καταστήματα, η εφαρμογή συνεργάζεται και με τα μεγαλύτερα δίκτυα για affiliate marketing, ώστε να εξυπηρετεί και τις εμπορικές επιχειρήσεις που συνεργάζονται με αυτά.



Κατηγορία: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ CLOUD

SILVER

SoftOne Technologies / Soft1 Cloud ERP

Η SoftOne Technologies είναι μία από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες στον χώρο του business λογισμικού. Σήμερα, περισσότερες από 12.500 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ικανοποιούν τις ανάγκες μηχανογράφής τους με το λογισμικό Soft 1. Ταυτόχρονα, η SoftOne είναι η πρωτοπόρος εταιρεία στην Ελλάδα, αλλά και μια από τις σημαντικότερες εταιρείες διεθνώς, που διαθέτει το λογισμικό Soft 1 ERP για λειτουργία στο cloud. Ο αριθμός των cloud πελατών υπερβαίνει τις 1.000 επιχειρήσεις και είναι εξαιρετικά ανταγωνιστικός έναντι ακόμη και διεθνών cloud providers για συστήματα ERP. Η λύση της SoftOne για



λειτουργία της μηχανογράφησης μιας επιχείρησης στο Cloud, διατίθεται εμπορικά με το brand name «Soft 1 Cloud ERP» και λειτουργεί στην Cloud πλατφόρμα Microsoft Windows Azure. Το Soft 1 Cloud ERP, μεταξύ άλλων, ενσωματώνει καινοτόμες τεχνολογίες που έχουν αναπτυχθεί από τη SoftOne για να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο τις απαιτήσεις για ασφάλεια, αξιοπιστία και απόδοση λειτουργίας στο cloud, έχει ειδικό σχεδιασμό για να αξιοποιεί multitenant αρχιτεκτονικές στη λειτουργία των application servers και των βάσεων δεδομένων, και περιλαμβάνει το Soft 1 Azure Hypervisor, ένα τεχνολογικά προηγμένο σύστημα ελέγχου και διαχείρισης cloud πόρων που αυτοματοποιεί πλήρως όλες τις λειτουργίες της cloud υπηρεσίας για υψηλότερη αξιοπιστία. Η SoftOne παρέχει στους ενδιαφερόμενους τη δυνατότητα να δοκιμάσουν δωρεάν την υπηρεσία, με εγγραφή σε ειδική σελίδα του εταιρικού website.



Κατηγορία: ΚΗΑΔΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ & Μ.Κ.Ο.

GOLD

ΣΕΠΕ - Σύσδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας / www.sepe.gr

Ο Σύσδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο του 1995 και είναι ο εκπρόσωπος της βιομηχανίας ψηφιακής τεχνολογίας, με στόχο την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Το ανανεωμένο portal του ΣΕΠΕ, www.sepe.gr, βρίσκεται στον αέρα με νέα μορφή, αναβαθμισμένο περιβάλλον και περιεχόμενο, πλούσιο ενημερωτικό υλικό και σύγχρονο σχεδιασμό. Το νέο www.sepe.gr έχει στόχο να φέρει νέα πνοή και δυναμική και να συνεχίσει να αποτελεί έγκυρη, έγκαιρη και αξιόπιστη πηγή online πληροφόρησης. Το ανανεωμένο portal υπηρετεί την πρωτοτυπία με μοντέρνα αισθητική, συνδυάζοντας το σύγχρονο web design με την εύκολη και ασφαλή πλοήγηση. Βασικοί άξονες ενημέρωσης παραμένουν η πληροφορική, οι τηλεπικοινωνίες, τα ψηφιακά προϊόντα, το διαδίκτυο, η οικονομία, οι επιχειρήσεις και η πολιτική, παράλληλα με άρθρα και συνεντεύξεις, έρευνες και εξελίξεις από τον κόσμο του Χρηματιστηρίου. Επίσης, παρέχει πληροφόρηση σχετικά με τη ζήτηση και προσφορά προϊόντων, αγαθών και υπηρεσιών από και προς τις επιχειρήσεις του κλάδου ψηφιακής τεχνολογίας και όχι μόνο. Επιπλέον, εγκαθίσταται μία νέα ενότητα με τον τίτλο Viewpoint, στην οποία θα φιλοξενοούνται απόψεις εκπροσώπων και στελεχών επιχειρήσεων, οργανισμών, θεσμικών φορέων κ.λπ., για σημαντικά θέματα της αγοράς των Τεχνολογιών, Πληροφορικής και Επικοινωνιών.



Ευότητα: Mobile Business

Κατηγορία: ΚΙΝΗΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

SILVER

N.I. Μίνουγλου Α.Ε. / www.MyShoe.gr

Το MyShoe.gr είναι το μεγαλύτερο e-shop για παπούτσια στην Ελλάδα. Ανήκει στον όμιλο N.I. Μίνουγλου Α.Ε., με ιστορία 3 γενεών στο παπούτσι και έχει έδρα τα Οινόφυτα, με αποθήκες που ξεπερνάνε τα 7.500 τμ. Το MyShoe.gr ακολουθώντας τις ανάγκες της αγοράς και τις εξελίξεις στην τεχνολογία, επένδυσε σημαντικά στη δημιουργία μιας mobile έκδοσης, για τους χρήστες που επισκέπτονται το e-shop από τα smartphones τους. Έτσι σήμερα, ένα ποσοστό που ξεπερνάει το 25% της επισκεψιμότητας προέρχεται από Smart Devices, ενώ ο τζίρος που παράγεται από το mCommerce για την εταιρεία υπερβαίνει πλέον το 18% του συνολικού τζίρου. Η mobile έκδοση του MyShoe είναι optimized για τους χρήστες έξυπνων κινητών συσκευών, προσφέροντας ευχρηστία στην πλοήγηση, καθώς είναι σχεδιασμένη με λογική finger-friendly, ενώ έχει πολύ γρήγορη ανταπόκριση και ταχύτητα, καθώς δεν είναι φορτωμένη με περιττές φωτογραφίες και γραφικά, χωρίς όμως να χάνει καμία από τις βασικές λειτουργίες του κεντρικού site του MyShoe.



Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΟΥ (APPS)

SILVER

Alpha Bank / Alpha Safe Access

Το Alpha Safe Access είναι μία πρωτοποριακή εφαρμογή για έξυπνα κινητά τηλέφωνα, η οποία παράγει κωδικούς μιας χρήσεως για επιπρόσθετη ασφάλεια στις συναλλαγές μέσω Alpha Web Banking και Alpha Mobile Banking. Η χρήση της εφαρμογής προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα στους πελάτες της Alpha Bank, καθώς τους επιτρέπει να αξιοποιήσουν την προσωπική κινητή συσκευή τους για την παραγωγή πρόσθετου κωδικού ασφαλείας στις συναλλαγές που πραγματοποιούν μέσω των υπηρεσιών Alpha e-Banking. Με την εγκατάσταση της εφαρμογής, οι πελάτες εξασφαλίζουν αδιάλειπτη πρόσβαση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της Τραπέζης, ενώ απαλλάσσονται από την ανάγκη να μεταφέρουν μια επιπλέον συσκευή (το γνωστό token Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας). Παράλληλα, η Τράπεζα εξοικονομεί πόρους, λόγω του περιορισμού των λειτουργικών δαπανών που απαιτούνται για την απόκτηση και διακίνηση της συσκευής, μειώνοντας περαιτέρω το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα. Η εφαρμογή υλοποιήθηκε από τον Τομέα Πληροφορικής της Τραπέζης με υποστήριξη από την εταιρεία Adacom, εξειδικευμένη σε τεχνολογίες IT security. Για την παραγωγή και επαλήθευση των κωδικών αξιοποιείται η υποδομή Validation and ID Protection της Symantec, ενώ η λογισμική και το user interface σχεδιάστηκαν από την Tribal WorldWide Athens.





SILVER

Travelplanet24 / Travelplanet24 IOS APP

Η Travelplanet24.com, μία από τις 20 μεγαλύτερες e-commerce εταιρείες στην Ελλάδα, ξεκίνησε τη λειτουργία της το 2005, παρέχοντας και αναπτύσσοντας υψηλής ποιότητας διαδικτυακά συστήματα κράτησης εισιτηρίων και πρωτοποριακές web εφαρμογές, με στόχο την εδραίωση ενός πρωταγωνιστικού ρόλου στον χώρο της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Σήμερα, η εταιρεία συγκαταλέγεται ανάμεσα στα 3 μεγαλύτερα online travel agencies της ΝΑ Ευρώπης και ανάμεσα στα 10 μεγαλύτερα της Ευρώπης. Δραστηριοποιείται σε 35 αγορές και έχει γραφεία στο Σύνταγμα, το Βουκουρεστί και το Σάο Πάολο. Το Application που δημιούργησε η Travelplanet24 αποκλειστικά για iOS παρέχει την δυνατότητα αναζήτησης και κράτησης αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων γρήγορα και εύκολα για οποιονδήποτε προορισμό. Χαρακτηρίζεται από ταχύτητα, απλότητα και πρωτοποριακό σχεδιασμό, και είναι διαθέσιμο δωρεάν σε όλα τα App stores διεθνώς και σε 2 γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά. Η εφαρμογή είναι σχεδιασμένη με σκοπό να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των πελατών της εταιρείας, οι οποίοι όλο και αυξάνουν τη χρήση των κινητών συσκευών για τις κρατήσεις των αεροπορικών και ακτοπλοϊκών τους εισιτηρίων. Συγκεκριμένα, οι κρατήσεις που πραγματοποιήθηκαν στην Travelplanet24 μέσα από κινητές συσκευές το 2014 είχαν αύξηση 70%. Το όραμα της εταιρείας για την εφαρμογή είναι να παρέχει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να έχει ένα ολοκληρωμένο βοήθημα, καθ' όλη τη διάρκεια της ταξιδιωτικής εμπειρίας του.



BRONZE

AB Βασιλόπουλος / My AB mobile app

Η AB Βασιλόπουλος βρίσκεται δίπλα στους σύγχρονους καταναλωτές και προσπαθεί με «φρέσκιες» ιδέες να ανταποκρίνεται συνεχώς στις ανάγκες τους. Σε αυτό το πλαίσιο και σε συνέχεια της αρχικής έκδοσης του «AB mobile app», παρουσιάζει τη νέα, ανανεωμένη έκδοση της εφαρμογής, βελτιώνοντας και προσφέροντας ακόμα περισσότερες ευκολίες στους καταναλωτές της. Μέσω του νέου app, οι καταναλωτές μπορούν να οργανώνουν ακόμα πιο εύκολα και γρήγορα τις αγορές τους και να παραγγείλουν τα ψώνια τους στέλλοντας τη λίστα αγορών τους στο κατάστημα μέσω της υπηρεσίας «Αποστολή στο σπίτι». Οι καταναλωτές μπορούν να δημιουργήσουν τη δική τους ηλεκτρονική λίστα από τις κατηγορίες προϊόντων που διατίθενται στα AB Βασιλόπουλος, να τη μοιραστούν με μέλη της οικογένειάς τους ή να τη στείλουν προς εκτέλεση στο κατάστημα ώστε να την παραλάβουν στον χώρο τους. Με το AB mobile app, οι καταναλωτές ενημερώνονται για τις προσφορές της εταιρείας από το 15νθήμερο έντυπο, τις ειδικές προσφορές μέσω της κάρτας πιστότητας AB, και για ενέργειες, διαγωνισμούς και κληρώσεις. Επιπλέον, το app προτείνει πρωτότυπες και γευστικές

συνταγές, καθώς και αξιόλογα κρασιά της κάβας AB για να συνοδεύσουν το κάθε γεύμα. Τέλος, η εφαρμογή παρέχει τη δυνατότητα εμφάνισης του κοντινότερου καταστήματος AB βάσει της τρέχουσας τοποθεσίας του χρήστη και όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες γι' αυτά.



BRONZE

Vodafone / Vodafone For Hotels

Η Vodafone, σε συνεργασία με τη Singular Logic, δημιούργησε για τους ιδιοκτήτες μικρών ξενοδοχείων ή ενοικιαζόμενων δωματίων μια cloud υπηρεσία οργάνωσης και διαχείρισης των καθημερινών εργασιών της επιχείρησής τους, με σκοπό την αναβάθμιση των υπηρεσιών τους και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους. Με την cloud υπηρεσία Vodafone for Hotels, ο κάθε επαγγελματίας του χώρου επιτυγχάνει τη διαχείριση των καθημερινών του εργασιών online και μέσω mobile application έχοντας κάθε στιγμή στα χέρια του πλάνο κρατήσεων, διαθεσιμότητα δωματίων, λεπτομέρειες για τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις της κάθε μέρας, λίστα εκκρεμοτήτων, ιδιαιτερότητες των επισκεπτών, αναλυτικό πελατολόγιο και φυσικά πρόσβαση στην υπηρεσία ανά πάσα στιγμή, από το κινητό του, το tablet ή τον υπολογιστή του. Η χρήση της εφαρμογής είναι απλή και δεν απαιτεί από τους πελάτες καμία επιπρόσθετη δαπάνη σε εξοπλισμό, αφού διατίθεται για τα 2 δημοφιλέστερα λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών (ios & android). Επιπλέον, η υπηρεσία αποτελεί μέρος μιας ολοκληρωμένης λύσης από τη Vodafone, του «Άκρως Επαγγελματικά για Ξενοδόχους», η οποία περιλαμβάνει και εποχικά προγράμματα Vodafone Business Connect (VBC). Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η υπηρεσία προσφέρεται δωρεάν αποκλειστικά στους συνδρομητές της Vodafone και θα ακολουθήσουν κι επόμενες «εκδόσεις» της με ενισχυμένες λειτουργίες, πάντα στην κατεύθυνση της υποστήριξης των εργασιών για τον ξενοδόχο ή ιδιοκτήτη ενοικιαζόμενων δωματίων.





Ευότητα: Καινοτόμες Εφαρμογές και Έρευνα



Κατηγορία: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

SILVER

Agrohunter O.E. / www.agrohunter.gr

Το Agrohunter.gr είναι μια πλατφόρμα που με σύμμαχο το διαδίκτυο θέτει ως στόχο να προσφέρει αναγνωρισιμότητα στα ελληνικά προϊόντα και να διευκολύνει τις επιχειρήσεις στις συναλλαγές τους στον τομέα των αγροτικών προϊόντων, ενώ παράλληλα να πετύχει την ενημέρωση του κοινού για το τι καταναλώνει. Για να το πετύχει αυτό, χρησιμοποιεί υπηρεσίες όπως Agropath, Αντιστοιχίσεις και Αγροτική Γη. Agropath: Ένας μοναδικός κωδικός προϊόντος παράγεται από την πλατφόρμα, αποτυπώνεται σε QRCode και τοποθετείται στην ετικέτα του προϊόντος δίνοντας έτσι αναγνωρισιμότητα στο προϊόν αλλά και τη δυνατότητα στον καταναλωτή να μάθει πληροφορίες για το προϊόν που επέλεξε. Αντιστοιχίσεις / Pairing: Κάθε παραγωγός καταχωρεί το προϊόν του και κάθε αγοραστής καταχωρεί τη ζήτησή του για όποιο προϊόν τον ενδιαφέρει. Μετά την καταχώρηση των προϊόντων εκτελείται μια διαδικασία αντιστοίχισης μεταξύ παραγωγού και αγοραστή βάσει προσφοράς και ζήτησης. Αγροτική Γη: Μια υπηρεσία που έχει ως μέλη της ιδιοκτήτες αλλά και επενδυτές γης, και αντικείμενο

ανεκμετάλλευτα κομμάτια γης, τα οποία μπορούν να ενοικιαστούν, πωληθούν, να διατεθούν για συμβολαϊκή γεωργία κ.α. Με τις παραπάνω υπηρεσίες επιτυγχάνεται εξωστρέφεια για το προϊόν, ενώ παράλληλα το καταναλωτικό κοινό γνωρίζει τι καταναλώνει και πλέον κατανοεί την έννοια του Supply Chain.

BRONZE

Quest Online SA / www.you.gr

Το 2014, το you.gr προσέθεσε μια νέα υπηρεσία στην ομπρέλα υπηρεσιών «Close to U». Η υπηρεσία αφορά στη δυνατότητα δωρεάν παραλαβής αυθημερόν, σε λίγες μόνο ώρες από την τοποθέτηση μίας παραγγελίας, σε σημεία υψηλής επισκεψιμότητας και προσβασιμότητας. Στόχος της υπηρεσίας είναι η καλύτερη εξυπηρέτηση όσων επείγεται να παραλάβουν το προϊόν που αγόρασαν και μάλιστα, χωρίς να χρειαστεί να αλλάξουν τις καθημερινές τους συνήθειες ή να πληρώσουν «χρυσή» την ανυπομονησία τους. Το you.gr ξεκίνησε συνεργασία με την εταιρεία Central Parking System Αθήνα, με στόχο να αξιοποιήσει τους σταθμούς Parking που διαχειρίζεται η εταιρεία ως σημεία παραλαβής. Κάθε χρήστης από τον Ιούλιο 2014 έχει πλέον τη δυνατότητα να παραλαμβάνει την παραγγελία του αυθημερόν από το Parking «Πύργος Αθηνών», άμεσα και δωρεάν μέσα σε λίγες ώρες. Με γνώμονα την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη και τη συνεχή βελτίωση του Customer Journey, η παροχή της υπηρεσίας Άμεσης Αυθημερόν παράδοσης στο Parking του Πύργου Αθηνών, έχει ως στόχο να εξυπηρετεί ως Σημείο Παραλαβής όχι μόνο τους περσόνους, τους εργαζόμενους στην περιοχή και τους πελάτες του Parking, αλλά και τους διερχόμενους από τους γύρω μεγάλους οδικούς άξονες. Πολύ σύντομα, η υπηρεσία θα επεκταθεί και σε άλλους επιλεγμένους χώρους στάθμευσης της Central Parking System, καθώς και σε άλλα εναλλακτικά σημεία.



Κατηγορία: COLLABORATIVE E-COMMERCE

SILVER

Mindworks / Heineken Now

Το καλοκαίρι του 2014, η Heineken δημιούργησε μία ξεχωριστή πλατφόρμα επικοινωνίας θέλοντας να κάνει τους Έλληνες να αντιμετωπίσουν τα πράγματα με έναν νέο, πιο αισιόδοξο τρόπο. Αλλάζοντας αρχικά το όνομα της μπίρας σε «Πράσινη», αποτέλεσε την πλέον ουσιαστική προσπάθεια δημιουργίας θετικού κλίματος, υποστηρίζοντας πως «Όταν σκέφτεσαι "Γίνεται" όλα μπορούν να συμβούν». Για την προσέλκυση ακόμα περισσότερων χρηστών ζητήθηκε η δημιουργία μίας mobile εφαρμογής που θα κάνει τους χρήστες να ενδιαφερθούν για τη νέα «Γίνεται»

πλατφόρμα και να έρθουν πιο κοντά στο brand. Και η απάντηση δόθηκε με το «Heineken Now», το πρώτο mobile application που απαντά στο ερώτημα: Γίνεται να έχω Heineken χωρίς να φύγω από τη θέση που βρίσκομαι; Ένα απλό ερώτημα που μέχρι εκείνη τη στιγμή δεν μπορούσε να απαντηθεί μιας και τα προβλήματα που προέκυπταν σε επίπεδο logistics ήταν πολλά. Τα προβλήματα αυτά λύθηκαν σε συνεργασία με το Efood.gr, το μεγαλύτερο site online παραγγελιών. Ουσιαστικά, με το Heineken Now, ο χρήστης μπορεί να παραγγείλει τις μπίρες του σε 3 απλά βήματα: 1. Επιλέγει τις Heineken 500ml που θέλει. 2. Συμπληρώνει την τοποθεσία του ώστε το app να εντοπίσει το πλησιέστερο κατάστημα. 3. Παραλαμβάνει τις μπίρες και πληρώνει στον διανομέα. Μέχρι σήμερα, το app μετρά περισσότερα από 7.000 downloads.



Κατηγορία: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

SILVER

Yuboto LTD / www.click2callnetwork.com

Αξιολογώντας τις ανάγκες του τελικού καταναλωτή που απαιτεί άμεση, χωρίς αναμονή και χωρίς κόστος τηλεφωνική εξυπηρέτηση, αλλά παρατηρώντας και τους παγκόσμιους δείκτες που δίνουν 68,6% στο shopping cart abandonment κατά τις αγορές μέσω διαδικτύου, δημιουργήθηκε η υπηρεσία Click2Call.

Η υπηρεσία είναι το αποτέλεσμα τεχνολογικής έρευνας που οδηγήθηκε από τις αξίες και το όραμα της

Yuboto που προστάζει την απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί ένα εργαλείο που παρέχει στην επιχείρηση που το ενσωματώνει σπουδαία αποτελέσματα και σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η υπηρεσία Click2Call αποτελεί μία ηλεκτρονική και όχι μόνο εφαρμογή (λειτουργεί και σε έντυπη μορφή Scan2Call), η οποία με το πάτημα ενός banner σε οποιοδήποτε ηλεκτρονικό περιβάλλον δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να έρθει σε άμεση επικοινωνία με την επιχείρηση χωρίς τηλεπικοινωνιακό κόστος και με απόκριση κλήσης, η οποία επιτυγχάνεται κατά μέσο όρο σε 20 δευτερόλεπτα. Η εφαρμογή παρέχει δωρεάν call back service από οποιαδήποτε μέρος του κόσμου βρίσκεται ο πελάτης. Μεταξύ άλλων, η χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας αυξάνει τα leads για πωλήσεις στις επιχειρήσεις, αποτελεί συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δημιουργεί ευχαριστημένους πελάτες, παρέχει άμεση επικοινωνία, και διευκολύνει την ομαλή λειτουργία των τηλεφωνικών κλήσεων της επιχείρησης ακόμη και κατά τις ώρες αιχμής.

Ευότητα: Καυάδια και Πεδατοκευτικότητα

Κατηγορία: ΣΥΝΘΥΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ

GOLD

Public / Retail World / www.Public.gr

Το Public, το μεγαλύτερο πολυκατάστημα τεχνολογίας, επικοινωνίας και πολιτισμού στην Ελλάδα, εξελίσσει ταυτόχρονα και δυναμικά το φυσικό του με το ψηφιακό του κανάλι. Επενδύει διαρκώς πόρους σε ανθρώπινο δυναμικό, τεχνολογία και operations επιτυγχάνοντας τη μέγιστη δυνατή συνεργεία μεταξύ των δύο καναλιών. Έτσι, ο καταναλωτής λαμβάνει την ίδια μοναδική εμπειρία των 46 φυσικών καταστημάτων Public και από το ηλεκτρονικό κατάστημα www.public.gr. Το Public έχει στοχεύσει στη δημιουργία άριστων συνεργειών μεταξύ του συνεχώς αυξανόμενου δικτύου καταστημάτων και του www.public.gr. Οι άξονες στους οποίους υπάρχουν λειτουργικές συνεργείες με ξεκάθαρα οφέλη για τον πελάτη είναι: 1.Branding: Χωρίς να θυσιάσει η λειτουργικότητα, το www.public.gr έχει καταφέρει να μεταφέρει τα brand aesthetics (προωθητικές σημάνσεις, υπηρεσίες, merchandising) του φυσικού δικτύου στο ηλεκτρονικό περιβάλλον μέσα από υψηλής ποιότητας design σε κάθε ενέργεια (web site, προωθητική ενέργεια, customer newsletters, social media contests). Αντίστοιχα, τα ίδια τα καταστήματα προβάλλουν το concept 24/7 online αγορές. 2.Operations: Τα δύο κανάλια «εργάζονται» παράλληλα σε επίπεδο λειτουργιών, με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη. 3.Social Media & CRM: Το www.public.gr αξιοποιεί διαρκώς τα social media όχι μόνο για να κάνει κινητοποίησης τις πωλήσεις προς το online κατάστημα, αλλά και για να κινήσει το ενδιαφέρον των τοπικών κοινοτήτων προς τα φυσικά καταστήματα.



SILVER

Εθνική Τράπεζα / www.nbg.gr

Στο πλαίσιο της επικοινωνίας του ανανεωμένου internet banking στο κοινό της τράπεζας, η Εθνική Τράπεζα κλήθηκε να αντιμετωπίσει ένα business objective μέσα από το πρίσμα ενός σημαντικού περιορισμού. Το business objective περιελάμβανε την ενεργοποίηση της υπηρεσίας internet banking από ένα μεγάλο ποσοστό χρηστών που ακόμη είναι online ανενεργοί, καθώς και την επανενεργοποίηση σημαντικού ποσοστού της εγγεγραμμένης βάσης, η οποία μετά την εγγραφή της παρέμενε ανενεργή. Δυστυχώς, λόγω ασφάλειας και διαδικασιών δημιουργούν έναν σημαντικό περιορισμό: η εγγραφή στο internet banking πρέπει να ολοκληρωθεί στο φυσικό κατάστημα της τράπεζας. Το πλάνο στρατηγικής περιελάμβανε: Α) Δημιουργία μιας user – friendly landing page (με responsive design), η οποία, πέρα

από τον ενημερωτικό της χαρακτήρα, έχει σκοπό να απλοποιήσει τη διαδικασία. Β) Σχεδιασμός μιας large – scale καμπάνιας, με συνδυασμό πολλών μέσων τα οποία στοχεύουν δυνητικούς πελάτες της Εθνικής με εξειδικευμένους τρόπους targeting. Τα αποτελέσματα της ενέργειας ήταν εξαιρετικά, αφού οι καμπάνιες κατάφεραν να στείλουν στη landing page πάνω από 300.000 χρήστες. Παράλληλα, πέτυχαν conv. Rates άνω του 2,6%, με ιδιαίτερα χαμηλά CPAs, επιτυγχάνοντας την πλειοψηφία των επιτεύξεων στόχων.



BRONZE

Generation-Y / www.grandebretagnestore.com

Το ξενοδοχείο Μεγάλη Βρεταννία, μέλος του ομίλου Starwood Hotels & Resorts, ανέθεσε την εικαστική και λειτουργική επιμέλεια του ηλεκτρονικού του καταστήματος στη Generation Y, η οποία κατέληξε σε έναν υψηλής αισθητικής σχεδιασμό, με στόχο να αναδείξει και να ενισχύσει την πολυτελή εικόνα του ξενοδοχείου. Ο απώτερος στόχος είναι μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος, οι επισκέπτες του ξενοδοχείου να συνεχίζουν τη μοναδική εμπειρία που είχαν κατά τη διάρκεια της διαμονής τους, αλλά και για όσους δεν κατάφεραν ακόμα να το επισκεφθούν, να πάρουν μία γεύση από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του Μεγάλη Βρεταννία. Το ηλεκτρονικό κατάστημα διαθέτει προϊόντα που φέρουν την ετικέτα του ξενοδοχείου, προϊόντα Spa και περιποίησης, δώρα και είδη σπιτιού. Οι επισκέπτες του eStore μπορούν να επιλέξουν ακόμα και προϊόντα ή υπηρεσίες που παρέχονται μόνο για τα δωμάτια, ώστε να τα βρουν εκεί μόλις επισκεφθούν το

ξενοδοχείο. Στις καινοτομίες του συμπεριλαμβάνονται geo location, δυνατότητα διαφορετικού τιμοκαταλόγου ανά χώρα εξαγωγής, δυνατότητα προσθήκης στα αγαπημένα, δυνατότητα δημιουργίας συνδυαστικών πωλήσεων (Bundle Tool), παρουσίαση σχετικών προϊόντων, αυτόματη διασύνδεση με τον πάροχο courier service, δυνατότητα προγραμματισμού παράδοσης, δυνατότητα παράδοσης In Room Amenities και δυνατότητα πολλαπλών παραδόσεων.

Κατηγορία: ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ

GOLD

N.I. Μίνουογλου Α.Ε. / www.MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο e-shop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα e-shops μόδας. Δεχόμενο καθημερινά περισσότερους από 55.000 επισκέπτες, το MyShoe έχει επενδύσει πάρα πολύ στην εξυπηρέτηση των πελατών του, όχι μόνο εξοπλίζοντας την ομάδα Customer Support (που περιλαμβάνει 12 άτομα), αλλά και στις πρόσθετες παροχές προς τους καταναλωτές, ως μέρος της πελατοκεντρικής εταιρικής κουλτούρας της εταιρείας. Σαν αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας, το MyShoe έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα εντυπωσιακό retention, με 3 στους 4 πελάτες του να επιστρέφουν ξανά στο e-shop, για επαναληπτικές παραγγελίες.



SILVER

Public / Retail World / www.public.gr

Το www.public.gr μεταφέρει το μοναδικό επίπεδο εμπειρίας από το φυσικό δίκτυο των καταστημάτων Public στον κόσμο του διαδικτύου. Με στόχο την εύκολη, γρήγορη και αξιόπιστη λειτουργία του έχει υιοθετήσει βέλτιστες πρακτικές διαχείρισης και αξιοποίησης των πελατειακών σχέσεων τόσο πριν, κατά τη διάρκεια όσο και μετά την αγορά, αξιοποιώντας τις καλύτερες δυνατές πρακτικές ηλεκτρονικού εμπορίου σε όλο το φάσμα της αγοραστικής εμπειρίας. Τα τελευταία 2 χρόνια, το Public.gr έχει αναδειχτεί σε κυρίαρχο online προορισμό διαθέτοντας τη μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων από κάθε άλλο ελληνικό ηλεκτρονικό κατάστημα και προσφέροντας υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών. Κατά την πλοήγηση στο [public.gr](http://www.public.gr) ο επισκέπτης συναντάει μια τεράστια γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών σε κατηγορίες τεχνολογίας, πολιτισμού και ψυχαγωγίας, προηγμένες διαδικασίες αναζήτησης προϊόντων, πλούσιο περιεχόμενο στα προϊόντα και recommendations, καθώς και σύγχρονες μεθόδους customer care. Κατά την αγορά, ο επισκέπτης του [public.gr](http://www.public.gr) έχει στη διάθεσή του, μεταξύ άλλων, γρήγορη διαδικασία check out, πολύ χαμηλά μεταφορικά, εξαργύρωση και συλλογή πόντων μέσω της κάρτας MyPublic. Μετά την αγορά, ο επισκέπτης έχει στη

διάθεσή του την εύκολη παρακολούθηση παραγγελίας, με integrated voucher της ACS μέσα στο www.public.gr, προσωπική ενημέρωση για το στάδιο της παραγγελίας, παραλαβή κατά μέσο όρο μέσα σε 2 εργάσιμες ημέρες και προσωποποιημένο e-mail συνδυαστικών προτάσεων σχετικά με την αγορά του.





Κατηγορία: ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ



SILVER

Hellas Online / <https://myhol.hol.gr>

Η hellas online διαθέτει ηλεκτρονική πύλη εξυπηρέτησης πελατών με την εμπορική ονομασία «my hol». Με το my hol όλοι οι πελάτες σε οικιακές υπηρεσίες της hellas online έχουν πρόσβαση σε μια πλήρη εξατομικευμένη και διαδραστική ηλεκτρονική υπηρεσία, μέσω της οποίας απολαμβάνουν πολλά και σημαντικά πλεονεκτήματα. Συγκεκριμένα, μέσω του my hol ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για την υπηρεσία και τον λογαριασμό του, καθώς και να ολοκληρώσει μια σειρά από ενέργειες εύκολα και γρήγορα. Το my hol επανασχεδιάστηκε και λανσαρίστηκε στη νέα του μορφή τον Μάιο 2014, με βάση τις παρακάτω αρχές: απλότητα, αφοσίωση, διαφοροποίηση και έκπληξη. Στρατηγικά, το my hol καλύπτει 4 ενόπτες εξυπηρέτησης του πελάτη: 1.Λογαριασμός, 2.Υπηρεσίες, 3.Προνόμια, 4.Υποστήριξη. Η χρήση του my hol προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στον πελάτη, όπως όλους τους λογαριασμούς του σε ένα μέρος, οικονομία, πρόσβαση σε αποκλειστικές προσφορές, έλεγχο, ασφάλεια. Οι πληρωμές από το www.hol.gr αποτελούν ένα συνεχώς ανοδικό κανάλι πληρωμών, ενώ το e-bill απέκτησε διείσδυση 13,2% επί της συνδρομητικής βάσης εντός 2 ετών από την ημερομηνία έναρξης του.

Κατηγορία: ΠΑΝΚΑΝΑΝΙΚΟ (ΟΜΝΙCHANNEL) ΕΜΠΟΡΙΟ

GOLD

Atcom - Alpha Bank / www.vriskoumelyseis.gr

Για πρώτη φορά μία Τράπεζα παρέχει μέσα από μία ιστοσελίδα τη δυνατότητα στους πελάτες της να ενημερωθούν για τους τρόπους αποπληρωμής των οφειλών τους. Η Alpha Bank στέκεται δίπλα σε πελάτες της, οι οποίοι χρειάζονται διευκόλυνση στην αποπληρωμή των δανειακών τους υποχρεώσεων, και παρέχει λύσεις ειδικά προσαρμοσμένες, τόσο στις ανάγκες ατόμων με σοβαρά προβλήματα υγείας, όσο και ανέργων δανειοληπτών. Συγκεκριμένα, μέσω του www.vriskoumelyseis.gr, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δουν τις παρεχόμενες λύσεις, ανάλογα με το αν είναι κάτοχοι στεγαστικού δάνειου, καταναλωτικού δανείου ή/και πιστωτικής κάρτας. Επιλέγοντας τη διαχείριση προϋπολογισμού, οι χρήστες μπορούν να διαπιστώσουν αν με βάση τα έσοδα και τα έξοδά τους, ο προϋπολογισμός τους είναι θετικός ή αρνητικός και να προβούν στις προτεινόμενες λύσεις. Στη συνέχεια, οι χρήστες μπορούν να δουν τις εναλλακτικές δυνατότητες που έχουν για να διευθετήσουν τις δανειακές τους υποχρεώσεις προς την Alpha Bank. Σε δεύτερο χρόνο, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα είτε να εκτυπώσει τα αποτελέσματα και να επισκεφθεί κάποιο κατάστημα Alpha Bank, είτε να κάνει online αίτηση ενδιαφέροντος ρύθμισης δανείου. Με αυτό τον τρόπο, το www.vriskoumelyseis.gr παντρεύει τέλεια το φυσικό και το ψηφιακό κανάλι. Ουσιαστικά αξιοποιεί το digital περιβάλλον, με στόχο τη διευκόλυνση της αγοραστικής διαδικασίας εντός των φυσικών καταστημάτων της Τράπεζας.



Κατηγορία: ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

GOLD

Eurobank / Επιστροφή APP

Η εφαρμογή Επιστροφή APP είναι μία καινοτόμος εφαρμογή, που υποστηρίζει το loyalty πρόγραμμα χρεωστικών και πιστωτικών καρτών Eurobank Επιστροφή και αποτελεί μία πρωτοποριακή προσέγγιση στην εξυπηρέτηση του πελάτη τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη. Πρόκειται για ένα σύγχρονο διαφοροποιημένο κανάλι επικοινωνίας, το οποίο παρέχει στους κατόχους καρτών Eurobank όλη την απαραίτητη πληροφόρηση για



το πρόγραμμα Επιστροφή στο κινητό τους. Ο πελάτης λαμβάνει την πληροφόρηση που χρειάζεται τη στιγμή που επιθυμεί, δηλαδή όταν σχεδιάζει ή είναι έτοιμος να πραγματοποιήσει κάποια αγορά και όχι σε στιγμές που δεν σχετίζονται με τις αγορές του, όπως συμβαίνει όταν ενημερώνεται μέσω statement ή newsletter. Μάλιστα το γεγονός ότι μέσω της εφαρμογής επικοινωνούνται στοχευμένες ενέργειες βάσει της τοποθεσίας στην οποία βρίσκονται οι χρήστες σε πραγματικό χρόνο, αλλά ακόμα και των προτιμήσεών τους, αυξάνει δραματικά τη σχετικότητα της εκάστοτε καμπάνιας. Επιπρόσθετα, δημιουργείται μία συνεχής διαδραστική σχέση με τον πελάτη, ενώ ταυτόχρονα παρέχεται ένα δυνατό εργαλείο CRM. Με την Επιστροφή app, οι κάτοχοι καρτών Eurobank έχουν το πρόγραμμα Επιστροφή και στο κινητό τους, αποκτώντας άμεση πρόσβαση σε περισσότερες από 5.000 επιχειρήσεις, έχοντας εικόνα των διαθέσιμων ευρώ Επιστροφή που μπορούν να αξιοποιήσουν στις αγορές τους με κάρτες Eurobank. Οι χρήστες της εφαρμογής έχουν τετραπλασιαστεί μέσα σε 2 μόλις έτη.



SILVER

Yuboto LTD / mms+

Ως εταιρεία που δραστηριοποιείται στον χώρο του mobile marketing και αξιολογώντας τις ανάγκες της σύγχρονης αγοράς, η Yuboto αναζήτησε τον τρόπο προκειμένου να γεφυρώσει αποτελεσματικά την αμεσότητα του SMS με το εντυπωσιακό και πολυπληθές σε πληροφορία marketing που η σημερινή αγορά απαιτεί και χρειάζεται. Και έτσι δημιουργήθηκε το mms+, μια νέα υπηρεσία mobile marketing που μετατρέπει κάθε SMS σε μία ολοκληρωμένη επικοινωνία με ήχο και εικόνα. Με βασικό γνώμονα να κρατηθεί ζωντανό το κύρος, η ευκολία και τα οφέλη που προκύπτουν από την αμεσότητα του απλού SMS, το mms+ «ενσωματώνει» στο ίδιο το SMS έναν πρόσθετο παράγοντα, ένα ενεργό web link που μπορεί να κατευθύνει τον παραλήπτη του μηνύματος σε μία landing page, η οποία έχει τη δυνατότητα να φιλοξενεί απεριόριστο κείμενο και κάθε είδους ηλεκτρονικά αρχεία. Έτσι, η υπηρεσία «εκμεταλλεύεται» όλα τα οφέλη και την αμεσότητα ενός SMS, ενώ μέσω του web link παρέχει στον παραλήπτη όλη την πληροφορία, την εικόνα και την αίσθηση που απαιτεί το σύγχρονο mobile marketing για μία αποτελεσματική, σύγχρονη και πλήρη καμπάνια. Με την υπηρεσία mms+, κάθε επιχείρηση μπορεί με μία απλή, αλλά εκσυγχρονισμένη mobile marketing καμπάνια, να ενημερώσει για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μέσα από οποιουδήποτε είδους ηλεκτρονικά αρχεία, χωρίς να απαιτούνται ρυθμίσεις, γνώσεις και υψηλά κόστη.



Κατηγορία: ΑΡΙΣΤΕΙΑ ΣΤΑ OPERATIONS

GOLD

Airtickets ΕΠΕ / www.airtickets.gr

Η airtickets.gr, η πρώτη online ταξιδιωτική επιχείρηση στην ελληνική αγορά, εξυπηρετεί καθημερινά μέσω της online πλατφόρμας της, 5.000 ταξιδιώτες και μέσω του τηλεφωνικού της κέντρου, εξυπηρετούνται καθημερινά 3.500 πελάτες από 9 διαφορετικές χώρες. Το τελευταίο έτος, η εταιρεία προχώρησε, μέσω της Διεύθυνσης Operations, σε πλήρη ανασχεδιασμό του μοντέλου εξυπηρέτησης, με στόχο την ταχύτερη, ποιοτικότερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση των πελατών της. Συγκεκριμένα, έγινε upgrade στο τηλεφωνικό κέντρο τόσο σε επίπεδο υποδομών όσο και σε επίπεδο σχεδιασμού και δημιουργήθηκαν ξεχωριστές υπηρεσίες/ επιλογές με στόχο την άμεση εξυπηρέτηση των κλήσεων, τη μείωση της αναμονής στο τηλεφωνικό κέντρο και τη μείωση του χρόνου ολοκλήρωσης των αιτημάτων. Επιπλέον, η εταιρεία προχώρησε στην πρόσληψη 30 νέων συνεργατών με σκοπό τη δημιουργία νέων τμημάτων. Δημιουργήθηκαν τα τμήματα front line support και back

office support, ενώ αναπτύχθηκε η υφιστάμενη εφαρμογή του CRM της εταιρείας έτσι ώστε τα δύο τμήματα να είναι σε άμεση επικοινωνία για την παρακολούθηση της πορείας του αιτήματος και την τελική εξυπηρέτησή του. Δημιουργήθηκε τμήμα MIS, με στόχο την ανάλυση των αποτελεσμάτων της Διεύθυνσης Operations, τμήμα εκπαίδευσης των συνεργατών εξυπηρέτησης πελατών, τμήμα Quality & Complaints και antifraud. Επίσης, η εταιρεία προχώρησε στην εξασφάλιση PCI compliance που εφαρμόζει την προβλεπόμενη πολιτική ασφαλείας και η οποία αξιολογείται με συνεχόμενους ελέγχους.

SILVER

ZITA MALL A.E. / www.Z-mall.gr

Το Z-mall.gr, μετά από 4,5 χρόνια λειτουργίας, αισθάνεται υπερήφανο για τη μοναδική σχέση που έχει δημιουργήσει με τους πελάτες του. Καθοριστικό παράγοντα της επιτυχημένης αυτής σχέσης αποτελούν οι άριστες διαδικασίες που ακολουθούν τη ροή των εργασιών του από το πρώτο ως το τελευταίο βήμα, οι οποίες έχουν θετικότατο αντίκτυπο στην εξυπηρέτηση των πελατών. Το service που απολαμβάνουν οι πελάτες, τόσο πριν από την παραγγελία τους, όσο και με το after sales service, κάνουν την εμπειρία του online shopping στο z-mall μοναδική και σε συνδυασμό με τις διαδικασίες που έχουν τεθεί, διασφαλίζεται η εξαιρετική ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Το z-mall όμως ξεχωρίζει κυρίως από το γεγονός ότι τα άνω των 25.000 προϊόντα του είναι ετοιμοπαράδοτα, αφού βρίσκονται σε μια 2.000 τ.μ. αποθήκη εξοπλισμένη με ράφια τύπου θυρίδας. Η 100% φυσική παρουσία και διαχείριση των προαναφερθέντων ειδών οδήγησαν την εταιρεία να αναπτύξει αυτόματους μηχανισμούς Supply Chain, έτσι ώστε να εξασφαλίσει την υποδομή για τη συνεχή ανάπτυξή της. Κύρια εργαλεία των διαδικασιών της εταιρείας αποτελούν τα παρακάτω: In House διαχείριση σε Logistics, Customer service, Product Management, Marketing, IT και Photo shooting, και Software development εργαλείων όπως Product Management Admin, Freight cost optimization και Electronic Data Interchange.





Ευότητα: Αισθητική και Σχεδίαση

Κατηγορία: DESIGN – AESTHETICS

SILVER

N.I. Μίνιογλου Α.Ε. / www.MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο e-shop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα e-shops μόδας. Ανήκει στον όμιλο Ν. Ι. Μίνιογλου Α.Ε. με ιστορία 3 γενεών στο παπούτσι και έχει έδρα τα Οινόφυτα. Ακολουθώντας τις ανάγκες της αγοράς και τις εξελίξεις στην τεχνολογία, και έχοντας διαγνώσει την ανάγκη για σημαντικές αλλαγές, το MyShoe.gr προχώρησε σε ένα σημαντικό redesign και της Desktop, αλλά και της mobile έκδοσης. Τα αποτελέσματα της αλλαγής ήταν ομολογουμένως εντυπωσιακά, καθώς επιτεύχθηκε μια αύξηση στο Conversion Rate κατά 148,1% στην Desktop έκδοση και κατά 112% στη mobile έκδοση, ενώ σημαντική βελτίωση επιτεύχθηκε και στο Bounce Rate (ποσοστό εγκατάλειψης χρηστών), το οποίο μειώθηκε δραματικά κατά 78%, κρατώντας πολύ περισσότερους επισκέπτες στο site. Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, χρησιμοποιήθηκε πλήθος τεχνικών για βελτίωση του User Experience (UX), ενώ εκτελέστηκαν περισσότερα από 180 A/B tests, εκτενή Session Playbacks και αναλύσεις σε Heatmaps.



BRONZE

Wind Ελλάς Τηλεπικοινωνίες / www.F2G.gr

Η Wind, θέλοντας να επιβεβαιώσει για ακόμα μια φορά τον χαρακτηρισμό της ως η πιο καινοτόμα στον χώρο, δημιούργησε το πρώτο online responsive site (F2G.gr) στον χώρο των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα και ένα από τα πρώτα στην Ευρώπη για την καρτοκινητή. Συγκεκριμένα, η Wind τον Απρίλιο του 2013, πριν ακόμα τα tablets και τα τελευταία τεχνολογίας smartphones κατακλύσουν την αγορά, αντιλαμβανόμενη την ταχεία μετάβαση του κοινού στις smartphone συσκευές και στα tablets, τόσο για την πλοήγησή του όσο και για τις online αγορές του, δημιούργησε για τους

συνδρομητές του F2G ένα ολοκαίνουριο, εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και responsive σε όλες τις διαστάσεις οθονών, site, το F2G.gr. Διατηρώντας την υψηλή αισθητική και την κοινή ταυτότητά του και στις τρεις διαστάσεις συσκευών πλοήγησης και προσαρμόζοντας τα κύρια στοιχεία του στις ανάγκες της κάθε μίας, επιτρέπει στους χρήστες να πλοηγηθούν εύκολα, να βρουν άμεσα τις πληροφορίες που αναζητούν και να πραγματοποιήσουν online όλες τις δυνατές λειτουργίες. Μεταξύ άλλων, μέσω του F2G.gr οι επισκέπτες μπορούν να έχουν τον έλεγχο της σύνδεσής τους, να ενεργοποιήσουν πακέτα και να ανανεώσουν τον χρόνο ομιλίας τους. Το site παρουσιάζει σταθερά ανοδική πορεία επισκεπτών και έχει συμβάλει στην αύξηση των online πωλήσεων της εταιρείας και στην απόκτηση νέων συνδρομητών.



Κατηγορία: USABILITY

GOLD

UXlab Atcom Business Unit / www.aegeanair.com

Όταν η Aegean, ένα από τα μεγαλύτερα e-commerce sites στην Ελλάδα, αποφασίζει να παρέμβει στη διαδικασία online αγοράς εισιτηρίων, είναι σαφές ότι απαιτούνται λεπτοί χειρισμοί. Η παραμικρή λανθασμένη κίνηση μπορεί να επιφέρει δραματικές αλλαγές στο conversion rate, κάτι που επηρεάζει ευθέως το λεγόμενο «bottom line». Και όπως είναι λογικό, όσοι περισσότερες οι πωλήσεις του site, τόσο μεγαλύτερο το ρίσκο. Το ζητούμενο ήταν η ενσωμάτωση στη διαδικασία αγοράς δύο νέων ancillary υπηρεσιών: της κράτησης ξενοδοχείου και της ενοικίασης αυτοκινήτου. Η αγορά των δύο αυτών υπηρεσιών, θα έπρεπε να πραγματοποιείται απρόσκοπτα, μέσα από το ίδιο flow επιλογής και αγοράς αεροπορικού εισιτηρίου. Μέσα από τη δημιουργία της ενοποιημένης διαδικασίας (Integrated Basket), η Aegean στόχευε στην αύξηση των online πωλήσεων. Το ίδιο το ζητούμενο έθετε εξ αρχής τη σημαντικότερη πρόκληση: Πως θα ενσωματωθεί η αγορά δύο επιπλέον υπηρεσιών στη διαδικασία αγοράς, χωρίς αυτές να βλάψουν στο ελάχιστο τις πωλήσεις αεροπορικών εισιτηρίων, που παραμένουν το σημαντικότερο revenue stream. Η προσθήκη επιπλέον βημάτων, η δημιουργία ερωτημάτων προς τον χρήστη, η ανάγκη για περισσότερες κινήσεις, είναι όλα στοιχεία που συμβάλλουν στο υψηλότερο drop off rate και άρα στο χαμηλότερο conversion. Το στοιχείο ήταν η ενσωμάτωση των νέων υπηρεσιών προκειμένου να αυξηθεί η αξία της μέσης αγοράς, χωρίς να επηρεαστεί το conversion rate.





BRONZE

Globe One Digital / www.Vacations2Greece.com

Το [Vacations2Greece.com](http://www.Vacations2Greece.com) γεννήθηκε το 2014 για να προσφέρει στους επισκέπτες του την καλύτερη ευκαιρία να ταξιδέψουν στην Ελλάδα. Για να «λειτουργήσει» αυτό το εγχείρημα, το site πέρα από ελκυστικό θα έπρεπε να είναι ιδιαίτερα λειτουργικό, ώστε να εμπνεύσει τους επισκέπτες να περιηγηθούν σε αυτό και στο τέλος να επιλέξουν ένα πακέτο διαμονής. Από την αρχή η σχεδίαση του [Vacations2Greece.com](http://www.Vacations2Greece.com) επικεντρώθηκε στα λειτουργικά εκείνα στοιχεία που θα εξασφάλιζαν τις προϋποθέσεις για μια ευχάριστη, προσαρμοσμένη στις ανάγκες του χρήστη πλοήγηση. Για την εξασφάλιση καλύτερου Usability, η αρχιτεκτονική του site διαμορφώθηκε με τρόπο ώστε να προκαλεί τη μέγιστη ικανοποίηση στους επισκέπτες, διευκολύνοντας παράλληλα τις επιλογές τους. Όλα τα στοιχεία, από την πλατφόρμα και το μενού πλοήγησης μέχρι τα χρώματα, τα γραφικά και τις γραμματοσειρές, επιλέχθηκαν με βάση τη λειτουργικότητά τους και κατόπιν εντατικών δοκιμών ώστε να καθιστούν την πλοήγηση του χρήστη ακόμα πιο ευχάριστη. Στο κομμάτι των κειμένων, επιλέχθηκε η χρήση σωστής, απλής γλώσσας με κατανοητά νοήματα και αυτό συνέβαλε στη δημιουργία ενός φιλικού προς τους χρήστες περιβάλλοντος. Η σημαντική αύξηση της λειτουργικότητας του site είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί ο μέσος χρόνος παραμονής των επισκεπτών, να περιοριστεί το bounce rate και να αυξηθούν τα clicks και οι πωλήσεις.



BRONZE

Pharma PLUS / www.Pharmaplus.gr

Το δίκτυο φαρμακείων Pharma Plus, μέλος του Ομίλου Lavipharm, ξεκινά μια νέα, πρωτοποριακή διαδικτυακή εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου, το www.pharmaplus.gr. Το www.pharmaplus.gr είναι ένα σημαντικό έργο που διαμορφώθηκε μετά από έρευνες, οι οποίες έδειξαν ότι οι καταναλωτές που προτιμούν τις αγορές μέσω διαδικτύου σε προϊόντα υγείας και ομορφιάς, πέραν της χαμηλής τιμής, εξετάζουν την αξιοπιστία του online καταστήματος, το εύρος της ποικιλίας των προϊόντων, την ποιότητά τους και την παρεχόμενη εξυπηρέτηση. Η ομάδα της Pharma Plus εργάστηκε εντατικά και με την πολύτιμη βοήθεια του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Elitrun), καθώς και τον τεχνικό συνεργάτη (NetStudio), προχώρησε στην υλοποίηση ενός σύγχρονου και αξιόπιστου e-shop, που διαθέτει τεχνολογίες αιχμής, όπως

έξυπνη αναζήτηση, άμεσα ανταποκρινόμενα φίλτρα, ομοιομορφία στην παρουσίαση των πληροφοριών των προϊόντων και των εικόνων τους για ευκολία περιήγησης και επιλογής, προηγμένο καλάθι αγορών που δίνει τη δυνατότητα αγορών με ή χωρίς εγγραφή μέλους, πλούσιο, επιστημονικό και ενημερωτικό περιεχόμενο μέσω του blog στο οποίο αρθρογραφούν καταξιωμένοι ιατροί, φαρμακοποιοί και δημοσιογράφοι, ταχύτητα, ευχρηστία, συμβατότητα με ERP συστήματα, σύνδεση με το μηχανογραφικό σύστημα της κάρτας πελάτη συλλογής πόντων +pluscards της Pharma Plus, μοντέρνο σχεδιασμό των σελίδων, συμβατότητα με όλες τις συσκευές επικοινωνίας, συνεργασία με εταιρεία ταχυμεταφορών για άμεση παράδοση και δυνατότητα παρακολούθησης του δέματος.

Κατηγορία: E-STORE ATMOSPHERE

SILVER

Atcom / www.Kalogirou.com

Το δίκτυο καταστημάτων Καλογήρου αποτελεί το πιο δυνατό brand του Ομίλου Επιχειρήσεων Λεμονή. Σήμερα, η αλυσίδα Καλογήρου απαρτίζεται από 13 φυσικά καταστήματα, ενώ ανταποκρινόμενη στην επιθυμία των πελατών της παρουσιάζει το www.kalogirou.com. Λευκό background, δυνατές εικόνες, minimal γραμματοσειρές, ευανάγνωστες περιγραφές και 360° παρουσίαση των προϊόντων τοποθετούν σε πρώτο πλάνο την καθαρότητα του brand Καλογήρου. Στόχος ήταν η δημιουργία ενός e-shop που θα αποτελούσε ένα ισχυρό κανάλι πώλησης των προϊόντων μέσω του διαδικτύου, τόσο στους ήδη υπάρχοντες πελάτες του Ομίλου, όσο και σε νέες ομάδες καταναλωτών στην περιφέρεια. Το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει ενσωματώσει όλο το business logic της φυσικής επιχείρησης πράγμα που σημαίνει ότι ένας πελάτης του φυσικού καταστήματος έχει τη δυνατότητα να απολαμβάνει όλα τα προνόμια του e-shop και αντίστροφα. Οι κατηγορίες «Γυναίκα, Άνδρας, Παιδί» είναι ευδιάκριτες και ξεχωριστές μεταξύ τους μέσω 3 διαφορετικών homepages, υπάρχει διασύνδεση με το σύστημα loyalty που υποστηρίζεται και στα φυσικά καταστήματα, ενώ οι ενότητες Style Guide και News Flash προσφέρουν στιλιστικές εμπνεύσεις και νέα από τον χώρο της μόδας. Το χαρακτηριστικό όμως που διαφοροποιεί το www.kalogirou.com είναι η δυνατότητα που έχει ο χρήστης να διαπιστώσει σε ποιο κατάστημα είναι διαθέσιμο το προϊόν που επιθυμεί, να το κρατήσει για μελλοντική αγορά και να το αγοράσει σε κάποιο φυσικό κατάστημα.





BRONZE

Admine & Yoleni's / www.Yolenis.com

Το www.yolenis.com είναι το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό delicatessen με αυθεντικά προϊόντα από κάθε γωνιά της Ελλάδας: περισσότερα από 1.000 προϊόντα με τοπικό χαρακτήρα, από 105 καταξιωμένους παραγωγούς της ελληνικής υπαίθρου, με πλούσιες αναφορές στην ιστορία και στο οικοσύστημα της κάθε περιοχής, με πλήθος απολαυστικών συνταγών, με ποικίλους συνδυασμούς φαγητού και ποτού. Είναι σύγχρονο σχεδιαστικά με ιδιαίτερη αισθητική προσέγγιση, ξεκάθαρο, εύκολο στη χρήση/πλοήγηση, αναλυτικό και επεξηγηματικό. Ο σχεδιασμός, η οργάνωση και το περιεχόμενό του είναι καθοριστικής σημασίας. Πρωταρχικός στόχος είναι οι επισκέπτες/πελάτες να εξερευνήσουν και να γνωρίσουν τους μεσογειακούς, διατροφικούς κι όχι μόνο «θησαυρούς» της ελληνικής γης. Το www.yolenis.com δεν προσφέρει απλά και μόνο διατροφικά προϊόντα, αλλά μια συνολική ξεχωριστή εμπειρία για τον επισκέπτη/πελάτη του, με βασικά χαρακτηριστικά του site να είναι η σημασία στη λεπτομέρεια, συνέπεια και εξυπηρέτηση.



Ευότητα: Ψηφιακή Επικοινωνία και Marketing



Κατηγορία: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ SOCIAL MEDIA

GOLD

Globe One Digital / www.macadamiafashion.com

Η Facebook σελίδα του Macademia αποτελεί θρίαμβο της digital στρατηγικής και σημείο αναφοράς για hard selling και low cost advertising tactics. Πριν από ένα χρόνο, η Αθηνά και η Δανάη, δύο άνεργα κορίτσια που προσπαθούσαν να στήσουν ένα e-shop γυναικείων ρούχων και αξεσουάρ, ανέθεσαν τη FB σελίδα τους στην

Globe One Digital, με ένα πενιχρό κεφάλαιο για τη διαφημιστική τους δαπάνη και με λιγότερους από 16.000 fans στο FB. Σε λιγότερο από 4 μήνες, τα κορίτσια είδαν τις πωλήσεις τους να αυξάνονται κατά 350%, τον αριθμό των fans να απογειώνεται στους 70.000 και το Engagement Rate να αγγίζει το 60%. Με ερασιτεχνικά μέσα, τραβώντας και ανεβάζοντας τις φωτογραφίες της FB page από τα κινητά τους, πέτυχαν τα ρούχα της Macademia Fashion να παρουσιάζονται σε πρωινές εκπομπές της ελληνικής τηλεόρασης και να δημοσιεύονται σε blogs και περιοδικά μεγάλης κυκλοφορίας. Χρησιμοποιώντας την ευελιξία του Facebook, η Δανάη και η Αθηνά προωθούν τα προϊόντα τους μέσω αναρτήσεων, εξυπηρετούν τους πελάτες μέσω προσωπικών μηνυμάτων και δέχονται παραγγελίες με τον ίδιο τρόπο, αναλαμβάνοντας πλήρως και τον customer service χαρακτήρα της σελίδας. Παράλληλα, υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση επικοινωνίας με τους fans απαντώντας σε όλα τα requests μέσω προσωπικών μηνυμάτων, ενώ η ανταπόκριση της σελίδας στα comments ή private messages είναι ταχύτατη.

SILVER

Mindworks / Aegean Airlines Social Media Strategy

Η Aegean Airlines αποτέλεσε μία από τις πρώτες εταιρείες που ανέπτυξε παρουσία σε Facebook, Twitter και YouTube, ήδη από το 2010. Στην αρχή η παρουσία αυτή βασιζόταν μόνο στην αναμετάδοση ειδήσεων και πληροφοριών σχετικά με την εταιρεία. Στη συνέχεια, η παρουσία αυτή ανασχεδιάστηκε, συστηματοποιήθηκε και πλέον 4 χρόνια μετά έχει καταλήξει να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κανάλια επικοινωνίας για την εταιρεία. Η διαμόρφωση της στρατηγικής περιεχομένου για τα social media αποτελεί μία διαρκή διαδικασία, η οποία συνδέεται με το γενικότερο επικοινωνιακό πλάνο της εταιρείας. Βασικά μέσα επικοινωνίας είναι το Facebook και το Twitter και δευτερευόντως το YouTube, ενώ τον τελευταίο χρόνο έχει ξεκινήσει η ενεργή δραστηριοποίηση στο Instagram με πολύ θετικά αποτελέσματα. Οι βασικοί άξονες περιεχομένου περιλαμβάνουν τη δημιουργία περιεχομένου που θα κινήσει το ενδιαφέρον των χρηστών και θα συντελέσει στην αύξηση του engagement και στη δημιουργία interactions, την προώθηση της ίδιας της εταιρείας, των ανθρώπων και του δυναμικού της, την παροχή χρήσιμων πληροφοριών, τη δημιουργία ενεργειών για την αύξηση του Word of Mouth μέσω της δημιουργίας FB applications, διαγωνισμών και επικοινωνιακών καμπανιών. Το σύνολο των social media καναλιών δεν λειτουργούν μόνο ως επικοινωνιακά εργαλεία, αλλά συντελούν και στην παροχή leads προς το eCommerce περιβάλλον της εταιρείας.





SILVER

Reprise Media / Louis Cruises Social Media Strategy

Η τεχνογνωσία και η εμπειρία της Reprise Media στο να διαχειρίζεται τη social media παρουσία μεγάλων brands, οδήγησε τη Louis Cruises να την εμπιστευτεί στην υποστήριξη της παρουσίας της σε Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Foursquare, YouTube και τη διαφήμιση της μέσα από αυτό. Για την επίτευξη αποτελεσμάτων, την παρακολούθηση των πωλήσεων και την καλύτερη λήψη αποφάσεων, γίνεται χρήση εξειδικευμένων εργαλείων για τη συνεχή και άμεση παρακολούθηση της πορείας τόσο των κοινωνικών συζητήσεων στα διάφορα μέσα όσο και των διαφημίσεων και τις μεταπτώσεις αυτών. Η συνολική στρατηγική social media για τη Louis Cruises σπάει σε δύο πυλώνες: τη διαχείριση και επικοινωνία με το community ανά τον κόσμο και την καθημερινή ανάρτηση περιεχομένου στα social media, και τη στοχευμένη και performance oriented παρουσία

της εταιρείας στις διαφημίσεις στο περιβάλλον του Facebook. Στόχος του community management για την εταιρεία είναι να καταφέρει να «ακούσει» όλες τις φωνές των ανθρώπων που έχουν έρθει σε επαφή με την εταιρεία ανά τον κόσμο, ενώ κρίσιμο ρόλο παίζει ο τρόπος που θα διαχειριστεί την πληροφορία αυτή. Επίσης, το user generated content αποτελεί κεντρικό σημείο της στρατηγικής ανάρτησης περιεχομένου στα social media και σημαντικό μέρος της στρατηγικής πωλήσεων αποτελεί η αξιοποίηση των social ads και promoted posts.

BRONZE

Mindworks / Μουστακάς e-shop Social Media Christmas Campaign

Στο πλαίσιο της ιδιαίτερα απαιτητικής περιόδου των Χριστουγέννων, η Mindworks κλήθηκε να επιτύχει έναν σημαντικό όγκο πωλήσεων για το website moustakastoy.gr της ομώνυμης επιχείρησης, εστιάζοντας στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής που θα βασίζεται στα social media. Σε αυτό το πλαίσιο, ακολουθήθηκε η μεθοδολογία του consumer funnel. Η προώθηση με τη χρήση social media, και ιδιαίτερα με τη χρήση του Facebook και YouTube, κρίθηκε απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία του πλάνου. Έτσι, το YouTube ανέλαβε το πρώτο στάδιο του funnel (Inform), ενημερώνοντας τους χρήστες και δημιουργώντας το top of mind awareness του brand. Παράλληλα, το Facebook ανέλαβε τόσο το πρώτο στάδιο, όσο και το τελευταίο (Delight), με χρήση διαφορετικών στρατηγικών σε επίπεδο δημιουργίας περιεχομένου, αλλά και ad units ανά περίπτωση καθώς και με το λανσάρισμα ενός νέου Facebook Application. Τα 2 μέσα (σε συνδυασμό και με την υπόλοιπη προώθηση) πέτυχαν μια εντυπωσιακή αύξηση των branded αναζητήσεων, οι οποίες στη συνέχεια, μέσα από τις αντίστοιχες search campaigns προχώρησαν σε conversions (συνολική αύξηση του conversion rate κατά 50%), επιτυγχάνοντας το ζητούμενο. Κατά τον Δεκέμβριο και με την εφαρμογή της νέας στρατηγικής, τα έσοδα του e-shop και ο αριθμός παραγγελιών σημείωσαν τεράστια αύξηση, σημειώθηκε αύξηση στο average value καλαθιού, ενώ το Facebook συνεισέφερε δραματικά στο κομμάτι των πωλήσεων.



BRONZE

Valuecom / Nike Football Greece – Εθνική Ποδοσφαίρου

Το καλοκαίρι του 2013, η Nike υπέγραψε συμβόλαιο με την ΕΠΟ και έγινε ο νέος χορηγός του αθλητικού υλικού για την Εθνική ομάδα. Τον Μάρτιο του 2014, εν όψει του Μουντιάλ της Βραζιλίας, παρουσίασε τη νέα εμφάνιση. Η παρουσίαση της νέας φανέλας ερχόταν κάτω από την ευρύτερη ομπρέλα της Nike για το ποδόσφαιρο, που το 2014 είχε τίτλο Risk Everything. Ο στόχος που τέθηκε ήταν να κυριαρχήσει στο Facebook η συζήτηση γύρω από την Εθνική Ελλάδας, ως πηγή έμπνευσης που θα έκανε έναν οπαδό να φορέσει τη νέα εμφάνιση για να παρακολουθεί τους

αγώνες. Η στρατηγική που ακολούθησε η Valuecom ήταν να συνδέσει το διεθνές concept του Risk Everything με όσο περισσότερα τοπικά στοιχεία ήταν δυνατόν. Ως πλατφόρμα χρησιμοποιήθηκε η σελίδα του Nike Football στο Facebook. Το ελληνικό αντίστοιχο του Risk Everything ήταν το «Attack As One». Η Εθνική κλήθηκε να τολμήσει το αδύνατο, πραγματοποιήθηκε απευθείας σύνδεση με το κοινό – στόχο, ενώ ειδικό post οδήγησε στο nike.com, για απευθείας αγορά της εμφάνισης. Ως αποτέλεσμα, κατά τη διάρκεια του Μουντιάλ, η εμφάνιση της Εθνικής Ελλάδας εξαντλήθηκε από τα καταστήματα της Nike, ενώ ήταν η ποδοσφαιρική εμφάνιση με τις περισσότερες παραγγελίες στο Nike.com μεταξύ όλων των χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.



Κατηγορία: CPC CAMPAIGN

GOLD

ForestView / www.You.gr

Το www.you.gr δημιουργήθηκε για να προσφέρει στους Έλληνες καταναλωτές μία εξαιρετική εμπειρία αγοράς και εξυπηρέτησης σε όλους όσοι επιλέγουν τις ηλεκτρονικές αγορές. Στόχος δεν ήταν άλλος από την αύξηση των εσόδων και την εξέλιξη του You.gr σε ένα από τα πρώτα ηλεκτρονικά πολυκατάστημα στην Ελλάδα. Για να επιτευχθεί ο στόχος της αύξησης των πωλήσεων, αποφασίστηκε να πραγματοποιηθεί μία Cross Channel PPC καμπάνια με απόλυτο metric και KPI την αύξηση των εσόδων του ηλεκτρονικού καταστήματος. Έτσι το καθημερινό optimization έγινε πάνω στο συνολικό

έσοδο του καταστήματος από όλες τις επιμέρους καμπάνιες. Η Forestview προχώρησε σε αποτελεσματικό Cross Channel Marketing για τη μεγιστοποίηση αποτελεσμάτων με custom API development πάνω σε Demand Side Platforms. Η εφαρμογή αυτή έδωσε τη δυνατότητα συγκεντρωτικών report με όλα τα marketing και business KPIs από πολλαπλές καμπάνιες μεταξύ διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας. Το Multivariate Testing πολλαπλών μηνυμάτων ανά κανάλι απέφερε μεγιστοποίηση αποτελεσμάτων με βάση την πραγματική ανταπόκριση των χρηστών, ενώ το optimization έγινε με βάση τα συνολικά έσοδα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Με μειωμένο budget και χωρίς τηλεοπτική παρουσία, επιτεύχθηκε αύξηση εσόδων κατά 246% από την αντίστοιχη περσινή περίοδο (Μάιος-Σεπτέμβριος 2013 με αντίστοιχη περίοδο 2014), και το Return on Investment για την αντίστοιχη περίοδο παρουσίασε αύξηση 416% χάρη στο συνολικό optimization.

SILVER

Globe One Digital / www.grecotel.com

Ο Όμιλος Ν. Δασκαλαντωνάκη είναι ο αναγνωρισμένος ηγέτης στον τομέα των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων στην Ελλάδα και ένας από τους πλέον δυναμικούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους ομίλους στον κόσμο, και η Grecotel - η πιο γνωστή αλυσίδα ξενοδοχείων στην Ελλάδα - αποτελεί τη θεμέλιο λίθο του. Σήμερα, η Grecotel διαχειρίζεται 27 πολυτελή ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων στις ωραιότερες περιοχές και τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Ανάμεσα σε αυτά είναι και το Cape Sounio, που κατατάσσεται στα 5 πιο δημοφιλή Luxury Resorts σε όλο τον κόσμο. Η Globe One Digital ανέλαβε την προβολή των συγκεκριμένων ξενοδοχείων με μία άρτια SEM στρατηγική, που περιελάμβανε καλά στοχευμένες CPC καμπάνιες, απόλυτα προσαρμοσμένες στους στόχους του πελάτη. Αξιοποιώντας τα 15 χρόνια εμπειρίας της στον χώρο του digital, συνδύασε καμπάνιες Google AdWords, Search Advertising & Google AdWords Display Advertising. Στρατηγικοί άξονες ήταν να ενισχυθεί το brand awareness της Grecotel στο εξωτερικό και να επικοινωνηθούν τα μοναδικά χαρακτηριστικά που καταξιώνουν το brand όλα αυτά τα χρόνια σε ηγέτη στον χώρο, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό τις online κρατήσεις.



BRONZE

Reprise Media / Hellas Direct CPC Campaign

Η Reprise Media έχει αναλάβει την αποτελεσματική προώθηση της online παρουσίας της Hellas Direct, μιας καινοτόμας ασφαλιστικής εταιρείας αυτοκινήτου. Οι στρατηγικοί στόχοι για το 2014 συμπεριελάμβαναν τόσο την αύξηση του brand awareness όσο και την αύξηση των πωλήσεων της Hellas Direct, και για την επίτευξη τους χρησιμοποιήθηκαν διάφορες CPC ενέργειες. Συγκεκριμένα, βασικό κανάλι της online στρατηγικής παρέμεινε το Google AdWords, όπου στο Search Network πέρα από τη βελτιστοποίηση των υπάρχουσών καμπανιών χρησιμοποιήθηκε έντονα το Search Remarketing, στοχεύοντας αποτελεσματικά χρήστες που είχαν ήδη επισκεφθεί το site με εντυπωσιακή απόδοση και ιδιαίτερα χαμηλό CPA, ενώ και στο Display Network δόθηκε επίσης ιδιαίτερη έμφαση στο remarketing.

Για το brand uplift επιλέχθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν επίσης νέα κανάλια και μέσα, όπως διαφήμιση μέσω in-stream ads στο YouTube, engagement ads και YouTube Masthead, τα οποία μετά τα κατάλληλα optimizations κατέληξαν κάποια να είναι και κανάλια για direct response. Τέλος, για μια πιο ολιστική προσέγγιση χρησιμοποιήθηκε και retargeting μέσω Facebook που αποδείχθηκε από τις πιο αποτελεσματικές καμπάνιες ως προς το υψηλό conv.rate και το χαμηλό CPA τους, καθώς και remarketing μέσω programmatic buying και premium στόχευση σε συγκεκριμένα sites. Ως αποτέλεσμα τετραπλασιάστηκαν οι branded αναζητήσεις και τριπλασιάστηκαν οι πωλήσεις στο site μέσα σε έναν χρόνο.



Κατηγορία: E-MAIL MARKETING ΚΑΜΠΑΝΙΑ

SILVER

OTE / Personalized Campaigns @OTE

Σε μια εποχή στην οποία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο πιο δημοφιλής τρόπος για τους ανθρώπους να διαβάζουν ειδήσεις και να επικοινωνούν μεταξύ τους, οι περισσότεροι ενήλικες λαμβάνουν δεκάδες, αν όχι εκατοντάδες, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου την ημέρα. Στο πλαίσιο αυτό, ο OTE σχεδίασε personalized newsletter καμπάνιες, καθιστώντας την επικοινωνία με τον πελάτη προσωπική και εξατομικευμένη. Για το σκοπό αυτό, προσέγγισε τους MY OTE users, πελάτες του OTE που έχουν ολοκληρώσει το authentication process και έχουν online πρόσβαση σε πλήθος λειτουργικότητας όπως e-bill. Στη συνέχεια και σε συνεργασία με το CRM γίνεται η κατάλληλη επεξεργασία και ανάλυση, συνδυάζοντας δημογραφικά στοιχεία, προϊόντικό προφίλ, τη χρήση των υπηρεσιών και τα στοιχεία λογαριασμού, και καταλήγει σε μια προϊόντική πρόταση για τον κάθε πελάτη βασισμένη στις πραγματικές του ανάγκες. Οι τακτικές marketing που ακολουθήθηκαν ήταν η χρήση του μικρού ονόματος του παραλήπτη, η τμηματοποίηση της βάσης σε λίστες, η ανάλυση και επεξεργασία των λιστών, το στοχευμένο περιεχόμενο, η δημιουργία στοχευμένων landing pages και η δυνατότητα μέτρησης των leads στα άλλα κανάλια. Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε και στο εικαστικό κομμάτι, με έμφαση μεταξύ άλλων στο όνομα του παραλήπτη και την ταυτότητα του OTE. Συνολικά, επετεύχθη 49% Read & receipt, 23% Visits και Online Conversions 9,2%.



Κατηγορία: SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) / SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

GOLD

Atnet Communications / www.e-pharm.gr

Το www.e-pharm.gr είναι ένα από τα κορυφαία ηλεκτρονικά φαρμακεία στην ελληνική αγορά διαφοροποιώντας κατά πολύ τις παρεχόμενες υπηρεσίες του έναντι του ανταγωνισμού. Ο ανταγωνισμός των ηλεκτρονικών φαρμακείων γίνεται ολοένα και πιο έντονος και η ανάπτυξη μιας επιτυχημένης στρατηγικής SEO σε μια τόσο ανταγωνιστική αγορά, είναι πραγματικά μια τεράστια πρόκληση. Η SEO στρατηγική εστιάστηκε στη δημιουργία consumer profile. Χαρτογραφήθηκαν οι συμπεριφορές του, οι λεπτομέρειες που τον οδηγούν σε ένα ηλεκτρονικό φαρμακείο και ο τρόπος που διαβάζει ένα site. Μεταξύ άλλων, η Atnet προχώρησε σε αναλυτικό on site SEO στην αρχική σελίδα αλλά και στις προϊόντικές

σελίδες του site, social media guidelines και μελέτη δημιουργίας google optimized posts, συνεργασία με bloggers με διάθεση προϊόντων, ανάπτυξη Digital PR στρατηγικής, ενώ δημιούργησε και ένα blog μέσα στο site του e-pharm, με πρωτογενή πληροφορία με θέματα για τον Άνδρα, τη Γυναίκα, το Μωρό, Βιβλιοθήκη υγείας κ.α. Τα αποτελέσματα της SEO στρατηγικής είναι εντυπωσιακά με άνοδο σε όλους τους σημαντικούς και μη δείκτες του site. Ενδεικτικά, στις κατατάξεις keywords, το e-pharm ήταν 1ο στη λέξη «ηλεκτρονικό φαρμακείο» και «online φαρμακείο», ενώ σε επίπεδο YoY επετεύχθη αύξηση 37% των περιόδων σύνδεσης από οργανικές πηγές, αύξηση του Conversion Rate των οργανικών επισκέψεων κατά 23% και αύξηση των εσόδων από τις οργανικές επισκέψεις κατά 62%.



SILVER

ForestView / www.Intersport.gr

Το 2012, η Intersport επεκτάθηκε στο ηλεκτρονικό εμπόριο, λανσάροντας το ηλεκτρονικό της κατάστημα www.intersport.gr. Με τη συνεργασία της ForestView, το 2014 το ηλεκτρονικό κατάστημα της Intersport σημείωσε +250% visits, +215% pageviews και +160% αύξηση τζίρου. Η ForestView σε συνδυασμό με την Intersport λάνσαρε Performance Marketing καμπάνια βασισμένη στο μοντέλο Cost per Click, με στόχο την αύξηση πωλήσεων και εσόδων στο ηλεκτρονικό κατάστημα, με το χαμηλότερο δυνατό κόστος ανά πώληση, την προβολή της ποικιλίας επώνυμων αθλητικών ειδών, των ανταγωνιστικών τιμών και του δικτύου των καταστημάτων Intersport. Το Google Adwords αποτέλεσε το στρατηγικό κανάλι που συνέβαλε στην επίτευξη θετικού ROI. Το πρώτο βήμα ήταν η διεξαγωγή ενός SEM audit με αξιολόγηση του υπάρχοντος Google Adwords Account. Στη συνέχεια, χρησιμοποιήθηκαν CRM Data για τη δημιουργία search καμπάνιας στις σημαντικότερες προϊόντικές κατηγορίες που παρουσίαζαν υψηλή κερδοφορία. Με τη νέα δομή του account δόθηκε βάρος στην κατηγοριοποίηση των προϊόντων ανάλογα με το κάθε άθλημα και τη συμπεριφορά των χρηστών. Τελικά, τους μήνες Απρίλιο και Μάιο 2014, παρότι το διαφημιστικό κονδύλι είχε περιοριστεί κατά 30% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, η καμπάνια παρουσίασε αυξημένο conversion κατά 520% και το CPA μειώθηκε κατά 86%. Παράλληλα, το CPC κινήθηκε πτωτικά κατά 37% και το average basket value παρουσίασε αύξηση 15%.





SILVER

Globe One Digital / www.mediamarkt.gr

Η Media Markt είναι η μεγαλύτερη αλυσίδα καταστημάτων με ηλεκτρονικά είδη στην Ευρώπη. Με περισσότερα από 750 καταστήματα σε 14 χώρες και 30 χρόνια ηγετικής παρουσίας στην αγορά, η Media Markt αποτελεί την πρώτη σκέψη του καταναλωτή για αγορές επώνυμων ηλεκτρονικών συσκευών. Η Globe One Digital ανέλαβε την digital επικοινωνία της Media Markt στην Ελλάδα τον Απρίλιο του 2013. Στόχος της στρατηγικής που ακολουθήθηκε ήταν η ιστοσελίδα της Media Markt να αποτελέσει τον νούμερο 1 προορισμό στις αναζητήσεις ηλεκτρονικών συσκευών στο διαδίκτυο και να ενισχυθούν οι πωλήσεις. Η στρατηγική και οι ενέργειες on site που εφαρμόστηκαν σε επίπεδο SEO οδήγησαν στην καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων της μηχανής αναζήτησης της Google και αύξησαν σημαντικά το traffic της official page. Έτσι, οι πωλήσεις «μπήκαν στην πρίζα», φέρνοντας τεράστια αύξηση εσόδων στα ταμεία της εταιρείας, πάνω από 125%. Με έναν ηλεκτρονικό καταγισμό διαφημιστικών ενεργειών, η ανάπτυξη της Media Markt στην Ελλάδα απέκτησε νέα «ηλεκτροδυναμική».



BRONZE

Mindworks / www.Allaboutshoes.gr

Το allaboutshoes.gr είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της γνωστής αλυσίδας All About Shoes Outlet, η οποία αποτελεί την stock αλυσίδα του Ομίλου Επιχειρήσεων Λεμονή. Στόχος του e-shop είναι να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες όλων των χρηστών που αναζητούν αυθεντικά επώνυμα brands σε παπούτσια, τσάντες και αξεσουάρ σε χαμηλές τιμές. Το allaboutshoes.gr προσφέρει διάσημες υπογραφές σε γυναικεία, αντρικά και παιδικά είδη σε τιμές stock, αφού διατίθενται με έκπτωση έως και 70%. Οι χρήστες μπορούν να κάνουν την online παραγγελία τους με

δωρεάν το κόστος των μεταφορικών αλλά και δωρεάν επιστροφή. Το allaboutshoes.gr έκανε την έναρξή του τον Μάιο του 2013. Για την προώθησή του, έχοντας μικρό διαφημιστικό budget, έγινε επιλογή δύο βασικών converting media, του Google Search Network μέσα από την διενέργεια Google AdWords, αλλά και των οργανικών αποτελεσμάτων, μέσα από ενέργειες Search Engine Optimization (SEO). Και στις 2 ενέργειες, η Mindworks λειτούργησε με βάση συγκεκριμένη στρατηγική, εστιασμένη αποκλειστικά στα conversions, τα οποία θα δημιουργούσαν το βήμα για περαιτέρω επέκταση του λογαριασμού. Τα αποτελέσματα των ενεργειών SEM και SEO στο allaboutshoes.gr ήταν εξαιρετικά ενισχύοντας σημαντικά την επισκεψιμότητα του e-shop, ενώ ταυτόχρονα επιτεύχθηκαν κερδοφόρα αποτελέσματα ROAS και ROI από τις καμπάνιες SEO και SEM.

BRONZE

Globe One Digital / www.AirFastTickets.gr

Όταν το 2012, η Globe One Digital ανέλαβε την AirFastTickets σε επίπεδο digital marketing, η πρόκληση ήταν μεγάλη. Χρειάστηκε να προσαρμόσει μία στρατηγική που να ανταποκρίνεται στο μέγεθος του πελάτη και η οποία να ανταπεξέρχεται σε ένα ιδιαίτερο ανταγωνιστικό πεδίο όπως αυτό του travel. Η στρατηγική που ακολουθήθηκε περιελάμβανε καλά στοχευμένες CPC καμπάνιες καθώς και on site / off site SEO ενέργειες που διακρίθηκαν για την αποτελεσματικότητά τους. Σε επίπεδο SEM ακολουθήθηκε μια ιδιαίτερα ευέλικτη στρατηγική με performance advertising ενέργειες που προσαρμόζονταν στα διαφορετικά δεδομένα και στις ιδιαίτερες συνθήκες των χωρών στις οποίες δραστηριοποιούνταν η εταιρεία. Σε επίπεδο SEO, η Globe One Digital αξιοποίησε στο μέγιστο τις δυνατότητες της μηχανής αναζήτησης της Google με πρωτοποριακές on site και off site ενέργειες. Με τον τρόπο αυτό, κατάφερε να ενδυναμώσει το brand awareness της AirFastTickets και να αυξήσει σημαντικά τον αριθμό των click και το traffic της σελίδας, απογειώνοντας τις online πωλήσεις.





BRONZE

Arnet Communications / www.ekdromi.gr

Το ekdromi.gr ξεκίνησε το 2013 ως ένα deal site τουριστικών προσφορών και κατέληξε να είναι ένας από τους μεγαλύτερους παίκτες της ελληνικής τουριστικής αγοράς. Οι ενέργειες SEO που εκπονήθηκαν για το www.ekdromi.gr κινήθηκαν σε πολλαπλά επίπεδα τεχνικής δυσκολίας αλλά και στόχευσης κοινού. Βασικό στοιχείο της στρατηγικής ήταν η πλατφόρμα που θα υποστήριζε το site. Το CMS ήταν πλήρως SEO optimized ενώ η αρχιτεκτονική του site απαντούσε σε όλες τις σύνθετες προδιαγραφές που θέτουν οι μηχανές αναζήτησης. Η δυσκολία του εγχειρήματος ήταν παράλληλα και το USP του site. Ένα μεγάλο challenge για το on Site SEO ήταν η ανακατασκευή του site που έγινε τον Μάιο 2014. Έπρεπε να εξασφαλιστεί ότι το site δεν θα έχανε την ήδη υψηλή κατάταξη που είχε σε σχετικές αναζητήσεις, αλλά και ονόματα ξενοδοχείων. Ακολουθήθηκαν πολύπλοκες τεχνικές και το αποτέλεσμα ήταν όχι μόνο να μην επηρεαστεί αρνητικά το site, αλλά αντίθετα να σημειώσει εντυπωσιακή άνοδο YoY στην καλοκαιρινή περίοδο που ακολούθησε το

λανσάρισμα του νέου site. Στο Off-Site κομμάτι, υλοποιήθηκαν έξυπνες δράσεις που αύξησαν την αναγνωσιμότητα και το authority του site, αλλά και τον αριθμό των Backlinks. Στα αποτελέσματα των ενεργειών SEO συμπεριλαμβάνονται και 56% αύξηση στην οργανική κίνηση YoY, 112% αύξηση του τζίρου από την οργανική κίνηση YoY, και πρώτη θέση σε λέξεις όπως προσφορές ξενοδοχείων.

BRONZE

Socialab / Cosmetic Derma Medicine

Στόχος του project ήταν να προωθηθεί το brand της Cosmetic Derma Medicine και να αυξηθεί το traffic του site www.cosmeticdermamedicine.gr. Για τον λόγο αυτό πραγματοποιήθηκαν:

1) SEO (Search Engine Optimization). Η υπηρεσία αυτή περιελάμβανε on-page και off-page ενέργειες SEO, όπως keyword research, SEO friendly website architecture, παραγωγή περιεχομένου, Link Building, επιτυγχάνοντας από 1η Απρίλη έως 1η Οκτωβρίου 2014 σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα για το 2013, αύξηση οργανικής κίνησης κατά 527.75%. 2) Google Adwords (SEM). Πραγματοποιήθηκαν βελτιστοποιήσεις στις καμπάνιες ώστε να αυξηθεί το reach και το CTR. Αυτές περιελάμβαναν δημιουργία και testing ad copies για την εύρεση του optimal, προσθήκη σχετικών keywords στις καμπάνιες που παρήγαγαν clicks, προσθήκη negative keywords κλπ. Έγινε keyword research ανά τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να προωθηθούν νέες υπηρεσίες της κλινικής, και ενεργοποιήθηκαν καμπάνιες σε search, display και YouTube και χρησιμοποιήθηκαν όλοι οι πιθανοί τρόποι στόχευσης σε Ελλάδα και εξωτερικό. Συνολικά, το μεγάλο visibility του site της Cosmetic Derma Medicine στην Google και το GDN οδήγησε στην ενδυνάμωση του brand της κλινικής, κάτι που αποτυπώθηκε στις direct επισκέψεις οι οποίες αυξήθηκαν κατά 246%, το organic traffic για το site της Cosmetic Derma Medicine αποτέλεσε την κύρια πηγή επισκεψιμότητας για την περίοδο Απρίλης - Σεπτεμβρίου 2014 σε ποσοστό 57.7%.



Κατηγορία: ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΝΕΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ MARKETING

SILVER

Sleed / Developing an e-business toolbox to grow businesses

Η Sleed, ένα από τα εδραιωμένα agencies στον χώρο του e-business και του digital marketing, έχει ως mission την παροχή συμβουλών και τη βελτιστοποίηση των καμπανιών, των πλατφορμών και των ενεργειών των πελατών που διαχειρίζεται. Σε αυτό το πλαίσιο, η ομάδα συμβούλων της Sleed έχει δημιουργήσει και αξιοποιεί ένα toolbox με εργαλεία που δημιουργούν δεδομένα που υποστηρίζουν τεχνικές, αλλά και εμπορικές αποφάσεις που λαμβάνονται καθημερινά. Ξεκινώντας από την απλή

χρήση κάποιων features της πλατφόρμας Google Analytics, η ομάδα της Sleed πλέον έχει αναπτύξει ένα portfolio εργαλείων που παρέχουν μια σειρά δυνατοτήτων, όπως η δημιουργία heatmaps για την αποτύπωση των σημείων μιας σελίδας τα οποία προσελκύουν (ή δεν προσελκύουν) το mouse των χρηστών, η δημιουργία scroll maps, μέσω των οποίων διαπιστώνεται τι βλέπουν ουσιαστικά οι χρήστες σε μια σελίδα, την καταγραφή sessions στην οποία φαίνεται ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες χρησιμοποιούν το website, την καταγραφή της ικανοποίησης πελατών και της άποψής τους για θέματα που δεν μπορούν να αποτυπωθούν με τεχνικά metrics, τον εμπλουτισμό του Google Analytics με επιπλέον features που είτε επιτρέπουν την απόλυτη προσαρμογή του στο e-commerce, μέχρι και την εισαγωγή και επεξεργασία δεδομένων από τρίτες πηγές όπως CRM ή ακόμα και offline data.

Ευότητα: Redesign – Relaunch

GOLD

Εθνική Τράπεζα / www.nbg.gr

Από τις αρχές Μαΐου 2014 είναι στον αέρα ο νέος διαδικτυακός τόπος της Εθνικής Τράπεζας, www.nbg.gr και το αναβαθμισμένο i-bank Internet Banking για Ιδιώτες. Μέσα από τη λειτουργική και εικαστική τους αναβάθμιση, η Τράπεζα προσφέρει στους πελάτες της μια νέα εμπειρία ηλεκτρονικής τραπεζικής, αξιοποιώντας το μοντέλο «Everyday Bank» της εταιρείας Accenture. Τα βασικά χαρακτηριστικά/πλεονεκτήματα της νέας, ενιαίας πλατφόρμας είναι:

1. Πλήρης ανασχεδιασμός του User Interface που αποτυπώνει από την πρώτη σελίδα τη συνολική σχέση του πελάτη με την Τράπεζα.
2. Ανταπόκριση της νέας λειτουργικότητας σε χρόνους αγοράς.
3. Ταχύτητα: το καλύτερο response time της αγοράς.
4. Προσαρμογή στις απαιτήσεις των νέων devices.
5. Εμπλουτισμός των υπηρεσιών και της λειτουργικότητας.
6. Άμεση ανάρτηση περιεχομένου.
7. Ευθυγράμμιση με τα νέα πρότυπα που έχουν επικρατήσει στο internet.
8. Τεχνική υλοποίηση Single Page Application.
9. Εκσυγχρονισμός της υποδομής που υποστηρίζει τη λειτουργία του internet.
10. Ενιαία υποδομή και διαδικασία ανάπτυξης για τα ηλεκτρονικά κανάλια.
11. Δημιουργία ενιαίου συστήματος διαχείρισης χρηστών για το σύνολο των εφαρμογών στο Internet και υιοθέτηση του Claims Based Authentication πρωτοκόλλου.

Ο νέος διαδικτυακός τόπος και το i-bank Internet Banking αναπτύχθηκαν από την Εθνική Τράπεζα σε συνεργασία με τις Microsoft Ελλάδος και Wedia Digital Agency. Τον μοντέρνο σχεδιασμό επιμελήθηκε η Beetroot Design Group.



GOLD

Hellas Online / www.hol.gr

Το νέο hol.gr λανσαρίστηκε τον Μάιο του 2014 παρουσιάζοντας έναν πλήρως ανανεωμένο εικαστικό και λειτουργικό σχεδιασμό, μια πρωτοποριακή προσέγγιση στην «online» προσέλκυση νέων πελατών και ένα ελκυστικό πλαίσιο επιβράβευσης των υφιστάμενων πελατών της εταιρείας. Σχεδιασμένο να προσαρμόζει τα περιεχόμενα και τις λειτουργικότητες κάθε σελίδας στο μέγεθος της οθόνης που εμφανίζεται (responsive design), το νέο web portal της hellas online παρέχει στους επισκέπτες του εύκολη και εργονομική πλοήγηση από όλες τις συσκευές. Επιπρόσθετα, η ανανεωμένη διαδικτυακή παρουσία της hol ανοίγει τις «πύλες» της σε όλους τους χρήστες του internet μέσα από ένα ευρύ φάσμα περιεχομένων και υπηρεσιών «καθημερινής κατανάλωσης» και σε ένα πλαίσιο διαβαθμισμένων προνομίων και προσφορών για όλους. Συγκεκριμένα, μέσα από τη νέα διαδικτυακή πύλη της, η hellas online στοχεύει να προσφέρει στους πελάτες της ακόμα περισσότερη αξία στον χρόνο που δαπανούν online και λόγους ώστε να επισκέπτονται το hol.gr καθημερινά, προσελκύει νέους πελάτες, δίνοντας έμφαση στα μοναδικά προνόμια των εγγεγραμμένων πελατών, παρέχει

τη δυνατότητα διατήρησης «σχέσης» με τους πελάτες της εταιρείας ακόμα και όταν διακόψουν τις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες τους, να χτίσει μια «κοινότητα» γύρω από το portal, να αναπτύσσει συνεχώς στρατηγικές συνεργασίες περιεχομένου και υπηρεσιών, στη βάση σύγχρονων επιχειρηματικών μοντέλων με επίκεντρο το όφελος και τα αποκλειστικά προνόμια των πελατών της εταιρείας.

SILVER

Wind Ελλάς Τηλεπικοινωνίες / www.myQ.gr

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, το online περιβάλλον στην αγορά των τηλεπικοινωνιών χαρακτηρίζεται από διαρκείς εξελίξεις και συνεχείς προκλήσεις. Όλες οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου δραστηριοποιούνται online, προβάλλοντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, αυξάνοντας παράλληλα τον ανταγωνισμό. Τον Ιούνιο του 2014 η Wind, αντιλαμβανόμενη την τάση αυτή και την ταχεία μετάβαση του κοινού στις smartphone συσκευές και στα tablets, επανασχεδίασε το myQ.gr. Το ανανεωμένο, εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και responsive σε όλες τις διαστάσεις οθονών, site myQ.gr διατηρώντας την αισθητική και την κοινή ταυτότητά του και στις τρεις διαστάσεις συσκευών πλοήγησης, επιτρέπει στους χρήστες να πλοηγηθούν εύκολα, να βρουν άμεσα τις πληροφορίες που αναζητούν και να πραγματοποιήσουν online όλες τις δυνατές λειτουργίες. Ενδεικτικά, μέσω του myQ.gr οι επισκέπτες μπορούν να ενημερωθούν για την Q Κινητή, να πραγματοποιήσουν αίτηση φορητότητας προς το δίκτυό της, να έχουν τον έλεγχο της σύνδεσής τους, να ανανεώσουν τον χρόνο ομιλίας τους. Η υψηλή αισθητική και το καινοτόμο responsive design του ανανεωμένου site, κέρδισε γρήγορα τόσο τους συνδρομητές της Q Κινητής, όσο και συνδρομητές άλλων παρόχων κινητής τηλεφωνίας και παρουσιάζει σταθερά ανοδική πορεία επισκεπτών. Αποτέλεσμα αυτού, ήταν η αύξηση των online πωλήσεων της εταιρείας, η απόκτηση νέων συνδρομητών και η περαιτέρω βελτίωση της εικόνας της εταιρείας προς τους συνδρομητές.





BRONZE

Admine / www.honda-cars.gr

Η Honda ζήτησε την ανανέωση της εταιρικής της ιστοσελίδας με σκοπό να προσφέρει μια αναβαθμισμένη εμπειρία στους πελάτες – οπαδούς της, βασισμένη σε φρέσκια αισθητική και αντίληψη. Η προηγούμενη ιστοσελίδα είχε κατασκευαστεί με την μέθοδο του flash δημιουργώντας προβλήματα στην ανανέωση, αλλά και την πλοήγηση από σύγχρονες συσκευές και browsers. Επιπλέον, λόγω του format ήταν δύσκολο να ανταπεξέλθει στις αυξανόμενες απαιτήσεις του brand, το οποίο είχε στη διάθεση του πλούσιο υλικό από νέα και multimedia, τα οποία και ήθελε να αναδείξει. Τέλος, ζήτησε να μην είναι responsive, μιας και οι κινητές συσκευές θα εξυπηρετούνταν στο μέλλον από τα επίσημα κεντρικά applications της Honda.



BRONZE

Atnet Communications / www.acadimostravel.gr

Η Acadimos Travel είναι μια παραδοσιακή και εδραιωμένη εταιρεία παροχής τουριστικών υπηρεσιών, η οποία όμως έβλεπε να μην κερδίζει το νέο πελατειακό κοινό το οποίο είχε ήδη κάνει δυναμικά την εμφάνισή του: τους online χρήστες που ψάχνουν τουριστικά πακέτα και γενικότερα, τουριστικές υπηρεσίες. Η ανάγκη αυτή έπρεπε να καλυφθεί όχι μόνο με τη δημιουργία ενός νέου site, αλλά μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής χρήσης digital. Οι βασικές λειτουργίες του site είναι οι εξής: προσαρμογή του layout στην εκάστοτε ανάλυση οθόνης desktop (responsive design), οργάνωση της βάσης δεδομένων κατά τέτοιο τρόπο ώστε να επιτρέπει την αναζήτηση ταξιδιωτικών πακέτων βάσει πολλών κριτηρίων, σωστή αξιοποίηση του πλούσιου φωτογραφικού υλικού, «σύνθετη» αρχική σελίδα που επιτρέπει την ανάδειξη των σημαντικών ταξιδιωτικών πακέτων από κάθε κατηγορία, λειτουργία αυτόματης μετατροπής των καταλόγων (pdf αρχείων) σε flipping book, πλήρως SEO optimized σελίδες παρά τις τεχνικές δυσκολίες που έχουν τα site με σχετική αρχιτεκτονική, εύκολη διαχείριση στο back end για την καταχώρηση ταξιδιωτικών πακέτων, δυνατότητα δημιουργίας newsletter μέσα από το πάνελ διαχείρισης του site κ.α., έξυπνη αναζήτηση με εμφάνιση αποτελεσμάτων ανά κατηγορία εμφάνισης.

Ευότητα: Στρατηγική και Διεθνοποίηση

Κατηγορία: ΨΗΦΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ (E-STRATEGY)

GOLD

Moneymarket A.E. / www.insurancemarket.gr & www.insurance-pro.gr

Αποστολή της Moneymarket είναι η ψηφιοποίηση της διανομής (digital distribution channel) των ασφαλιστικών και χρηματοοικονομικών προϊόντων. Σε επίπεδο B2C, δημιούργησε τη μεγαλύτερη ηλεκτρονική αγορά για ασφαλιστικά προϊόντα, το insurancemarket.gr, όπου αρχικά ψηφιοποίησε τα τιμολόγια των ασφαλιστικών εταιρειών και δημιούργησε για τις παραδοσιακές ασφαλιστικές εταιρείες ένα σημαντικό ψηφιακό κανάλι διανομής, προβολής και στόχευσης. Το 2014, επιτάχυνε τη διαδικασία ψηφιοποίησης σχεδόν όλων των παραδοσιακά χειρωνακτικών εργασιών με σημαντικά οφέλη για όλη την αξιακή αλυσίδα. Το αποτέλεσμα της άσκησης αυτής, είναι η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης ψηφιακής πλατφόρμας ασφαλιστικών συναλλαγών (electronic insurance trading platform), το [insurancepro](http://insurancepro.gr), η οποία διατίθεται από τον Ιούλιο 2014 σε επαγγελματίες ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές. Ενδεικτικά, τον Δεκέμβριο του 2013, το 90% των συμβολαίων είχαν μέσο χρόνο έκδοσης ενός ασφαλιστηρίου συμβολαίου αστικής ευθύνης αυτοκινήτου, τις 5 εργάσιμες ημέρες, ενώ εννέα μήνες μετά, το 90% των εκδιδόμενων συμβολαίων εκδίδονται μέσα σε 3'. Αυτό επετεύχθη μέσα από διάφορες ενέργειες και εργαλεία, τόσο σε B-C όσο και B-B επίπεδο. Μεταξύ άλλων, η εταιρεία δημιούργησε ένα καινούριο payment system, το οποίο επιτρέπει την άμεση επιβεβαίωση εξόφλησης, το easybuy, μία καινοτόμο μέθοδο ανάλυσης κινδύνου, ψηφιοποίησε το ασφαλιστήριο συμβόλαιο, δημιούργησε την πρώτη ηλεκτρονική πλατφόρμα ασφαλιστικών συναλλαγών (electronic insurance trading platform) στην Ελλάδα, το [insurancepro](http://insurancepro.gr), καθώς και το Customer Segment Analysis and Pricing Tool.





BRONZE

Sleed & Romvos ΕΠΕ / Supporting offline expo through the Internet

Η Ρόμβος ΕΠΕ είναι εταιρεία διοργάνωσης εκθέσεων με μεγάλη ιστορία στον χώρο των εκθέσεων επίπλου, καθώς διοργανώνει για πάνω από 30 χρόνια την ετήσια έκθεση «Έπιπλο και Σπίτι». Παράλληλα, τον Σεπτέμβριο του 2013 αποφάσισε να ξεκινήσει μια νέα έκθεση με τίτλο «Σύγχρονη Κατοικία», για την προώθηση της οποίας αποφάσισε δοκιμαστικά να αξιοποιήσει το Internet ως κύριο μέσο προώθησης και να το συμπληρώσει στη συνέχεια με above the line μέσα. Για τη προώθηση των εκθέσεων αξιοποιήθηκε συνδυασμός μέσων και μηχανισμών, με κύριους μηχανισμούς το Google AdWords, το email marketing και το Facebook. Στις ενέργειες που έγιναν συμπεριλαμβάνεται η δημιουργία για κάθε έκθεση παρουσίας σε Facebook (Facebook Page & Facebook Event), Twitter, Flickr, ενώ στην έκθεση Έπιπλο και Σπίτι αξιοποιήθηκαν επιπλέον Pinterest και YouTube, αξιοποίηση Facebook Ads για την στοχευμένη προώθηση των Facebook Pages και των Events, διοργάνωση και διεξαγωγή στοχευμένων mobile campaigns, ειδικά διαμορφωμένες σελίδες και Facebook Applications, διαγωνισμοί και κληρώσεις. Για κάθε έκθεση δημιουργήθηκε ένα πλάνο ενεργειών, το οποίο διαχωρίστηκε σε τρεις φάσεις: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την έκθεση. Η βασική καινοτομία και διαφοροποίηση που ακολουθήθηκε σε όλες τις φάσεις ήταν ότι για πρώτη φορά η έμφαση δόθηκε όχι στους εκθέτες ή του διοργανωτές, αλλά στους ίδιους τους επισκέπτες.



Κατηγορία: ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



GOLD

Travelplanet24 / www.travelplanet24.com

Η Travelplanet24 είναι ένα καινοτόμο online ταξιδιωτικό γραφείο που έχει παρουσία σε 37 χώρες. Ξεκίνησε στην Ελλάδα ως start-up όπου με ταχεία ανάπτυξη και εξαιρετική στρατηγική επέκταση, έχει πλέον παγκόσμιο κέρδος άνω των 300 εκατομμυρίων, καθώς διαθέτει γραφεία στην Αθήνα, το Βουκουρέστι και το Σάο Πάολο. Τους τελευταίους 18 μήνες, η εταιρεία έχει επεκταθεί και διαθέτει παρουσία σε 20 νέες αγορές μεταξύ Ευρώπης, Αυστραλίας, Αμερικής και Ασίας, μεγιστοποιώντας εξαιρετικά την επέκταση του επιχειρηματικού της μοντέλου και χρησιμοποιώντας μια σταθερή στρατηγική επέκτασης. Ο πυρήνας αυτής της επιχειρηματικής προσέγγισης ξεκίνησε το 2010, όταν, με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, η εταιρεία αντιμετώπισε μια σκληρή επιλογή μεταξύ της περικοπής μισθών και απωλειών θέσεων εργασίας ή στο να επενδύσει και να επεκταθεί. Αποφάσισε λοιπόν, να προχωρήσει με τη δεύτερη επιλογή, δηλαδή να ακολουθήσει μια στρατηγική «συνεχούς ανάπτυξης», η οποία διαθέτει κεντρική σημασία για την μέχρι τώρα πορεία και επιτυχία της. Ως αποτέλεσμα, το τελευταίο έτος λειτουργίας της, η εταιρεία κατάφερε να είναι το πιο αναπτυσσόμενο online ταξιδιωτικό γραφείο στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, με τον τζίρο και τα επίπεδα του προσωπικού του να αυξάνονται κατακόρυφα – ο τζίρος έχει αυξηθεί από 200 έως 300.000.000 μέσα σε μόλις έναν χρόνο.

SILVER

Admine & Yoleni's / www.Yolenis.com

Το www.yolenis.com αποτελεί μια καινοτομία. Είναι το μοναδικό e-shop που δίνει την ευκαιρία στον Ευρωπαίο, και σύντομα και στον υπόλοιπο κόσμο, να προμηθευτεί μια τόσο μεγάλη γκάμα παραδοσιακών ελληνικών προϊόντων γρήγορα, εύκολα και με ασφάλεια, να εξερευνήσει και να ανακαλύψει τους γαστρονομικούς και όχι μόνο θησαυρούς της ελληνικής γης και παράδοσης. Προωθώντας τα ελληνικά προϊόντα και παραγωγούς στο εξωτερικό (με εγγυημένη παράδοση σε 16 έως 36 ώρες από την παραγγελία σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση), προβάλλει το φυσικό πλούτο της Ελλάδας, τη σπάνια γεωμορφολογία με τις έντονες αντιθέσεις, το διαφορετικό μικροκλίμα ανά περιοχή, την τεράστια βιοποικιλότητα, τον σεβασμό στο περιβάλλον, δηλαδή τα στοιχεία που χαρίζουν στα ελληνικά προϊόντα ξεχωριστά χαρακτηριστικά και συνδέονται με την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Επιπλέον, προβάλλει τη Μεσογειακή Διατροφή, καθώς τα περισσότερα προϊόντα του αποτελούν βασικά στοιχεία του διεθνώς αναγνωρισμένου προτύπου της Μεσογειακής Διατροφής και θεωρούνται στοιχεία της ελληνικής πολιτισμικής κληρονομιάς. Το www.yolenis.com δεν προσφέρει απλά διατροφικά προϊόντα, αλλά μια ξεχωριστή εμπειρία εξερεύνησης της γεύσης χρησιμοποιώντας τεχνολογίες αιχμής.





Κατηγορία: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

GOLD

Vermantia / Εξωστρέφεια & Αυταγωνιστικότητα στις Διεθνείς Αγορές

Η Vermantia ιδρύθηκε το 2007 και ειδικεύεται στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών στο Gaming industry. Έχοντας ως πλεονέκτημα το έμπειρο προσωπικό και την τεχνολογική υπεροχή της, η Vermantia κατάφερε με σταθερή τροχιά ανάπτυξης και με συνεργασίες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, τη δημιουργία νέων και καινοτόμων προϊόντων /υπηρεσιών. Στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων της βρίσκεται η ανάπτυξη gaming content για πολλαπλές πλατφόρμες, προσφέροντας σε κορυφαίες κρατικές λοταρίες και παρόχους τυχερών παιχνιδιών υψηλής ποιότητας περιεχόμενο, τόσο στην ελληνική όσο και στην αγορά του εξωτερικού. Διαθέτοντας εκτενές χαρτοφυλάκιο προϊόντων, έχει ανταποκριθεί στον μέγιστο βαθμό στις ανάγκες και απαιτήσεις των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον χώρο του gaming σε παγκόσμιο επίπεδο. Διαθέτει πάνω από 150 στελέχη που εξειδικεύονται στη δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου σε πολλαπλές πλατφόρμες, ενώ η στρατηγική της ανάπτυξη βασίζεται στη δημιουργία tailor made προϊόντων/υπηρεσιών. Παρέχει καινοτόμες λύσεις gaming και αθλητικού στοιχηματισμού, συνδυάζοντας τη γνώση της τηλεοπτικής παραγωγής με την τεχνογνωσία της δημιουργίας και διανομής τυχερών παιχνιδιών. Έτσι, η Vermantia καταφέρνει να έχει δυναμική παρουσία τόσο με το πελατολόγιό της όσο και με τους international partners της, σε Ελλάδα, Ιταλία, Βραζιλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Περού, Ν. Αφρική, Κύπρο, Βουλγαρία, Πολωνία, Αζερμπαϊτζάν και Ρωσία, ενώ διαθέτει γραφεία σε Αθήνα, Ρώμη, Λευκωσία και Λονδίνο.



Ευότητα: Start-Ups στο e-business (Νεοφυείς Εταιρείες)



Κατηγορία: ΝΕΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

SILVER

Sleed / www.ebnb.gr

Το ebnb.gr αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα μεταφοράς τεχνογνωσίας και σωστής εμπορικής σκέψης στο ψηφιακό περιβάλλον, και μάλιστα σε μια αγορά με διεθνή ανταγωνισμό. Ξεκινώντας την online παρουσία του στα τέλη του 2013 και τη συστηματική προώθηση της από τον Μάρτιο του 2014, το ebnb.gr αποτελεί αυτή τη στιγμή έναν από τους μεγαλύτερους παίκτες στην αγορά των gadgets, των αξεσουάρ και θηκών κινητών τηλεφώνων. Ανακαλύπτοντας τα χαρακτηριστικά που θα το έκαναν να ξεχωρίσει από τον διεθνή ανταγωνισμό, αξιοποιώντας την πολυετή εμπειρία από το φυσικό κανάλι και επενδύοντας στους τρόπους δημιουργίας εμπιστοσύνης των καταναλωτών, το ebnb.gr ακολουθεί μια εντυπωσιακή ανοδική πορεία από τον Μάρτιο μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2014. Στη περίοδο αυτή, έχει καταφέρει να δεκαπλασιάσει την επισκεψιμότητά του, να τετραπλασιάσει τον όγκο πωλήσεών του και διατηρεί ένα εξαιρετικά υψηλό conversion rate για τα δεδομένα της ελληνικής, αλλά και της παγκόσμιας, e-shop σκηνής. Από τους πρώτους κιόλας μήνες λειτουργίας του, κατάφερε να εξυπηρετήσει μεγάλο όγκο παραγγελιών, μέσα από έναν καλοδουλεμένο μηχανισμό εξυπηρέτησης πελατών, ο οποίος αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία του.

Κατηγορία: ΝΕΑ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

BRONZE

NANNOYKA IKE / www.nannuka.gr

Το nannuka.gr είναι η πρώτη ελληνική online πλατφόρμα αναζήτησης και αξιολόγησης επαγγελματιών για το παιδί. Αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ των γονιών που αναζητούν επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων για τα παιδιά τους και των επαγγελματιών που αναζητούν εργασία. Το nannuka.gr φιλοξενεί βιογραφικά ειδικών για κάθε στάδιο της εξέλιξης ενός παιδιού (0 - 16 ετών), όπως μαίες, βρεφονηπιοκόμους, babysitters, παιδαγωγούς, παιδοψυχολόγους, εκπαιδευτικούς ή ειδικούς παιδαγωγούς. Ο γονιός επιλέγει μέσα από μια εύκολη μηχανή αναζήτησης τα κριτήρια που επιθυμεί, διαβάζει βιογραφικά ειδικών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του και στέλνει online αίτημα, επιλέγοντας και τον τρόπο επικοινωνίας (τηλεφωνικά, συνάντηση, Skype). Στα εργαλεία της πλατφόρμας συμπεριλαμβάνεται μεταξύ άλλων, οι αξιολογήσεις γονέων σε ειδικούς με τους οποίους έχουν πραγματοποιήσει συνέντευξη ή συνεργασία, και η υπηρεσία άμεσης ανάγκης για εξυπηρέτηση γονιών την τελευταία στιγμή. Από τον Ιούνιο του 2014, η Nannuka.gr έχει καταγράψει πάνω από 55.000 επισκέψεις, 1.500 γονείς και 1.600 ειδικούς ως εγγεγραμμένους ενεργούς χρήστες, ενώ καθημερινά γίνονται κατά μέσο όρο 30 νέα αιτήματα και 30 νέες εγγραφές γονιών και ειδικών.





Ευότητα: Υπηρεσίες και Υποδομές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

GOLD

ΕΛΤΑ Ταχυμεταφορές - Retail@Link / Ηλεκτρονική Τιμολόγηση με Ψηφιακή Υπογραφή στο Δημόσιο

Η Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε., θυγατρική επιχείρηση του ομίλου Ελληνικών Ταχυδρομείων-ΕΛΤΑ, αποφάσισε να αξιοποιήσει ένα καινοτόμο εργαλείο για την αντιμετώπιση του υπερβάλλοντος λειτουργικού κόστους, την Ηλεκτρονική Τιμολόγηση με τη χρήση Ψηφιακής Υπογραφής. Συγκεκριμένα, τον Δεκέμβριο του 2013, αποφάσισε να προβεί σε δύο αλλαγές: να αντικαταστήσει σταδιακά τα χάρτινα παραστατικά της με ηλεκτρονικά, και να αντικαταστήσει τους Φορολογικούς Μηχανισμούς με Ψηφιακή Υπογραφή (Digital Certificate), ώστε να διευκολύνει περαιτέρω την αυτοματοποίηση των διαδικασιών στα τμήματα λογιστηρίου. Για το σκοπό αυτό, επέλεξε να συνεργαστεί με τη Retail@Link, καινοτόμο πάροχο ολοκληρωμένων λύσεων Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης και μέλος του ομίλου πληροφορικής Entersoft. Οι δύο εταιρείες ξεκίνησαν τη συνεργασία τους την 1/1/2014. Ως αποτέλεσμα, σήμερα η εταιρεία σημειώνει μείωση του κόστους/παραστατικό κατά 57,6%, μείωση του διαχειριστικού χρόνου/παραστατικό κατά 70%, άμεση ηλεκτρονική διασύνδεση με 4.436 εμπορικούς συνεργάτες μέσα στους 6 πρώτους μήνες, συνολική ετήσια εξοικονόμηση της τάξης των 241.000 ευρώ, απόσβεση της επένδυσης (R.O.I) σε 2,5 μήνες από την έναρξη της συνεργασίας, περιβαλλοντική εξοικονόμηση που υπολογίζεται σε περισσότερα από 30 δέντρα, 8,2 τόνους CO₂ και 91 m³ υγρών ρύπων.



BRONZE

Σταθερές Συγκοινωνίες Α.Ε. / Διευέργεια διαγωνισμών με τη χρήση ηλεκτρονικών δημοπρασιών

Η Σταθερές Συγκοινωνίες Α.Ε. ιδρύθηκε κατόπιν της απορρόφησης των εταιρειών ΗΣΑΠ Α.Ε. και ΤΡΑΜ Α.Ε. από την ΑΜΕΛ Α.Ε. Η ΣΤΑΣΥ Α.Ε. αποτελεί εταιρεία του ομίλου ΟΑΣΑ, και τρία χρόνια μετά τη σύστασή της βρίσκεται σε τροχιά λειτουργικής κερδοφορίας. Η Αττικό Μετρό Εταιρεία Λειτουργίας (Α.Μ.Ε.Λ) ήταν ο πρώτος δημόσιος φορέας στην Ελλάδα που διοργάνωσε το 2007 σε συνεργασία με την cosmoONE, την πρώτη Ηλεκτρονική Δημοπρασία για προμήθεια εξοπλισμού πληροφορικής. Στη συνέχεια και η ΣΤΑ.ΣΥ. επιδίωξε να διενεργεί μειοδοτικούς διαγωνισμούς με τη χρήση ηλεκτρονικών δημοπρασιών και για το σκοπό αυτό επέλεγε, μέσω διαγωνιστικής διαδικασίας, φορείς για την υλοποίηση αυτών. Τον Φεβρουάριο 2014 η ΣΤΑ.ΣΥ., σε συνέχεια σχετικής διαγωνιστικής διαδικασίας, επέλεξε την

εταιρεία cosmoONE στην οποία ανατέθηκε η υλοποίηση 200 μειοδοτικών διαγωνισμών με χρήση Ηλεκτρονικής Δημοπρασίας, για την προμήθεια αναλωσίμων ειδών και υπηρεσιών. Η υλοποίηση των διαγωνισμών, συνολικού προϋπολογισμού 1.561.604,12 ευρώ, ολοκληρώθηκε σε χρονικό διάστημα μικρότερο των 6 μηνών, επιτυγχάνοντας εξοικονόμηση 316.441,10 ευρώ επί του αρχικού προϋπολογισμού. Η ΣΤΑ.ΣΥ Α.Ε είναι ο μοναδικός Δημόσιος Φορέας που καταγράφει στο ιστορικό των προμηθειών της περισσότερες από 200 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες.

Κατηγορία: E-COMMERCE PLATFORMS / DEVELOPMENT

SILVER

Τράπεζα Πειραιώς Α.Ε. / Paycenter One-Click-Pay

Η Τράπεζα Πειραιώς εισήγαγε στην αγορά τον Απρίλιο του 2014 την υπηρεσία «Paycenter One-Click-Pay», μια από τις πλέον ολοκληρωμένες πλατφόρμες tokenization στην ευρωπαϊκή αγορά των PSP. Η πλατφόρμα αναπτύχθηκε εξ' ολοκλήρου από την Τράπεζα Πειραιώς. Η πλατφόρμα One-Click-Pay επιτρέπει σε μια επιχείρηση e-commerce να προσφέρει την δυνατότητα ολοκλήρωσης μιας αγοράς «με ένα μόνο click», αφού τα στοιχεία της κάρτας πληρωμής που απαιτούνται για τη συναλλαγή έχουν αποθηκευτεί με ασφάλεια στις υποδομές της Τράπεζας Πειραιώς, ενώ η επιχείρηση έχει στην κατοχή της ένα «token» (ψευδοαριθμό) που αντιπροσωπεύει τον αριθμό και την ημερομηνία λήξης της κάρτας του πληρωτή. Η αποθήκευση των στοιχείων μιας κάρτας, επιτρέπει σε μια επιχείρηση να προσφέρει την δυνατότητα ολοκλήρωσης αγορών μέσα σε ένα πολύ-καναλικό περιβάλλον. Με την υπηρεσία Paycenter One-Click-Pay αυξάνονται άμεσα όλα τα metrics που σχετίζονται με το conversion rate μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης ενώ είναι εφικτές πλέον προσφορές της τελευταίας στιγμής ή άλλες ενέργειες marketing που χωρίς την αποθήκευση των στοιχείων της πληρωμής, θα ήταν άνευ ουσίας λόγω της χαμηλής τους απόδοσης.





Κατηγορία: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΑΝΟΜΗΣ

GOLD

ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες Α.Ε.Ε. / ACS Web Business Tools

Τα εργαλεία «ACS Web Business Tools» απευθύνονται στα ηλεκτρονικά καταστήματα που χρησιμοποιούν υπηρεσίες ACS και που ενδιαφέρονται να αυτοματοποιήσουν όλες τις διαδικασίες που αφορούν τις αποστολές τους, μέσα από το περιβάλλον της ιστοσελίδας τους. Οι χρήστες των εφαρμογών αυτών (διαχειριστές των e-shops) έχουν τη δυνατότητα να κάνουν ακριβή υπολογισμό του μεταφορικού κόστους για την κάθε αποστολή προς τους πελάτες τους, να προβούν στην αυτόματη δημιουργία και εκτύπωση των αποδεικτικών ACS (vouchers), και να προσφέρουν ευκολία και ταχύτητα στους πελάτες τους. Συγκεκριμένα τα εργαλεία προσφέρουν την ακόλουθη λειτουργικότητα: 1. Επαλήθευση Διεύθυνσης και Εντοπισμός Καταστήματος (Store Locator), περιορίζοντας τις καθυστερημένες παραδόσεις που οφείλονται σε λανθασμένη ή ελλιπή διεύθυνση και παρέχοντας ενημέρωση για το κοντινότερο κατάστημα ACS, 2. Υπολογισμός Κόστους Αποστολής (Pricing Calculator), 3. Δημιουργία Αποδεικτικού Αποστολής (PDF Voucher), 4. Εντολή Παραλαβής (Κλήση Courier), και 5. Αναζήτηση Αποστολής (Order Tracking), όπου ο επισκέπτης/πελάτης του e-shop μπορεί να ενημερωθεί σε πραγματικό χρόνο για την πορεία της αποστολής του. Τα οφέλη που αποκομίζει το e-shop με τα ACS Web Business Tools είναι η βελτίωση της εξυπηρέτησης και ενημέρωσης του αγοραστή, η αυτοματοποιημένη λειτουργία που συνεπάγεται παραγωγικότερη λειτουργία, η ώθηση επισκεψιμότητας του ηλεκτρονικού καταστήματος, και η δυνατότητα πρωτοπορίας σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό.



Ευότητα: Υπηρεσίες E-Banking

Κατηγορία: E-BANKING / CONTACTLESS PAYMENT SYSTEMS

GOLD

Alpha Bank - Vodafone / Tap 'n Pay

Η Alpha Bank και η Vodafone πρωτοπορούν και προσφέρουν στους πελάτες τους, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, την καινοτόμο εφαρμογή πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου «Tap 'n Pay», μετά από την επιτυχημένη πιλοτική της λειτουργία, από τον Φεβρουάριο του 2014. Στην πλήρη της εφαρμογή, η υπηρεσία Tap 'n Pay θα προσφέρει στους πελάτες των Alpha Bank και Vodafone την ταχύτητα, την απλότητα και την ευκολία της διαχείρισης των

καθημερινών συναλλαγών τους με μια απλή χρήση του smartphone τους. Το πρωτοποριακό «κινητό πορτοφόλι» εξασφαλίζει μέγιστη ταχύτητα, ευκολία και ασφάλεια στις συναλλαγές, αξιοποιώντας τις νέες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία NFC. Ο χρήστης αρκεί να πλησιάσει το κινητό του τηλεφώνου σε απόσταση μερικών εκατοστών, από τον ειδικό αναγνώστη του τερματικού αποδοχής καρτών με το σήμα contactless και η συναλλαγή ολοκληρώνεται με ασφάλεια σε ελάχιστα δευτερόλεπτα. Η εφαρμογή Tap 'n Pay προϋποθέτει τη χρήση ειδικής Vodafone SIM κάρτας κινητού τηλεφώνου, στην οποία αποθηκεύεται με ασφάλεια η χρεωστική κάρτα Alpha Bank Enter Visa. Η ανάπτυξη και εφαρμογή της υπηρεσίας Tap 'n Pay πραγματοποιήθηκαν σε συνεργασία με τη Visa Europe και τη First Data, το δημιουργικό της καμπάνιας λανσαρίσματος επιμελήθηκε η DDB Athens, ενώ το δημιουργικό της εφαρμογής και την ανάπτυξη της εταιρικής ταυτότητας η Tribal Worldwide Athens.

Κατηγορία: E-BANKING / MOBILE BANKING

SILVER

Τράπεζα Eurobank Ergasias / Υπηρεσίες E-Banking & m-Banking

Η Eurobank προσφέρει τις πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου (m-Banking Services) στην Ελλάδα. Μέσω της multi-channel υποδομής, οι υπηρεσίες που αναπτύσσονται και είναι προσβάσιμες μέσω internet, γίνονται ευρύτερα αξιοποιήσιμες και από τα υπόλοιπα κανάλια διανομής της Τράπεζας, όπως το κινητό και οι ταμπλέτες. Με αυτόν τον τρόπο οι συναλλακτικές υπηρεσίες που διατίθενται και από τα υπόλοιπα κανάλια της Τράπεζας, είναι διαθέσιμες άμεσα και με μικρό κόστος και από το σύνολο των πλατφορμών στο Mobile κανάλι προσαρμοσμένες στο user interface κάθε συσκευής. Εξειδικευμένες εφαρμογές πληρωμών και ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθώς και υπηρεσίες ενημέρωσης μέσω SMS, αποτελούν τις βασικές υπηρεσίες m-Banking της Eurobank. Η πρωτοπορία της Eurobank στις υπηρεσίες αυτές έγκειται στο εύρος των διαθέσιμων υπηρεσιών καθώς και η συμβατότητα με το μεγαλύτερο μέρος των συσκευών κινητής τηλεφωνίας και ταμπλετών. Επίσης, το γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους οι Mobile υπηρεσίες διατίθενται δωρεάν, αποδεικνύει την προτεραιότητα της Τράπεζας για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.





Κατηγορία: E-BANKING / ONLINE CASH MANAGEMENT

SILVER

Τράπεζα Eurobank Ergasias / Υπηρεσίες Online Cash Management

Η Eurobank, μέσω της πολυβραβευμένης υπηρεσίας e-Banking για καταναλωτές και επιχειρήσεις, προσφέρει μια πλήρη γκάμα δυνατοτήτων online διαχείρισης ρευστότητας, αλλά και των σχετικών χρηματοοικονομικών εργαλείων που συνδέονται με τα μετρητά. Η προτεραιότητα που έχει δοθεί από τη Eurobank στο χαρτοφυλάκιο υπηρεσιών cash management επιβεβαιώνεται και από την ειδικά σχεδιασμένη ενότητα του e-Banking με την ονομασία «Ταμειακή Διαχείριση», από την οποία οι πελάτες της Τράπεζας μπορούν να διαχειριστούν συγκεντρωτικά το «ταμείο» τους. Από τον υπολογιστή, την ταμπλέτα ή το κινητό τους τηλέφωνο, οι πελάτες της Eurobank μπορούν να απολαμβάνουν δωρεάν υπηρεσίες Cash Management, όπως online ενημέρωση για υπόλοιπα, κινήσεις και αναλυτικές πληροφορίες του συνόλου των καταθετικών λογαριασμών τους, πρόσβαση στη μεγαλύτερη γκάμα online συναλλαγών, όπως πληρωμή λογαριασμών σε άνω των 250 οργανισμών, μεταφορές οπουδήποτε στον κόσμο, πάγιες εντολές για αυτόματη εξόφληση λογαριασμών, καθώς και εξειδικευμένα εργαλεία διαχείρισης επιταγών, online έκδοσης μπλοκ επιταγών και ανοίγματος λογαριασμού. Η Eurobank είναι πρωτοπόρος στη διάθεση υπηρεσιών Cash Management στην Ελλάδα, έχοντας λάβει σημαντικές διακρίσεις τόσο από εγχώριους όσο και από διεθνείς οργανισμούς. Η πληρότητα των διαθέσιμων υπηρεσιών σε καταναλωτές αλλά κυρίως σε επιχειρήσεις, καθώς και η προσβασιμότητα από το σύνολο των καναλιών αποτελούν τα κύρια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Eurobank, σε ελληνικό αλλά και σε πανευρωπαϊκό επίπεδο.



Κατηγορία: BANKING / ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

SILVER

Τράπεζα Πειραιώς Α.Ε. / Online Άνοιγμα Προθεσμιακής Κατάθεσης «Στα μέτρα σου»

Η Τράπεζα Πειραιώς σταθερά επιδιώκει την παροχή καινοτόμων και ευέλικτων προϊόντων και υπηρεσιών. Στο πλαίσιο αυτό, γεννήθηκε η ιδέα ανάπτυξης μίας Προθεσμιακής Κατάθεσης (Π/Κ) η οποία διαμορφώνεται σύμφωνα με τις ανάγκες του κάθε πελάτη ξεχωριστά. Η Π/Κ «Στα Μέτρα Σου» είναι μια πλατφόρμα η οποία προσφέρει στον πελάτη μια ευρεία γκάμα από επιλογές και λειτουργικότητες. Μέσω ενός interactive wizard, ο οποίος είναι διαθέσιμος τόσο στο winbank web banking όσο και στο site της Τράπεζας, ο πελάτης σχεδιάζει

και στη συνέχεια αποκτά online, μέσω winbank web banking ή phone banking ή μέσω καταστήματος, την προθεσμιακή κατάθεση που έχει διαμορφώσει πραγματικά «στα μέτρα του». Το winbank web banking δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να ανοίξει την Π/Κ «Στα Μέτρα Σου» online, 24/7, από όπου και αν βρίσκεται, και με προνομιακό επιτόκιο. Εφόσον ο πελάτης συνδεθεί στο web banking, αρκούν μόνο 2 clicks προκειμένου να φτάσει στην αντίστοιχη οθόνη και να ολοκληρώσει τη διαδικασία με τη βοήθεια του wizard. Το wizard είναι διαθέσιμο και στο site της Τράπεζας δίνοντας τη δυνατότητα ακόμη και σε μη πελάτη να διαμορφώσει ο ίδιος την Π/Κ του. Τα οφέλη που αποκομίζει ο πελάτης από το online άνοιγμα της Π/Κ είναι η ταχύτητα, η ευκολία, η ευελιξία, η διαφάνεια και το προνομιακό επιτόκιο.

Κατηγορία: E-BANKING / ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ SECURITY

SILVER

Εθνική Τράπεζα / www.nbg.gr

Από τις μεγαλύτερες απειλές που αντιμετωπίζει ολόκληρο το e-banking οικοσύστημα είναι η ραγδαία αύξηση τεχνικά προηγμένων διαδικτυακών επιθέσεων. Για την Εθνική Τράπεζα η αποτελεσματική ασφάλεια δεν έχει να κάνει μόνο με το κομμάτι ενίσχυσης των υποδομών, στο οποίο έχει ήδη υιοθετήσει όλες τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές, αλλά και με το να είναι ενήμερη αναφορικά με τις τεχνολογίες αιχμής που χρησιμοποιούνται στις διαδικτυακές επιθέσεις. Για τον σκοπό αυτό, πρωτοπορεί στον τομέα της ασφάλειας επιδεικνύοντας σημαντικές πρωτοβουλίες και καινοτομίες που αναπτύσσονται σε τρεις άξονες: 1. Transaction Signing στους Κωδικούς Μίας Χρήσης (OTP), 2. Εισαγωγή συνεχούς δραστηριότητας Cyber Threat & Advanced Offensive Techniques Analysis και ανάπτυξη επιπλέον μηχανισμών ασφάλειας, και 3. Ενσωμάτωση πρωτοποριακών και καινοτόμων τεχνικών για έλεγχο τρωτότητας με χρήση κακόβουλου λογισμικού. Ταυτόχρονα, η Εθνική Τράπεζα έχει πραγματοποιήσει πολύ μεγάλες επενδύσεις στην ασφάλεια των συστημάτων της, με αυστηρές προδιαγραφές και με βάση τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές. Μεταξύ άλλων, προσφέρει ενσωμάτωση μηχανισμών Real Time Fraud Prevention & Fraud Protection και δικλίδες ασφαλείας όπως η αυτόματη έξοδος μετά το πέρας 10 λεπτών χωρίς να έχει εκτελεστεί κάποια συναλλαγή.





Ευότητα: Ηλεκτρονικά Καταστήματα – Υπηρεσίες



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - SITE ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ

BRONZE

Atnet Communications / www.ekdromi.gr

Το www.ekdromi.gr θεωρείται το πιο επιτυχημένο deal site που δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά. Η λειτουργία του ξεκίνησε τον Μάιο 2011. Το περιεχόμενο των παρεχόμενων προσφορών αφορά αποκλειστικά τουριστικές υπηρεσίες και συγκεκριμένα κρατήσεις πακέτων από ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα. Η μεγάλη του επιτυχία οφείλεται σε πολλούς και διαφορετικούς παράγοντες όπως η συνεχής και συνεπής στρατηγική επικοινωνίας και προβολής, ο έλεγχος της ποιότητας των παρεχόμενων πακέτων (deals),

η έμφαση στις σχέσεις με τους τουριστικούς επιχειρηματίες (b2b) και ενδελεχές after sales service. Παράλληλα, αναπτύχθηκε η B2C στρατηγική με εφαρμογή όλων των digital τεχνικών επικοινωνίας, με αποτέλεσμα τη δημιουργία μιας τεράστιας πελατειακής βάσης, τα μέλη της οποίας κάνουν επαναλαμβανόμενες αγορές και λειτουργούν ως ambassadors. Το after sales service είναι μια στρατηγική απόφαση που πάρθηκε έτσι ώστε να αυξηθεί ο βαθμός ικανοποίησης του πελάτη, να λειτουργήσει έντονα το word of mouth και παράλληλα να γίνεται ποιοτικός έλεγχος των υπηρεσιών που παρέχουν τα καταλύματα και τα ξενοδοχεία. Τα αποτελέσματα του Project είναι εντυπωσιακά: 360.000 φίλοι στο Facebook, 100+ αριθμός παρεχόμενων προσφορών κατά μ.ο., μεγάλος αριθμός συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, τεράστια αύξηση του τζίρου YoY και επαναληπτικές αγορές πελατών.

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΙΔΗ

SILVER

Sleed / www.CosmosSport.gr

Το CosmosSport.gr αποτελεί την ηλεκτρονική παρουσία μιας από τις κυρίαρχες αλυσίδες καταστημάτων αθλητικών στην Ελλάδα, η οποία μετρά πάνω από 20 φυσικά καταστήματα και έχει σαν κύρια έδρα την Κρήτη.

Παρότι το e-shop του Cosmos Sport υπήρχε από το 2009, μέσα στο 2013 ξεκίνησε η συστηματική προσπάθεια δημιουργίας του καλύτερου e-shop αθλητικών ειδών. Σε συνέχεια αυτής της πορείας, μέσα στο 2014 το CosmosSport.gr εδραιώθηκε στον χώρο των αθλητικών ειδών και του sport/casual fashion, αυξάνοντας σημαντικά την αναγνωρισιμότητα, την επισκεψιμότητα και τους τζίρους του. Η συνταγή της επιτυχίας του βασίζεται σε μια στρατηγική προώθησης, η οποία υλοποιείται μέσα από ένα μίγμα πολλών και διαφορετικών μέσων, εργαλείων και τακτικών προώθησης. Αξιοποιώντας αυτές τις ενέργειες προώθησης, ακολουθείται μια συνεχής διαδικασία δοκιμής νέων μέσων, αποτίμησης και βελτιστοποίησης, ώστε το CosmosSport.gr να φτάνει στους σωστούς χρήστες, με το σωστό τρόπο, τη σωστή στιγμή. Επίσης, μέσα από τη συνεχή επένδυση σε δομές και υποδομές εξυπηρέτησης πελατών, το CosmosSport.gr κατάφερε να τριπλασιάσει το capacity διεκπεραίωσης παραγγελιών, παρέχοντας συνεχώς βελτιωμένες υπηρεσίες στους πελάτες του. Η επιτυχία του έχει ήδη αρχίσει να μεταφέρεται και στον offline κόσμο, με το φυσικό δίκτυο των καταστημάτων Cosmos Sport να έχει αρχίσει να επεκτείνεται και το Cosmos Sport brand να κερδίζει όλο και περισσότερο.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΑΣΦΑΝΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ



SILVER

Moneymarket A.E. / www.insurancemarket.gr

Το 2014 ήταν καθοριστική χρονιά για τη Moneymarket, γιατί ψηφιοποίησε το μεγαλύτερο μέρος της τιμολόγησης, έκδοσης και είσπραξης των ασφαλιστηρίων συμβολαίων. Αυτό βελτίωσε σημαντικά την εμπειρία του χρήστη – που πλέον μπορεί να ολοκληρώσει online όλη τη διαδικασία ασφάλισης και να παραλάβει στο email του το ασφαλιστήριο συμβόλαιο εντός 3 λεπτών – ενώ μείωσε τα λειτουργικά κόστη όλης της αξιακής αλυσίδας. Επίσης, εμπλούτισε σημαντικά το χαρτοφυλάκιο των συγκρινόμενων ασφαλιστικών εταιρειών με τα κορυφαία direct brands της ελληνικής αγοράς (anytimeonline και Εθνική Protect). Το 2014 η Moneymarket μέσω της ηλεκτρονικής αγοράς insurancemarket.gr είναι ο No 1 διαμεσολαβητής στο σύνολο της ελληνικής αγοράς σε νέα παραγωγή στον κλάδο αυτοκινήτου, και πλέον είναι στους 3 μεγαλύτερους διαμεσολαβητές στην Ελλάδα στο σύνολο της παραγωγής. Πέρα

όμως του όγκου των πωλήσεων, έχει υλοποιήσει και καινοτόμα προϊόντα που ενισχύουν την αγοραστική εμπειρία του πελάτη. Ενδεικτικά, σε επίπεδο B2C (insurancemarket.gr) δημιούργησε ένα payment system, το οποίο επιτρέπει την άμεση (real time) επιβεβαίωση εξόφλησης, και το easybuy, μία καινοτόμο μέθοδο ανάληψης κινδύνου (underwriting), με την οποία δεν απαιτείται η αποστολή δικαιολογητικών.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΒΙΒΛΙΑ

GOLD

Public / Retail World / www.Public.gr

Το Public.gr έχει αναδειχτεί σε κυρίαρχο online προορισμό, διαθέτοντας τη μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων πολιτισμού, και πιο συγκεκριμένα βιβλίων, από κάθε άλλο ελληνικό ηλεκτρονικό κατάστημα και προσφέροντας υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την πώληση. Το public.gr με περισσότερα από 500.000 προϊόντα, προβλέπεται ότι για 3η συνεχόμενη χρονιά θα σημειώσει αύξηση πωλήσεων. Στην κατηγορία των βιβλίων, τα USPs στο public.gr και τα σημεία που το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι η τεράστια γκάμα και η καλύτερη λειτουργικότητα στο ελληνικό e-commerce. Πιο συγκεκριμένα, το public.gr διαθέτει τη μεγαλύτερη διαθέσιμη γκάμα βιβλίων στην Ελλάδα για όλες τις κατηγορίες (ελληνικό, ξενόγλωσσο, comics, παιδικό κλπ), έξυπνο online merchandising βάσει δημοφιλίας των βιβλίων κατά την αναζήτηση, που παρουσιάζει βιβλία με weighted τρόπο, έξυπνα φίλτρα τα οποία διευκολύνουν τον χρήστη στη διαδικασία αναζήτησης, μεγάλη γκάμα τιμών και προσφορές- ειδικές τιμές. Παράλληλα, φιλοξενεί αξιολογήσεις αναγνωστών μέσω της ανεξάρτητης εταιρείας συλλογής αξιολογήσεων Reevoo και dedicated section για σχολικά βιβλία και βιβλία για ιδιωτικά σχολεία και κολλέγια. Κατά την πλοήγηση στο public.gr, ο επισκέπτης συναντά τεράστια γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών σε κατηγορίες πολιτισμού και ψυχαγωγίας, προηγμένες διαδικασίες αναζήτησης προϊόντων, πλούσιο περιεχόμενο στα προϊόντα πολιτισμού, flipping tools και recommendations, καθώς και σύγχρονες μεθόδους customer care.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΕΙΔΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

GOLD

Generation-Y / www.Pharmacy295.gr

Το Pharmacy295.gr είναι το online φαρμακείο που κατάφερε μέσα σε λιγότερο από 12 μήνες να γίνει το δημοφιλέστερο στην ελληνική ηλεκτρονική αγορά. Η ιδέα ήταν να χτιστεί εξ αρχής η εικόνα του φαρμακείου online, μιας και η φυσική του παρουσία περιορίζεται σε ένα φαρμακείο στην Αγίου Δημητρίου 295, στον Άγιο Δημήτριο. Η Generation Y ανέλαβε την tailor-made σχεδίαση, την custom-made υλοποίηση και την tailor-made σχεδίαση πλάνου ηλεκτρονικής προώθησης του pharmacy295.gr, χωρίς αυτό να έχει

προηγούμενη digital παρουσία σε κανένα επίπεδο. Το Pharmacy295.gr ήταν το πρώτο ηλεκτρονικό κατάστημα που εισήγαγε την υπηρεσία παράδοσης την ίδια μέρα (same-day-delivery), στις παραγγελίες εντός Αττικής. Επίσης, ενημερώνει τους πελάτες του είτε με SMS είτε με email για την πορεία της παραγγελίας τους, προκειμένου να είναι πλήρως ενημερωμένοι για το πότε θα την παραλάβουν. Το Pharmacy295.gr αριθμεί αυτήν την στιγμή πάνω από 5.300 προϊόντα που αυξομειώνονται ανάλογα με τον όγκο των εποχιακών προϊόντων. Η στρατηγική προώθησής του είχε ως άμεσο πρωταρχικό στόχο το brand awareness και μετέπειτα τις πωλήσεις, με ενέργειες όπως η δημιουργία καμπανιών στα Google Adwords, η δημιουργία ειδικής σελίδας στο Facebook, η υλοποίηση διαγωνισμού με δώρο iPad mini. Η αρκετά μαζική καμπάνια του Pharmacy295.gr είχε ως αποτέλεσμα την εξαιρετικά άμεση δημοτικότητά του.



SILVER

Atnet Communications / www.pharmacyonair.gr

Το www.pharmacyonair.gr είναι ένα ηλεκτρονικό φαρμακείο το οποίο λανσαρίστηκε στην ελληνική αγορά την άνοιξη του 2014. Στους λίγους μήνες παρουσίας του στην αγορά, έχει καταφέρει να καταγράψει σημαντικά αποτελέσματα τα οποία είναι απόρροια των συγκεκριμένων και στοχευμένων ενεργειών που έγιναν. Η στρατηγική σχεδιασμού και ανάπτυξης του www.pharmacyonair.gr χτίστηκε πάνω στο consumer insight ότι ο φαρμακοποιός είναι ο τελικός σύμβουλος του πελάτη και αυτός που θα τον οδηγήσει στη σωστή επιλογή. Έτσι, ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην ανάπτυξη πλούσιου περιεχομένου γύρω από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και προϊόντα με τη δημιουργία ειδικής ενότητας άρθρων. Τα tips και οι συμβουλές που δίδονται, συνδέονται αρμονικά και με μια λογική συνέχεια με τα προϊόντα, ενώ ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να έχει προσωποποιημένη εμφάνιση προϊόντων ανάλογα με τα φίλτρα που έχει επιλέξει. Με τον τρόπο αυτό, ενισχύεται η σχέση του πελάτη με το φαρμακείο, δημιουργείται σχέση εμπιστοσύνης και οδηγείται πιο εύκολα στο επιθυμητό αποτέλεσμα: την αγορά προϊόντος. Δημιουργικά, επιλέχθηκε η χρήση χρωματικών κωδικών που αποπνέουν ηρεμία κατά την περιήγηση στο site, ενώ η χρήση πολύ μεγάλων φωτογραφιών βοηθούν τον επισκέπτη να προχωρήσει στις εσωτερικές σελίδες του site. Η διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς γίνεται με εύκολο τρόπο, ενώ ο χρήστης έχει την επιλογή Quick check out, αγοράς δηλαδή χωρίς να κάνει login.





BRONZE

Click House / www.Femall.gr / www.OTCpharmacy.gr

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα Femall.gr και OTCpharmacy.gr είναι μια καινοτόμα προσπάθεια που αντικατοπτρίζει τη νέα εποχή των online shops και φέρνει μια φρέσκια αντίληψη τόσο στον χώρο της γυναικείας ομορφιάς και περιποίησης όσο και στον χώρο των προϊόντων φαρμακείου. Το Femall.gr διαθέτει την πλουσιότερη και συνεχώς ανανεωμένη γκάμα από αυθεντικά προϊόντα καθώς και όλα τα αγαπημένα brands των καταναλωτών για το πρόσωπο, το σώμα, τα μαλλιά, μακιγιάζ, αρώματα, αξεσουάρ, προϊόντα για το παιδί και τη μητέρα αλλά και φροντίδα ειδικά για τον άνδρα. Το OTCpharmacy.gr είναι ένα σύγχρονο ηλεκτρονικό φαρμακείο με μια ευρεία γκάμα προϊόντων όπως συμπληρώματα διατροφής, δερμοκαλλυντικά, βρεφικά και παιδικά προϊόντα, διαγνωστικά και πολλά άλλα. Τα δύο ηλεκτρονικά καταστήματα διαθέτουν το εξαιρετικό πλεονέκτημα της μίας και ενιαίας εγγραφής του επισκέπτη/χρήστη και του κοινού καταστήτου. Το εξειδικευμένο προσωπικό της εταιρείας είναι πάντα στη διάθεση του καταναλωτή για να τον βοηθήσει και να τον καθοδηγήσει καθ' όλη τη διαδικασία των αγορών σε οτιδήποτε χρειάζεται. Τέλος, το περιεχόμενο των δύο ηλεκτρονικών καταστημάτων φροντίζει να παρέχει στους επισκέπτες του και χρήσιμο, πρακτικό υλικό όπως άρθρα, συμβουλές ομορφιάς, videos περιποίησης και άλλα, όλα με την επιμέλεια της Star Hellas 2014 Ισμήνης Νταφοπούλου, brand ambassador του Femall.gr.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΕΙΔΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ, ΚΑΛΩΝΤΙΚΑ

BRONZE

Atcom / Frezyderm e-shop



Η Frezyderm είναι μια ελληνική εταιρεία με πολυετή πείρα στον σχεδιασμό και την παραγωγή δερμοκαλλυντικών προϊόντων. Το www.frezyderm.com εγκαινιάστηκε τον Μάρτιο του 2014. Στόχος του ήταν να εξυπηρετήσει τους καταναλωτές της εταιρείας σε 38 χώρες που ενώ γνωρίζουν και αγαπούν τα προϊόντα Frezyderm, δεν έχουν κάποιο φυσικό κατάστημα κοντά τους. Το e-shop της Frezyderm διαθέτει καθαρό σχεδιασμό και ευκολία πλοήγησης, έτσι ώστε να καλύπτει τις ανάγκες του καταναλωτή. Λαμβάνοντας υπόψη την «ψυχολογία» του χρήστη κατά τη διάρκεια αγοράς καλλυντικών online, επιλέχθηκαν καθαρές και απλές γραμμές, σε συνδυασμό με ξεκάθαρες περιγραφές προϊόντων και αναγραφή συστατικών και άλλων απαραίτητων πληροφοριών, ώστε να επιτρέπουν την κατάλληλη σκευασματο για κάθε ανάγκη. Επιπλέον, η ενότητα «Βρείτε τι σας Ταιριάζει» αποτελεί καινοτόμο feature για ένα site ή e-shop δερμοκαλλυντικών προϊόντων. Σε μία εποχή που η ποικιλία των επιλογών σε είδη περιποίησης του προσώπου, του σώματος κτλ είναι τεράστια και οι περισσότεροι δεν γνωρίζουμε ποιο θα έπρεπε να χρησιμοποιήσουμε ανάλογα με τις ανάγκες μας, η Frezyderm με 3-4 ερωτήσεις προτείνει το κατάλληλο προϊόν μέσα από όλες τις σειρές προϊόντων της, καταφέρνοντας να προσφέρει όσο το δυνατόν πιο προσωποποιημένες συμβουλές υγείας και ομορφιάς.

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ

SILVER

Sleed & ConceptManiax / www.Spitishop.gr

Το spitishop.gr είναι το πρώτο και μεγαλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα λευκών ειδών στην Ελλάδα και είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα των δυνατοτήτων που δίνει το Internet και το e-commerce σε εμπόρους που πραγματοποιούν online επενδύσεις. Ξεκινώντας την άνοιξη του 2010 και συνεχίζοντας με διαρκείς επενδύσεις και συνεχή ανάπτυξη, το spitishop.gr έχει καταφέρει και σημειώνει διαρκώς νέα άλματα στην επισκεψιμότητα, το μερίδιο αγοράς και τους τζίρους του. Το spitishop.gr δημιουργήθηκε με το σκεπτικό να αποτελέσει τον «ειδικό» του ελληνικού internet στα λευκά είδη. Αξιοποιώντας την τριακονταετή εμπειρία του φυσικού καταστήματος και τις υπάρχουσες συνεργασίες με τα μεγαλύτερα και πιο γνωστά brands της αγοράς, το spitishop.gr κατάφερε, ακολουθώντας μια πορεία οργανικής ανάπτυξης, να αποτελεί αυτή τη στιγμή τον πιο δυνατό παίκτη στον τομέα του. Το 2014, το spitishop.gr συνέχισε να αναπτύσσεται με εξαιρετικά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (> 100%). Πλέον ο καταναλωτής μπορεί να βρει σε αυτό πάνω από 15.000 προϊόντα. Το επόμενο βήμα ήταν η επέκτασή του στον φυσικό κόσμο ανοίγοντας το πρώτο του φυσικό κατάστημα λιανικής. Πραγματοποιώντας συνεχώς επενδύσεις, και έχοντας ήδη καθορισμένα τα επόμενα βήματα, το spitishop.gr φιλοδοξεί να συνεχίσει την ανάπτυξη του και να εδραιωθεί ως το μεγαλύτερο και καλύτερο κατάστημα λευκών ειδών.





Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΜΟΔΑ

SILVER

Atcom / www.Kalogirou.com

Το δίκτυο καταστημάτων Καλογήρου αποτελεί το πιο δυνατό brand του Ομίλου Επιχειρήσεων Λεμονή. Σήμερα, η αλυσίδα Καλογήρου απαρτίζεται από 13 φυσικά καταστήματα, ενώ ανταποκρινόμενη στην επιθυμία των πελατών της παρουσιάζει το www.kalogirou.com. Λευκό background, δυνατές εικόνες, minimal γραμματοσειρές, ευανάγνωστες περιγραφές και 360° παρουσίαση των προϊόντων τοποθετούν σε πρώτο πλάνο την καθαρότητα του brand Καλογήρου.

Στόχος ήταν η δημιουργία ενός e-shop που θα αποτελούσε ένα ισχυρό κανάλι πώλησης των προϊόντων μέσω του διαδικτύου, τόσο στους ήδη υπάρχοντες πελάτες του Ομίλου, όσο και σε νέες ομάδες καταναλωτών στην περιφέρεια. Το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει ενσωματώσει όλο το business logic της φυσικής επιχείρησης πράγμα που σημαίνει ότι ένας πελάτης του φυσικού καταστήματος έχει τη δυνατότητα να απολαμβάνει όλα τα προνόμια του e-shop και αντίστροφα. Οι κατηγορίες «Γυναίκα, Άνδρας, Παιδί» είναι ευδιάκριτες και ξεχωριστές μεταξύ τους μέσω 3 διαφορετικών homepages, υπάρχει διασύνδεση με το σύστημα loyalty που υποστηρίζεται και στα φυσικά καταστήματα, ενώ οι ενότητες Style Guide και News Flash προσφέρουν στιλιστικές εμπνεύσεις και νέα από τον χώρο της μόδας. Το χαρακτηριστικό όμως που διαφοροποιεί το www.kalogirou.com είναι η δυνατότητα που έχει ο χρήστης να διαπιστώσει σε ποιο κατάστημα είναι διαθέσιμο το προϊόν που επιθυμεί, να το κρατήσει για μελλοντική αγορά και να το αγοράσει σε κάποιο φυσικό κατάστημα.



BRONZE

Goldenbrands A.E. / www.Goldenbrands.gr

Το GoldenBrands.gr αποτελεί το Νο. 1 flash sales online shop με καθημερινές προσφορές σε επώνυμες μάρκες σε εκπτώσεις έως 80%. Τα τελευταία 3 χρόνια λειτουργίας του έχει συνεργαστεί με τους μεγαλύτερους Έλληνες προμηθευτές, αλλά και από το εξωτερικό, έχει πραγματοποιήσει πάνω από 5.000 προσφορές σε επώνυμα ρούχα, παπούτσια, αξεσουάρ, είδη ταξιδιού, λευκά είδη, είδη σπιτιού, για τη γυναίκα, τον άντρα και το παιδί. Το GoldenBrands.gr από την πρώτη κιόλας μέρα λειτουργίας του έχει ως επίκεντρο τον πελάτη και την ικανοποίησή του τόσο κατά τη διάρκεια της περιήγησής του στο online shop όσο και μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας του, αποκτώντας έτσι ένα μοναδικό online shopping experience. Μόλις ένα χρόνο πριν πραγματοποιήθηκε το redesign/relaunch του GoldenBrands.gr σημειώνοντας μεγάλη εμπορική

επιτυχία, ακολουθώντας έναν μοντέρνο, εκλεπτυσμένο, διακριτικό και ευέλικτο σχεδιασμό πάντα με γνώμονα το usability του χρήστη και τις τάσεις του σύγχρονου marketing. Στο εμπορικό κομμάτι, το Goldenbrands.gr συνεργάζεται με τα μεγαλύτερα ονόματα Ελλήνων και ξένων προμηθευτών στον χώρο του επώνυμου ρούχου, παπουτσιού, αξεσουάρ και των ειδών σπιτιού και καλλυντικών. Ήδη έχει φιλοξενήσει χιλιάδες νέα brands όπως φαίνεται και στην σελίδα Μάρκες. Πάντα ο γνώμονας επιλογής των προϊόντων και προμηθευτών είναι οι τάσεις της μόδας, οι προτιμήσεις των πελατών με personalized καμπάνιες, και οι τιμές.

BRONZE

Enouaway SA. / www.KOOLFly.com

Το KOOLFly είναι ένα original concept με σκοπό την κάλυψη του κενού μεταξύ της παραδοσιακής αγοράς μόδας/ένδυσης/υπόδησης και των Online Πωλήσεων, που δημιουργήθηκε για να δώσει μια διαφορετική οπτική γωνία στο e-commerce. Το KOOLFly συνδυάζει τον online clothing retailer με curated fashion sales δημιουργώντας ένα μοναδικό οικοσύστημα πωλήσεων. Έχοντας ξεπεράσει τα σύνορα της Ελλάδας, πραγματοποιεί πωλήσεις τόσο στην Ευρώπη όσο και στο Ηνωμένο Βασίλειο. Αυτή τη στιγμή έχει στενή συνεργασία με πάνω από 200 top international fashion brands και έχει αναλάβει την προώθηση ενός μεγάλου αριθμού Ελλήνων σχεδιαστών. Το KOOLFly ξεκίνησε τις πωλήσεις του τον Νοέμβριο του 2012, αναπτύσσοντας παράλληλα το KOOLFly Blog, το οποίο έχει καθιερωθεί ως fashion editorial hub. Η λειτουργία του σχεδιάστηκε σε «lean operational» μοντέλο.

Όλες οι διαδικασίες έχουν βασιστεί σε δύο διαχειριστικούς πυλώνες. Ο πρώτος αφορά στην «εσωτερική» λειτουργία για όλες τις διαδικασίες παραγγελιοληψίας, Marketing, Fashion Merchandising και διαχείρισης πελατών και ο δεύτερος σε outsourced διαδικασίες για όλα τα Logistics. Σημαντικό σημείο επιτυχίας αποτελούν οι συμμαχίες που έχουν κτιστεί, η συνεχής ανανέωση της προϊοντικής του γκάμας, ενώ έχει επενδύσει σημαντικά και στο customer care. Ο κύκλος εργασιών του ξεπερνά τις προσδοκίες των αρχικών πλάνων με ετήσια ανάπτυξη 280%. Motto του είναι «Make Online Fashion Buying Easy».





BRONZE

Ιωάννα Καζάκου ABEE / www.giannakazakou.gr

Ο όμιλος επιχειρήσεων Gianna Kazakou, με περισσότερα από 30 χρόνια παρουσίας στον χώρο των υποδημάτων στην Ελλάδα, ήταν η πρώτη από τις μεγάλες αλυσίδες του κλάδου που δημιούργησε multi-brand ηλεκτρονικό κατάστημα το έτος 2010. Έπειτα από 4 χρόνια λειτουργίας, το Gianna Kazakou Online (www.giannakazakou.gr) αποτελεί σήμερα ένα από τα μεγαλύτερα ηλεκτρονικά καταστήματα υποδημάτων, τσαντών και αξεσουάρ στη χώρα μας, κερδίζοντας καθημερινά την εμπιστοσύνη ενός συνεχώς αυξανόμενου αγοραστικού κοινού. Με το πλεονέκτημα ενός ιδιαίτερα αναγνωρίσιμου brand name που εμπνέει εμπιστοσύνη στον πελάτη και χάρη στη μεγάλη, συνεχώς αυξανόμενη ποικιλία προϊόντων του, το ευρύ φάσμα τιμών των προϊόντων, τις

γρήγορες παραδόσεις, την άμεση τηλεφωνική εξυπηρέτηση, την τεχνολογικά εξελιγμένη ηλεκτρονική πλατφόρμα, το πλήρως λειτουργικό mobile application, την online σύνδεση με τα αποθέματα των φυσικών καταστημάτων και την άρτια χρήση όλων των μεγάλων social media, το Gianna Kazakou Online δίκαια διεκδικεί την πιο περίοπτη θέση στο ελληνικό ηλεκτρονικό εμπόριο.

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

SILVER

Atcom / www.Travelkiki.com

Το TravelKiki.com δημιουργήθηκε με σκοπό να κάνει τη διαδικασία εύρεσης του φθηνότερου αεροπορικού εισιτηρίου, ξενοδοχείου και αυτοκινήτου ευκολότερη. Το site συνεργάζεται με τα περισσότερα προβεβλημένα και επιτυχημένα online ταξιδιωτικά πρακτορεία και δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να δει με μια ματιά στην ίδια σελίδα, όλες τις διαθέσιμες πτήσεις ομαδοποιημένες ανά τιμή. Οι επισκέπτες μπορούν να φιλτράρουν τις πτήσεις με βάση τις στάσεις, την ώρα αναχώρησης ή άφιξης, τη διάρκεια της πτήσης, την αεροπορική εταιρεία, το αεροδρόμιο και άλλες παραμέτρους. Το ημερολόγιο τιμών εμφανίζει τις τιμές πτήσεων για κάθε μέρα του μήνα, ενώ ιστορικά δεδομένα χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση της διακύμανσης της τιμής, σε σχέση με τον αριθμό των ημερών πριν την πτήση. Για την πληρέστερη ενημέρωση τους, οι χρήστες, σε κάθε αναζήτηση αεροπορικού εισιτηρίου βλέπουν ταυτόχρονα και το συνολικό κόστος μετάβασης από την πόλη τους στο αεροδρόμιο αναχώρησης και από το αεροδρόμιο προορισμού στην αντίστοιχη πόλη. Επιπλέον, το www.travelkiki.com προσφέρει, μεταξύ άλλων, μια τεράστια ποικιλία από ξενοδοχεία, προσφορές για ταξιδιωτικά πακέτα, δυνατότητα ενοικίασης αυτοκινήτου, άρθρα σχετικά με τους δημοφιλέστερους προορισμούς, αλλά και δυνατότητα εύρεσης προορισμού με βάση το budget και τις προτιμήσεις του επισκέπτη. Οι χρήστες έχουν ακόμα τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν αναζήτηση για αεροπορικό εισιτήριο και μέσω του twitter account τους.



BRONZE

Globe One Digital / www.AirFastTickets.gr



Στα χρονικά του internet πολύ λίγα brands κατάφεραν αυτό που πέτυχε η AirFastTickets. Να βρεθεί στην κορυφή της προτίμησης των ταξιδιωτών, σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα. Η AirFastTickets είναι ένα ταχύτατα αναπτυσσόμενο online ταξιδιωτικό γραφείο, σε Ελλάδα και εξωτερικό. Αν και ξεκίνησε πριν 6 μόλις χρόνια, κατάφερε να αναδειχτεί σε παγκόσμια δύναμη στον χώρο του travel και να κατακτήσει την 3η θέση στην Ευρώπη. Σήμερα διατηρεί γραφεία σε 4 χώρες και έχει ήδη εξυπηρετήσει εκατομμύρια ικανοποιημένους ταξιδιώτες. Η επιτυχία της AirFastTickets δεν οφείλεται μόνο στην καινοτομία των προϊόντων και των υπηρεσιών της, αλλά ήταν αποτέλεσμα ενός καινοτόμου digital marketing strategy που περιελάμβανε άρτιες Search marketing performance ενέργειες και καλά στοχευμένες καμπάνιες στα social media. Με μια ασυνήθιστα για τα παγκόσμια δεδομένα πρωτοποριακή στρατηγική, που αποτέλεσε ειδικό case

study από την ίδια την Google και σχολιάστηκε θετικά από τα μεγαλύτερα digital marketing περιοδικά, η AirFastTickets όχι μόνο απογειώθηκε αλλά και έγραψε ιστορία. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Socialbakers, η FB page της AirFastTickets υπήρξε η fastest growing page επί 3 εβδομάδες, ενώ στις ενέργειες που άφησαν εποχή αξίζουν να αναφερθούν τα 5 συνεχόμενα Masthead το 2013, χάρη στα οποία η AirFastTickets επιβραβεύτηκε στο διεθνές Google Travel Forum για την αποτελεσματικότητά της.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΦΑΓΗΤΟ

SILVER

Online Delivery A.E. / www.e-food.gr

Το e-Food είναι το Νο 1 marketplace για παραγγελία delivery φαγητού ή καφέ στην Ελλάδα, σε πόλεις και καταστήματα. Ο χρήστης εισάγει τη διεύθυνσή του και βλέπει τα καταστήματα που τον εξυπηρετούν, επιλέγει το κατάστημα που επιθυμεί και στέλνει την παραγγελία του. Real time μέσω του συστήματος του e-Food, το κατάστημα λαμβάνει την παραγγελία και ηλεκτρολογεί τον χρόνο παράδοσης στον χρήστη. Το e-Food συνεργάζεται με περισσότερα από 2.100 συνεργαζόμενα καταστήματα σε 40 πόλεις της Ελλάδας, εξυπηρετεί καθημερινά περισσότερες από 6.500 παραγγελίες από 180.000 εγγεγραμμένους χρήστες και έχει εξυπηρετήσει συνολικά περισσότερες από 1.300.000 παραγγελίες.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΩΡΟΛΟΓΙΑ

GOLD

Σαββίδης Α.Ε. / www.oroioi.gr

Το www.oroioi.gr είναι το μεγαλύτερο και πληρέστερο ηλεκτρονικό κατάστημα ρολογιών και αξεσουάρ ρολογιών στην Ελλάδα. Ξεκίνησε τη λειτουργία του το καλοκαίρι του 2005, απασχολεί πάνω από 20 άτομα προσωπικό, διαθέτει πάνω από 30.000 διαφορετικά προϊόντα στους πελάτες του σε ετήσια βάση, διακινεί ετήσια πάνω από 30.000 παραγγελίες και στεγάζεται σε εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 500 τ.μ. Είναι το πρώτο στον κλάδο του σε αναζητήσεις με βάση την Google, Alexa, Skrutz και Bestprice, καθώς και το πρώτο σε αναγνωσιμότητα.

Έπαινοι «Dynamic New Comers»



Arnet Communications ΑΕ / www.z-pharm.gr

Πώς μπορεί ένα φαρμακείο να ξεπεράσει τα στενά όρια μιας επαρχιακής πόλης και να ζητάει πελάτες από το σύνολο της επικράτειας; Πώς μπορεί ένα ηλεκτρονικό φαρμακείο να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό, να κερδίσει μερίδιο της αγοραστικής πίτας της κατηγορίας και να γίνει κερδοφόρο και υγιές, διαθέτοντας περιορισμένα διαθέσιμα κονδύλια; Αυτά ήταν τα βασικά ερωτήματα όταν το φυσικό φαρμακείο του z-pharm αποφάσισε την είσοδό του στην αγορά των ηλεκτρονικών φαρμακείων, με τη δημιουργία ενός e-shop το οποίο θα μπορεί να καλύψει τεχνικά τις σύνθετες απαιτήσεις προβολής των

προϊόντων και θα έχει δημιουργικό φιλικό προς τον χρήστη. Οι επιπλέον κινήσεις ήταν η επίτευξη καλών συμφωνιών με τους προμηθευτές έτσι ώστε να αυξηθεί το ποσοστό κέρδους ή η παροχή εκπτώσεων προς τους πελάτες, μια απόλυτα στοχευμένη στρατηγική προώθησης μέσω CPC ενεργειών (Google & Facebook), ενδεδειγμένα on & off site SEO και affiliate marketing. Τα ποσοτικά αποτελέσματα του z-pharm αρχίζουν να σταθεροποιούνται, είναι εξόχως ενθαρρυντικά και συμπεριλαμβάνουν τη συνεχή προσέλευση νέων πελατών σε ποσοστό 65%, την αύξηση της οργανικής κίνησης κατά 8,5% μ.ο. σε μηνιαία βάση, την αύξηση πωλήσεων, τη συνεχή αύξηση του μέσου καλαθιού αγοράς με τάση σταθεροποίησης στα 45 ευρώ, και την επίτευξη του στόχου Conversion Rate στο 1^ο 3μηνο λειτουργίας στο 1,8%.



Έπαινοι «Dynamic New Comers»



Atnet Communications / www.e-bloko.gr

Το www.e-bloko.gr είναι ένα online supermarket με, αποκλειστικά, προϊόντα Ελλήνων παραγωγών οι οποίοι δεν έχουν τη δυνατότητα να διανέμουν τα προϊόντα τους από τα μεγάλα και παραδοσιακά δίκτυα διανομής και αλυσίδες super market. Το project αγκαλιάστηκε αμέσως από το καταναλωτικό κοινό, μιας και έβρισκε ελληνικά προϊόντα από τοπικούς παραγωγούς σε τιμές πολύ ελκυστικές, ενώ παράλληλα οι παραγωγοί πείστηκαν ότι το project είναι σοβαρό και αξιόπιστο με αποτέλεσμα τη διάθεση πολύ μεγάλου αριθμών SKUs. Στρατηγικά, επιλέχθηκε η διάθεση προϊόντων σε πολύ χαμηλές τιμές. Πυρήνας του project είναι το

website www.e-bloko.gr. Αρχικά, δημιουργήθηκε ένα open source e-shop το οποίο κάλυπτε τις ανάγκες του λανσαρίσματος του project. Λόγω όμως της αυξητικής τάσης της διείσδυσης του e-commerce στην ελληνική αγορά αλλά και της ανερχόμενης τάσης του online supermarket, επιλέχθηκε μια πλατφόρμα η οποία να ανταποκριθεί πλήρως στις βραχυπρόθεσμες, αλλά και στις μακροπρόθεσμες ανάγκες του σύγχρονου online χρήστη. Ενδεικτικά, τα αποτελέσματα είναι τα εξής: υψηλός μέσος όρος καλαθιού με έντονα ανοδική τάση, μεγάλο εύρος πελατειακής βάσης, έντονη γεωγραφική διασπορά της πελατειακής βάσης, υψηλό Conversion Rate για τη συγκεκριμένη αγορά, αύξηση του brand awareness με αποτέλεσμα την έντονα ανοδική τάση του direct καναλιού εισόδου στο site, υψηλός βαθμός διείσδυσης και συνεργασιών με τους τοπικούς παραγωγούς από όλη την Ελλάδα.

Delikaris Sport / www.delikaris-sport.gr

Η εταιρεία Delikaris Sport ασχολείται με τον χώρο του αθλητισμού εδώ και 25 χρόνια. Οι σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες την οδήγησαν στη δημιουργία του δικού της ηλεκτρονικού καταστήματος, το οποίο μέσα σε μόλις 1,5 χρόνο λειτουργίας έχει σημειώσει μια αξιόλογη πορεία. Από τον 1^ο μήνα λειτουργίας, οι πωλήσεις του ηλεκτρονικού καταστήματος www.delikaris-sport.gr ήταν κάτι παραπάνω από ικανοποιητικές. Το κατάστημα αυτό ασχολείται με τον χώρο του αθλητισμού και διαθέτει μια τεράστια ποικιλία από αθλητικά παπούτσια, ρούχα και αξεσουάρ. Ο καταναλωτής μπορεί να βρει τις πιο γνωστές αθλητικές εταιρείες (Nike, Adidas, Converse κ.λ.π.) στις πιο ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς.



E-TABLE Κρατήσεις Εστιατορίων / www.e-table.gr

Η διαρκώς αυξανόμενη τάση για online κρατήσεις στον χώρο της εστίασης, χωρίς αναμονές σε τηλεφωνικές γραμμές, όλο το 24ώρο, έρχεται και στην Ελλάδα μέσα από το [e-table.gr](http://www.e-table.gr), μια νέα καινοτόμα ηλεκτρονική υπηρεσία που βοηθάει τους χρήστες να ανακαλύπτουν καινούργια εστιατόρια και να κλείνουν εύκολα και γρήγορα κάποιο τραπέζι, όλο το 24ώρο. Η υπηρεσία είναι εντελώς δωρεάν για τους χρήστες της ιστοσελίδας, δεν απαιτεί πιστωτική κάρτα ή κουπόνια και εξασφαλίζει αποκλειστικά προνόμια και εκπτώσεις. Όσον αφορά τα συνεργαζόμενα εστιατόρια, το [e-table.gr](http://www.e-table.gr) τα βοηθάει να διαφημίζονται διαρκώς

και να προσελκύουν νέους πελάτες μέσα από νέα κανάλια, όπως το internet και το mobile. Ακολουθώντας μια δυναμική πορεία ανάπτυξης, το [e-table.gr](http://www.e-table.gr) παρέχει σήμερα τη δυνατότητα για δωρεάν online κρατήσεις σε περισσότερα από 500 συμβεβλημένα εστιατόρια σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο και Λάρισα με τον αριθμό εστιατορίων να αυξάνεται καθημερινά, ενώ στα πλάνα της εταιρείας είναι η άμεση επέκταση και σε άλλες μεγάλες επαρχιακές πόλεις και σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς. Το όραμα του [e-table.gr](http://www.e-table.gr) είναι να καθιερωθεί ως το δημοφιλέστερο και πιο πρωτοποριακό site ανακάλυψης εστιατορίων και πραγματοποίησης online κρατήσεων στην Ελλάδα, αλλά και να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες προγραμματίζουν τη διασκέδαση τους και κάνουν κράτηση σε κάποιο εστιατόριο.



Generation-Y / www.jumpout.gr

Το JumpOut είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που δημιουργήθηκε τον Ιούλιο του 2013 από την αγάπη και το ενδιαφέρον τριών ανθρώπων για τις Outdoor δραστηριότητες. Απευθύνεται σε ανθρώπους που έχουν πάθος με το camping, το ψάρεμα, το τρέξιμο, την πεζοπορία, την ιστιοπλοΐα ή το σκάφος και ενδιαφέρονται για τον εξοπλισμό και την απόκτηση των πιο έξυπνων gadgets. Το Jumpout προσφέρει πάνω από 3.000 προϊόντα και διαθέτει ότι πιο ενδιαφέρον και εναλλακτικό κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά. Στις καινοτομίες του συμπεριλαμβάνονται η πληρότητα με εύχρηστα και αναλυτικά φίλτρα, η έκδοση εκπαιδευτικού κουπονιού, η μεγάλη βαρύτητα που δόθηκε στις περιγραφές των προϊόντων αλλά και στο content

marketing γενικότερα, η μοντέρνα αισθητική και το σύγχρονο design, η παρουσίαση σχετικών επιλογών και η αυτόματη δημιουργία φίλτρων. Ως αποτέλεσμα αποτελεί το πρώτο σε πωλήσεις ηλεκτρονικό κατάστημα στην κατηγορία λιανικής για outdoor activities, από τον Φεβρουάριο του 2014 παρουσιάζει ανοδική τάση τόσο σε επίπεδο επισκεψιμότητας όσο και πωλήσεων, ενώ καταγράφει σταδιακή αύξηση του conversion rate λόγω των συνεχών εμπλουτισμών του eshop σε επίπεδο content marketing, αλλά και συνεχούς A/B Testing στο σχεδιαστικό κομμάτι.

Generation-Y / www.medisyn.eu

Η Medisyn (Παραγωγικός & Πιστωτικός Συνεταιρισμός Εργαστηριακών Ιατρών ΣΥΝ. ΠΕ. Α.Ε.) αποτελεί έναν συνεταιρισμό εργαστηριακών γιατρών που στόχο έχει τη παροχή συνεχώς καλύτερων και πληρέστερων υπηρεσιών στον χώρο της υγείας στην Ελλάδα. Καλύπτει ένα πλήθος εργαστηριακών (микροβιολογικών) εξετάσεων, όπως μεταφορά δειγμάτων και εκτέλεση διαγνωστικών εξετάσεων για λογαριασμό των μελών του, διάθεση και εμπορία αναλωσίμων ιατρικών υλικών κ.α. Η ανάγκη που είχε η Medisyn ήταν να βελτιώσει το επίπεδο και την ποιότητα υπηρεσιών στο τομέα της ενημέρωσης των αποτελεσμάτων των διαγνωστικών εξετάσεων που παρέχει στο δίκτυο ιατρών – συνεργατών της, καθώς και της ταχύτητας απόκρισης, μέσα από την ψηφιοποίηση των υπηρεσιών και των ενημερώσεών της. Η Generation Y ανέλαβε τη μελέτη, σχεδίαση και υλοποίηση της B2B εφαρμογής, μέσω της οποίας ιατροί – μέλη της Medisyn μπορούν να μουν σε προσωπικό τους περιβάλλον διαχείρισης και από εκεί να βλέπουν σε πραγματικό χρόνο τα αποτελέσματα των εξετάσεων των ασθενών τους. Επίσης, από την ίδια εφαρμογή μπορούν να εισάγουν νέες παραγγελίες για εκτέλεση διαγνωστικών εξετάσεων και να εκτυπώσουν τη μοναδική ταυτότητα δείγματος για τη σωστή και διασφαλισμένη αποστολή του δείγματος. Ως αποτέλεσμα επετεύχθη 80% διείσδυση στα μέλη στο α' εξάμηνο που βγήκε online η εφαρμογή, έχοντας φτάσει αυτήν τη στιγμή στο 93%.



Reprise Media / www.kostopoulos.com

Η εταιρεία Kostopoulos (Υιοί Π. Κωστόπουλος ΑΕΒΕ) δραστηριοποιείται στην εισαγωγή και διανομή ειδών επαγγελματικής και οικιακής χρήσης. Το 2014 συνεργάστηκε με την Reprise Media, προκειμένου να στήσει μια πλατφόρμα e-shop, με βάση την οποία θα μπορούσε να στοχεύσει όλους τους επαγγελματίες του χώρου σε όλη την Ελλάδα, αλλά και με σκοπό να επεκταθεί σταδιακά και στο εξωτερικό: <http://b2b.kostopoulos.com/>. Το B2B e-shop λανσαρίστηκε τον Απρίλιο του 2014, με ένα πιο user-friendly, εύχρηστο και αποτελεσματικό environment. Μεταξύ άλλων,

το e-shop διαθέτει και την, καινοτομική και μοναδική για τα ελληνικά δεδομένα, λειτουργία του «Quick order», όπου ο επαγγελματίας μπορεί να εισάγει απευθείας τους κωδικούς των προϊόντων που τον ενδιαφέρουν και να προσθέσει άμεσα το σύνολό τους στο καλάθι του. Επιπλέον, προσφέρει τη δυνατότητα άμεσου υπολογισμού της συνολικής τιμής από το σημείο της list page. Καθοριστικό στοιχείο στο B2B e-shop της Κωστόπουλος είναι η προσωποποιημένη εμφάνιση της πληροφορίας σε επίπεδο προϊόντων, τιμών, πολιτικής πληρωμών και αποστολής για κάθε επαγγελματία, καθώς με τη σύνδεσή του μέσω εταιρικού λογαριασμού, εμφανίζονται οι τιμές με βάση τη συμφωνία με την εταιρεία, οι εκπτώσεις που παρέχονται, οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής και οι διαθέσιμες δυνατότητες αποστολής.



Έπαινοι «Dynamic New Comers»



Umobit AE / www.Botilia.gr

Το botilia.gr είναι μια ηλεκτρονική πλατφόρμα που αλλάζει τα δεδομένα στον χώρο του κρασιού, προσφέροντας στους καταναλωτές τα καλύτερα κρασιά μικρών παραγωγών από όλη την Ελλάδα. Μια ομάδα ειδικών, αποτελούμενη από έμπειρους γευσσιγνώστες, οινολόγους και sommeliers, ανακαλύπτει, επιλέγει και φιλτράρει τα καλύτερα και ποιοτικότερα κρασιά παραγωγών από όλη την Ελλάδα για να διατεθούν μέσω του botilia.gr. Τα επιλεγμένα κρασιά είναι δυσεύρετα και πολύ συχνά σπάνια και συλλεκτικά, και διατίθενται για περιορισμένο χρονικό διάστημα στην τιμή του οινοποιείου, δηλαδή με σημαντική έκπτωση.

Η παρουσίαση και πώληση κάθε κρασιού γίνεται μέσω από το www.botilia.gr που

λειτουργεί με μέλη, χωρίς κόστος εγγραφής ή συνδρομής. Η παράδοση των προϊόντων γίνεται σε όλη την Ελλάδα και τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάθε κρασί περιγράφεται αναλυτικά με εκπαιδευτικού χαρακτήρα πληροφόρηση και εκτενή παρουσίαση του παραγωγού του και των λόγων επιλογής του. Προτείνονται συνδυασμοί με φαγητό και παρατίθενται αναλυτικές σχετικές συνταγές από chefs και food bloggers. Παράλληλα, ένα εβδομαδιαίο, σύντομο και περιεκτικό newsletter ενημερώνει τα μέλη για τις νέες ανακαλύψεις. Σήμερα, τα μέλη του botilia.gr είναι περισσότερα από 4.000 με τον ρυθμό αύξησης να ξεπερνά το 100% ετησίως, ενώ περισσότερο από το 60% των πελατών έχει πραγματοποιήσει επαναληπτικές παραγγελίες.

WebStream / www.Prosklisi.gr

Το prosklisi.gr είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρείας WebStream, που προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικών προσκλήσεων για όλων των ειδών τις εκδηλώσεις. Η υπηρεσία με την σημερινή της μορφή εμφανίστηκε στην ελληνική αγορά τον Ιανουάριο του 2013 και είναι το μοναδικό ηλεκτρονικό κατάστημα στην Ελλάδα που προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικών προσκλήσεων. Το prosklisi.gr δημιουργήθηκε με σκοπό να επαναπροσδιορίσει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε τα σημαντικά προσωπικά ή επαγγελματικά γεγονότα στους καλεσμένους μας, ενσωματώνοντας τις τελευταίες τάσεις του design και της λειτουργικότητας στον χώρο των ηλεκτρονικών καταστημάτων παγκοσμίως. Η ηλεκτρονική πρόσκληση είναι ένα έγγραφο πλούσιο σε περιεχόμενο, στο οποίο ο διοργανωτής μιας εκδήλωσης έχει τη δυνατότητα να συμπεριλάβει κείμενα, μουσική, φωτογραφίες, χάρτες, και κάθε είδους πολυμέσα δημιουργώντας έτσι ένα διαδραστικό προσκλητήριο το οποίο ο παραλήπτης έχει στη διάθεσή του οποιαδήποτε στιγμή, από οποιαδήποτε συσκευή, ενώ του δίνεται η δυνατότητα να επικοινωνεί με ποικίλους τρόπους με τους διοργανωτές και όλα αυτά σε μια ιδιαίτερα οικονομική λύση. Στα χαρακτηριστικά των προσκλήσεων που προσφέρονται από το prosklisi.gr συμπεριλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η δυνατότητα επιλογής μουσικής, αλλά και δημιουργίας βιβλίου ευχών. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα δημιουργίας έντυπων προσκλητηρίων, όπου ο χρήστης μπορεί να επιλέξει την ποιότητα του χαρτιού, τις διαστάσεις και το πλήθος των εκτυπώσεων.



Νεούςσης Α. & Ερμάν Α. - Digilex / www.Snatch.gr

Το Snatch.gr είναι ένα νέο ηλεκτρονικό flash sales κατάστημα που πραγματοποιεί 3 προσφορές την ημέρα σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, όπως ηλεκτρονικά/gadgets, είδη σπιτιού, προσωπική φροντίδα. Οι χρήστες μπορούν να δουν και να αγοράσουν τα είδη μόνο μέσα σε 24 ώρες. Στόχος του Snatch.gr είναι να προσφέρει τα καλύτερα προϊόντα στις χαμηλότερες τιμές της αγοράς. Παράλληλα, πιστεύει στην άρτια Εξυπηρέτηση Πελατών. Οι διαφορές με ένα κλασικό e-shop είναι ότι στο Snatch.gr παρουσιάζονται μόνο 3 προϊόντα/μέρα. Επίσης, στο Snatch.gr δεν ισχύουν οι βασικές τεχνικές online marketing και προώθησης, αλλά χρησιμοποιούνται ως

κύρια κανάλια το email marketing και τα social media για την καθημερινή προώθηση των 24ωρών προσφορών. Δεν κρατά καθόλου στοκ εμπόρευμα, καθώς αφού κλείσει η ημερήσια προσφορά, οι ακριβείς ποσότητες παραγγέλλονται από τον προμηθευτή και παραλαμβάνονται στην αποθήκη του Snatch.gr για να αποσταλούν στους πελάτες μέσω εταιρείας courier.



2015 e-volution awards

Recognizing best practices in e-commerce

Συνδιοργάνωση

boussias communications



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
ΕΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Υπό την Αιγίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας

GRECA
Greek e-Commerce Association

Συγχαρητήρια σε όλες τις εταιρείες που βραβεύθηκαν στα e-volution awards 2015

ACS
Τα πάντα, παντού.

ACS
WebBusinessTools
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

GLOBE ONE
DIGITAL

airfasttickets

GRECOTEL
HOTELS & RESORTS

MediaMarkt

MACADAMIA
fashion

VACATIONS2GREECE

atnet:
communications

myshoe.

Public
Τηλεόραση | Τηλεφωνία | Επικοινωνία

ATCOM

insurancemarket[®]
Συμμετοχή - Ασφάλιση - Ασφάλεια

insurancepro

ALPHA BANK

vodafone

Tap'n Pay

hol
hellas online

i-bank
ABS GROUP

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

airtickets.gr[®]

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΡΙΣΣΕΩΣ

winbank

oroi.gr
by Savvada SA

sepe.gr
STARTUP - SUPPORT

EATA
Courier

Retail@Link

VERMANTIA
Interactive Gaming

travelplanet24[®]

Eurobank

FORESTVIEW
Engineering & Performance

INTERSPORT
SPORT TO THE PEOPLE

YOUgr
TO WEB SHOP TRY EARNER

GENERATION Y
INTERNATIONAL
INTERACTIVE AGENCY

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

Jumpout

MEDISYN
MEDICAL - MEDICAL - MEDICAL - MEDICAL

pharmacy.gr

mindworks[®]

OTE
Μαζί, είμαστε ένα.

cosmoONE
Social Marketing

e-FOOD.gr

ADMINE.
Creative Business Tool

HONDA

YOLENI'S
INTERNATIONAL FOOD & TASTE

sleed

COSMOS
www.cosmosport.gr

ebnb.gr
AD TINSALICYET

POMBO[®]
ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΕΙΞΕΩΝ

spitishop

agrointer

agropath

reprise media

HELLAS
DIRECT
RETIREMENT INSURANCE

KOSTOPOULOS
VIA Π. ΚΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ 4886

LOUIS
CRUISES

softone
more than software

Τιμή πιας

SUBOTO

Z.mall

GOLDENBRANDS

ηλεκτρονική

WIND
F2G

WIND

doctor
anytime

PharmaPLUS
Κοινωνική Υγεία

Protean
technologies

clickhouse
where cutting edge ideas live

socialab

VALUECOM
Creative Marketing Agency

KOOLFly.com

Βασιλόπουλος
...και του πουλιού το γάλα!

JK
GAMMA KAZAKIOL
artline

nannuka

συγκοινωνίες
αθηνών

xe
χρυσή ευκαιρία
Business travel and the internet

proshlisis.gr

digilex

Snatch
Προσέλκυση, ΜΚΟ για 24 ώρες

botilia.gr
www.botilia.gr

umobit

e-table.gr
e-table.com, e-table.gr

Delikaris
SPORT

www.e-volutionawards.gr

Χρυσός Χορηγός

ACS
Τα πάντα, παντού.

Χορηγοί

atnet:
communications

GLOBE ONE
DIGITAL

Υποστηρικτές

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ

ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

ATHENS CENTER FOR
ENTREPRENEURSHIP
AND INNOVATION

Με την Υποστήριξη

HEPIS

iab
hellas

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ

