

Συνδιοργάνωση

boussias | communications



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ELTRUN
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Υπό την Αιγίδα

GRECA
Greek e-Commerce Association



2016



Lighthouse e-volution awards

Recognizing best practices in e-commerce

www.e-volutionawards.gr



2016



Lighthouse e-volution awards

Recognizing best practices in e-commerce

Συγχαρητήρια σε όλες τις εταιρείες που βραβεύθηκαν!

- Public • ATCOM • Aegean Airlines • Aegeanair.com • Sapient Nitro • IKEA • Links of London • Wind
- letsferry.gr • UXlab (ATCOM Business Unit) • kotsovolos.gr • MyShoe.gr • Koolmetrix • COSMOTE
- Alpha Bank • ACS TAXYΔΡΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ • cosmoONE • e-satisfaction • ForestView • AIG
- Psychogios.gr • Honest Digital Agency • Zoulovits.com • Pennie • iProspect Greece • Allianz • KOOLFLY
- Media Markt • Quest Online SA • YOU.GR • Tripsta • AB Βασιλόπουλος • Τράπεζα Πειραιώς • Slead
- Cosmos Sport • Funkmartini • i-MBA • NEF-NEF • Sneaker10 • kouzinika.com • Spitishop • Generation Y
- Pharmacy2go • Alumil • Hellenic Duty Free Shop • Globe One Digital • Coffee Island • To Stoiximan
- Εθνική Τράπεζα • 24MEDIA • Airtickets • ARNOS Online Education • B. KAYKAS • LIGHTHOUSE • HSBC Bank
- iTrust Digital Strategy • Papaioannou Plastic Surgery • MONEY MARKET • Pharmacy295
- Protean Technologies • ΟΠΑΠ • Χρυσή Ευκαιρία • Valuecom • Eurobank • Digitad Pc • Inatural.gr
- Tokinito.gr • ContactPigeon • e-table.gr • FORUM • Goldenbrands.gr • monks • Proto • RDC Informatics
- Travelplanet24 • Webjar • Hellenic Seaways • Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών • ΣΑΒΒΙΔΗΣ • Oroloi.gr
- Kosmima.gr • Markakis.gr • Netmechanics • Mezoura Tailored Menswear • myThiki.gr
- nannuka.com • Stop.gr

Χρυσοί Χορηγοί



Τα πάντα, παντού.



Χορηγός





2016



Lighthouse
e-volution
awards

Recognizing best practices in **e-commerce**



«Φως» στις βέλτιστες πρακτικές e-commerce και e-business

Οι καλύτερες πρακτικές στο ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν «φωτίστηκαν» την Τετάρτη, 2 Δεκεμβρίου 2015, στα Lighthouse e-volution Awards 2016, με τη διοργάνωση να εμπλουτίζεται με νέα βραβεία και καινοτομίες.

Τα βραβεία διοργανώθηκαν για πέμπτη συνεχή χρονιά από την Boussias Communications και το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την αιγίδα του GRECA.

Μια καινοτομία των Lighthouse e-volution Awards 2016, αποτέλεσε η θεσμοθέτηση της διάκρισης «Distinction in eCommerce», για την ανάδειξη και επιβράβευση ηλεκτρονικών καταστημάτων που έχουν να επιδείξουν σημαντικές καινοτομίες, παρότι είναι μικρότερα ως προς τον όγκο συναλλαγών.

Η απονομή των βραβείων πραγματοποιήθηκε στις 2 Δεκεμβρίου, στην αίθουσα Banquet του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών, όπου παρευρέθηκαν περισσότερα από 500 υψηλόβαθμα στελέχη της αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου. Την τελετή παρουσίασε με το μοναδικό του ύφος και χιούμορ, ο Παναγιώτης Χατζηδάκης.

Διάκριση «Καλύτερο ελληνικό e-shop»

Μια από τις σημαντικότερες καινοτομίες των Lighthouse e-volution Awards 2016, που θεσμοθετήθηκε για πρώτη φορά φέτος, σε

συνεργασία με τον GRECA, ήταν η διάκριση για το καλύτερο ελληνικό e-shop, η οποία απονεμήθηκε στο Public.gr.

Η συγκεκριμένη διάκριση στέλνει το βραβευθέν ελληνικό e-shop να εκπροσωπήσει την Ελλάδα στα European E-Commerce Awards στη Βαρκελώνη, στο πλαίσιο του παγκόσμιου συνεδρίου ηλεκτρονικού εμπορίου.





Κριτική Επιτροπή

Την αξιολόγηση των βραβείων ανέλαβε κριτική επιτροπή απαρτιζόμενη από εμπειρογνώμονες του χώρου, καθηγητές Πανεπιστημίων και εκπροσώπους σχετικών φορέων. Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των βραβείων ήταν ο **Γεώργιος Δουκίδης**, Διευθυντής του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν & Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN), και μέλη οι: **Φώτης Αντωνόπουλος**, Αντιπρόεδρος, GRECA

(Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου), **Μιχάλης Μωραϊτής**, μέλος της Διοικούσας Επιτροπής του Ελληνικού Ινστιτούτου Πληροφορικής & Επικοινωνιών της ΕΕΔΕ ΕΙΠ/ΕΕΔΕ, **Πάννης Σύρρος**, Γενικός Διευθυντής, ΣΕΠΕ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας), **Γεωργία Κουρνιώτη**, Διευθύντρια Marketing, Τηλεμαρκετινγκ Α.Ε. & Συνεργάτης, ΕΠΑΜ (Ελληνική Ένωση Πωλήσεων από Απόσταση και Ηλεκτρονικού Εμπορίου), **Μάκης Βρεχόπουλος**, Καθηγητής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ), **Παναγιώτης Κουρουθανάσης**, Επίκουρος Καθηγητής στο Τμήμα Πληροφορικής, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, **Γιώργος Λεκάκος**, Επίκουρος Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Νικόλαος Α. Μυλωνόπουλος**, Αναπληρωτής Καθηγητής Πληροφοριακών Συστημάτων, ALBA Graduate Business School at The American College of Greece, και **Δρ. Κατερίνα Φραϊδάκη**, e-Commerce Coordinator, ELTRUN, Ταμίας ΔΣ, GRECA. Για πρώτη φορά φέτος συστάθηκε και επιτροπή Experts, με ειδήμονες της αγοράς, στελέχη από e-commerce sites και agencies, και συγκεκριμένα με τους **Πάννη Γεωργιάδη**, Marketing Experience Coordinator / Συντονιστή Ομάδας Μάρκετινγκ, Yoleni's, **Στέλιο Ηλιάκη**, General Manager, Slead, **Δημήτρη Θεοφάνου**, Εμπορικό Διευθυντή, you.gr & Πρόεδρο GRECA, **Κατερίνα Καραγιάννη**, Business Unit Director, Uxlab, **Κορίνα Παλαμίδα**, Head of e-Commerce, Media – Saturn, Γ.Γ. GRECA, **Κωνσταντίνο Παπαδόπουλο**, New Business Development, Lighthouse, **Τάσο Σπανίδη**, Chief Executive Office, Generation Y, International Interactive Agency, και **Δημήτρη Τραυλό**, eCommerce & CRM Manager, Intersport.

Απονεμτές Βραβείων

Τα βραβεία απένειμαν στους νικητές κατά τη τελετή, οι **Γεώργιος Δουκίδης**, Πρόεδρος κριτικής επιτροπής των βραβείων, Διευθυντής του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν & Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN), Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος**, New Business Development του χορηγού τίτλου Lighthouse, **Γιώργος Λεκάκος**, Επίκουρος Καθηγητής Ψηφιακού Περιεχομένου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, **Δημήτρης Παπουτσή**, CEO του χρυσού χορηγού Globe One Digital, **Κατερίνα Φραϊδάκη**, Project Manager του ELTRUN, **Άννα Κορωνέλλου**, Marketing & Business Development Manager του χρυσού χορηγού Atcom, **Ιωάννης Κουρνιώτης**, Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης και Αντιπρόεδρος της Πανευρωπαϊκής Ένωσης για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, EMOTA, **Πάννης Σύρρος**, Γενικός Διευθυντής του ΣΕΠΕ, Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου DigitalEurope, Αντιπρόεδρος της WITSA για την Ευρώπη, **Έφη Πρεσβεία**, μέλος Δ.Ε. ΕΙΠ της ΕΕΔΕ, **Νίκος Φαλδαμής**, Πρόεδρος του ΗΕΠΙΣ, **Έλια Χάραρη**, Marketing Manager του χρυσού χορηγού ACS Courier, και **Δημήτρης Θεοφάνους**, Πρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA).



Γεώργιος Δουκίδης, Πρόεδρος κριτικής επιτροπής «Αυξητική τάση και ωριμότητα»

«Στην πανελλήνια έρευνα του ηλεκτρονικού εμπορίου του Εργαστηρίου ELTRUN, το βασικό συμπέρασμα είναι οι αυξητικές τάσεις και ωριμότητα για την αγορά το 2015. Αυτή ακριβώς η αυξητική τάση και ωριμότητα είναι εμφανής και στα e-volution Awards 2016, αφού είδαμε:

- Ρεκόρ σε συμμετοχές που ξεπέρασαν τις 260.
- Οργανωμένες στρατηγικές και βέλτιστες οργανωσιακές πρακτικές από τα μεγάλα ηλεκτρονικά καταστήματα που καλύπτουν όλες τις φάσεις επιχειρηματικής δραστηριότητας από την επικοινωνία έως την εξυπηρέτηση/υποστήριξη.
- Ουσιαστική αξιοποίηση του mobile business και των social media για πρόσβαση και engagement των καταναλωτών, και μάλιστα με πρακτικές πλέον προσωποποίησης και εξατομίκευσης.
- Υψηλού επιπέδου υπηρεσίες υποστήριξης του κλάδου σε θέματα τεχνολογικά, μάρκετινγκ, πληρωμών, μεταφορών κ.λπ.
- Μεσαίου μεγέθους ηλεκτρονικά καταστήματα, που πλέον οργανώνονται πολύ επαγγελματικά και -με την ευελιξία που τους διακρίνει- κινούνται δυναμικά και παίρνουν σοβαρά μερίδια της αγοράς στους κλάδους που δραστηριοποιούνται».



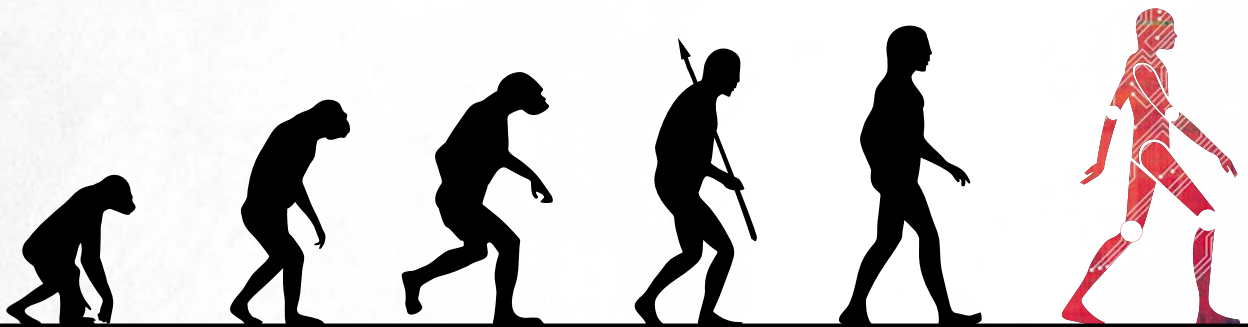
Δημήτρης Θεοφάνους, Πρόεδρος GRECA

«Δεν έχουμε τίποτα να ζηλέψουμε από τα διεθνή e-shops»

«Το ΔΣ του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα ήθελε να συγχαρεί το Public.gr για τη διάκρισή του ως το καλύτερο ελληνικό e-shop. Τα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν, ούτε σε επίπεδο στελεχών, ούτε σε επίπεδο τεχνολογίας, από τα διεθνή ηλεκτρονικά καταστήματα. Φέτος, στον θεσμό των European E-Commerce Awards στη Βαρκελώνη, ευελπιστούμε ότι ένα ελληνικό e-shop θα καταφέρει να ανέβει στο βάθρο του νικητή και ως Σύνδεσμος θα είμαστε εκεί για να στηρίξουμε την προσπάθεια».

Τα βραβεία τελούν υπό την αιγίδα του GRECA, Χορηγός Τίτλου ήταν η Lighthouse, Χρυσόι Χορηγοί η ACS, η Atcom και η Globe One Digital, Χορηγός η White Space, ενώ Χορηγός Επικοινωνίας το ecommercenews.gr. Τα βραβεία έχουν την υποστήριξη των κλαδικών φορέων HePIS, IAB Hellas, ΕΙΠ-ΕΕΔΕ, ΕΠΑΜ, ΣΕΚΕΕ, και ΣΕΠΕ.

A NEW SPECIES
— IN THE —
EVOLUTION
P R O C E S S



13 E-VOLUTION AWARDS

THIS IS
ATCOM

Κατηγορία	Εταιρεία	Έργο	Βραβείο
1. Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Ηλεκτρονικού Επιχειρείν			
Εφαρμογή B-B Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	cosmoONE	Χρήση της εφαρμογής compareONE από Δημόσια Νοσοκομεία	Gold
	Generation Y	Πλατφόρμα B2B της Alumil S.A. για όλα τα Βαλκάνια	Bronze
Εφαρμογή B-C Ηλεκτρονικού Εμπορίου	Aegean Airlines – Atcom	aegeanair.com	Silver
	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.	MyShoe.gr	Silver
Εφαρμογή G-C Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών Δημοσίου	Τράπεζα Eurobank Ergasias	«Eurobank app» – Έκδοση και πληρωμή e-Παράβολο από κινητό ή tablet	Bronze
Υπηρεσίες Κοινωνικής Προσφοράς	ARNOS Online Education	Αθηνά Οικουμενικό e-Σχολείο	Silver
2. Νέες Υπηρεσίες - Επιχειρηματικά Μοντέλα			
Affiliate Site	24Media Group	Αθλητικό ηλεκτρονικό marketplace	Silver
Ηλεκτρονική Αγορά (e-Marketplace) B-B	Sleed - Funkmartini	Funkmartini.gr - μηχανή αναζήτησης υπηρεσιών ομορφιάς	Bronze
3. Mobile Business			
Κινητό Ηλεκτρονικό Εμπόριο	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.	MyShoe.gr	Gold
	Atcom	Wind - My Wind - wind.gr	Bronze
Εφαρμογές Κινητού (Apps)	Airtickets®	Airtickets® App redesign	Silver
	Χρυσή Ευκαιρία	Οι εφαρμογές της Χρυσής Ευκαιρίας σε όλες τις πλατφόρμες κινητών!	Silver
	ΟΠΑΠ	OPAPP	Silver
	e-table.gr	e-table.gr Online Κρατήσεις Εστιατορίων	Bronze
	Wind Ελλάς	myF2G APP	Bronze
4. Καινοτόμες Εφαρμογές & Έρευνα			
Τεχνολογική Καινοτομία	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.	MyShoe.gr	Gold
	Εθνική Τράπεζα	NBG's Adaptive Business Information Security Architecture	Silver
	Cosmote	Unique ID (Κοινή Ταυτότητα Πρόσβασης)	Bronze
Ολοκλήρωση Εφαρμογών Ηλεκτρονικού Εμπορίου με άλλα Πληροφοριακά Συστήματα	AB Βασιλόπουλος		Gold
	B. Καυκάς Α.Ε. - Lighthouse	e-shop Καυκάς	Silver
	Aegean Airlines – Atcom	aegeanair.com	Bronze
Collaborative e-Commerce (Συνεργασικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο)	Inatural.gr by Digitad Pc	Inatural.gr: Online φαρμακείο	Bronze
	FORUM AE - Ελληνική Εταιρία Διαδικτύου	Food Expo Greece 2015- B2B Matchmaking Platform	Bronze
Έρευνα & Ανάπτυξη (R&D) στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν	RDC Informatics	Digital School v.15 / e-business ecosystem for education market	Bronze
Καινοτομία Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	Cosmote	My Offers Session@cosmote.gr	Bronze
5. Κανάλια & Πελατοκεντρικότητα			
Εμπειρία Πελατών (Customer Experience)	Public	Public.gr	Gold
	N.I. Μίνωγλου Α.Ε.	MyShoe.gr	Silver
	Money Market A.E	Για το insurancemarket.gr	Silver
	Cosmote	Proactive Chat & Basket Call Back@cosmote.gr	Bronze
	Τράπεζα Πειραιώς	yellowday	Bronze
Συνδυασμός Ψηφιακού & Φυσικού Καναλιού (Multi - Channel Commerce)	Public	Public.gr	Gold
	Εθνική Τράπεζα	i-bank Simple Pay Spot	Silver
	ΟΠΑΠ	OPAPP	Silver
	Media Markt	Mediamarkt.gr	Bronze
	Cosmote	Proactive Chat & Basket Call Back@cosmote.gr	Bronze
Πανκαναλικό Εμπόριο (Omnichannel Commerce)	Media Markt	Mediamarkt.gr	Silver
	Public	Public.gr	Bronze
Προσωποποιημένες Υπηρεσίες	Eurobank	Επιστροφή APP	Silver
	Aegean Airlines – Atcom	aegeanair.com	Bronze
	Cosmote	My Offers Session@cosmote.gr	Bronze
6. Αισθητική & Σχεδίαση			
Usability	Τράπεζα Πειραιώς	quick login for winbank mobile banking App	Gold
	Alpha Bank	To νέο Alpha e-Banking για Ιδιώτες της Alpha Bank	Gold
	UXlab (Atcom Business Unit)	Usability, UX & Conversion Rate Optimization για το kotsovolos.gr	Silver
	Quest Online SA-You.gr	Following your breadcrumbs	Bronze
Design - Aesthetics	Aegean Airlines – Atcom/ Sapient Nitro	aegeanair.com	Gold
	Alpha Bank	To νέο Alpha e-Banking για Ιδιώτες	Silver
	Zoulouits by Humble Digital Agency	zoulouits.com	Bronze
7. Ψηφιακή Επικοινωνία & Μάρκετινγκ			
Στρατηγική Social Media	Pennie, Humble Digital Agency	Pennie by Humble Digital Agency	Gold
	Public	Public	Gold
	Sleed - Sneaker 10	Sneaker 10: Rise through Social Media	Silver
	Globe One Digital	Coffee Island	Silver
	monks	Proto - Social Media Strategy	Bronze
	Travelplanet24	Travelplanet24	Bronze
	Valuecom	Eurobank - National Basketball Team	Bronze
Αξιοποίηση Νέων Εργαλείων & Μεθόδων Έρευνας Μάρκετινγκ	e-satisfaction	Βελτίωση της αγοραστικής εμπειρίας	Gold
	Pennie, Humble Digital Agency	Pennie by Humble Digital Agency	Silver
	AB Βασιλόπουλος	Tracking & Analyzing Customer Experience from A to Z!	Bronze
Καινοτόμο Διαδραστικό Ψηφιακό Μάρκετινγκ	ForestView	Chameleon Adaptive Advertising	Gold
CPC Campaign	ForestView	Psichogios.gr	Gold
	iProspect Greece	Allianz Direct PPC Campaign	Gold

to kinito.gr

ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ



awarded
for

Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Προϊόν

“Δημιουργώντας σήμερα τα καταστήματα του αύριο”

www.tokinito.gr

Κατα

BR

Pro

To Fast
προϊόν
τη δυνα
που αν
διατίθε
επισκέ
σε παρ
Λοιποί
να αφο
θα οδη
πιθανό
μεγαλύ

λειτουργ
Cloud π
από τη
έχει ειδ
περιλα
πλήρως
δοκιμά

	Koolmetrix	MyShoe.gr PPC Campaign	Gold
	Globe One Digital	To Stoiximan	Silver
	Sleed - Cosmos Sport	CosmosSport.gr	Silver
	Airtickets®	Airtickets®	Bronze
E-mail Marketing Καμπάνια	Cosmote	My Offers Session@cosmote.gr	Gold
	Generation Y	Pharmacy2go E-Mail Marketing	Silver
Big Data & Μάρκετινγκ Analytics	Χρυσή Ευκαιρία		Silver
Search Engine Optimization (SEO) - Search Engine Marketing (SEM)	iTrust Digital Strategy	Papaioannou Plastic Surgery	Silver
	Generation Y	Hellenic Duty Free Shop SEO	Bronze
8. Redesign - Relaunch			
Redesign - Relaunch	Aegean Airlines - Atcom/ Sapient Nitro	aegeanair.com	Gold
	Wind Ελλάς - Atcom	Wind.gr	Silver
	ForestView	AIG direct insurance platform	Silver
	Webjar - Hellenic Seaways	Hellenic Seaways	Bronze
	Quest Online SA-You.gr	You.gr: Same name-New Journey	Bronze
9. Στρατηγική & Διεθνοποίηση			
Ψηφιακή Στρατηγική (e-Strategy)	Quest Online SA-You.gr	Κωδικός «ΕΥΓΕ»: Ολοκληρωμένη Ψηφιακή Στρατηγική με Κέντρο των Πελάτη	Gold
	Sleed - i-MBA	MBA International - How to Acquire High Value Students through Digital Marketing	Silver
	Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών	ATH Messenger από τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών	Bronze
	Atcom	www.letsferry.gr	Bronze
Διεθνοποιημένη e-Επιχείρηση	Koofly	The Global Greek e-shop	Gold
	Tripsta	International e-business - Tripsta	Gold
Συνεργασική Στρατηγική	Sleed - Nef-Nef	Nef-Nef: B2B Joint Digital Marketing	Bronze
10. Internet of Things			
Καινοτόμες Εφαρμογές για Καταναλωτές	Τράπεζα Πειραιώς	winbank mycard App	Silver
11. Υπηρεσίες & Υποδομές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν			
Υπηρεσίες Μεταφορών & Διανομής (Courier)	ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες Α.Ε.Ε.	Υπηρεσία Αυτόματης Απόδοσης Αντικαταβολών της ACS	Gold
E-Commerce Platforms - Development	Protean Technologies	Πλατφόρμα eShopkey	Silver
	Atcom	Netvolution™ WCM 5.0	Silver
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες (e-Services)	Cosmote	Online Payment@cosmote.gr	Bronze
	ContactPigeon	ContactPigeon, The (re)Marketing Cloud	Bronze
12. Υπηρεσίες E-Banking			
Καινοτόμες Υπηρεσίες	Alpha Bank	Νέο Alpha Web Banking για Ιδιώτες	Gold
	HSBC Bank PLC	Υπηρεσίες HSBC Global View & Global Transfers	Silver
	Τράπεζα Πειραιώς	winbank Λεφτά στο Λεπτό App	Bronze
Mobile Banking	Alpha Bank	Νέο Alpha Mobile Banking app για Ιδιώτες	Gold
	Εθνική Τράπεζα	i-bank Mobile Banking από την Εθνική Τράπεζα	Silver
	Τράπεζα Πειραιώς	winbank mobile banking App	Silver
	Τράπεζα Eurobank Ergasias	Eurobank e-Banking- m-Banking	Bronze
Πρωτοβουλίες Security	Εθνική Τράπεζα		Silver
	HSBC Bank PLC		Bronze
13. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Υπηρεσίες			
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Υπηρεσίες	Aegean Airlines - Atcom	aegeanair.com	Gold
	Goldenbrands.gr	Goldenbrands.gr	Bronze
	Allianz Direct	Allianz Direct: «Direct Όταν Την Αποκτάς, Allianz Όταν Τη Χρειάζεσαι»	Bronze
14. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Προϊόντα			
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Προϊόντα	mediamarkt.gr	mediamarkt.gr	Gold
	Atcom	Links of London - LinksofLondon.com	Silver
	Atcom	IKEA - ikea.gr	Silver
	Public	Public.gr	Silver
	Sleed - Spitishop	spitishop.gr - To no 1 eshop λευκών ειδών	Bronze
	Oroloi.gr - Σαββίδης Α.Ε.	Oroloi.gr	Bronze
	Tokineto.gr by Digitad Pc	Tokineto.gr	Bronze
15. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Καταναλωτικά Προϊόντα			
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Καταναλωτικά Προϊόντα	N.I. Μινόγλου Α.Ε.	MyShoe.gr	Gold
	Pharmacy295	To ηλεκτρονικό φαρμακείο Pharmacy295	Silver
	Koofly	Fashion e-shop	Bronze
	Σαββίδης Α.Ε. - Kosmima.gr	Kosmima.gr	Bronze
	Sleed - Cosmos Sport	CosmosSport.gr	Bronze
Distinction in e-Commerce			
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Υπηρεσίες	ARNOS Online Education	eshop της Online Εκπαίδευσης - arnos.gr	Distinction in e-Commerce
	e-table.gr	e-table.gr Online Κρατήσεις Εστιατορίων	Distinction in e-Commerce
	nannuka	nannuka.com	Distinction in e-Commerce
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Καταναλωτικά Προϊόντα	Markakis.gr by Netmechanics	To νέο Eshop Οπτικών Ειδών από τα καταστήματα Μαρκάκης	Distinction in e-Commerce
Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Προϊόντα	myThiki.gr - Χρήστος Σαχπάζης	myThiki.gr	Distinction in e-Commerce
	Stop AEBE	stay safe με το stop.gr	Distinction in e-Commerce
	Kouzinika.com Sleed	Kouzinika.com	Distinction in e-Commerce
	Mezoura Tailored Menswear	tailored ανδρικά πουκάμισα mezoura.com	Distinction in e-Commerce



Ευότητα 1. Εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β-Β ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

GOLD

cosmoONE

Χρήση της εφαρμογής compareONE από Δημόσια Νοσοκομεία

Οι Διευθύνσεις Προμηθειών στα Δημόσια Νοσοκομεία καλούνται να αντιμετωπίσουν τη συρρίκνωση των παρεχόμενων κονδυλίων, χωρίς να έχουν δυνατότητα διεκδίκησης επιπλέον πόρων, ενώ ο ρυθμός διείσδυσης των ΤΠ&Ε εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλός, δημιουργώντας προβλήματα στην αναζήτηση και επικοινωνία με προμηθευτές. Η εφαρμογή compareONE «Έρευνα Αγοράς, Συλλογής και Διαχείρισης Προσφορών», σαν ένα cloud εργαλείο ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, παρέχει στα νοσοκομεία πλήρη υποστήριξη στις διαδικασίες σύνταξης και αποστολής αιτημάτων, αναζήτησης και πρόσκλησης προμηθευτών, καθώς και λήψης, αξιολόγησης και αρχειοθέτησης των απαντήσεών τους, με ηλεκτρονικό τρόπο και με τα απαραίτητα στοιχεία ασφάλειας και διαφάνειας. Αντικαθιστά έτσι το παρωχημένο σύστημα λήψης προσφορών μέσω fax και e-mail με ένα σύγχρονο σύστημα στο οποίο έχουν κοινή πρόσβαση, τόσο οι αγοραστές, όσο και οι προμηθευτές τους. Μέσω του συστήματος, για τα νοσοκομεία διακινούνται μηνιαίως περίπου 1.000 αιτήματα για διάφορα αγαθά και υπηρεσίες, τα οποία είναι ταξινομημένα με τη βοήθεια στελεχών αντίστοιχων τμημάτων. Σήμερα, δέκα Δημόσια Νοσοκομεία κάνουν επιχειρησιακή χρήση της εφαρμογής compareONE, ενώ παράλληλα πλήθος άλλων νοσοκομείων προχωρά σε δοκιμαστική εφαρμογή της υπηρεσίας.



BRONZE

Generation Y

Πλατφόρμα B2B της Alumil S.A. για όλα τα Βαλκάνια

Η πρόκληση για την Alumil SA ήταν να κατασκευάσει μια πλατφόρμα για online πωλήσεις B2B, η οποία να είναι εξαιρετικά εύχρηστη, καθώς το κοινό που θα τη χρησιμοποιήσει δεν έχει ως κύριο αντικείμενο δραστηριοποίησης το internet. Η πλατφόρμα θα έπρεπε να καλύπτει τις ανάγκες όλου του διεθνούς δικτύου συνεργατών της Alumil SA, που εκτείνεται σε όλα τα Βαλκάνια και σε ευρωπαϊκές χώρες. Η custom πλατφόρμα B2B My Alumil που σχεδίασε και ανέπτυξε η Generation Y – International Interactive Agency,

δίνει τη δυνατότητα σε εταιρείες και ιδιώτες στον κατασκευαστικό κλάδο στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, που ανήκουν στο δίκτυο συνεργατών της Alumil SA να κάνουν B2B παραγγελίες προφίλ και εξαρτημάτων αλουμινίου online. Στο πλαίσιο ευχρηστίας της εφαρμογής, η πλατφόρμα είναι σχεδιασμένη με full responsive design, σύμφωνα με τις πιο σύγχρονες προδιαγραφές User Interface / User Experience με αποτέλεσμα οι online παραγγελίες να πραγματοποιούνται άμεσα και εύκολα, ακόμα και από συσκευή κινητού smartphone (iOS, Android, Windows Mobile κ.τ.λ.).

Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ Β-Β ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

SILVER

Aegean Airlines – Atcom

aegeanair.com

Το aegeanair.com, το μεγαλύτερο e-commerce site στην Ελλάδα, ξανασυστήθηκε στο κοινό με ανανεωμένη σχεδιαστική προσέγγιση και περισσότερες online υπηρεσίες. Το αναβαθμισμένο aegeanair.com αποτελεί ένα εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και πλήρως responsive website, ένα από τα ελάχιστα αεροπορικής εταιρείας παγκοσμίως, καθώς και το μοναδικό αεροπορικής εταιρείας στην Ευρώπη. Παράλληλα, το νέο υπερ-σύστημα της Aegean περιλαμβάνει την ανάπτυξη τριών sites, όλα κάτω από την ομπρέλα του aegeanair.com: το corporate site της εταιρείας, το site του προγράμματος loyalty Miles+Bonus, καθώς και το e-commerce site. Το ανανεωμένο περιεχόμενο της ιστοσελίδας περιλαμβάνει πληροφορίες και φωτογραφίες για κάθε προορισμό της Aegean, ο νέος διαδραστικός χάρτης δρομολογίων αναδεικνύει το διευρυμένο της δίκτυο, ενώ η νέα υπηρεσία My Aegean δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν τον προσωπικό τους λογαριασμό. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία μπορεί να γνωρίζει τη συμπεριφορά των χρηστών ώστε να τους προσεγγίζει προσωποποιημένα, να επεκτείνει τη βάση εγγεγραμμένων μελών στο loyalty πρόγραμμά της, να μειώσει το abandonment rate στη διαδικασία κράτησης και να αποσυμφωρήσει τα offline σημεία εξυπηρέτησης της Aegean.



SILVER

N.I. Μίνογλου Α.Ε.

MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο eshop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα eshops μόδας. Ο προϊόντικός κατάλογός του περιλαμβάνει περισσότερα από 380 δημοφιλή επώνυμα brands, με στόχο να ξεπεράσει τα 420 μέσα στο 2016, και περισσότερους από 12.500 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, οι οποίες ξεπερνούν τα 7.500 τ.μ. Παρουσιάζοντας μια διαρκή δυναμική αύξηση, έχει φτάσει να έχει μια ημερήσια επισκεψιμότητα που ξεπερνάει τους 50.000 επισκέπτες, ενώ μέσα στο 2015, μέχρι τα μέσα Οκτώβρη, δέχτηκε περισσότερες από 200.000 παραγγελίες, αύξηση μεγαλύτερη του 15% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο την προηγούμενη χρονιά, παρά τις δύσκολες οικονομικές συγκυρίες.



**Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΗ G-C ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΥ**

BRONZE

Τράπεζα Eurobank Ergasias
**«Eurobank app» - Έκδοση και πλήρωμή
e-Παράβολο από κινητό ή tablet**

Η κατάργηση του φυσικού παραβόλου και η δημιουργία του e-Παραβόλου αποτελεί μία από τις σημαντικότερες δράσεις ηλεκτρονικής διακυβέρνησης της Eurobank, σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων. Το e-Παράβολο δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες της Τράπεζας να εκδίδουν και να εξοφλούν ηλεκτρονικά παράβολα από τον υπολογιστή, το κινητό ή το tablet τους, μέσω του «Eurobank app» και έτσι να ολοκληρώνουν αυτόματα και χωρίς καθυστερήσεις τη διαδικασία κατά την επίσκεψή τους στον εκάστοτε φορέα του Δημοσίου. Μεταξύ άλλων, οι χρήστες της υπηρεσίας e-Παράβολο του Eurobank app έχουν τη δυνατότητα να εκδίδουν σε πραγματικό χρόνο ηλεκτρονικά παράβολα για όλους του φορείς που υπάγονται στη ΓΓΠΣ, σε συνεχή σύνδεση με το Taxisnet, να πληρώνουν ηλεκτρονικά παράβολα τα οποία έχουν εκδώσει, να αναζητούν παράβολα τα οποία έχουν εκδώσει και να βλέπουν το status τους, καθώς και να ενημερώνονται μέσω SMS και email με τα στοιχεία του e-Παραβόλου το οποίο εξέδωσαν ηλεκτρονικά. Η υπηρεσία e-Παράβολο έχει υλοποιηθεί online – real time και το 2015, πάνω από 1 OK πελάτες έχουν εκδώσει περίπου 60K ηλεκτρονικά παράβολα αξίας άνω των 2 εκατ. ευρώ από τον υπολογιστή ή το κινητό τους.

Κατηγορία: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

SILVER

Arnos Online Education

Αθηνά Οικουμενικό e-Σχολείο

Το Κέντρο Online Εκπαίδευσης Arnos από το 1985 δραστηριοποιείται στην Ανώτατη Εκπαίδευση με τη στήριξη φοιτητών και την έκδοση πανεπιστημιακών βοηθημάτων για ΑΕΙ-ΤΕΙ-ΕΜΠ. Με συνεχή παρουσία σε παγκόσμια εκπαιδευτικά συνέδρια και εκθέσεις, εδραίωσε την κοινότητα των νέων τεχνολογιών για την εισαγωγή τους στην ελληνική εκπαίδευση, έχοντας ως πρωταρχική μέριμνα την ένταξη της online εκπαίδευσης στη μαθησιακή διαδικασία. Έχοντας ως πρότυπο για τις δωρεάν εκπαιδευτικές υπηρεσίες τον διαδικτυακό τόπο Khan Academy, το 2013 δημιουργήθηκε το πρώτο δωρεάν «Αθηνά Οικουμενικό e-Σχολείο», προσφέροντας πραγματική στήριξη σε εκατοντάδες χιλιάδες παιδιά στον ελλαδικό χώρο, και όχι μόνο. Το «Αθηνά Οικουμενικό e-Σχολείο» δημιουργήθηκε στην Αθήνα αποτελώντας πρωτοβουλία του Κέντρου Online Εκπαίδευσης Arnos, της Οικουμενικής Ομοσπονδίας Κωνσταντινουπολιτών και του Ερευνητικού Εργαστηρίου Μικροκυμάτων και Οπτικών Ινών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου και αποτελεί το πρώτο και μοναδικό δωρεάν διαδικτυακό Δημοτικό Σχολείο, έχοντας εντυπωσιακή αποδοχή η οποία αποτυπώνεται στα 6 εκατ. επισκέψεις της ιστοσελίδας www.arnos.gr όπου και φιλοξενείται, κατά τη διάρκεια της σχολικής περιόδου 2014-2015. Με ελεύθερη πρόσβαση σε περισσότερα από 10.000 βιντεομαθήματα όλων των τάξεων του Δημοτικού, κάθε μάθημα καλύπτεται πλήρως αξιοποιώντας ψηφιακές τεχνολογίες, ενώ οι δημιουργοί είναι εκπαιδευτικοί με διδακτική εμπειρία και γνώση του αντικείμενου.





Ευότητα 2. Νέες Υπηρεσίες - Επιχειρηματικά Μοντέλα

Κατηγορία: AFFILIATE SITE

SILVER

24Media Group

Αθλητικό ηλεκτρονικό marketplace

Το SportKit.gr είναι η πρώτη ηλεκτρονική αγορά (marketplace) που δημιούργησε η 24Media, το οποίο παρουσιάζει δομημένα τα καλύτερα αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες. Προσφέρει καινοτόμες υπηρεσίες συναλλαγών σε ένα λειτουργικό περιβάλλον, διευκολύνοντας παράλληλα τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων που επιθυμούν την προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, και των καταναλωτών οι οποίοι αναζητούν και ενδιαφέρονται να αγοράσουν αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ο επισκέπτης μπορεί να βρει περισσότερα από 95.000 διαφορετικά προϊόντα σχετικά με τον αθλητισμό (ένδυση, υπόδηση, όργανα γυμναστικής, ορθοπεδικά βοηθήματα, βιταμίνες, εισιτήρια, συνδρομές γυμναστηρίων κλπ), μέσα από μια λίστα φιλτραρισμένων επιλογών από περισσότερα από 100 ηλεκτρονικά καταστήματα. Παράλληλα, μια εκτενής αρθρογραφία και εμπλουτισμένο περιεχόμενο που ανανεώνεται καθημερινά προτείνει τα κατάλληλα προϊόντα γύρω από κάθε άθλημα ώστε να μεγιστοποιήσει την εμπειρία των επισκεπτών στο site, μέσα από κατάλληλα διαμορφωμένες υπηρεσίες.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ (E-MARKETPLACE) B-B

BRONZE

Sleed – Funkmartini

Funkmartini.gr – Μηχανή αναζήτησης υπηρεσιών ομορφιάς

Η Funkmartini είναι η πλατφόρμα που ενώνει τον επιχειρηματικό κόσμο της ομορφιάς με το καταναλωτικό κοινό της μέσω του διαδικτύου, εξυπηρετώντας τόσο τους επιχειρηματίες που αναζητούν μια πλατφόρμα για οργάνωση ραντεβού και αύξηση πωλήσεων, όσο και τους καταναλωτές που έχουν την ανάγκη να κλείσουν ραντεβού ομορφιάς οποιαδήποτε στιγμή, online. Τα οφέλη της Funkmartini για τις επιχειρήσεις συμπεριλαμβάνουν ενδεικτικά τη διεύρυνση του πελατολογίου τους, την παροχή ενός εξελιγμένου cloud based εργαλείου διαχείρισης των ραντεβού, αλλά και τη δυνατότητα οργάνωσης και δημοσιοποίησης των υπηρεσιών και των συνεργατών τους. Όσον αφορά τα πλεονεκτήματα για τον καταναλωτή, ο χρήστης μπορεί, μεταξύ άλλων, να αναζητήσει όλες τις υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας χρησιμοποιώντας διαφορετικά κριτήρια, να κλείσει ραντεβού δωρεάν, εύκολα και άμεσα, να κερδίσει πόντους για κάθε υπηρεσία και να αξιολογήσει δημόσια την εμπειρία του. Το μεγαλύτερο στόιχημα για την Funkmartini ήταν η εκπαίδευση των χρηστών στη φιλοσοφία του online booking και σε αυτό προσαρμόστηκε ο σχεδιασμός του front end της πλατφόρμας. Για την προσέλκυση επιχειρηματιών και καταναλωτών, επιστρατεύθηκε στρατηγική που βασίστηκε κυρίως στο αίσθημα της εμπιστοσύνης, χρησιμοποιώντας brand awareness ενέργειες, συνεργασίες και εργαλεία προώθησης, όπως email marketing.

Ευότητα 3. Mobile Business

Κατηγορία: ΚΙΝΗΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

GOLD

Ν.Ι. Μίνογλου Α.Ε.

MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο eshop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα eshops μόδας. Ακολουθώντας τις ανάγκες της αγοράς και τις εξελίξεις στην τεχνολογία, επένδυσε σημαντικά στη δημιουργία μιας mobile έκδοσης, για τους επισκέπτες που επισκέπτονται το eshop από το smartphone 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 ευχρηστιά στην πλοήγηση, καθώς είναι σχεδιασμένη με λογική finger-friendly, ενώ έχει πολύ γρήγορη ανταπόκριση, καθώς δεν είναι φορτωμένη με περιττές φωτογραφίες και γραφικά, χωρίς όμως να χάνει καμία από τις βασικές λειτουργίες του κεντρικού site του MyShoe. Πρόσφατα, το MyShoe.gr βραβεύτηκε ως το eshop με την καλύτερη εφαρμογή για Εμπόριο από Κινττά (Mobile Excellence Awards 2015).



BRONZE

Atcom

Wind – My Wind – wind.gr

Η ανάγκη για ανασχεδιασμό και ανακατασκευή του Wind site προέκυψε από την παρατήρηση της διαρκώς αυξανόμενης επισκεψιμότητας από κινητές συσκευές (tablet and mobile). Στόχος ήταν να αυξηθεί περαιτέρω αυτού του είδους η επισκεψιμότητα και η πραγματοποίηση συναλλαγών από κινητές συσκευές. Η λύση που δόθηκε ήταν αυτή του responsive design, και το wind.gr ήταν το πρώτο e-care platform/ e-shop εταιρείας τηλεπικοινωνιών που χρησιμοποίησε αυτόν τον σχεδιασμό. Το αποτέλεσμα είναι ένα site που προσαρμόζεται αυτόματα στο μέγεθος της συσκευής που ο χρήστης χρησιμοποιεί, μεγιστοποιώντας έτσι τη λειτουργικότητά του. Με αυτό τον τρόπο, η πληροφορία είναι εύκολα προσβάσιμη, καθώς η πλοήγηση και η αγορά έχουν προβλεφθεί να γίνονται με τις λιγότερες δυνατές κινήσεις, παρόλο που ο ωφέλιμος χώρος μειώνεται στις μικρότερες οθόνες. Το responsive design του site ενίσχυσε την ευελιξία των χρηστών, βελτιώνοντας σε μεγάλο βαθμό την εμπειρία τους, καθώς η Wind παρέχει σε κάθε συσκευή όλο το εύρος των υπηρεσιών της. Το κοινό υποδέχτηκε την αλλαγή με ενθουσιασμό: για την περίοδο Μάρτιος – Σεπτέμβριος 2015, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2014, οι εγγραφές από το mobile αυξήθηκαν κατά 22%, ενώ τα login από mobile παρουσίασαν αύξηση κατά 308%.



Κατηγορία: ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΟΥ (APPS)

SILVER

Airtickets®

Airtickets® App redesign

Εταιρεία που προσαρμόζεται στις συνθήκες της εποχής, η airtickets.gr ανανέωσε εξολοκλήρου τον σχεδιασμό της εφαρμογής της για iOS συσκευές και ετοιμάζει σύντομα την εφαρμογή για Android. Η εφαρμογή χαρακτηρίζεται από ταχύτητα, απλότητα και

χρηστικότητα και έχει ως στόχο όλες οι υπηρεσίες και τα προϊόντα να είναι διαθέσιμα κάθε στιγμή στον χρήστη, όπου και να βρίσκεται. Είναι διαθέσιμη δωρεάν στο AppStore, σε ελληνικά και αγγλικά. Παρέχοντας μια ξεκάθαρη και άμεση πλοήγηση, το application δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να διαλέξει ταχύτατα τα βασικά στοιχεία μιας κράτησης, ενώ τα επανασχεδιασμένα φίλτρα ικανοποιούν κάθε προτίμηση. Μία από τις καινούριες λειτουργίες της νέας έκδοσης του app είναι ότι μπορεί ο κάθε χρήστης να γίνει μέλος και να έχει ακόμη περισσότερα πλεονεκτήματα, όπως ενημέρωση για την κατάσταση της πτήσης του και αποθήκευση των στοιχείων του. Η airtickets.gr, για να κάνει την εφαρμογή ξεχωριστή, μεταξύ άλλων, χρησιμοποίησε νέες τεχνολογίες (auto-layout) που κάνουν το app να προσαρμόζεται αυτόματα στα διαφορετικά μεγέθη οθονών, διασφαλίζει χάρη σε εξειδικευμένα εργαλεία της Apple τη σωστή εκμετάλλευση των πόρων του κινητού και φροντίζει για τη διαρκή επίβλεψη και άμεση επιδιόρθωση τυχόν προβλημάτων, με τη χρήση εργαλείων data analytics.

SILVER

Χρυσή Ευκαιρία

Οι εφαρμογές της Χρυσής Ευκαιρίας σε όλες τις πλατφόρμες κινητών!

Βασικός σκοπός της Χρυσής Ευκαιρίας είναι να παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να αναζητούν ό,τι κι αν ψάχνουν εύκολα, γρήγορα, στοχευμένα και με όλα τα διαθέσιμα μέσα. Σε αυτό το πλαίσιο, και μετά την επιτυχημένη πορεία των δύο εφαρμογών για κινητά, ήδη εγκατεστημένες σε πάνω από 600.000 iOS και Android συσκευές, δημιουργήθηκε η ανάγκη για περαιτέρω διεύρυνση και στον χώρο των Windows συσκευών. Οι εφαρμογές της Χρυσής Ευκαιρίας είναι σχεδιασμένες και υλοποιημένες σύμφωνα με τα τελευταία standards, τόσο τεχνολογικά, όσο και σχεδιαστικά, προσφέροντας στους χρήστες ένα «καθαρό» και εύχρηστο περιβάλλον, με έμφαση στις λειτουργίες. Σημείο αναφοράς είναι η σχεδιαστική ακολουθία των εφαρμογών και στις τρεις mobile πλατφόρμες. Παράλληλα, από την πρώτη μέρα της κυκλοφορίας τους παρακολουθείται και αξιολογείται η χρήση τους και γίνονται οι απαραίτητες αλλαγές και βελτιώσεις, ώστε να είναι πάντα up-to-date με τις σχεδιαστικές τάσεις. Στα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα συγκαταλέγονται η δυνατότητα αναζήτησης κατοικιών γύρω από την τοποθεσία του χρήστη με χρήση της τεχνολογίας GPS, η δυνατότητα δρομολόγησης μέσω χάρτη στην κατοικία της επιλογής του μέσα από την εφαρμογή, καθώς και η εύρεση κατοικιών γύρω από Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, χαρακτηριστικό ιδιαίτερα χρήσιμο για φοιτητές.





SILVER ΟΠΑΠ ΟΡΑΡΡ

Τον Μάρτιο του 2015, η ΟΠΑΠ λάνσαρε για πρώτη φορά το ΟΡΑΡΡ, την επίσημη εφαρμογή της για κινητά, η οποία δίνει στους χρήστες τη δυνατότητα να λαμβάνουν ενημέρωση και να συμμετέχουν στα παιχνίδια της εταιρείας, από οποιοδήποτε σημείο, οποιαδήποτε στιγμή. Η εφαρμογή προσφέρει στους σημερινούς παίκτες των πρακτορείων επιλογές που περιλαμβάνουν εύρεση επιτυχιών, αναζήτηση πρακτορείων, προετοιμασία κουπονιού, αποτελέσματα κληρώσεων, στατιστικά στοιχεία και, φυσικά, ενημέρωση και συμβουλές για υπεύθυνο παιχνίδι. Πρόκειται για μια μοναδική και πρωτοποριακή εφαρμογή στον κλάδο των τυχερών παιχνιδιών και τα μέχρι στιγμής στοιχεία για τη χρήση της αποδεικνύουν ότι κατάφερε να καλύψει με μεγάλη επιτυχία την ανάγκη για ευκολότερη και αμεσότερη πρόσβαση στις υπηρεσίες και προϊόντα της ΟΠΑΠ, μεταφέροντας στην οθόνη του κινητού/tablet όλο τον κόσμο ενός πρακτορείου, με τρόπο ουσιαστικό και ολοκληρωμένο για την εμπειρία του παίκτη. Η εφαρμογή αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής marketing της εταιρείας και έχει ήδη συμβάλει στην αύξηση των καταναλωτών που επιλέγουν να συμμετέχουν στα παιχνίδια της ΟΠΑΠ μέσω ενός digital περιβάλλοντος. Η εφαρμογή πολλαπλασιάζει τις δυνατότητες συμμετοχής, διευρύνει την υπάρχουσα πελατειακή βάση με νέα και δυναμικά κοινά και ενισχύει τις πωλήσεις και το δίκτυο των πρακτορείων της εταιρείας.



BRONZE

e-table.gr Online κρατήσεις εστιατορίων

Η διαρκώς αυξανόμενη τάση για online κρατήσεις, χωρίς αναμονές σε τηλεφωνικές γραμμές, όλο το 24ώρο, έρχεται στην Ελλάδα μέσα από το e-table.gr, μια καινοτόμα ηλεκτρονική υπηρεσία που βοηθά τους χρήστες να ανακαλύπτουν εστιατόρια και να κλείνουν εύκολα και γρήγορα τραπέζι. Το e-table.gr προσφέρει μια εξελιγμένη πλατφόρμα που παρέχει στους δυνητικούς πελάτες νέες προοπτικές στη διασκέδασή τους, αλλά και στα εστιατόρια τη δυνατότητα να επωφελούνται από τη νέα εποχή του digital marketing, με ελάχιστη προσπάθεια και κόστος. Η υπηρεσία είναι εντελώς δωρεάν για τους χρήστες της ιστοσελίδας, δεν απαιτεί πιστωτική κάρτα και τους εξασφαλίζει

προνόμια και εκπτώσεις. Όσον αφορά τα συνεργαζόμενα εστιατόρια, το e-table.gr τα βοηθά να διαφημίζονται διαρκώς και να προσελκύουν νέους πελάτες μέσα από νέα κανάλια όπως το internet και το mobile. Τα έσοδα της ιστοσελίδας προκύπτουν από τις υπηρεσίες προς τα εστιατόρια. Συγκεκριμένα, η εγγραφή και η προβολή μιας επιχείρησης στην ιστοσελίδα είναι εντελώς δωρεάν και στο τέλος κάθε μήνα οι επιχειρήσεις χρεώνονται με ένα σταθερό commission για κάθε άτομο που έχει κάνει κράτηση και έχει πάει στο εστιατόριο μέσα από το e-table.gr. Σήμερα, το e-table.gr συνεργάζεται με περισσότερα από 1.600 εστιατόρια σε 21 πόλεις.

BRONZE Wind Ελλάς myF2G app

Η myF2G εφαρμογή για κινητά αποτελεί ένα κανάλι ψηφιακής επικοινωνίας και εξυπηρέτησης των συνδρομητών της Wind, που διαφοροποιείται από τα υπόλοιπα κανάλια, τόσο σε επίπεδο καινοτομίας, όσο και σε επίπεδο αποτελεσματικότητας. Στο πλαίσιο της δημιουργίας ενός χρηστικού, αλλά και άκρως καινοτόμου προϊόντος, η εφαρμογή myF2G αναπτύχθηκε ως ένα εργαλείο διαχείρισης, ελέγχου και εξυπηρέτησης, αλλά και ψυχαγωγίας του καταναλωτή. Συγκεκριμένα, δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να έχουν τον έλεγχο της σύνδεσής τους, να ενημερωθούν και να ενεργοποιήσουν πακέτα, να ανανεώσουν τον χρόνο ομιλίας τους από όπου και αν βρίσκονται, να βρουν το πλησιέστερο κατάστημα Wind, να επωφεληθούν από προσφορές, να πάρουν μέρος σε διαγωνισμούς και να βρουν χρήσιμες πληροφορίες. Κερδίζοντας γρήγορα την αποδοχή του κοινού, η εφαρμογή βρέθηκε στην κορυφή της βαθμολογίας των App Stores. Ήδη από τον πρώτο μήνα, ο συνολικός αριθμός downloads ξεπέρασε τις 14.000, ενώ η βάση συνεχίζει να διευρύνεται, ξεπερνώντας σήμερα τους 171.000 χρήστες. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εφαρμογή myF2G έχει βοηθήσει στη συνολική αύξηση των online πωλήσεων της εταιρείας, έχει συμβάλει σημαντικά στην απόκτηση νέων συνδρομητών, ενώ παράλληλα έχει βελτιώσει τη γενικότερη εικόνα της εταιρείας προς τους συνδρομητές.



Ευότητα 4. Καινοτόμες Εφαρμογές & Έρευνα

Κατηγορία: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



GOLD

N.I. Μίνογλου Α.Ε.

MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο eshop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα eshops μόδας. Ανήκει στον όμιλο N. I. Μίνογλου Α.Ε., με ιστορία τριών γενεών στο παπούτσι και έχει έδρα τα Οινόφυτα. Ακολουθώντας τις ανάγκες της αγοράς και τις εξελίξεις στην τεχνολογία, επένδυσε σημαντικά στη καινοτομία, όχι μόνο σε επίπεδο έτοιμου εκσυγχρονισμού λογισμικού, αλλά και στην ανάπτυξη πρότυπων εργαλείων και για εσωτερική χρήση, αλλά και για τους επισκέπτες του eshop. Ενδεικτικά αναφέρονται το MyShoe Window Shopping, το MyShoe Live, το MyShoe Real Time CPA για εσωτερική χρήση, ενώ σημαντικές ήταν και οι επενδύσεις στον ανασχεδιασμό των desktop και mobile version, όπου χρησιμοποιήθηκαν όλα τα σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης, υλοποίησης και καταγραφής των αποτελεσμάτων.

SILVER

Εθνική Τράπεζα

NBG's adaptive business information security architecture

Η Εθνική Τράπεζα, για να αντιμετωπίσει τις συνεχώς μεταβαλλόμενες διαδικτυακές επιθέσεις, ανέπτυξε την καινοτομική Adaptive Business Information Security αρχιτεκτονική άμυνας, η οποία συνδυάζει μια πληθώρα διαφορετικών επιπέδων ασφάλειας, προηγμένες τεχνικές aggressive software security testing και security data analytics, αξιοποιώντας στον πυρήνα της πληροφορίες τύπου threat intelligence. Ταυτόχρονα, εμφανίζει ισχυρή διασύνδεση μεταξύ όλων των δομικών της στοιχείων και μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων ασφάλειας. Η Adaptive Business Information Security αρχιτεκτονική οδήγησε σε μείωση των σημαντικών μετρικών Ασφάλειας Πληροφοριακών Συστημάτων, «time to detect» και «time to resolve», καθώς και στη συνεχή και επιτυχημένη προσαρμογή της άμυνας της Εθνικής Τράπεζας απέναντι στις νέες προηγμένες διαδικτυακές επιθέσεις. Επίσης, μέσα από την αρχιτεκτονική αυτή, η Εθνική Τράπεζα ξεφεύγει από την παραδοσιακή παθητική αντιμετώπιση της Ασφάλειας Πληροφοριακών Συστημάτων και παρουσιάζει πλέον μια lean-forward αντιμετώπιση, εμπειριέχοντας προηγμένες διαδικασίες advanced cyber threat simulation & analysis και purple team tactics, χρησιμοποιώντας πρωτοποριακές τεχνικές ελέγχου και παρακολούθησης ασφάλειας λογισμικού, αλλά και παράγοντας και αξιοποιώντας υψηλής ποιότητας context-aware behavioral & security analytics. Τέλος, η αρχιτεκτονική αυτή, χάρη στο σύστημα Security Data Management που διαθέτει, προσφέρει μια πλήρη εικόνα των διαδικτυακών απειλών, αλλά και ένα συνεχές fine-tuning των συστημάτων ασφαλείας της Τράπεζας.



BRONZE

Cosmote

Unique ID (Κοινή Ταυτότητα Πρόσβασης)

Στο πλαίσιο της καλύτερης εξυπηρέτησης των πελατών του, ο όμιλος ΟΤΕ αποφάσισε να ενοποιήσει τα στοιχεία εισόδου, αλλά και τις πληροφορίες που έχει στη διάθεσή του κάθε συνδρομητής, για όλες τις υπηρεσίες Cosmote Σταθερής, Cosmote Κινητής, Γερμανός, Cloud Cosmote, αλλά και του Deals for U. Το όφελος για τους συνδρομητές Cosmote Σταθερής και Κινητής είναι ακόμα μεγαλύτερο, αφού ενοποιώντας τα στοιχεία τους θα μπορούν με τους ίδιους κωδικούς να έχουν αυτόματα πρόσβαση στο My Cosmote,

και να βλέπουν αντίστοιχα τόσο τον λογαριασμό σταθερής, αλλά και τον αντίστοιχο λογαριασμό της κινητής τους σύνδεσης. Προκειμένου να διασφαλιστεί, τόσο η εμπιστευτικότητα των στοιχείων, όσο και η ταύτιση των λογαριασμών, παρέχεται ειδικό PIN ασφαλείας, το οποίο δίδεται στους χρήστες από το Τμήμα Εξυπηρέτησης. Με αυτόν τον τρόπο, οι πελάτες του ομίλου ΟΤΕ έχουν πλέον τη δυνατότητα να διατηρούν ένα και μοναδικό προφίλ χρήστη, να διαθέτουν ένα κοινό όνομα και κωδικό πρόσβασης για την είσοδο στις online υπηρεσίες σταθερής και κινητής, να δέχονται επικοινωνία, αλλά και να λαμβάνουν ειδοποιήσεις σχετικά με τους λογαριασμούς τους σε ένα e-mail, και να έχουν πλήρη εικόνα της χρήσης και των χρεώσεών τους, με μία κίνηση, σε όποια πλατφόρμα και αν βρίσκονται.



Κατηγορία: ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΜΕ ΑΝΘΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ



GOLD

AB Βασιλόπουλος

Τα πληροφοριακά συστήματα είναι αυτά που διαφοροποιούν την AB σε σχέση με τον ανταγωνισμό, οδηγούν στην αύξηση τζίρου, στην καλύτερη διαχείριση των προϊόντων, αλλά και στη μείωση κόστους. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της AB Βασιλόπουλος αποτελεί τη σύγχρονη, αλλά και μελλοντική μέθοδο προώθησης και πώλησης προϊόντων που αναζητά ο πελάτης. Σε αυτό το πλαίσιο, αξιοποιεί την state of the art πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου και επιχειρείν της αγοράς, το Hybris, και επενδύει στη διασύνδεσή της με μερικά από τα υπόλοιπα συστήματα που χρησιμοποιεί (περισσότερα από 30), όπως, μεταξύ άλλων, αυτά για την τιμολόγηση προϊόντων, τη δημιουργία πλανογραμμάτων, τις προσφορές, τις εκπτώσεις, την ταξινόμηση και κατηγοριοποίηση

προϊόντων, τη διαθεσιμότητα ανά κέντρο αποστολής, τη δρομολόγηση δειγμάτων και μεταφορών, τις περιγραφές προϊόντων, τα συστατικά και διατροφικά στοιχεία προϊόντων. Για την υλοποίηση και ολοκλήρωση των εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου με τα υπόλοιπα πληροφοριακά συστήματα, συνεργάστηκαν επί 16 μήνες τα τμήματα: Marketing & Strategy, IT, Centre of Excellence, Logistics & Warehouse και Retail Operations. Το έργο οργανώθηκε σε πέντε διαδοχικές φάσεις, με την πρώτη φάση να ολοκληρώνεται με μεγάλη επιτυχία τον Σεπτέμβριο του 2014.

SILVER

B. Καυκάς Α.Ε. – Lighthouse e-shop Καυκάς

Έχοντας ως στόχο να δραστηριοποιηθεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέροντας μια omnichannel προσέγγιση σε B2C και B2B, καλύπτοντας τις ανάγκες των επαγγελματιών και ιδιωτών πελατών της, η εταιρεία Καυκάς επέλεξε την εταιρεία Lighthouse ως στρατηγικό συνεργάτη της. Προκειμένου να προσφέρει μοναδικά πλεονεκτήματα στο κοινό, χωρίς να διαφοροποιηθούν οι εμπορικές συμφωνίες από τα φυσικά καταστήματα, κρίθηκε απαραίτητη η διασύνδεση με

το ERP της εταιρείας σε πλήρως αυτοματοποιημένη λειτουργία, ενώ η πολυπλοκότητα της B2B τιμολογιακής πολιτικής του ERP θα έπρεπε να λειτουργήσει αυτούσια και στο e-shop, έτσι ώστε να εξασφαλιστεί μια omnichannel προσέγγιση. Δίνοντας λύση σε όλα τα παραπάνω, η πλατφόρμα VENDD προσφέρει μεταξύ άλλων ανεπτυγμένες λύσεις εμπορικής πολιτικής, διαχείριση εταιρικών και καταναλωτικών πελατών από ένα interface, αυτοματοποιημένη διασύνδεση με συστήματα ERP, BI & CRM, WMS, multi-site support σε περίπτωση παρουσίας σε διαφορετικές αγορές, καθώς και αυτοματοποιημένες διαδικασίες σε συστήματα data-entry, logistics, διαχείριση παραγγελιών και customer support. Τα οφέλη είναι πολλαπλά και περιλαμβάνουν, ενδεικτικά, ταυτόχρονη ικανοποίηση εμπορικών αναγκών B2C και B2B, omnichannel προσέγγιση όμοια με τη λειτουργικότητα των φυσικών καταστημάτων με διασύνδεση ERP, δυνατότητα retail πλοήγησης στους B2B customers, αλλά και πλήρως responsive design για περιήγηση από mobile και tablet συσκευές.



BRONZE

Aegean Airlines – Atcom aegeanair.com

Η νέα online παρουσία της Aegean απαιτεί τη διασύνδεση διαφόρων 3rd party συστημάτων. Πιο συγκεκριμένα, το Sitecore Experience Platform, το CMS πάνω στο οποίο έχει αναπτυχθεί το aegeanair.com, επικοινωνεί με μια σειρά συστημάτων προκειμένου να παρουσιάσει σε πραγματικό χρόνο την απαραίτητη πληροφορία στον χρήστη για κάθε ενέργεια που θέλει να πραγματοποιήσει στο site. Σε αυτό το πλαίσιο, η διασύνδεση με το συνεργαζόμενο GDS platform της Aegean υφίσταται για τη λειτουργία της αναζήτησης, κράτησης και αγοράς αεροπορικού εισιτηρίου, αλλά και της διαχείρισης των κρατήσεων, προσφέροντας περαιτέρω δυνατότητες. Επιπλέον, το aegeanair.com περιέχει ειδική περιοχή για τους επιβάτες που είναι μέλη στο loyalty πρόγραμμα της εταιρείας Miles+Bonus και η

επικοινωνία με τη loyalty πλατφόρμα προσφέρει μια πιο προσωποποιημένη εμπειρία. Χάρη στις Car Rental Platform και Accommodation Booking Platform, ο χρήστης μπορεί στο ίδιο, integrated «καλάθι» να κάνει κράτηση αυτοκινήτου μέσω της Hertz, αλλά και ξενοδοχείου, πληρώνοντας μία φορά σε ένα check out. Τέλος, η διασύνδεση με το CRM της Aegean ήταν απαραίτητη αφενός για την καταγραφή και διαχείριση των παραπόνων και αφετέρου για τη λειτουργία του login, στην περίπτωση που ο χρήστης δεν είναι μέλος του Miles+Bonus.





**Κατηγορία: COLLABORATIVE E-COMMERCE
(ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ)**

BRONZE

Inatural.gr by Digitad Pc Inatural.gr: Online φαρμακείο

Το inatural είναι ένας νέος τρόπος για να προμηθεύεται ο καταναλωτής παραφαρμακευτικά προϊόντα καθημερινής χρήσης. Μπορεί να αγοράσει είδη ιατρικής φροντίδας και υγιεινής, φαρμακευτικά καλλυντικά, συμπληρώματα διατροφής, ορθοπεδικά/ ανατομικά και πολλά ακόμη από την άνεση του σπιτιού του. Το inatural.gr είναι ένα 100% online ελληνικό φαρμακείο σε πλήρη ανάπτυξη, το οποίο προσφέρει περισσότερα από 10.000 προϊόντα, εφαρμόζοντας ένα καινοτόμο all-win μοντέλο συνεργασίας 30 επιλεγμένων φαρμακείων από όλη την Ελλάδα. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αποτελεί η ταχύτατη παράδοση των προϊόντων που αγοράστηκαν, με το 80% των καταναλωτών να παραλαμβάνει την ημέρα της παραγγελίας, χάρη στο δίκτυο συνεργασίας που έχει αναπτύξει το inatural.gr. Κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας και με βάση τη διεύθυνση κατοικίας του χρήστη, επιλέγεται αυτόματα το κοντινότερο συνεργαζόμενο φαρμακείο, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στον καταναλωτή να παραλάβει τα προϊόντα του είτε αυτοπροσώπως από το φυσικό κατάστημα, είτε να του αποσταλούν με courier αυθημερόν. Όλα τα συνεργαζόμενα σημεία εξυπηρέτησης εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές αποθήκευσης και διακίνησης των προϊόντων, υπάρχει δέσμευση χαμηλότερης τιμής από την προτεινόμενη λιανική, ενώ περιοδικά παρέχονται προσφορές.

BRONZE

Forum AE – Ελληνική Εταιρία Διαδικτύου Food Expo Greece 2015 - B2B Matchmaking Platform

Η Forum AE, στο πλαίσιο της διοργάνωσης της Food Expo Greece και με στόχο τη βελτιστοποίηση των B2B συναντήσεων μεταξύ των αγοραστών από όλο τον κόσμο και των εκθετών της Food Expo Greece, μελέτησε, προγραμμάτισε και υλοποίησε, σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρία Διαδικτύου (ΕΛΕΔ), το πρότυπο και μοναδικό για τα ελληνικά δεδομένα Matchmaking Platform. Το Matchmaking Platform της Food Expo αποτελεί ένα καινοτόμο online εργαλείο, στοχευμένο στην ανάγκη των εκθετών και σημαντικών διεθνών αγοραστών για πραγματοποίηση επαγγελματικών επαφών. Στόχος του προγράμματος είναι η εξεύρεση νέων εμπορικών συνεργατών, η επίτευξη νέων επιχειρηματικών συμφωνιών, καθώς και η βέλτιστη αξιοποίηση του χρόνου τους κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους στην έκθεση. Η εφαρμογή είναι web based και δεν απαιτεί εγκατάσταση, εξειδικευμένες γνώσεις ή λογισμικό διαχείρισης και παρέχει χρήσιμες πληροφορίες, αλλά και πολλαπλές δυνατότητες που διευκολύνουν τους χρήστες. Ενδεικτικό της επιτυχίας της είναι ότι, κατά τη διάρκεια λειτουργίας του Matchmaking Platform της Food Expo Greece 2015, συμμετείχαν περισσότεροι από 290 hosted buyers από 39 χώρες και πέντε ηπείρους, καθώς και 550 εκθέτες, ενώ πραγματοποιήθηκαν 3.480 προγραμματισμένες B2B συναντήσεις ανάμεσα σε ξένους αγοραστές και Έλληνες εκθέτες.



**Κατηγορία: ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ
(R&D) ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ**

BRONZE

RDC Informatics

Digital School v.15 / e-business ecosystem for education market

Η πλατφόρμα Digital School συνιστά αποτέλεσμα Έρευνας & Ανάπτυξης της εταιρείας RDC Informatics τα τελευταία 12 χρόνια. Η πλατφόρμα Digital School v.15 αποτελεί κορυφαίο εργαλείο για τη μετάβαση «παραδοσιακών» εκπαιδευτικών οργανισμών στην ψηφιακή εποχή, παρέχοντας ένα ολοκληρωμένο περιβάλλον e-business για κάθε εμπλεκόμενο χρήστη στο οικοσύστημα ενός εκπαιδευτικού οργανισμού. Μεταξύ άλλων, το σύστημα παρέχει εργαλεία και περιβάλλοντα εργασίας για μαθητές/εκπαιδευόμενους, γονείς, καθηγητές, ακαδημαϊκούς υπευθύνους, διοικητικά στελέχη του οργανισμού, διαχειριστές εκπαιδευτικού περιεχομένου και διαχειριστές πληροφοριακού περιεχομένου. Διαθέτει αρθρωτή αρχιτεκτονική και ο συνδυασμός διαφορετικών module μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να καλύψει τις διαφορετικές ανάγκες κάθε εκπαιδευτικού οργανισμού. Στην καρδιά του συστήματος υπάρχει ένα πανίσχυρο LMS (Learning Management System). Εκτός από τα εργαλεία σύγχρονης και ασύγχρονης τηλεκαπαίδευσης, στην πλατφόρμα ενσωματώνονται λειτουργίες που εξυπηρετούν ανάγκες όπως learning on demand, social learning και adaptive learning. Εκτός των εργαλείων υποστήριξης ψηφιακής μάθησης, η πλατφόρμα φέρει δυο module που της προσδίδουν μοναδικά χαρακτηριστικά: CMS, ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για την ανάπτυξη ολοκληρωμένων δικτυακών τύπων με ενθυλάωση του συστήματος ψηφιακής μάθησης και shop, ένα σύστημα ηλεκτρονικού καταστήματος υπηρεσιών ψηφιακής εκπαίδευσης.



Κατηγορία: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

BRONZE

Cosmote

My Offers Session@cosmote.gr

Η καμπάνια My Offers Cosmote Σταθερός, περιλαμβάνει customized προσφορές ανάλογα με το προφίλ, τις συνήθειες και τις απαιτήσεις κάθε συνδρομητή και λειτουργεί σε δύο επίπεδα. Πρώτον, σε επίπεδο direct επικοινωνίας μέσω customized e-mail marketing και δεύτερον, σε επίπεδο web site, μέσω αυτόματης

αναγνώρισης του επισκέπτη και καθοδήγησής του σε custom προσφορές. Σε επίπεδο newsletter, δημιουργήθηκαν πολλαπλές προσφορές και στη σχετική επικοινωνία υπήρχαν αναλυτικές και ξεκάθαρες οδηγίες σχετικά με το πώς μπορεί κάθε συνδρομητής να τις εκμεταλλευτεί. Με την είσοδο του πελάτη στην ενότητα Σταθερός του site, υπάρχει άμεσα διαθέσιμη η επιλογή «call back», ενώ ακόμη και κατά το τελικό στάδιο αγοράς της προσφοράς, ο συνδρομητής έχει στη διάθεσή του την υπηρεσία άμεσου chat με εξειδικευμένο εκπρόσωπο. Αντίστοιχα, για τους επισκέπτες του site που κατέφθασαν με δική τους πρωτοβουλία, το interface του site επανασχεδιάστηκε, ειδικά για αυτούς που δικαιούνται κάποια εξατομικευμένη προσφορά. Έτσι, με την είσοδο του χρήστη στο My Cosmote Σταθερός, γίνεται έλεγχος και αν ο πελάτης αυτός μετέχει σε μια καμπάνια, τότε ο τελευταίος ενημερώνεται αυτόματα με ένα ειδικά σχεδιασμένο pop up για την ειδική προσφορά που τον περιμένει. Η προσωποποιημένη πληροφόρηση εκτίναξε το open ratio των newsletters στο 40% και το conversion στο 9,2%.

Ενότητα 5. Καυάδια & Πελατοκεντρικότητα

Κατηγορία: ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ (CUSTOMER EXPERIENCE)

GOLD

Public

Public.gr

Το ηλεκτρονικό κατάστημα public.gr μεταφέρει το μοναδικό επίπεδο εμπειρίας από το φυσικό δίκτυο των καταστημάτων Public στον κόσμο του διαδικτύου. Με στόχο την εύκολη και αξιόπιστη λειτουργία του, έχει υιοθετήσει βέλτιστες πρακτικές διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων, τόσο πριν, κατά τη διάρκεια, όσο και μετά την αγορά. Συγκεκριμένα, κατά την πλοήγηση στο public.gr, ο επισκέπτης συναντά ευρεία γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, έξυπνη απεικόνιση των προϊόντων και των καταστημάτων Public, υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών Wind, καθώς και άλλες δυνατότητες. Παράλληλα, έχει στη διάθεσή του προηγμένες διαδικασίες αναζήτησης, αλλά και χρήσιμα recommendations για προϊόντα τεχνολογίας, gaming, βιβλία και comics, μουσική και ταινίες. Για την εξυπηρέτηση πελατών αξιοποιούνται οι πιο σύγχρονες μέθοδοι customer care, ενώ κατά την αγορά, ο επισκέπτης του public.gr απολαμβάνει μια σειρά υπηρεσιών για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του, όπως γρήγορη διαδικασία check out. Μετά την αγορά, ο επισκέπτης του public.gr έχει στη διάθεσή του υπηρεσίες όπως εύκολη παρακολούθηση παραγγελίας και προσωπική ενημέρωση για την εξέλιξή της. Χαρακτηριστικά όπως τα Order & Service Tracking, Multichannel Customer Care και Authorized Service, διασφαλίζουν τόσο την απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη, όσο και την εντυπωσιακή ανάπτυξη πωλήσεων του public.gr.



SILVER

N.I. Μίνογλου Α.Ε.

MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο eshop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα eshops μόδας. Δεχόμενο καθημερινά περισσότερους από 50.000 επισκέπτες, το MyShoe έχει επενδύσει πάρα πολύ στην εξυπηρέτηση των πελατών του, όχι μόνο εξοπλίζοντας την ομάδα Customer Support, η οποία περιλαμβάνει 14 άτομα, αλλά και τις 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 rate, με 4 στους 5 πελάτες του να επιστρέφουν στο eshop, για επαναληπτικές παραγγελίες.



SILVER Money Market A.E. insurancemarket.gr

Το insurancemarket.gr είναι αυτή τη στιγμή το μεγαλύτερο site online σύγκρισης και επιλογής ασφαλιστικών προϊόντων στην Ελλάδα, με πάνω από 100.000 ενεργούς πελάτες. Το 2015 έγιναν επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες, με σκοπό τη βελτιστοποίηση του user interface και την καλύτερη ενημέρωση του πελάτη. Τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν την υψηλού επιπέδου αγοραστική εμπειρία που προσφέρει συμπεριλαμβάνουν την ισορροπημένη σχέση ποιότητας και τιμής, δίνοντας αυτή τη χρονιά έμφαση στην ποιότητα, προσφέροντας την κατάλληλη ενημέρωση για επιλογή με βάση ποιοτικών χαρακτηριστικών. Επιπλέον, ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται και στην ευκολία, με τον σχεδιασμό γρήγορων διαδικασιών, δίνοντας στον χρήστη τη δυνατότητα να ολοκληρώσει

τη διαδικασία από την έρευνα μέχρι και την αγορά 100% online. Η εξυπηρέτηση πελατών αποτελεί επίσης βασική προτεραιότητα, η οποία διασφαλίζεται, μεταξύ άλλων, από τη δυνατότητα 24/7 επικοινωνίας με πιστοποιημένους ασφαλιστικούς συμβούλους, καθώς και από τη λειτουργία ανεξάρτητου τμήματος ζημιών. Τέλος, η επένδυση σε καινοτόμες υπηρεσίες αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και υλοποιείται σε ενέργειες όπως η ανάπτυξη, με στρατηγικές συνεργασίες, μεθόδου ανάληψης κινδύνου με την οποία δεν απαιτείται η αποστολή δικαιολογητικών, ενημέρωση με αποστολή μηνιαίων newsletter των καινούριων ασφαλιστικών προϊόντων και προσφορών, αλλά και η παροχή στους χρήστες δυνατότητας αξιολόγησης της ασφαλιστικής εταιρείας.

BRONZE Cosmote

Proactive Chat & Basket Call Back @ cosmote.gr

Προκειμένου να επιλύσει μια σειρά ζητημάτων που συνδέονται με την ολοκλήρωση ή μη μιας online παραγγελίας, βελτιώνοντας παράλληλα τη σχέση του με τους πελάτες και οικοδομώντας πρόσθετη εμπιστοσύνη, η Cosmote δημιούργησε δύο πρωτοποριακές υπηρεσίες: τις Basket Call Back και Proactive Chat. Το Proactive Chat, προσφέρει τη δυνατότητα συζήτησης με εξειδικευμένο εκπρόσωπο της εταιρείας, σε προληπτικό επίπεδο, με στόχο την επίλυση τυχόν αποριών, προκειμένου ο ενδιαφερόμενος να προχωρήσει σε online παραγγελία. Αν και η υπηρεσία είναι πάντοτε διαθέσιμη μέσω στατικού κουμπιού στο header του site και σε όλες τις σελίδες, η Cosmote προχώρησε και σε «προληπτικό» επίπεδο, δημιουργώντας μια σειρά από επιχειρηματικούς κανόνες, οι οποίοι ενεργοποιούν αυτόματα το Proactive Chat μόλις απαιτηθεί. Αντίστοιχα, το Basket Call Back είναι ένας μόνιμος τρόπος επικοινωνίας, ο οποίος εμφανίζεται αυτόματα όταν ο χρήστης ελέγχει το καλάθι των αγορών του, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια του check out. Οι υπηρεσίες Proactive Chat και Basket Call Back εξυπηρετούνται από ειδικά εκπαιδευμένη ομάδα καθημερινά, 08:00-23:00, με μέσο χρόνο ανταπόκρισης του agent τα 20". Ήδη από τους πρώτους μήνες εφαρμογής των υπηρεσιών καταγράφηκε αύξηση των online πωλήσεων της τάξης του 20%.



BRONZE Τράπεζα Πειραιώς yellowday

Το yellowday αποτελεί μια καινοτόμο loyalty πλατφόρμα, που μετατρέπει τη χρήση των τραπεζικών καρτών σε ένα περιβάλλον exclusive προσφορών, επιβραβεύσεων και gamification μηχανισμών. Πρόκειται για μια υπηρεσία που δίνει τη δυνατότητα σε πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς και μη, να πραγματοποιούν αγορές υπό τη μορφή deals σε συνεργαζόμενες

επιχειρήσεις και να επωφελούνται προνομιακών τιμών σε προϊόντα και υπηρεσίες. Το yellowday είναι διαθέσιμο είτε από τον υπολογιστή και το tablet, είτε σε mobile app. Επιλέγοντας την κατηγορία και την περιοχή ενδιαφέροντος, ο χρήστης εντοπίζει όλες τις κοντινές προσφορές για διάφορους τομείς της καθημερινής του ζωής. Οι αγορές πραγματοποιούνται με χρεωστικές, πιστωτικές ή προπληρωμένες κάρτες οποιασδήποτε τράπεζας, ενώ ειδικά για τους πελάτες της Τράπεζας Πειραιώς, το όφελος είναι ακόμα μεγαλύτερο. Η διαδικασία αγοράς μπορεί να ολοκληρωθεί με τρία μόνο clicks, αφού η κάρτα του χρήστη διατηρείται στην εφαρμογή, κάνοντας έτσι το check out σε κάθε αγορά πολύ γρήγορο. Επιπλέον, αξιοποιώντας εξελιγμένους μηχανισμούς gamification, οι χρήστες επιβραβεύονται για κάθε αγορά, συγκεντρώνουν points και συμμετέχουν σε leaderboards, ενώ μπορούν και να αξιολογήσουν τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Περισσότερες από 700 επιχειρήσεις ανήκουν στη λίστα συνεργατών και καθημερινά βρίσκονται live πάνω από 400 προσφορές κατά μέσο όρο.



Κατηγορία: ΣΥΝΘΥΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ & ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ (MULTI - CHANNEL COMMERCE)



GOLD Public Public.gr

Το Public εξελίσσει ταυτόχρονα και δυναμικά το φυσικό με το ψηφιακό του κανάλι. Οι άξονες στους οποίους υπάρχουν λειτουργικές συνέργειες με ξεκάθαρα οφέλη για τον πελάτη είναι πολλοί. Αρχικά, σε επίπεδο branding, το public.gr έχει καταφέρει να μεταφέρει τα brand aesthetics του φυσικού δικτύου στο ηλεκτρονικό περιβάλλον χωρίς απώλειες σε λειτουργικότητα, ενώ σε επίπεδο operations, τα δύο κανάλια «εργάζονται» παράλληλα, με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Όσον αφορά τα social media και το CRM, το public.gr αξιοποιεί διαρκώς τα κοινωνικά δίκτυα, όχι μόνο για να κινητοποιήσει τις πωλήσεις προς

το online κατάστημα, αλλά και για να κινήσει το ενδιαφέρον των τοπικών κοινοτήτων προς τα φυσικά καταστήματα, ενώ έχει υλοποιήσει πολλές φορές Local Social Media/Digital CRM ενέργειες συμβάλλοντας στην αύξηση της κίνησης προς συγκεκριμένα φυσικά καταστήματα. Επιπλέον, η απόκτηση της loyalty card από οποιοδήποτε φυσικό κατάστημα δίνει τη δυνατότητα να έχει ο πελάτης τα αντίστοιχα προνόμια και στις online αγορές του. Παράλληλα, επιπλέον χαρακτηριστικά όπως το μοντέλο distribution hubs, τα εξειδικευμένα σημεία store pick up μέσα στα καταστήματα, αλλά και η υπηρεσία Authorized Service, ενισχύουν το integration φυσικής και ψηφιακής παρουσίας.

SILVER

Εθνική Τράπεζα i-bank Simple Pay Spot

Αποτέλεσμα της στρατηγικής συνεργασίας της Εθνικής Τράπεζας με την RBS A.E. είναι η δημιουργία ενός ευρύτατου δικτύου καταστημάτων σε ολόκληρη την Ελλάδα, τα οποία θα λειτουργούν ως Σημεία Πληρωμής του i-bank Simple Pay Spot, με στόχο την εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την ενίσχυση των επιχειρήσεων μικρής λιανικής. Με τη νέα υπηρεσία i-bank Simple Pay Spot, οι συναλλασσόμενοι, πελάτες ή μη της Εθνικής Τράπεζας, μπορούν να εξοφλούν τους λογαριασμούς τους σε ΔΕΚΟ,

τηλεπικοινωνίες, ασφαλιστικές εταιρείες και άλλους οργανισμούς, επισκεπτόμενοι το κοντινότερο κατάστημα μικρής λιανικής με τη σήμανση «i-bank Simple Pay Spot». Μέσω των συστημάτων ταμείου της RBS, κάθε σημείο πληρωμής i-bank Simple Pay Spot εξοπλίζεται με σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή, που συνδέεται με τα συστήματα της Εθνικής Τράπεζας, υποστηρίζοντας ταυτόχρονα και ευρύτερες ανάγκες του καταστήματος. Η Τράπεζα φρόντισε να παρέχει και οικονομικά κίνητρα στα σημεία λιανικής, καθώς από το 1 ευρώ προμήθεια που καταβάλλει ο συναλλασσόμενος, το 50% αποτελεί έσοδο για αυτά. Εκτός από τα προφανή πλεονεκτήματα για τον συναλλασσόμενο, οι επιχειρήσεις μικρής λιανικής αποκομίζουν επίσης οφέλη, όπως, η διεύρυνση εργασιών και νέα έσοδα χωρίς επενδύσεις και κόστος, καθώς και αύξηση της επισκεψιμότητας και ανταποδοτική επένδυση του συστήματος ταμείου.



SILVER ΟΠΑΠ ΟΡAPP



Τον Μάρτιο του 2015, η ΟΠΑΠ λάνσαρε για πρώτη φορά το ΟΡAPP, την επίσημη εφαρμογή της για κινητά, η οποία δίνει στους χρήστες τη δυνατότητα να λαμβάνουν ενημέρωση και να συμμετέχουν στα παιχνίδια της εταιρείας, από οποιοδήποτε σημείο, οποιαδήποτε στιγμή. Η εφαρμογή συμπληρώνει αποτελεσματικά και ενισχύει το φυσικό δίκτυο πρακτορείων, προσφέροντας στους σημερινούς παίκτες των πρακτορείων επιλογές που περιλαμβάνουν εύρεση επιτυχιών, αναζήτηση πρακτορείων, προετοιμασία κουπονιού, αποτελέσματα κληρώσεων, στατιστικά στοιχεία και, φυσικά, ενημέρωση και συμβουλές για υπεύθυνο παιχνίδι. Πρόκειται για μια πρωτοποριακή εφαρμογή στον κλάδο και τα μέχρι στιγμής στοιχεία αποδεικνύουν ότι κατάφερε να καλύψει με μεγάλη επιτυχία την ανάγκη για ευκολότερη και

αμεσότερη πρόσβαση στις υπηρεσίες και προϊόντα της ΟΠΑΠ, μεταφέροντας στην οθόνη του κινητού/tablet όλον τον κόσμο ενός πρακτορείου. Μέσω της εφαρμογής, ο παίκτης μπορεί να δημιουργήσει το δελτίο του, οπότε και δημιουργείται μοναδικός κωδικός QR τον οποίο πηγαίνει στο πρακτορείο, σκανάρεται από τον πράκτορα και εκδίδεται αμέσως το δελτίο του. Μετά τη διενέργεια της κλήρωσης, ο παίκτης έχει τη δυνατότητα, με τη χρήση της φωτογραφικής μηχανής του smartphone του να σκανάρει το barcode του δελτίου που έχει παίξει και να δει αν κέρδισε.



BRONZE

Media Markt

Mediamarkt.gr

Η Media Markt είναι η Νο1 εταιρεία ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών στην Ευρώπη, με περισσότερα από 35 χρόνια παρουσίας στις διεθνείς αγορές. Από το 1979 που ιδρύθηκε, αποτελεί συνώνυμο της καινοτομίας, με έντονο πελατοκεντρικό προσανατολισμό, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις υπηρεσιών με ένα μεγάλο πορτφόλιο προϊόντων, σε ειδικά διαμορφωμένους μεγάλους χώρους. Στόχος της Media Markt είναι να μετατρέψει την αγορά σε μία ανεπανάληπτη εμπειρία. Το δίκτυο καταστημάτων, το online κατάστημα, η mobile version, το mobile app, καθώς και το εξειδικευμένο προσωπικό του τηλεφωνικού

κέντρου καλούνται να παρέχουν την ευελιξία που απαιτεί ο έλληνας καταναλωτής. Σήμερα, ο πελάτης της Media Markt μπορεί να αναζητήσει το προϊόν της αρεσκείας του από το online κατάστημα, να το παραλάβει από το φυσικό την ίδια κιόλας μέρα κάνοντας χρήση και των υπηρεσιών που παρέχονται στους ειδικά διαμορφωμένους χώρους. Η Media Markt εξυπηρετεί τους έλληνες καταναλωτές σε κάθε γωνία της Ελλάδας. Στα καταστήματα της αλυσίδας παρέχεται δωρεάν πρόσβαση στο internet (Free Wifi), ενώ στον χώρο έχουν τοποθετηθεί νέες τεχνολογίες όπως τα διαδραστικά terminals υψηλής τεχνολογίας, το InStore TV, τα Virtual καρτελάκια τιμών και τα QR control application στις τηλεοράσεις (αλλαγή καναλιού μέσα από το κινητό του πελάτη).

BRONZE

Cosmote

Proactive Chat & Basket Call Back @ cosmote.gr

Προκειμένου να επιλύσει μια σειρά ζητημάτων που συνδέονται με την ολοκλήρωση ή μη μίας online παραγγελίας, βελτιώνοντας παράλληλα τη σχέση του με τους πελάτες και οικοδομώντας πρόσθετη εμπιστοσύνη, η Cosmote δημιούργησε δύο πρωτοποριακές υπηρεσίες: τις Basket Call Back και Proactive Chat. Το Proactive Chat, προσφέρει τη δυνατότητα συζήτησης με εξειδικευμένο εκπρόσωπο της εταιρείας, σε προληπτικό επίπεδο, με στόχο την επίλυση τυχόν αποριών, προκειμένου ο ενδιαφερόμενος να προχωρήσει σε online παραγγελία. Αν και η υπηρεσία είναι πάντοτε διαθέσιμη μέσω στατικού κουμπιού στο header του site και σε όλες τις σελίδες, η Cosmote προχώρησε και σε «προληπτικό» επίπεδο, δημιουργώντας μια σειρά από επιχειρηματικούς κανόνες, οι οποίοι ενεργοποιούν αυτόματα το Proactive Chat μόλις απαιτηθεί. Αντίστοιχα, το Basket Call Back είναι ένας μόνιμος τρόπος επικοινωνίας, ο οποίος εμφανίζεται αυτόματα όταν ο χρήστης ελέγχει το καλάθι των αγορών του, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια του check out. Οι υπηρεσίες Proactive Chat και Basket Call Back εξυπηρετούνται από ειδικά εκπαιδευμένη ομάδα καθημερινά, 08:00-23:00, με μέσο χρόνο ανταπόκρισης του agent τα 20". Ήδη από τους πρώτους μήνες εφαρμογής των υπηρεσιών καταγράφηκε αύξηση των online πωλήσεων της τάξης του 20%.



Κατηγορία: ΠΑΝΚΑΝΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
(OMNICHANNEL COMMERCE)

SILVER

Media Markt

Mediamarkt.gr

Η Media Markt είναι η Νο1 εταιρεία ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών στην Ευρώπη, με περισσότερα από 35 χρόνια παρουσίας στις διεθνείς αγορές. Από το 1979 που ιδρύθηκε, αποτελεί συνώνυμο της καινοτομίας, με έντονο πελατοκεντρικό προσανατολισμό, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις υπηρεσιών με ένα μεγάλο πορτφόλιο προϊόντων, σε ειδικά διαμορφωμένους μεγάλους χώρους.

Στρατηγικός στόχος της Media Markt είναι να μετατρέψει τη διαδικασία της αγοράς σε μία ανεπανάληπτη εμπειρία, είτε παρέχοντας στον τελικό καταναλωτή ευελιξία κινήσεων, είτε δίνοντάς του πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες όπου και αν βρίσκεται. Συγχρόνως, έχει προχωρήσει σε μεγάλες τεχνολογικές επενδύσεις τόσο στο online κατάστημα όσο και στα φυσικά καταστήματα: Διαδραστικά terminal υψηλής τεχνολογίας, InStore TV (οθόνες που ενημερώνουν τους πελάτες για τα τις καμπάνιες, τις προσφορές ή ενημερώνουν για νέα προϊόντα και τεχνολογίες), virtual καρτελάκια τιμών και QR control application στις τηλεοράσεις (αλλαγή καναλιού μέσα από το κινητό του πελάτη).



BRONZE Public Public.gr

Το Public εξελίσσει ταυτόχρονα και δυναμικά το φυσικό με το ψηφιακό του κανάλι. Οι άξονες στους οποίους υπάρχουν λειτουργικές συνέργειες με ξεκάθαρα οφέλη για τον πελάτη είναι πολλοί. Αρχικά, σε επίπεδο branding, το public.gr έχει καταφέρει να μεταφέρει τα brand aesthetics του φυσικού δικτύου στο ηλεκτρονικό περιβάλλον χωρίς απώλειες σε λειτουργικότητα, ενώ σε επίπεδο operations, τα δύο κανάλια «εργάζονται» παράλληλα, με

στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Όσον αφορά τα social media και το CRM, το public.gr αξιοποιεί διαρκώς τα κοινωνικά δίκτυα, όχι μόνο για να κινητοποιήσει τις πωλήσεις προς το online κατάστημα, αλλά και για να κινήσει το ενδιαφέρον των τοπικών κοινοτήτων προς τα φυσικά καταστήματα, ενώ έχει υλοποιήσει πολλές φορές Local Social Media/Digital CRM ενέργειες συμβάλλοντας στην αύξηση της κίνησης προς συγκεκριμένα φυσικά καταστήματα. Επιπλέον, η απόκτηση της loyalty card από οποιοδήποτε φυσικό κατάστημα δίνει τη δυνατότητα να έχει ο πελάτης τα αντίστοιχα προνόμια και στις online αγορές του. Παράλληλα, επιπλέον χαρακτηριστικά όπως το μοντέλο distribution hubs, τα εξειδικευμένα σημεία store pick up μέσα στα καταστήματα, αλλά και η υπηρεσία Authorized Service, ενισχύουν το integration φυσικής και ψηφιακής παρουσίας.

Κατηγορία: ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

SILVER

Eurobank

Επιστροφή APP

Η εφαρμογή Επιστροφή APP είναι μία καινοτόμος εφαρμογή που υποστηρίζει το πρόγραμμα επιβράβευσης χρεωστικών και πιστωτικών καρτών Eurobank και καρτών που εκδίδονται από το Δίκτυο Νέο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο. Πρόκειται για ένα σύγχρονο, διαφοροποιημένο κανάλι επικοινωνίας, που παρέχει στους κατόχους καρτών ολοκληρωμένη πληροφόρηση για το πρόγραμμα Επιστροφή στο κινητό τους. Με την Επιστροφή App, οι κάτοχοι καρτών Eurobank αποκτούν άμεση πρόσβαση σε περισσότερες από 7.000 επιχειρήσεις, όπου κι αν βρίσκονται και έχοντας ανά πάσα στιγμή εικόνα των διαθέσιμων ευρώ Επιστροφή που μπορούν να αξιοποιήσουν άμεσα στις αγορές τους με τις κάρτες τους. Αξιοποιώντας τη δυνατότητα υλοποίησης στοχευμένων ενεργειών βάσει της τοποθεσίας στην οποία βρίσκονται οι χρήστες σε πραγματικό χρόνο, αλλά και των προτιμήσεών τους, ενισχύεται σημαντικά η σχετικότητα της εκάστοτε καμπάνιας. Παράλληλα, παρέχοντας online πληροφόρηση για τις συναλλαγές, δημιουργείται μια συνεχής διαδραστική σχέση με τον πελάτη, ενώ ταυτόχρονα παρέχεται ένα δυνατό εργαλείο CRM. Η εφαρμογή Επιστροφή APP προσδίδει αξία στους χρήστες μέσω στοχευμένης παρουσίασης των εμπορών, της online ενημέρωσης και αποκλειστικών προσφορών. Η ενημέρωση των πελατών με «push μήνυμα» προσδίδει στην προσφορά μεγαλύτερη δυναμική, καθώς στοχεύει σε επιλεγμένο πελατολόγιο και έχει υψηλότερο response rate.



BRONZE Aegean Airlines – Atcom aegeanair.com

Το αναβαθμισμένο aegeanair.com, από το καλοκαίρι του 2015 που βρίσκεται στον αέρα, πρωτοπορεί και σε επίπεδο προσωποποιημένης εξυπηρέτησης. Η νέα υπηρεσία My Aegean δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν τον προσωπικό τους λογαριασμό, είτε μέσω εγγραφής στο aegeanair.com, είτε ως εγγεγραμμένο μέλος του Miles+Bonus ή ακόμα

χρησιμοποιώντας τον Facebook λογαριασμό τους. Με τη δημιουργία του προφίλ τους, οι χρήστες περιηγούνται σε περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους, επιταχύνοντας παράλληλα τη διαδικασία της κράτησης. Παράλληλα, η περιοχή My Aegean παρέχει στους χρήστες πρόσβαση και στον Miles+Bonus λογαριασμό τους, όπου οι εγγεγραμμένοι χρήστες λαμβάνουν σχετική ενημέρωση για τις δυνατότητες και τις επιλογές τους. Το functionality αυτό δίνει ταυτόχρονα την δυνατότητα στην εταιρεία να γνωρίζει καλύτερα τη συμπεριφορά των χρηστών στο online περιβάλλον και να είναι σε θέση να προσφέρει προσωποποιημένες προσφορές, να προτείνει προορισμούς και να επιβραβεύει στοχευμένα τους επιβάτες της, αλλά και να επεκτείνει τη βάση εγγεγραμμένων μελών στο loyalty πρόγραμμά της. Επιπλέον, μειώνεται σημαντικά το abandonment rate στη διαδικασία κράτησης, καθώς τα στοιχεία του χρήστη είναι καταχωρημένα από πριν και συνεπώς χρειάζεται λιγότερος χρόνος μέχρι την ολοκλήρωση της αγοράς, ενώ παράλληλα αποσυνφορούνται τα offline σημεία εξυπηρέτησης της Aegean.



BRONZE

Cosmote

My Offers Session@cosmote.gr

Η καμπάνια My Offers Cosmote Σταθεράς, περιλαμβάνει customized προσφορές ανάλογα με το προφίλ, τις συνήθειες και τις απαιτήσεις κάθε συνδρομητή και λειτουργεί σε δύο επίπεδα. Πρώτον, σε επίπεδο direct επικοινωνίας μέσω customized e-mail marketing και δεύτερον, σε επίπεδο

web site, μέσω αυτόματης αναγνώρισης του επισκέπτη και καθοδήγησής του σε custom προσφορές. Σε επίπεδο newsletter, δημιουργήθηκαν πολλαπλές προσφορές και στη σχετική επικοινωνία υπήρχαν αναλυτικές και ξεκάθαρες οδηγίες σχετικά με το πώς μπορεί κάθε συνδρομητής να τις εκμεταλλευτεί. Με την είσοδο του πελάτη στην ενότητα Σταθεράς του site, υπάρχει άμεσα διαθέσιμη η επιλογή «call back», ενώ ακόμη και κατά το τελικό στάδιο αγοράς της προσφοράς, ο συνδρομητής έχει στη διάθεσή του την υπηρεσία άμεσου chat με εξειδικευμένο εκπρόσωπο. Αντίστοιχα, για τους επισκέπτες του site που κατέφθασαν με δική τους πρωτοβουλία, το interface του site επανασχεδιάστηκε, ειδικά για αυτούς που δικαιούνται κάποια εξατομικευμένη προσφορά. Έτσι, με την είσοδο του χρήστη στο My Cosmote Σταθεράς, γίνεται έλεγχος και αν ο πελάτης αυτός μετέχει σε μια καμπάνια, τότε ο τελευταίος ενημερώνεται αυτόματα με ένα ειδικά σχεδιασμένο pop up για την ειδική προσφορά που τον περιμένει. Η προσωποποιημένη πληροφόρηση εκτίναξε το open ratio των newsletters στο 40% και το conversion στο 9,2%.

Ενότητα 6. Αισθητική & Σχεδίαση

Κατηγορία: USABILITY

GOLD

Τράπεζα Πειραιώς

Quick login for winbank mobile banking App



Μία από τις πιο δημοφιλείς υπηρεσίες της winbank είναι το winbank mobile banking για τραπεζικές συναλλαγές από κινητά και tablets. Η εφαρμογή winbank mobile banking σχεδιάστηκε λαμβάνοντας υπόψη τη βέλτιστη χρηστικότητα και χρησιμοποιώντας τη οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους από τη συσκευή τους με τη μεγαλύτερη ασφάλεια, ακόμα και εν κινήσει. Για την εύκολη και γρήγορη πρόσβαση του χρήστη, η Τράπεζα εμπλουτίζει την εφαρμογή με τη νέα δυνατότητα quick login. Το quick login είναι ένας τετραψήφιος κωδικός που επιτρέπει την γρήγορη και εξίσου ασφαλή πρόσβαση στο mobile banking. Η ενεργοποίησή του γίνεται μέσω του winbank mobile banking app, από την ειδικά διαμορφωμένη ενότητα στην κάτω δεξιά περιοχή της αρχικής σελίδας εισόδου, στην οποία ο χρήστης πρέπει να καταχωρήσει ένα 4ψήφιο κωδικό της επιλογής του. Κατά την ενεργοποίηση του quick login ζητείται από τον χρήστη να καταχωρήσει τους κωδικούς username, password και extraPIN, τον οποίο λαμβάνει είτε μέσω sms, είτε από τη συσκευή extraPIN generator. Με αυτόν τον τρόπο, το quick login ενεργοποιείται σε όποια συσκευή επιλέξει ο χρήστης, με τις συναλλαγές του να προστατεύονται από τα προηγμένα συστήματα ασφάλειας της Τράπεζας Πειραιώς.



GOLD

Alpha Bank

Το νέο Alpha e-Banking για Ιδιώτες της Alpha Bank

Προκειμένου να προσφέρει μια σύγχρονη εμπειρία ηλεκτρονικής τραπεζικής, η Alpha Bank προχώρησε στον ανασχεδιασμό του Alpha Web Banking για Ιδιώτες και του ενημερωτικού site Alpha

e-Banking ιδιωτών, με έμφαση στην ευχρηστία. Η νέα πλατφόρμα συναλλαγών Alpha Web Banking για Ιδιώτες ανασχεδιάστηκε με άξονα την αισθητική αναδιαμόρφωση, την επανεξέταση της δομής της υπηρεσίας και των λειτουργιών, την παροχή εργαλείων για καλύτερη διαχείριση των οικονομικών των χρηστών, την ενίσχυση της ασφάλειας, καθώς και την ενδυνάμωση της υποστήριξης της πελατείας. Μια σειρά από λειτουργίες και προσθήκες της υπηρεσίας, σε επίπεδο ενημέρωσης χρηστών, ως προς την ευχρηστία κατά τις συναλλαγές, αλλά και ως προς την οργάνωση της συνδρομής, αναδεικνύουν τη χρηστικότητα της νέας υπηρεσίας. Η μελέτη λειτουργικότητας και ο ανασχεδιασμός της υπηρεσίας πραγματοποιήθηκε από την Tribal WorldWide Athens σε συνεργασία με τη Microsoft. Αναφορικά με το νέο ενημερωτικό site Alpha e-Banking για Ιδιώτες της Alpha Bank, αυτό σχεδιάστηκε ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών για ενημέρωση, συναλλαγές και αγορά online προϊόντων. Μέσα από ένα εύχρηστο περιβάλλον που προσαρμόζεται σε συσκευές PC και tablet, οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν χρήσιμες πληροφορίες. Η μελέτη λειτουργικότητας και ο ανασχεδιασμός του site πραγματοποιήθηκαν από την Tribal WorldWide Athens σε συνεργασία με την Atcom.



SILVER

UXlab (Atcom Business Unit)

Usability, UX & Conversion Rate Optimization για το katsouvolos.gr

Για έναν από τους κορυφαίους retailers στην Ελλάδα όπως ο Κωτσόβολος, οι απαιτήσεις για το performance του ηλεκτρονικού του καταστήματος είναι εξαιρετικά υψηλές. Η εταιρεία, αναγνωρίζοντας τη σημασία της ευχρηστίας (usability) και της εμπειρίας χρήστη (UX) στην απόδοση

του ηλεκτρονικού καταστήματος, ανέθεσε στο UXlab την εξομάλυνση τυχόν προβληματικών σημείων και την αξιοποίηση ευκαιριών βελτίωσης μέσα από στοχευμένες παρεμβάσεις στο UI. Για τις ανάγκες του έργου, χρησιμοποιήθηκαν οι τεχνικές competitor benchmarking, expert usability review, live one-to-one user testing, αλλά και screenshot analysis & wireframes, προκειμένου να αναδειχθούν οι αλλαγές που θα έπρεπε να πραγματοποιηθούν. Οι σημαντικότερες από αυτές αφορούν τα εξής σημεία: homepage & global elements, category page & product page, basket & checkout. Ως αποτέλεσμα των στρατηγικών παρεμβάσεων, η συνολική εμπειρία χρήστη είναι σαφώς αναβαθμισμένη, καθώς βελτιώθηκαν κρίσιμα σημεία που δυσχέραιναν τη χρηστικότητα. Η επιτυχία τους μεταφράζεται και σε αριθμούς, καθώς το funnel conversion rate αυξήθηκε κατά 17%, ενώ οι πωλήσεις υπηρεσιών Support 360° αυξήθηκαν κατά 99%. Παράλληλα, αυξήθηκε ο μέσος αριθμός προϊόντων ανά καλάθι, ενώ φαίνεται ότι οι χρήστες μπορούν να κάνουν ευκολότερα και γρηγορότερα τις αγορές τους, χάρη στις παρεμβάσεις που έγιναν στην πλοήγηση.

BRONZE

Quest Online SA-You.gr

Following your breadcrumbs

Το τελευταίο redesign του you.gr που ολοκληρώθηκε το 2015 είχε ως στόχο την επανεξέταση κάποιων περιοχών που επιδέχονταν βελτίωση, όσον αφορά το usability. Μέσα από αυτό το project προέκυψαν θεμελιώδεις αλλαγές, όπως ο διαχωρισμός των δύο βασικών κατηγοριών του you.gr, Technology και Living, παραχωρώντας στην κάθε κατηγορία τη δική της home page, αλλά διατηρώντας κοινό καλάθι σε όλο το site. Εκτός του βραβευμένου mobile app, το you.gr πλέον είναι σχεδιασμένο σε responsive framework και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες mobile συσκευών να πλοηγηθούν άνετα σε ένα φιλικό interface. Επιπλέον, με αφορμή το redesign project κάποιες περιοχές ενισχύθηκαν, ενώ προστέθηκαν στο καλάθι όλοι οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής και παραλαβής με όλα τα σχετικά κόστη. Σχετικά με τις προσωποποιημένες ενέργειες, έχουν θεσπιστεί διαδικασίες για την ενίσχυση του engagement, ενώ για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση του cart abandonment ενεργοποιήθηκαν νέες δυνατότητες στο εργαλείο Google Analytics. Το πρώτο usability test είχε ως στόχο την αξιολόγηση του you.gr ως προς την ευχρηστία του και φυσικά τη βελτίωσή του, και η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε σε διαφορετικά επίπεδα. Τα προβλήματα που αναδείχθηκαν ήταν τα πρώτα που λήφθηκαν υπόψη και αντιμετωπίστηκαν αποτελεσματικά στο redesign project.



Κατηγορία: DESIGN-AESTHETICS

GOLD

Aegean Airlines – Atcom / Sapient Nitro aegeanair.com

Το aegeanair.com, το μεγαλύτερο e-commerce site στην Ελλάδα, ξανασυστήθηκε στο κοινό, με ανανεωμένη σχεδιαστική προσέγγιση και περισσότερες online υπηρεσίες. Το αναβαθμισμένο

aegeanair.com αποτελεί ένα εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και πλήρως responsive website, ένα από τα ελάχιστα αεροπορικής εταιρείας παγκοσμίως, καθώς και το μοναδικό αεροπορικής εταιρείας στην Ευρώπη. Παράλληλα, το νέο υπερ-σύστημα της Aegean περιλαμβάνει την ανάπτυξη τριών sites, όλα κάτω από την ομπρέλα του aegeanair.com: το corporate site της εταιρείας, το site του προγράμματος loyalty Miles+Bonus, καθώς και το e-commerce site, του οποίου το concept επιμελήθηκε η εταιρεία Sapient Nitro. Η αρχική σελίδα του βασικού site έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να παρέχει σαφή και γρήγορη πρόσβαση σε οποιοδήποτε section του aegeanair.com, ενώ η φόρμα αναζήτησης έχει σχεδιαστεί με τον πλέον έξυπνο τρόπο, απλοποιώντας τη διαδικασία της αγοράς. Βασικός στόχος του νέου site είναι να παρέχει μια διαφορετική online εμπειρία στον πελάτη μέσα από μια ολοκληρωμένη σειρά self-service λειτουργιών, ενώ παρέχονται και χρήσιμες πληροφορίες, ταξιδιωτικά tips και μοναδικές φωτογραφίες για κάθε προορισμό της Aegean. Άλλο ένα δυνατό σχεδιαστικό σημείο του site είναι ο νέος διαδραστικός χάρτης δρομολογίων, ο οποίος αναδεικνύει το διευρυμένο δίκτυο της εταιρείας, ενισχύοντας περαιτέρω την πελατοκεντρική της προσέγγιση.

SILVER

Alpha Bank

Το νέο Alpha e-Banking για Ιδιώτες

Η Alpha Bank δηλώνει την παρουσία της στον τομέα του σύγχρονου e-Banking, με τον ταυτόχρονο ανασχεδιασμό της ηλεκτρονικής πλατφόρμας συναλλαγών Alpha Web Banking για Ιδιώτες και του ενημερωτικού site www.alpha.gr/e-banking, στοχεύοντας να προσφέρει στους ιδιώτες πελάτες της μια αναβαθμισμένη εμπειρία e-Banking. Όσον αφορά την ηλεκτρονική πλατφόρμα συναλλαγών Alpha Web Banking για Ιδιώτες, βασικός στόχος του έργου ήταν η πλήρης αναβάθμιση του interface της υπηρεσίας, μέσω βελτίωσης της λειτουργικότητας και της αισθητικής της, αλλά και ενίσχυσης των παρεχόμενων δυνατοτήτων της. Το νέο, σύγχρονο περιβάλλον αξιοποιεί τον responsive σχεδιασμό και προσαρμόζεται φιλικά στον υπολογιστή και το tablet του χρήστη, ενώ σημαντική πρωτοτυπία της υπηρεσίας είναι η νέα αρχική σελίδα «Επισκόπηση», η οποία διαμορφώνεται βάσει των προτιμήσεων και αναγκών του χρήστη. Αναφορικά με το ενημερωτικό site ιδιωτών www.alpha.gr/e-banking, αυτό σχεδιάστηκε ώστε να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες των πελατών για ενημέρωση, διαχείριση, συναλλαγές και αγορά online προϊόντων. Μέσα από ένα φρέσκο, μοντέρνο και εύχρηστο περιβάλλον σύγχρονης αισθητικής που προσαρμόζεται σε συσκευές PC και tablet, οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν εύκολα όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται και να λύσουν τις απορίες τους αξιοποιώντας οπτικοακουστικό υλικό.



BRONZE

Zoulouits by Humble Digital Agency

zoulouits.com

Η εταιρεία Zoulouits αποτελεί ιστορική οικογενειακή επιχείρηση, που δραστηριοποιείται στα είδη σπιτιού για περισσότερα από 78 χρόνια. Τα προϊόντα της είναι συνώνυμο της ποιότητας και της καλαισθησίας. Προκειμένου να ανανεώσει την online εικόνα της και να δημιουργήσει ένα νέο website που να

αντικατοπτρίζει την υψηλή αισθητική των προϊόντων και παράλληλα να μεταφέρει την εμπειρία του φυσικού καταστήματος στο internet, κρίθηκε απαραίτητη η δημιουργία ενός website που να επικοινωνεί την premium εικόνα της. Η στρατηγική οργανώθηκε σε πέντε άξονες, δίνοντας έμφαση στα εξής στοιχεία: branding, design & usability, awareness & reach, Facebook και search. Όσον αφορά την υλοποίηση, το website σχεδιάστηκε στη λεπτομέρεια, με σκοπό να εντυπωσιάσει τον πελάτη. Ο μίνιμαλ σχεδιασμός, το απλό και όμορφο navigation, το καλαίσθητο pagination, η ευχρηστία, το πωλησιακό καλάθι αγορών, αλλά και το γεγονός ότι είναι SEO friendly, μεταξύ άλλων, κάνουν την ιστοσελίδα να ξεχωρίζει. Ανάμεσα στα usability highlights συγκαταλέγονται η δυνατότητα μετάβασης στο καλάθι χωρίς ενόχληση και το easy checkout, τα οποία, σε συνδυασμό με τον συνολικό σχεδιασμό, έχουν αποφέρει εντυπωσιακά αποτελέσματα για το website, όπως 50% αύξηση πωλήσεων, 100% αύξηση προβολής προϊόντων και κατηγοριών και 60% αύξηση χρόνου παραμονής στην ιστοσελίδα.

Ευότητα 7. Ψηφιακή Επικοινωνία & Μάρκετινγκ

Κατηγορία: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ SOCIAL MEDIA

GOLD

Pennie, Humble Digital Agency

Pennie by Humble Digital Agency

Η καμπάνια της Humble Digital Agency για την ελληνική αλυσίδα καταστημάτων ειδών σπιτιού «Pennie» δομήθηκε εξ αρχής επάνω στο προϊόν και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Οι ενέργειες ήταν πλήρως ευθυγραμμισμένες με την εμπορική στρατηγική και προέκυψαν κατόπιν έρευνας της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Βασικοί στόχοι της εκστρατείας ήταν η δημιουργία και ενίσχυση του awareness, το χτίσιμο ενός ελκυστικού προφίλ, η ανάδειξη των προϊόντικών κατηγοριών και της ποικιλίας των προϊόντων, καθώς και η προβολή των USPs. Όσον αφορά την υλοποίηση, το πιο καθοριστικό βήμα ήταν ο σχεδιασμός ενός οπτικού format που να ξεχωρίζει. Καθώς αυτό είχε επιτυχία και υιοθετήθηκε από τον ανταγωνισμό, αναπτύχθηκε στρατηγική διαφοροποίησης, η οποία εστίασε στην προβολή των μοναδικών στοιχείων της επιχείρησης. Παράλληλα, μεταξύ άλλων, δημιουργήθηκε αισθητικό ανώτερο positioning στα premium προϊόντα του καταλόγου και αξιοποιήθηκε το χαμηλό cost per view του Facebook video για την ανάδειξη του προϊόντος, αλλά και για branding. Επιπλέον, η βελτιστοποίηση του δημιουργικού και του media spending κρίθηκαν απαραίτητα, ενώ δημιουργήθηκε μια καινοτόμος μέθοδος βελτιστοποίησης του CTR των διαφημίσεων. Σε κάθε καμπάνια χρησιμοποιούνται εξειδικευμένα landing pages, ενώ το κοινό ταξινομήθηκε σε κατηγορίες, τεχνική που προσέφερε ακόμη μεγαλύτερες δυνατότητες για την πιο αποτελεσματική του διαχείριση.





GOLD Public

Το ηλεκτρονικό κατάστημα Public.gr στηρίζεται απόλυτα και από τα owned social media, με συγκεκριμένο social media marketing plan, το οποίο βασίζεται σε τρεις πυλώνες: e-commerce performance, engagement/awareness και user & customer support. Βάσει της εταιρικής στρατηγικής και προτεραιοτήτων κάθε στιγμή, καταγράφεται αντίστοιχα και η social media στρατηγική, ώστε αυτά να είναι aligned. Στόχος των Public είναι η προώθηση συγκεκριμένων προτάσεων αγορών που να ταιριάζουν στο προφίλ του χρήστη και να τον ενδιαφέρουν. Προκειμένου να αναδειχθούν συγκεκριμένα προϊόντα και προσφορές ανά κοινό, χρησιμοποιούνται εργαλεία όπως Facebook ads, Post Ads, Twitter ads και Instagram ads, τα οποία χρησιμοποιούνται με full targeting, ώστε να βλέπει ο κάθε χρήστης μόνο αυτά που τον ενδιαφέρουν. Επιπλέον, χρησιμοποιούνται σε εκτεταμένο βαθμό custom audiences, κοινά δηλαδή τα οποία διαχωρίζονται βάσει της αγοραστικής συμπεριφοράς και των προτιμήσεών τους όταν εισέρχονται ή αγοράζουν στο Public.gr ως Public customer. Σε αυτά τα custom audiences αποστέλλονται personalized product posts & offers. Παράλληλα, με καθημερινά posts, tweets και Instagram photos, καθώς και με πολλούς διαγωνισμούς, επιτυγχάνεται awareness για προϊόντικές ενέργειες του Public.gr, ενώ δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην εξυπηρέτηση πελατών η οποία υποστηρίζεται από όλα τα διαθέσιμα touchpoints με τον πελάτη.



SILVER

Sleed – Sneaker10

Sneaker10: Rise through social media

Έχοντας ως στόχο τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος που θα περιέχει μόνο τις premium συλλογές και τα συλλεκτικά μοντέλα της γκάμας του Cosmossport.gr, εγκαινιάστηκε το www.sneaker10.gr. Προκειμένου να εδραιωθεί ως ο απόλυτος προορισμός για όσους επιθυμούν να αποκτήσουν τα πιο πρόσφατα releases ή τα πιο συλλεκτικά κομμάτια sneakers, βασικό ρόλο έπαιξαν τα social media, με αιχμές το Facebook και το Instagram. Το content strategy του sneaker10.

gr δομήθηκε γύρω από τα ενδιαφέροντα των sneaker fans, αλλά και τη φιλοσοφία των sneakers, με ιδιαίτερη έμφαση στην καθημερινή προώθηση νέων παραλαβών. Το «celebration» της άφιξης ενός νέου μοντέλου, η μείωση τιμών σε σειρές της προηγούμενης σεζόν, αλλά και οι συμμετοχές σε παγκόσμια launches προϊόντων συμπεριλαμβάνονται στις ενέργειες με τη μεγαλύτερη απήχηση. Αξίζει να σημειωθεί ότι το Sneaker10 ήταν ένα από τα πρώτα brands που άρχισαν να χρησιμοποιούν τις διαφημίσεις του Instagram στην Ελλάδα, ενώ δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στο NBA, δίνοντας «προϊοντικό χρώμα» σε μεγάλα events. Έμφαση δίνεται και στα φυσικά καταστήματα, τα οποία ενισχύονται χάρη στην επικοινωνία μέσω των social media των events που διοργανώνονται σε συνεργασία με μεγάλα brands, καθώς και με άλλες ενέργειες.

SILVER

Globe One Digital Coffee Island

Έχοντας ως στόχο την προώθηση του brand της Coffee Island με location based διαφημίσεις, δημιουργήθηκαν targeted brand ads στο Facebook, με στόχευση σε περισσότερες από 50 διαφορετικές περιοχές ανά την Ελλάδα. Παράλληλα, για την προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων ή ενεργειών της εταιρείας, αξιοποιήθηκαν τα website ads, που οδηγούσαν τους χρήστες από το περιβάλλον του Facebook, σε συγκεκριμένες landing pages στο εταιρικό website. Επιπλέον, με την προώθηση των video στο Facebook, επετεύχθη CPC κατά 70% χαμηλότερο από το average industry benchmark, καθώς και πολύ μεγάλο reach στο ελληνικό κοινό του Facebook, το οποίο συνέβαλε σημαντικά στη διάδοση του οπτικοακουστικού υλικού. Σε αυτό το πλαίσιο, χωρίς την ενίσχυση από τηλεοπτικές διαφημίσεις, τα αποτελέσματα που προέκυψαν με την εφαρμογή της παραπάνω στρατηγικής για το διάστημα Ιανουάριος-Αύγουστος 2015 ήταν εντυπωσιακά: αυτή τη στιγμή, η Coffee Island αποτελεί το No.1 brand σε αναζητήσεις, σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές της, με βάση τα Google Trends. Επίσης, το τελευταίο εξάμηνο έχει αυξηθεί ο αριθμός των πωλήσεων στα φυσικά καταστήματα κατά 34%. Όσον αφορά τις YouTube Campaigns, τα true views ξεπέρασαν τις 974.000, με περισσότερα από 2.400.000 impressions.





BRONZE

Monks

Proto – Social media strategy

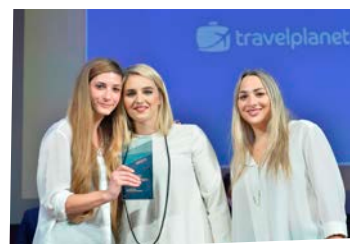
Έχοντας ως στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου της, η Proto χρησιμοποιεί τα social media που επιτρέπουν την προσέγγιση B2B πελατών, σε συνδυασμό με τα owned media. Η στρατηγική της είναι δομημένη έτσι ώστε να έχει τη δυνατότητα να έρχεται σε επαφή με τους υπεύθυνους αγορών από συγκεκριμένα supermarket. Σε αυτό το πλαίσιο,

το LinkedIn αποτελεί βασικό εργαλείο επικοινωνίας, με το οποίο η εταιρεία απευθύνεται αποκλειστικά σε επαγγελματίες του χώρου. Το περιεχόμενο βασίζεται στα posts που τροφοδοτούνται από το εταιρικό blog, ενώ εξίσου σημαντικό είναι και το κομμάτι της διαφήμισης. Το advanced targeting platform του LinkedIn, επιτρέπει τη στόχευση χρηστών με βάση την εταιρεία όπου εργάζονται, το seniority, το job title, καθώς και το industry στο οποίο δραστηριοποιούνται. Το Facebook επιλέχθηκε καθώς επιτρέπει τη χρήση μιας περισσότερο B2C γλώσσας, η οποία μπορεί επίσης να είναι αποτελεσματική. Τα κοινά-στόχος στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι B2C καταναλωτές με ενδιαφέροντα στην υγιεινή διατροφή και το fitness και B2B υποψήφιοι συνεργάτες με βάση το job title που έχουν δηλώσει. Προκειμένου να αξιοποιηθεί το ποιοτικό traffic που έρχεται από άλλα κανάλια στην ιστοσελίδα ενεργοποιήθηκε και μια retargeting καμπάνια από το site προς τα social media.

BRONZE

Travelplanet24

Η παρουσία της Travelplanet24 στα social media στοχεύει στο πρωτότυπο περιεχόμενο της κάθε σελίδας, καθώς και στην προσεκτική επιλογή φωτογραφιών. Το content της κάθε σελίδας ακολουθεί συγκεκριμένη στρατηγική, διατηρώντας πάντα συνοχή σε όλα τα κανάλια. Στόχος είναι το περιεχόμενο που ανεβαίνει να είναι επίκαιρο και στοχευμένο. Η εταιρεία καταγράφει ταχύτατη ανάπτυξη στα social media: το 2014 κατάφερε να αυξήσει τους fans της στο Facebook κατά 30%, στο Twitter κατά 20% και στο Google+ κατά 10%. Η ανοδική πορεία συνεχίζεται και, το πρώτο εξάμηνο του 2015, με τη δημιουργία επίκαιρου περιεχομένου σε όλα τα κανάλια της και δύο timeline contests στο Facebook, εκτόξευσε το reach της σελίδας στα 7.000.000 και το engagement στους 130.000 daily engaged users. Οι διαγωνισμοί που δημιούργησε η ομάδα της Travelplanet24 έχουν αυξήσει όχι μόνο τον αριθμό των fans, αλλά την επισκεψιμότητα στη σελίδα, την αλληλεπίδραση των χρηστών με αυτήν, το reach και το πόσοι μιλάνε για αυτήν. Επίσης, είναι η μόνη εταιρεία σε σχέση με τον ανταγωνισμό στην Ελλάδα, που έχει score 4.3/5 στα reviews που γράφουν οι χρήστες στη σελίδα και το response rate στις απαντήσεις τον μηνυμάτων κυμαίνεται στο 90-100%.



BRONZE

Valuecom

Eurobank – National Basketball Team

Η επίσημη σελίδα στο Facebook της «επίσημης αγαπημένης» όλων των Ελλήνων είναι μια πρωτοβουλία της Eurobank, χορηγού των Εθνικών Ομάδων Μπάσκετ, για λογαριασμό της Ελληνικής Ομοσπονδίας Καλαθοσφαίρισης. Η Valuecom χειρίζεται τη σελίδα κατά το διάστημα λίγο πριν και κατά τη διάρκεια κάθε μεγάλης

διοργάνωσης στην οποία συμμετέχει η Εθνική Ανδρών, με σκοπό να αυξήσει το awareness για τη χορηγία της Τράπεζας, χωρίς ωστόσο η σελίδα να χάνει την ουσία της, που είναι αυτή ενός σημείου συνάντησης μιας κοινότητας ανθρώπων που αγαπούν μια ομάδα. Η φιλοσοφία της σελίδας είναι να δημιουργείται περιεχόμενο με ενδιαφέρον και προστιθέμενη αξία για τους φίλους της Εθνικής Ομάδας Μπάσκετ, αλλά και να φιλοξενούνται οι απόψεις και τα σχόλιά τους για έναν δημιουργικό διάλογο με την ίδια την Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης, υποστηρίζοντας στο Facebook τη χορηγία της Eurobank, η οποία συνεχίζει να στηρίζει την προσπάθεια της ομοσπονδίας, ακόμη και υπό τις παρούσες συνθήκες.



Κατηγορία: ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΝΕΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ & ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



GOLD

e-satisfaction

Βελτίωση της αγοραστικής εμπειρίας

Το e-satisfaction είναι μια καινοτόμα υπηρεσία που δίνει την ευκαιρία στα e-shops να έρθουν σε επαφή με τους πελάτες τους και να κατανοήσουν πώς μπορούν να βελτιώσουν την υπηρεσία και το συνολικό customer experience που παρέχουν. Πρόκειται για μια πλατφόρμα Customer Experience Management, εξειδικευμένη στο e-commerce, μέσω της οποίας τα e-shops παρακολουθούν το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών τους, από τη στιγμή που μπαίνουν στο e-shop, μέχρι τη στιγμή που παραλαμβάνουν τα προϊόντα που έχουν παραγγείλει. Το e-satisfaction αποτελεί εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο στο οπλοστάσιο των e-shops χάρη στην holistic προσέγγισή του,

καθώς καταγράφει την ικανοποίηση των online καταναλωτών σε όλο το αγοραστικό τους ταξίδι μέσα σε ένα e-shop, συλλέγοντας feedback από επισκέπτες και από πελάτες. Παράλληλα, είναι user friendly, χρησιμοποιώντας εικαστικά και μηχανισμό συλλογής σχολίων και emotions ειδικά διαμορφωμένα για το e-commerce και την επίτευξη υψηλών response rates. Επιπλέον, μέσω του e-satisfaction η επαφή με τους καταναλωτές είναι διαρκής και η ροή του feedback συνεχής, ενώ η παρουσίαση των δεδομένων γίνεται με τρόπο απλό και συνδυάζεται με marketing automation μηχανισμούς, που επιτρέπουν στα e-shops να πραγματοποιούν ενέργειες, ανταποκρινόμενα στο feedback των πελατών τους.

SILVER

Pennie, Humble Digital Agency

Pennie by Humble Digital Agency

Αποσκοπώντας στην καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού της κατηγορίας, σχεδιάστηκε μια μεγάλη ενέργεια συλλογής feedback, τηματοποιώντας το κοινό και τη θεματολογία των ερευνών και αξιοποιώντας όλα τα διαθέσιμα online κανάλια. Σε πρώτη φάση, συγκεντρώθηκαν οι κατηγορίες των θεμάτων για τις οποίες επιζητούνταν απαντήσεις και στη συνέχεια, οι χρήστες τηματοποιήθηκαν σε ομάδες, καθεμιά από τις οποίες στοχεύθηκε με διαφορετική έρευνα. Τέλος, συγκεντρώθηκαν τα εργαλεία και τα κανάλια μέσα από τα οποία θα εξασφαλιζόνταν αξιόπιστα αποτελέσματα. Οι έρευνες αφορούσαν την αξιοπιστία του eshop, την ανταγωνιστικότητα, προϊόντικές κατηγορίες, ενώ πραγματοποιήθηκαν και exit έρευνες σε επισκέπτες έτοιμους να αποχωρήσουν από τη σελίδα, σε newsletter subscribers, σε Facebook fans, παλαιούς πελάτες και checkout abandoners, καθώς και σύντομες έρευνες – bites. Οι απαντήσεις στα surveys οδήγησαν, μεταξύ άλλων, σε σημαντικές αλλαγές στο navigation, αλλαγές σε λεκτικά και σε banners με πληροφορίες, ανάδειξη συγκεκριμένων χαρακτηριστικών σε προϊόντα, καθώς και σε παρεμβάσεις στο information architecture της σελίδας. Οι πληροφορίες που αποκτήθηκαν αφορούν σημαντικά στοιχεία όπως, η θέση των Pennie στο μυαλό των καταναλωτών, η αντίληψη για την online εικόνα της επιχείρησης, αλλά και τις αγοραστικές συνήθειες του κοινού και τη δραστηριότητά του στο e-shopping.



BRONZE

AB Βασιλόπουλος

Tracking & analyzing customer experience from A to Z!

Έχοντας ως στόχο τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του πελάτη και την αύξηση του εβδομαδιαίου καλαθιού από το ηλεκτρονικό κατάστημα της AB Βασιλόπουλος, αξιοποιήθηκε ένα ολοκληρωμένο σχήμα εργαλείων και μεθόδων, για τη συλλογή πληροφοριών από τον πελάτη και τον ανταγωνισμό. Το μίγμα

περιελάμβανε e-Mystery Shopping σε συνεργασία με τη Focus Bari, με στόχο την επιβεβαίωση ότι το ηλεκτρονικό κατάστημα της AB ακολουθεί αποτελεσματικά τις εγκεκριμένες διαδικασίες καθόλη τη διάρκεια του κύκλου πώλησης. Επιπλέον, χρησιμοποιώντας custom made εργαλεία της Reprise Media πραγματοποιήθηκε online ανάλυση ανταγωνισμού για τη δημιουργία benchmark και την άμεση καταγραφή ενεργειών, προσφορών και υπηρεσιών που προσφέρουν οι ανταγωνιστές. Παράλληλα, με στόχο τη βελτιστοποίηση της απόδοσης επένδυσης για τις live ενέργειες, αλλά και σύγκριση τωρινών ενεργειών με παλαιότερες, υλοποιήθηκαν από την Adobe Analytics client side analytics, digital campaign evaluation & data warehouse, για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του πελάτη, αλλά και της χρησιμότητας της ιστοσελίδας. Τέλος, με το εργαλείο του e-satisfaction δόθηκε η δυνατότητα συλλογής feedback και για τα τρία στάδια της επίσκεψης στο eshop της AB: κατά την περιήγηση, κατά την ολοκλήρωσή της παραγγελίας και κατά την παραλαβή της.

Κατηγορία: ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



GOLD **ForestView** **Chameleon Adaptive Advertising**

Θέτοντας ως προτεραιότητα τις ανάγκες προσωποποίησης του μηνύματος ανάλογα με το προϊόντικό ενδιαφέρον των καταναλωτών, αλλά και την ανάγκη δημιουργίας διαφορετικών μηνυμάτων για διαφορετικά κοινά σε άμεσο χρόνο, δημιουργήθηκε η διαδραστική τεχνολογία με την ονομασία Chameleon. Ο στόχος ήταν η ανάπτυξη τεχνολογίας, η οποία όχι μόνο θα προσωποποιούσε το

σωστό μήνυμα στο σωστό κοινό, αλλά και θα δημιουργούσε το βέλτιστο μήνυμα σε πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας. Προς αυτή την κατεύθυνση, δόθηκε έμφαση στη δυνατότητα δημιουργίας προσωποποιημένου δημιουργικού πέρα από συγκεκριμένα template, καθώς και στην αλγοριθμική βελτιστοποίηση του δημιουργικού αποτελέσματος. Σε αυτό το πλαίσιο, δημιουργήθηκαν custom διαφορετικά banner και multivariate versions of the same banner με διαφορετικά δημιουργικά στοιχεία. Για την εξέλιξη της εφαρμογής έγιναν συγκριτικά τεστ με καμπάνιες στο Google και το Facebook και έτρεξαν live καμπάνιες σε ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα αποτελέσματα δικαίωσαν την προσπάθεια, ενώ τίθεται ως προοπτική η περαιτέρω ανάπτυξη του Chameleon με τέτοιο τρόπο ώστε μεταξύ άλλων, να επεκταθεί και σε άλλες διαφημιστικές φόρμες και να δημιουργηθούν πολλαπλοί αλγόριθμοι βελτιστοποίησης με επιπρόσθετη εξειδίκευση ανά τομέα διαφήμισης και ηλεκτρονικού εμπορίου.

Κατηγορία: CPC CAMPAIGN

GOLD **ForestView** **Psychogios.gr**

Οι Εκδόσεις Ψυχολογίας εγκαινίασαν το 2006 το Psychogios.gr και από τον Απρίλιο του 2014, όταν ξεκίνησε η συνεργασία με τη ForestView, ενίσχυσαν την επένδυση σε performance marketing ενέργειες για την προώθηση του eshop. Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργήθηκαν καμπάνιες στο Google Search που προωθούσαν το brand, βασικές προϊόντικές κατηγορίες και καμπάνιες προσέλκυσης χρηστών που αναζητούν ανταγωνιστές. Σε επίπεδο Google Display, τα εικαστικά στόχευαν χρήστες με σχετικά προς το βιβλίο ενδιαφέροντα, εφαρμόστηκε contextual στόχευση με δημιουργικά που σεβρίονταν σε sites με βιβλιόφιλο κοινό και τέλος με λεκτικά μηνύματα εντός των banners. Στο κανάλι του Facebook επικοινωνήθηκαν κυρίως best seller βιβλία, συνδυαστικά με οφέλη που προσφέρουν οι Εκδόσεις, ενώ σε Display και Facebook εφαρμόστηκαν retargeting καμπάνιες επαναστοχεύοντας τους χρήστες που ήδη είχαν επισκεφτεί το site. Στο YouTube, με pre-roll videos και banners αναδείχθηκαν τα best sellers και οι μεγάλες κυκλοφορίες πριν την έκδοσή τους, ενώ το eshop προωθήθηκε από affiliates του ForestView Affiliate Network. Το 2015, στο μίγμα προστέθηκε το Chameleon, αλγόριθμος που σχεδιάστηκε από την ForestView με σκοπό να στοχεύσει το κοινό με προσωποποιημένο διαφημιστικό μήνυμα, με εντυπωσιακά αποτελέσματα.



GOLD **iProspect Greece** **Allianz Direct PPC Campaign**

Ο ασφαλιστικός κλάδος online αποτελεί έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς, ιδιαίτερα για μια νεοεισερχόμενη στο διαδικτυακό κομμάτι εταιρεία. Σε αυτό το περιβάλλον, η Allianz Direct αποφάσισε να ξεκινήσει τη λειτουργία της το 2013, έχοντας να αντιμετωπίσει πολύ μεγάλους και εδραιωμένους

ανταγωνιστές. Από τα τέλη του 2014, αποφασίστηκε στρατηγικά η συνολική αλλαγή του τρόπου διαχείρισης του PPC account, με έναν ξεκάθαρο στόχο: την ενίσχυση των branded αναζητήσεων, διατηρώντας παράλληλα ένα υγιές inflow νέων πελατών. Έτσι ο στόχος χωρίζεται σε δύο άξονες: βελτιστοποίηση του conversion path ενός lead σε πώληση και αύξηση του αριθμού των leads μέσω της διεύρυνσης του brand. Για την επίτευξη των παραπάνω, επιχειρήθηκε μια ριζική στροφή στις πρακτικές επικοινωνίας, μέσα από δύο προσεγγίσεις. Η πρώτη περιλαμβάνει τη δόμηση όλης της επικοινωνίας επάνω στο lifecycle του χρήστη, ενώ κάθε δραστηριότητα επικοινωνίας διασπάται ανάλογα με τη σχέση του χρήστη με την επιχείρηση. Έτσι, στην όλη διαδικασία υπάρχουν μέσα που χαρακτηρίζονται ως converting και awareness, ενώ στην καμπάνια χρησιμοποιήθηκαν μοναδικές πλατφόρμες και ad formats. Η δόμηση της στρατηγικής σε αυτές τις κατηγορίες, καθώς και μέσα από τη χρήση πρωτοποριακών πλατφορμών και ad formats, έφερε εξαιρετικά αποτελέσματα.



GOLD

Koolmetrix MyShoe.gr PPC Campaign

Κατά το 2015, το MyShoe.gr χρησιμοποίησε με επιτυχία, για την προώθησή του, CPC καμπάνιες μέσω της πλατφόρμας Google AdWords, μέσω της πλατφόρμας των Facebook Ads, αλλά και μέσω της πλατφόρμας Microsoft AdCenter, δημιουργώντας μια ολιστική στόχευση σε όλα τα διαθέσιμα κανάλια Performance Marketing μέσω Cost Per Click ενεργειών. Με σκοπό να καλυφθούν οι επικοινωνιακές ανάγκες και να επιτευχθούν οι επιμέρους στόχοι ROI, δημιουργήθηκε ένας λογαριασμός Google AdWords που αποτελείται από ένα πολύ μεγάλο πλέγμα ενεργών καμπανιών, στοχεύοντας κυρίως στις πωλήσεις, ενώ ιδιαίτερα έντονη είναι η παρουσία στο Facebook, που αποσκοπεί κυρίως στην αναγνωρισιμότητα (brand awareness). Τέλος, στο Microsoft AdCenter, υπάρχει αντίστοιχα ενεργή παρουσία, με αξιοθαύμαστα αποτελέσματα. Και στις τρεις

περιπτώσεις χρησιμοποιήθηκαν μια σειρά από πρωτοποριακές τεχνικές και third-party εργαλεία, οι οποίες βελτιώνουν περαιτέρω τα αποτελέσματα που παράγονται από τις CPC Campaigns. Τα στοιχεία που προκύπτουν είναι εντυπωσιακά, αφού ο λογαριασμός παρουσίασε σημαντική αύξηση κατά το 2015, τόσο σε επίπεδο conversions (αγορές), όσο και επισκέψεων.

SILVER

Globe One Digital To Stoiximan

Η στρατηγική που ακολουθήθηκε για το Stoiximan.gr είχε ως αποτέλεσμα όχι μόνο να αντισταθμίσει τις συνέπειες της πολιτικοοικονομικής κατάστασης στην Ελλάδα, αλλά και να βελτιώσει την απόδοση των καμπανιών σε σχέση με το 2014. Ο στόχος που είχε τεθεί προέβλεπε αύξηση των conversion κατά 30% με παράλληλη μείωση του CPA κατά 20%. Για το διάστημα 01/07/2015 – 22/09/2015, τα αποτελέσματα των Google AdWords διαφημιστικών ενεργειών σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014, στην άκρως ανταγωνιστική και aggressive αγορά του search και τα οποία συνοδεύτηκαν από αύξηση του Google AdWords Spend κατά 6,43%, συμπεριλαμβάνουν αύξηση στα conversions κατά 34,13%, αύξηση στα cross device conversion 41,74%, αύξηση στα view through 951,76%, αύξηση στα total conversion 49,71%, αλλά και μείωση του Total CPA (Cost per Acquisition) κατά 28,91%.



SILVER

Sleed – Cosmos Sport CosmosSport.gr

Οι καμπάνιες CPC αποτελούν ένα από τα βασικά σημεία της στρατηγικής προώθησης των e-shops της Cosmos Sport AE, από την αρχή της δραστηριοποίησής της στο e-commerce. Η στρατηγική του CosmosSport.gr, όσον αφορά γενικά τα μέσα προώθησης, αλλά και συγκεκριμένα τα CPC μέσα, αναπτύχθηκε γύρω από τη μέτρηση και την αποτίμηση του performance και τον υπολογισμό του ROAS κάθε μέσου. Εξετάζοντας τα κύρια CPC μέσα προώθησης, το Google AdWords και το Facebook, προκύπτει ότι το ROAS για τις CPC καμπάνιες του Google Search Network ξεπερνά



το 750% και ότι η συνολική δαπάνη έχει αυξηθεί κατά 100% σε σχέση με την ίδια περίοδο το 2014. Για τις καμπάνιες του Google Remarketing, το ROAS είναι 620%, πράγμα που καθιστά το remarketing ένα από τα πλέον αποδοτικά μέσα προώθησης. Στο Facebook σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση διαφημιστικής δαπάνης (150%), ενώ το ROAS ξεπερνάει το 500%. Εκτός των εργαλείων και των CPC μέσων προώθησης της Google, το Cosmos Sport αξιοποιεί και μια σειρά άλλων CPC μέσων προώθησης, όπως dynamic remarketing μηχανισμοί, ειδικές μορφές διαφημίσεων σε Facebook και Instagram ad, ενώ σημαντικό μέρος της CPC στρατηγικής του Cosmos Sport καταλαμβάνουν τα price comparison sites.



BRONZE Airtickets® Airtickets®

Η Airtickets πήρε τη στρατηγική απόφαση να αναδιοργανώσει τη δομή των λογαριασμών της στο AdWords όσον αφορά τις search καμπάνιες, ξεκινώντας από τον μεγαλύτερο, αυτόν που στοχεύει την Ελλάδα, με σκοπό τη βελτίωση της απόδοσής τους. Η διαδικασία της αναδιοργάνωσης ξεκίνησε το 2013 και τελειοποιήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2015. Στο πλαίσιο αυτό, προχώρησε σε αύξηση του αριθμού των keywords, μέσα από διάφορες διαδικασίες keyword research, με σκοπό την κάλυψη του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού των αναζητήσεων που ενδιαφέρουν την εταιρεία. Παράλληλα, δημιουργήθηκαν περισσότερα ad groups και καμπάνιες, με λιγότερα keywords σε καθεμιά, αλλά πιο «σφιχτά» θεματικά, αναδιοργανώνοντας τα keywords στον λογαριασμό, με στόχο τη βελτίωση του relevance μεταξύ της αναζήτησης του χρήστη, του keyword που κάνει trigger το ad text, καθώς και του ίδιου του ad text. Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στη δημιουργία scripts για την διαχείριση των προσφορών (bids), ενώ για την καλύτερη ειοποίηση του κόστους στους λογαριασμούς δημιουργήθηκαν budget protector scripts. Επιπλέον, δημιουργήθηκαν scripts για την καταγραφή του διακυμάνσεων του Quality Score διαχρονικά, αλλά και audiences με διάφορα κριτήρια. Τέλος, δημιουργήθηκαν landing pages και δόθηκε έμφαση στη χρήση των extensions για την καλύτερη εμπειρία του χρήστη.

Κατηγορία: E-MAIL MARKETING ΚΑΜΠΑΝΙΑ

GOLD

Cosmote My Offers Session@cosmote.gr

Η καμπάνια My Offers Cosmote Σταθερός, περιλαμβάνει customized προσφορές ανάλογα με το προφίλ, τις συνήθειες και τις απαιτήσεις κάθε συνδρομητή και λειτουργεί σε δύο επίπεδα. Πρώτον, σε επίπεδο direct επικοινωνίας μέσω customized e-mail marketing και δεύτερον, σε επίπεδο web site, μέσω αυτόματης αναγνώρισης του επισκέπτη και καθοδήγησής του σε custom προσφορές. Σε επίπεδο newsletter, δημιουργήθηκαν πολλαπλές προσφορές και στη σχετική επικοινωνία υπήρχαν αναλυτικές και ξεκάθαρες οδηγίες σχετικά με το πώς μπορεί κάθε συνδρομητής να τις εκμεταλλευτεί. Κατά τη δημιουργία του ηλεκτρονικού newsletter, δόθηκε έμφαση, τόσο στον τεχνικό τομέα, όσο και στον τον τομέα του marketing και του περιεχομένου. Σε τεχνικό επίπεδο, τα newsletters σχεδιάστηκαν ώστε να είναι ορατά σε κάθε συσκευή, αλλά και σε κάθε mail client. Παράλληλα, στοιχεία όπως αυτά του αποστολέα θα έπρεπε να είναι ξεκάθαρα ώστε να μεγιστοποιηθεί το reputation του server στο διαδίκτυο, να μην υπάρχουν αποκλεισμένα e-mails ή μηνύματα που θα καταλήξουν στα spam, ενώ παράλληλα το ποσοστό παράδοσης να αγγίζει το 100%. Αντίστοιχα, σε επίπεδο marketing, ακολουθήθηκαν, μεταξύ άλλων, τακτικές όπως χρήση του μικρού ονόματος του παραλήπτη, list segmentation, στοχευμένο περιεχόμενο, καθώς και ενσωμάτωση δυνατότητας μέτρησης των leads στα υπόλοιπα κανάλια επικοινωνίας.



SILVER Generation Y Pharmacy2go E-Mail Marketing

Η εκστρατεία e-mail marketing για το Pharmacy2go βασίστηκε κυρίως στην αύξηση των πωλήσεων μέσω της αποτελεσματικής τμηματοποίησης. Στόχος ήταν ο διαχωρισμός του υπάρχοντος και του νέου πελατολογίου, ώστε η επικοινωνία να είναι πιο στοχευμένη και αποτελεσματική. Με αυτόν τον τρόπο, επετεύχθη η αύξηση της συχνότητας των στοχευμένων newsletter, προς διαφορετική λίστα κάθε φορά, πετυχαίνοντας έτσι και μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα ως προς τις πωλήσεις και αποφυγή «ενόχλησης»

του κοινού με ενέργειες που μπορεί να μην τους ενδιαφέρουν. Για τον σκοπό αυτό, η Generation Y σχεδίασε custom εργαλείο onsite για την αύξηση του στοχευμένου data capture και segmentation. Το εργαλείο ονομάστηκε «2go or not 2go» και παρέχει δυνατότητα αυτόνομης διαχείρισης στο Pharmacy2go, ώστε να το (α)νεργοποιεί κατά βούληση. Το «2go or not 2go» ζητάει από τους χρήστες να ψηφίσουν το αγαπημένο τους προϊόν προκειμένου να μπουν σε κλήρωση για να το κερδίσουν με ιδιαίτερη έκπτωση, συμπληρώνοντας ονοματεπώνυμο, email και φύλο, ενώ τα δώρα είναι επιλεγμένα από διαφορετικές κατηγορίες, ώστε να απευθύνονται σε διαφορετικά κοινά. Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργήθηκαν πιο δομημένες λίστες e-mails, σύμφωνα με τα πραγματικά ενδιαφέροντα και τα δημογραφικά στοιχεία του κοινού του Pharmacy2go, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των εκστρατειών newsletter.



Κατηγορία: BIG DATA & MARKETING ANALYTICS

SILVER

Χρυσή Ευκαιρία

Το Big Data ορίζεται ως εξαιρετικά μεγάλο σύνολο δεδομένων που μπορούν να αναλυθούν ώστε να αποκαλύψουν υπολογιστικά μοντέλα, τάσεις και ενώσεις, ιδίως σε σχέση με την ανθρώπινη συμπεριφορά και αλληλεπίδραση. Στην περίπτωση της Χρυσής Ευκαιρίας αυτό μεταφράζεται σε δεδομένα που περιλήφθηκαν σε πάνω από 20.000.000 αγγελίες τα τελευταία 22 χρόνια. Το Warehouse Data είναι ένα on-going project που θα ενσωματωθεί στις λειτουργίες του www.xe.gr σταδιακά. Προκειμένου να ανταπεξέλθει στις δυσκολίες υλοποίησης, το έργο οργανώθηκε σε τέσσερα μέρη: ανάκτηση των δεδομένων, στατιστική τους ανάλυση και ομογενοποίηση, εκ του μηδενός σχεδιασμός ενός συστήματος data warehouse και σύνδεση με ειδικά συστήματα δημιουργίας και εμφάνισης reports. Το Warehouse Data της Χρυσής Ευκαιρίας μετατρέπεται σε καινοτομία για μια σειρά από κλάδους της ελληνικής οικονομίας, καθώς επιτρέπει την προσφορά νέων ή βελτιωμένων υπηρεσιών στο πλαίσιο της αναζήτησης και τοποθέτησης αγγελιών. Η αξιοποίηση του τεράστιου όγκου δεδομένων που έχει στη διάθεσή της και η μετατροπή τους σε χρήσιμες πληροφορίες και σε δεύτερο επίπεδο σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας προς τους πελάτες της, συνιστούν μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα προσδώσει μεγαλύτερη αξία στο brand, θα συνεισφέρει στην καλύτερη τοποθέτησή του στην αγορά, μειώνοντας παράλληλα τα κόστη του.



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

SILVER

iTrust Digital Strategy Papaioannou Plastic Surgery

Η κλινική πλαστικής χειρουργικής Παπαϊωάννου αναγνώρισε το SEO ως το βασικό online κανάλι που θα επέτρεπε την επαφή με νέα κοινά. Στο πλαίσιο αυτό, κατασκευάστηκε νέα, responsive ιστοσελίδα, η οποία σχεδιάστηκε από την αρχή ώστε να επιτρέπει να δημιουργηθούν semantic content silos, όσο θα εμπλουτίζεται με νέο περιεχόμενο. Σε πρώτο επίπεδο διαχωρίστηκαν οι επεμβάσεις πλαστικής χειρουργικής από τις θεραπείες και σε δεύτερο επίπεδο κατηγοριοποιήθηκαν ανάλογα με το μέρος του σώματος που αφορούν. Κάθε σελίδα κατηγορίας και υποκατηγορίας αξιοποιήθηκε για να δημιουργηθούν landing pages, τα οποία στοχεύουν λέξεις και φράσεις αναζήτησης που χρησιμοποιούνται από το κοινό-στόχο, αλλά δεν είναι απολύτως ακριβή από ιατρικής άποψης, ενώ οι σελίδες των επεμβάσεων και των θεραπειών έγιναν απόλυτα optimized με βάση το focus keyword. Μέσω του blog, η κλινική μπόρεσε να επικοινωνήσει σε λιγότερο ιατρικό τόνο με το κοινό της. Άρθρα, infographics και παρουσιάσεις slideshare επέτρεψαν να επιτευχθεί αύξηση των user signals και να δημιουργηθούν social signals, ενώ μέσω SEO αυξήθηκε το visibility καθώς η κλινική εκμεταλλεύτηκε εποχιακές αναζητήσεις και trends. Παράλληλα, μέσω του SEM αποκτήθηκε επιπλέον above-the-fold «real estate» στις σελίδες αποτελεσμάτων του Google Search, για συγκεκριμένες επεμβάσεις.



BRONZE

Generation Y Hellenic Duty Free Shop SEO

Η Hellenic Duty Free Shops, επιθυμώντας να βελτιώσει τη θέση της στα οργανικά αποτελέσματα της Google για πέντε επιλεγμένα keywords, επέλεξε την Generation Y για να διαμορφωθεί η στρατηγική, αλλά και η υλοποίηση του Search Engine Optimization (SEO). Σε πρώτη φάση, πραγματοποιήθηκε προσεκτική έρευνα των σχετικών όρων αναζήτησης όλων των keywords, μαζί με τους δορυφόρους τους, προκειμένου να διαπιστωθεί ποια από αυτά και με ποιο τρόπο είχαν υψηλό traffic, σύμφωνα με το Keyword Planner. Onsite, επομένως, δημιουργήθηκαν μοναδικά meta titles, descriptions, keywords στο σύνολο του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Επιπλέον, προκειμένου να βελτιωθεί η οργανική θέση συγκεκριμένων keywords, υλοποιήθηκαν και offsite ενέργειες. Σε αυτή τη λογική, δημιουργήθηκε στρατηγική link building, σε συνεργασία με πάνω από 20 beauty και fashion bloggers. Οι bloggers δημοσίευσαν, ακολουθώντας guidelines της Generation Y, περιεχόμενο για την Hellenic Duty Free, συμπεριλαμβάνοντας links προς το εταιρικό website και προς τις επιλεγμένες κατηγορίες. Η συγκεκριμένη ενέργεια δεν επιβάρυνε οικονομικά τον προϋπολογισμό της εταιρείας, καθώς οι bloggers συνεργάστηκαν με αντάλλαγμα ένα άρωμα. Σε διάστημα έξι μηνών, η Hellenic Duty Free έφτασε την πρώτη θέση στα οργανικά αποτελέσματα της Google και για τα πέντε από τα επιλεγμένα keywords.



Ευότητα 8. Redesign - Relaunch

Κατηγορία: REDESIGN - RELAUNCH

GOLD

Aegean Airlines – Atcom / Sapient Nitro

aegeanair.com

Με ανανεωμένη σχεδιαστική προσέγγιση και περισσότερες online υπηρεσίες, το αναβαθμισμένο aegeanair.com αποτελεί ένα εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και πλήρως responsive website, ένα από τα ελάχιστα αεροπορικής εταιρείας παγκοσμίως, καθώς και το μοναδικό αεροπορικής εταιρείας στην Ευρώπη. Παράλληλα, το νέο υπερ-σύστημα της Aegean περιλαμβάνει την ανάπτυξη τριών sites, όλα κάτω από την ομπρέλα του aegeanair.com: το corporate site της εταιρείας, το site του προγράμματος loyalty Miles+Bonus, καθώς και το e-commerce site, του οποίου το concept έχει αναπτύξει η εταιρεία Sapient Nitro. Το ανανεωμένο περιεχόμενο της ιστοσελίδας περιλαμβάνει πληροφορίες και φωτογραφίες για κάθε προορισμό της Aegean, ο νέος διαδραστικός χάρτης δρομολογίων αναδεικνύει το διευρυμένο δίκτυο της εταιρείας, ενώ η νέα υπηρεσία My Aegean δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν τον προσωπικό τους λογαριασμό και να περιηγούνται σε περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία μπορεί να γνωρίζει τη συμπεριφορά των χρηστών ώστε να τους προσεγγίζει προσωποποιημένα, να επεκτείνει τη βάση εγγεγραμμένων μελών στο loyalty πρόγραμμά της, να μειώσει το abandonment rate στη διαδικασία κράτησης και να αποσυμφορήσει τα offline σημεία εξυπηρέτησης της Aegean. Τα αποτελέσματα μετά το relaunch είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικά, τόσο σε επίπεδο performance και σταθερότητας στη λειτουργία, όσο και σε επίπεδο πωλήσεων.



SILVER

Wind Ελλάς – Atcom

Wind.gr

Με ανανεωμένο responsive design, η Wind ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό, με modular homepage, δυνατές φωτογραφίες, video, promos σε περίοπτη θέση, βελτιστοποιημένα call to action buttons και σαφή σημεία εστίασης. Το νέο Wind.gr είναι γεμάτο χρήσιμες πληροφορίες, μοντέρνο και εύκολο στην πλοήγηση. Η αρχιτεκτονική της πληροφορίας διασφαλίζει την ευχρηστία παρά τον μεγάλο όγκο πληροφοριών, με το βασικό

μενού πάντα ανοικτό στο πλάι, δίδως να εμποδίζει την ανάγνωση του περιεχομένου ή την ολοκλήρωση αγοράς, με αποτέλεσμα οι χρήστες να έχουν πρόσβαση σε κάθε σελίδα του Wind.gr από παντού. Λόγω της διαρκώς αυξανόμενης επισκεψιμότητας στο site από κινητές συσκευές, υιοθετήθηκε responsive design, κάνοντας το Wind.gr το πρώτο corporate website e-care περιβάλλον εταιρείας τηλεπικοινωνιών που προέβη σε αυτή την τεχνική. Το αποτέλεσμα είναι ένα site που προσαρμόζεται αυτόματα στο μέγεθος της συσκευής πλοήγησης (desktop, tablet, smartphone), μεγιστοποιώντας έτσι τη λειτουργικότητά του. Τα χαρακτηριστικά αυτά συντελούν στη μείωση του ποσοστού εγκατάλειψης του site κατά 10%, ενώ ο χρόνος παραμονής έχει αυξηθεί κατά 17%. Ο καθαρός σχεδιασμός του Wind.gr συνεχίζεται και στη my account area, το myWIND. Τα αποτελέσματα του relaunch ήταν εντυπωσιακά, με ενδεικτική την αύξηση των εγγράφων από το mobile κατά 22%.

SILVER

ForestView

AIG direct insurance platform

Η ιδέα ήταν να δημιουργηθεί ένα νέο website για την AIG, το οποίο να δίνει τη δυνατότητα εξ ολοκλήρου online αγοράς, να εκφράζει τις αξίες της μάρκας, να παρέχει καλύτερη χρηστικότητα στον χρήστη, διοχέτευση καλύτερων leads, καθώς και δυνατότητα παρουσίασης περισσότερων προϊόντων. Στο πλαίσιο αυτό, το website έδωσε στον χρήστη τη δυνατότητα υπολογισμού ασφαλίσεων και online αγοράς, πρόσβαση σε άμεση τηλεφωνική εξυπηρέτηση, σε ερωταπαντήσεις σε συχνά ερωτήματα, καθώς και σε video testimonials.

Παράλληλα, η παρουσίαση των προσφορών και των πλεονεκτημάτων έγινε με άμεσο και αποτελεσματικό τρόπο, ενώ διευκολύνθηκε και η πρόσβαση σε κοινωνικά δίκτυα μέσα από το site. Επιπλέον, αυξήθηκε η πληροφόρηση για την εταιρεία, τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν ανοιχτά, ώστε να υποστηριχθεί η έννοια του transparency, ενώ χρησιμοποιήθηκαν ανθρώπινα πρόσωπα πιο κοντά στο προφίλ του κοινού-στόχου. Προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα της δημιουργίας lead, δημιούργησε μια δυναμική φόρμα υπολογισμού ασφαλίσεων από την πρώτη σελίδα του site, με βοηθητικές επεξηγήσεις και χρήσιμες πληροφορίες, ενώ όλα τα στοιχεία της φόρμας συνδέθηκαν με το call center και το CRM σύστημα της AIG, ώστε η εξυπηρέτηση πελατών και οι πωλήσεις να έχουν πλήρη εικόνα του πελάτη.





BRONZE

Webjar – Hellenic Seaways Hellenic Seaways

Η Webjar δημιούργησε το νέο e-commerce site της Hellenic Seaways, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες να κλείσουν εύκολα τα εισιτήριά τους, να βρουν τα δρομολόγια που είναι διαθέσιμα, να δουν live πού είναι το κάθε πλοίο ανά πάσα ώρα και στιγμή, καθώς και να παραλάβουν ηλεκτρονικά τα εισιτήριά τους. Η τεχνική του cinemagraphic που χρησιμοποιείται στην homepage δίνει μια ζωντανή αίσθηση της θάλασσας, ενώ το 100% user friendly box για αναζήτηση δρομολογίων, αλλά και το εργαλείο interactive map, μέσω του οποίου ο χρήστης βρίσκει εύκολα και γρήγορα απευθείας εισιτήρια για τον προορισμό της επιλογής του, βελτιώνουν την εμπειρία πλοήγησης στο site. Εντυπωσιακά ήταν τα αποτελέσματα στην πράξη, καθώς την περίοδο από 15/7/2015, ημερομηνία launch του νέου site, έως 31/8/2015, οπότε ουσιαστικά κλείνει η full season για τις ακτοπλοϊκές εταιρείες, υπήρξε αύξηση της τάξης του 26% του conversion rate σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, παρά τη δυσμενή κατάσταση στη χώρα, ειδικά κατά το πρώτο διάστημα του λανσαρίσματος.



BRONZE

Quest Online SA-You.gr You.gr: Same Name-New Journey

Το τελευταίο redesign του you.gr που ολοκληρώθηκε το 2015 είχε ως στόχο την επανεξέταση κάποιων περιοχών που επιδέχονταν βελτίωση, όσον αφορά το usability. Μέσα από αυτό το project προέκυψαν θεμελιώδεις αλλαγές, όπως ο διαχωρισμός των δύο βασικών κατηγοριών του you.gr, Technology και Living, παραχωρώντας στην κάθε κατηγορία τη δική της home page, αλλά διατηρώντας κοινό καλάθι σε όλο το site. Επανεξετάστηκαν όλα τα λεκτικά σε κομβικούς συνδέσμους και σε

action buttons, μελετήθηκαν εκ νέου οι θέσεις προβολής βασικών πληροφοριών και βελτιώθηκαν σημαντικά βασικές λειτουργίες. Εκτός του βραβευμένου mobile app, το you.gr πλέον είναι σχεδιασμένο σε responsive framework και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες mobile συσκευών να πλοηγηθούν άνετα σε ένα φιλικό interface. Επιπλέον, με αφορμή το redesign project κάποιες περιοχές ενισχύθηκαν, ενώ προστέθηκαν στο καλάθι όλοι οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής και παραλαβής, με όλα τα σχετικά κόστη. Όσον αφορά το user experience, έγινε προσπάθεια για βέλτιστη παρουσίαση του περιεχομένου, ενώ υλοποιήθηκαν περαιτέρω ενέργειες, όπως ανάλυση της συμπεριφοράς των χρηστών, αποφυγή των pop-up διαφημίσεων, χρήση των πιο σύγχρονων τεχνικών navigation, ενώ κατά την ολοκλήρωση του project πραγματοποιήθηκε usability testing.



Ενότητα 9. Στρατηγική & Οικειβοποίηση

Κατηγορία: ΨΗΦΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ (E-STRATEGY)

GOLD

Quest Online SA-You.gr

Κωδικός «ΕΥΓΕ»: Ολοκληρωμένη ψηφιακή στρατηγική με κέντρο του πελάτη

Έχοντας ως στόχο να δώσει αξία σε όλο το οικοσύστημα που το περιβάλλει, τους πελάτες, τους συνεργάτες, τους προμηθευτές, τους ανθρώπους και τους μετόχους του, αλλά και την ελληνική αγορά του e-commerce στο σύνολό της, το you.gr κατάρτισε μια ολοκληρωμένη στρατηγική ανάπτυξης και εξέλιξης, που κωδικοποιημένα ονόμασε «ΕΥΓΕ», με όραμα να καθιερωθεί σύντομα ως η πρώτη επιλογή online shopping για τον σύγχρονο καταναλωτή. Το «ΕΥΓΕ», ως ακρωνύμιο που προκύπτει από τους τέσσερις πυλώνες πάνω στους οποίους αναπτύχθηκε η στρατηγική ανάπτυξης του you.gr – Εμπιστοσύνη, Υπηρεσίες, Γκάμα, Εμπειρία – αλλά και ως επιφώνημα ικανοποίησης που πρέπει να ακούγεται από κάθε πελάτη, αποτελεί ουσιαστικά και τον πυρήνα της στρατηγικής. Σε αυτό το πλαίσιο, βασικό στοιχείο αποτελεί η δημιουργία ενός περιβάλλοντος που εμπνέει απόλυτη εμπιστοσύνη, προσελκύοντας νέους και έμπειρους e-shoppers και ενισχύοντας την πιστότητά τους, ενώ αξιοποιώντας ευρήματα ερευνών σχετικά με το ποιες υπηρεσίες θεωρούνται σημαντικές από τους πελάτες, πραγματοποιήθηκε μια καταγραφή και προτεραιοποίηση προς υλοποίηση pre-sales & after sales υπηρεσιών. Επιπλέον, η μετεξέλιξη του you.gr σε ένα web-mall με μεγάλη ποικιλία προϊόντων αποτελεί πυρήνα της στρατηγικής του, ενώ βασικός του στόχος είναι η καλύτερη εμπειρία του χρήστη σε οποιαδήποτε αλληλεπίδρασή του με το site.





SILVER

Sleed – i-MBA

MBA International – How to acquire high value students through digital marketing

Αναγνωρίζοντας την αξία της online προώθησης και ενόψει της περιόδου εγγραφών, το i-MBA αποφάσισε να εντάξει στη στρατηγική προώθησής του τα digital κανάλια. Οι βασικοί στόχοι του ήταν η αύξηση των ελληνικών και ξένων online αιτήσεων και η αύξηση της αναγνωρισιμότητας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών συνολικά, αλλά και του ΠΜΣ

συγκεκριμένα. Το πρώτο βήμα συνίστατο στη δημιουργία awareness και για τον σκοπό αυτό αναπτύχθηκαν οι παρουσίες του προγράμματος σε social media και άλλα πληροφοριακά hubs. Στη συνέχεια, έγινε προσπάθεια να οδηγηθεί στο website όσο το δυνατόν πιο μεγάλο πλήθος high value υποψηφίων, με σημαντικότερο άξονα υλοποίησης τα μέσα inbound marketing, με κυριότερα το Google AdWords Search και highly targeted Facebook ads. Επιπλέον, το πρόγραμμα απευθύνθηκε σε εκείνους που έδειξαν ενδιαφέρον, χωρίς όμως να ολοκληρώσουν την εγγραφή τους, χρησιμοποιώντας email marketing, αλλά και μέσα έμμεσας υπενθύμισης με κύριο εργαλείο το remarketing σε διάφορα κανάλια, όπως το Google Display Network, το Google Search Network και το Facebook. Δημιουργήθηκαν επίσης στοχευμένες συγκεκριμένων target groups χρηστών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, καθώς και συγκεκριμένα keywords ανάλογα με τη χώρα στόχευσης. Τέλος, εκτός από την αξιοποίηση του Facebook, επιστρατεύθηκαν τα social media και κοινότητες χρηστών, με κοινό ενδιαφέρον την εκπαίδευση.

BRONZE

Διεθνής Αεροδιμένας Αθηνών

ATH Messenger από του Διεθνή Αεροδιμένα Αθηνών

Ο ΔΑΑ προχώρησε στη δημιουργία της υπηρεσίας «ATH Messenger», καθοδηγούμενος από τη ραγδαία αύξηση χρήσης των κοινωνικών δικτύων και ιδιαίτερα του Facebook, καθώς και από την αυξητική τάση της εφαρμογής Messaging. Η ιδέα της υλοποίησης στηρίζεται στην απλότητα και την ευκολία χρήσης που προσφέρει το Facebook και για τη λειτουργία και προβολή της εφαρμογής δημιουργήθηκε Fan Page στο Facebook με την ονομασία «ATH Messenger». Χρησιμοποιώντας το Facebook Messenger από το κινητό, το tablet ή το laptop, όλοι οι χρήστες μπορούν να ενημερώνονται live για την πτήση τους με τη χρήση των γνωστών hashtags (#) και λέξεων κλειδιά (π.χ. flight & αριθμός πτήσης). Παράλληλα, μέσω αυτοματοποιημένης διαδικασίας ο χρήστης ενημερώνεται για οποιαδήποτε αλλαγή στην πτήση που έχει ζητήσει στον λογαριασμό του στο Facebook. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ενημέρωση των χρηστών γίνεται ταυτόχρονα με τις οθόνες ενημέρωσης πτήσεων του αεροδρομίου, το website και τα άλλα κανάλια επικοινωνίας των πτήσεων. Παράλληλα, η υπηρεσία σχεδιάστηκε έτσι ώστε να προσφέρει αυτοματοποιημένες ενημερώσεις για υπηρεσίες και προσφορές εντός του αεροδρομίου. Στο πλαίσιο της πελατοκεντρικής στρατηγικής του, το «ATH Messenger» δίνει στο ΔΑΑ τη δυνατότητα ανάλυσης δημογραφικών στοιχείων και συμπεριφορών για τη δημιουργία νέων καινοτόμων υπηρεσιών.



BRONZE

Atcom

www.letsferry.gr

Η Atcom δούλεψε στενά με την διοίκηση της Gelasakis Shipping and Travel Center, ώστε να σχεδιάσει το e-strategy που θα έπρεπε να ακολουθήσει η εταιρεία. Οι άζονες ανάλυσης περιστρέφονταν γύρω από τη συσχέτιση της offline και της online δραστηριοποίησης της εταιρείας, τις παραμέτρους εξειδίκευσης και διαφοροποίησης της νέας στρατηγικής, τη

διερεύνηση των επιπτώσεων της πτώσης της επιβατικής κίνησης, καθώς και των προοπτικών ανάπτυξης της διαδικτυακής ταξιδιωτικής αγοράς. Σε αυτό το πλαίσιο, ορίστηκε σε ποιον τομέα θα έπρεπε να δραστηριοποιηθεί η εταιρεία, καθώς η μελέτη αποκάλυψε το κενό στην αγορά για ένα αμιγώς online πρακτορείο ακτοπλοϊκών εισιτηρίων. Για την αποτελεσματική τοποθέτηση στην αγορά, κρίθηκε απαραίτητη η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, προσβλέποντας στον εκσυγχρονισμό των μεθόδων προώθησης και των συναλλαγών, ενώ προτάθηκαν βασικά functionalities για το νέο portal, όπως η πολιτική ακυρώσεων και η ύπαρξη loyalty scheme. Παράλληλα, έγιναν οι απαραίτητες παρεμβάσεις στη λειτουργία του offline πρακτορείου ώστε να εξυπηρετηθεί και το διαδικτυακό, και δομήθηκε μία ενδελεχής UX στρατηγική η οποία αποτέλεσε γνώμονα για το design του νέου portal. Όλα τα παραπάνω συντέλεσαν στη δημιουργία του letsferry.gr, του πρώτου αμιγώς online πρακτορείου για ακτοπλοϊκά εισιτήρια.



Κατηγορία: ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ Ε-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

GOLD

Koolfly

The Global Greek e-shop

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του Koolfly είναι ότι σχεδιάστηκε και λειτουργεί με το βλέμμα στραμμένο προς τις διεθνείς αγορές, χωρίς όμως να παραμελεί την ελληνική αγορά. Ήδη το Koolfly είναι active σε πολλές χώρες του κόσμου, αποστέλλοντας προϊόντα σε περισσότερες από 13 χώρες. Το Koolfly υποστηρίζει τόσο ελληνικά όσο και αγγλικά,

όχι μόνο στη βασική δομή του site, αλλά και σε όλη την έκταση του προϊόντικού υλικού. Είναι επίσης πολυνομισματικό και επιτρέπει στον χρήστη να κάνει συναλλαγές σε τρία νομίσματα, ευρώ, δολάριο ΗΠΑ και GBP, ενώ οι συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες υποστηρίζουν επίσης χρεώσεις και στα τρία νομίσματα. Λόγω του διαρκώς αυξανόμενου όγκου πωλήσεων προς συγκεκριμένες χώρες, έχουν αναπτυχθεί landing welcome pages στις αντίστοιχες γλώσσες, ενώ έχουν συναφθεί συνεργασίες με τις μεγαλύτερες εταιρείες και μάρκες στον χώρο της μόδας και ένδυσης, σε ελληνικό και διεθνές επίπεδο. Έχοντας ως βασική προτεραιότητα την προώθηση των ελληνικών σχεδιαστών στο εξωτερικό, λειτουργεί ειδικό section, όπου, έλληνες σχεδιαστές μπορούν να παρουσιάσουν τη δουλειά τους διεθνώς. Σε επίπεδο λειτουργίας, γίνεται χρήση του δικτύου CDN της AKAMAI, ενώ για τις αποστολές έχουν συναφθεί συμφωνίες με τις UPS και DHL.

GOLD

Tripsta

International e-business –Tripsta

Λειτουργώντας σε 45 χώρες παγκοσμίως, το online ταξιδιωτικό γραφείο Tripsta θεωρείται πρωτοπόρος στον χώρο της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Ο πυρήνας αυτής της επιχειρηματικής προσέγγισης ξεκίνησε το 2010, όταν, με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, η εταιρεία αποφάσισε να ακολουθήσει μια στρατηγική συνεχούς ανάπτυξης, η οποία αποτελεί οδηγό της πορείας και της επιτυχίας της. Το κλειδί για την επιτυχημένη διεθνοποίηση της εταιρείας είναι η μεγιστοποίηση της υπάρχουσας online πλατφόρμας, η οποία είναι εύκολο να μεταφραστεί σε όλες τις χώρες, σε συνδυασμό με την τοπική τεχνογνωσία και τις ανάγκες που έχει η κάθε αγορά, με δραστηριότητες marketing και την αντίστοιχη υποστήριξη και εξυπηρέτηση πελατών. Η στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης έχει επικεντρωθεί στα κανάλια επικοινωνίας που βασίζονται στην απόδοση και τα άμεσα αποτελέσματα, τα οποία έχουν αντικαταστήσει τις δαπανηρές διαφημιστικές καμπάνιες για πιο στρατηγικό και τοπικό PR. Το 2015, η Tripsta ένωσε τις δυνάμεις της με την airtickets, δημιουργώντας την Νο 1 εταιρεία στον κλάδο της στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και ένα από τα πέντε μεγαλύτερα και πιο επιτυχημένα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία στην Ευρώπη. Η εταιρεία, πιστή στη στρατηγική συνεχούς ανάπτυξης, εξετάζει το ενδεχόμενο και άλλων εξαγορών online ταξιδιωτικών γραφείων στην Ευρώπη.



Κατηγορία: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

BRONZE

Sleed – Nef-Nef

Nef-Nef: B2B Joint digital marketing

Στο πλαίσιο της επένδυσης στην έρευνα και την εξέλιξη, τόσο σε επίπεδο προϊόντων και υπηρεσιών, όσο και σε επίπεδο συνεργασιών και νέων τεχνολογιών, η Nef-Nef το 2014 προχώρησε στη στρατηγική

είσοδο στον χώρο του B2C e-commerce, με τη δημιουργία του δικού της e-shop. Η κίνηση αυτή είχε ως βασικό στόχο την ολοκληρωμένη προβολή της προϊόντικής της γκάμας και συνδυάστηκε με το απαραίτητο στρατηγικό πλάνο, προκειμένου οι B2B online συνεργάτες να μη δουν την εταιρεία ανταγωνιστικά. Προς την κατεύθυνση αυτή, ως βασικός στόχος τέθηκε η αναβάθμιση της συνεργασίας της Nef-Nef με τους B2B online πελάτες τους, αξιοποιώντας τις δυνατότητες του digital marketing και αναπτύσσοντας τις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Η στρατηγική περιελάμβανε καμπάνιες σε digital marketing πλατφόρμες ή κανάλια, στρατηγικό shared reporting, καθώς και κινήσεις στο e-shop της Nef-Nef. Ουσιαστικά, έγινε μια προσπάθεια διαμόρφωσης μιας joined στρατηγικής μέσω της οποίας, για πρώτη φορά στην online αγορά της Ελλάδας, ένα μεγάλο μέρος του digital marketing μιας εταιρείας θα υλοποιείται αποκλειστικά μέσω των B2B συνεργατών της. Το εγχείρημα στέφθηκε με επιτυχία, καθώς η καμπάνια απέφερε, μεταξύ άλλων, πάνω από 161.000 επισκέψεις νέων χρηστών στα e-shops των συνεργατών και δημιούργησε περισσότερα από 74.000.000 impressions σε στοχευμένα κοινά.



Ευότητα 10. Internet of Things

Κατηγορία: ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΓΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

SILVER

Τράπεζα Πειραιώς winbank mycard App

Η Τράπεζα Πειραιώς δημιούργησε την καινοτόμο εφαρμογή winbank mycard για smartphones και smartwatches, μέσω της οποίας οι χρήστες μπορούν να ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο για όλες τις προσφορές των καρτών της Τράπεζας Πειραιώς και να

εντοπίζουν τα πλησιέστερα σημεία προσφορών των καρτών τους. Η εφαρμογή παρουσιάζει με φιλικό και εύχρηστο τρόπο πληροφορίες για εκπτώσεις, προγράμματα επιβράβευσης, διαγωνισμούς και ειδικές προσφορές με τη χρήση όλων των καρτών, ενώ κάθε φορά που ο χρήστης πλησιάζει κοντά σε σημείο προσφοράς λαμβάνει σχετική ειδοποίηση στο ρολόι και το κινητό του. Πρόκειται για την πρώτη εφαρμογή στον ελληνικό τραπεζικό κλάδο και από τις λίγες παγκοσμίως που είναι διαθέσιμη για smartwatches και παράλληλα αξιοποιεί την τεχνολογία geofencing, που ενημερώνει αυτόματα τον χρήστη. Επιπλέον, η Τράπεζα Πειραιώς παρουσιάζει πρώτη στην ελληνική αγορά εφαρμογή ειδικά διαμορφωμένη για συσκευές Apple Watch. Η νέα εφαρμογή, μεταξύ άλλων, διαθέτει ένα εύχρηστο και ελκυστικό μενού, εμφανίζει όλες τις προσφορές σε λίστα ή σε χάρτη παρέχοντας οδηγίες πρόσβασης, δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λίστας «Αγαπημένων Προσφορών», αλλά και φιλτραρίσματος βάσει των καρτών του χρήστη. Η εφαρμογή winbank mycard θα διατίθεται δωρεάν στα Apple Store, GooglePlay και Samsung Gear.

Ευότητα 11. Υπηρεσίες & Υποδομές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Κατηγορία: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΑΝΟΜΗΣ (COURIER)



GOLD

ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες Α.Ε.Ε. Υπηρεσία Αυτόματης Απόδοσης Αντικαταβολών της ACS

Η Υπηρεσία Αυτόματης Απόδοσης Αντικαταβολών της ACS στοχεύει στην πιο άμεση και αξιόπιστη απόδοση των χρημάτων του e-shop από τις παραγγελίες των πελατών του, τα οποία αποδίδονται αυτόματα στον τραπεζικό του λογαριασμό μέσω e-banking σε ημερήσια βάση, παρέχοντας παράλληλα αυτόματη ηλεκτρονική ενημέρωση. Η τεχνολογική υπεροχή της υπηρεσίας αντικαταβολής αναδεικνύεται σε όλα τα στάδια της συναλλαγής: κατά τη διαδικασία αποστολής-παράδοσης, μέσω των συσκευών PDAs που χρησιμοποιούν οι courier και το GPS tracking των συσκευών αυτών, αλλά και σχετικών εφαρμογών και online εργαλείων για την παρακολούθηση της παραγγελίας, κατά την απόδοση χρημάτων, μέσω της αυτόματης διαδικασίας web transfer/e-banking, αλλά και σε επίπεδο ενημέρωσης του

πελάτη. Επιπρόσθετα, η Υπηρεσία Αυτόματης Απόδοσης Αντικαταβολής παρακολουθείται μέσα από το online Σύστημα Αντικαταβολής της ACS, από τη στιγμή της δημιουργίας της μέχρι και τη στιγμή της ολοκλήρωσης της απόδοσης και των αυτόματων ειδοποιήσεων των e-shop, δίνοντας βάση στην άμεση ενημέρωση. Επιτυγχάνεται έτσι ταχύτερη απόδοση των χρημάτων στο e-shop, αλλά και πιο αποτελεσματική προσαρμογή της ACS στις νέες συνθήκες, με παράδειγμα την εφαρμογή του capital control, κατά την οποία δεν σταμάτησε η απόδοση των αντικαταβολών.



Κατηγορία: E-COMMERCE PLATFORMS – DEVELOPMENT

SILVER

Protean Technologies

Πλατφόρμα eShopkey

Η πλατφόρμα eShopkey συνιστά ένα ολοκληρωμένο σύστημα ηλεκτρονικού εμπορίου και διαχείρισης περιεχομένου. Προσφέρεται για την υλοποίηση εφαρμογών οι οποίες διαθέτουν όλες τις δυνατές λειτουργίες, τόσο για ηλεκτρονικά καταστήματα, όσο και για συστήματα παραγγελιοληψίας και διαθέτει πλήρεις δυνατότητες για ηλεκτρονικές αγορές και δράσεις ηλεκτρονικού επιχειρείν. Επιπρόσθετα, υποστηρίζει συμπληρωματικές

λειτουργίες ώστε να προσφέρεται ένα ολοκληρωμένο σύστημα διάθεσης, προώθησης, ενημέρωσης και επικοινωνίας. Η πλατφόρμα έχει αναπτυχθεί βάσει των πλέον αναβαθμισμένων τεχνολογιών και λειτουργεί μέσω προηγμένης αρχιτεκτονικής, ώστε να διασφαλίζεται η απόδοση και η ασφάλεια των εφαρμογών, ενώ δίνεται η δυνατότητα διαχείρισης όλων των συσχετιζόμενων παραμέτρων, όπως προμηθευτών, τιμολογιακής πολιτικής, διαθεσιμότητας, τρόπων αποστολής. Επίσης, είναι εφικτή η διαμόρφωση τιμοκαταλόγων ανά περίπτωση, ενώ υποστηρίζεται η διαχείριση παραγγελιών, η αυτοματοποίηση των διαδικασιών, η παροχή δυναμικών στατιστικών αναλύσεων, καθώς και η αμφίδρομη επικοινωνία με εξωτερικά συστήματα. Τέλος, παρέχονται συμπληρωματικά υποσυστήματα, τα οποία καλύπτουν από πλήρη και ολοκληρωμένη διαχείριση περιεχομένου, έως σύνθετες διαδικασίες marketing και επικοινωνίας. Ανάμεσα στα συγκριτικά πλεονεκτήματα που προσφέρει η χρήση της πλατφόρμας, συμπεριλαμβάνονται η βελτιστοποίηση της διαδικασίας πλοήγησης και ολοκλήρωσης παραγγελίας, η κατανόηση των αναγκών των πελατών, καθώς και η ελαχιστοποίηση του κόστους διαχείρισης του ηλεκτρονικού καταστήματος.

SILVER

Atcom

Netvolution™ WCM 5.0

Η Atcom επενδύει συστηματικά στο Research & Development, αποτελώντας τη μοναδική εταιρεία στην Ελλάδα που έχει αναπτύξει το δικό της Content Management System. Το Netvolution™ WCM, είναι το πιο αξιόπιστο Enterprise προϊόν λογισμικού στην ελληνική αγορά, το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί σε όλα σχεδόν τα έργα της Atcom. Υποστηρίζει περισσότερες από 3.000 web και mobile εφαρμογές, εξυπηρετεί σε μηνιαία βάση περισσότερους από 50 εκατ. επισκέπτες και διακπεραιώνει με ασφάλεια εκατομμύρια συναλλαγές. Βασίζεται στις τεχνολογίες της Microsoft και στο .NET Framework και αποτελεί προϊόν λογισμικού με τεκμηρίωση, versioning και roadmap, ενώ χρησιμοποιείται ήδη από μεγάλους οργανισμούς για in house development. Η Atcom το 2015 καλωσόρισε τη νέα έκδοση, το Netvolution WCM 5, το οποίο, κρατώντας την φιλοσοφία των προκατόχων του, εστιάζει στην ταχύτητα ανάπτυξης, την ποιότητα της παραδοτέας εφαρμογής και την καλή εμπειρία του τελικού χρήστη. Ταυτόχρονα ενσωματώθηκαν νέες λειτουργίες για να καλυφθούν ανάγκες με πιο ολοκληρωμένο τρόπο, όπως ο δυναμικός compiler οντοτήτων, η NvMemDB και η ενσωματωμένη proprietary real-time in-memory NoSql database. Το Netvolution WCM δίνει τη δυνατότητα στους διαχειριστές να κάνουν πολλαπλές τροποποιήσεις στο περιεχόμενο του e-commerce website τους και να έχουν άμεσο feedback σχετικά με τα αποτελέσματά τους.



Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (E-SERVICES)



BRONZE

Cosmote

Online Payment@cosmote.gr

Κατά τη διάρκεια της χρονιάς που πέρασε, η Cosmote έδωσε μεγάλη έμφαση στην ενότητα των online πληρωμών, με βασικό ζητούμενο την αυτόματη και άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη, πέραν από τις εργάσιμες ημέρες και ώρες. Παράλληλα, θεωρήθηκε σημαντικό οι πληρωμές να είναι εφικτές ασχέτως με το αν ο πελάτης είναι χρήστης των ψηφιακών υπηρεσιών της εταιρείας. Το πλέον καινοτόμο στοιχείο των σύγχρονων

ηλεκτρονικών πληρωμών της Cosmote, είναι το γεγονός ότι συνδέονται αυτόματα με τα υποσυστήματα παροχής υπηρεσιών της εταιρείας, καθώς και το κεντρικό σύστημα χρεώσεων, με αποτέλεσμα, κάθε πληρωμή να πραγματοποιείται και να υπόκειται σε επεξεργασία σε σχεδόν πραγματικό χρόνο. Έτσι, οι πελάτες έχουν πλέον τη δυνατότητα να πληρώσουν ένα τμήμα της οφειλής τους, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο τη δική τους δόση, να προκαταβάλουν κάποιο ποσό εφόσον το επιθυμούν, να πληρώσουν κανονικά τις ληξιπρόθεσμες οφειλές τους, ακόμη και αν έχουν μπει σε καθεστώς προσωρινής φραγής, με άμεση επανασύνδεση, όχι μόνο για τις υπηρεσίες τηλεφωνίας, αλλά και για υπηρεσίες internet και συνδρομητικής τηλεόρασης OTE TV. Χάρη στις δυνατότητες αυτές και καθώς ο πελάτης γνωρίζει ανά πάσα στιγμή, το πραγματικό ή και το ληξιπρόθεσμο υπόλοιπο, η Cosmote παρέχει μία ολοκληρωμένη λύση με άμεση αποτελεσματικότητα στους συνδρομητές της.

BRONZE

ContactPigeon

ContactPigeon, The (re)Marketing Cloud

Το ContactPigeon είναι η πρώτη ελληνική (re)Marketing Automation & Ecommerce Personalization SaaS πλατφόρμα. Από την αρχή της λειτουργίας της, τον Σεπτέμβριο του 2014, παρέχει λύση στο πρόβλημα κάθε eshop: πώς να στείλει το κατάλληλο μήνυμα, την κατάλληλη χρονική στιγμή, με το κατάλληλο περιεχόμενο σε κάθε πελάτη/επισκέπτη. Με το ContactPigeon, μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις επωφελούνται από τη χρήση μιας πλατφόρμας Big Data, προκειμένου να δημιουργήσουν εύκολα αυτοματισμούς και προσωποποιημένα μηνύματα, αντιδρώντας έτσι σε αλλαγές στη συμπεριφορά του επισκέπτη και του καταλόγου μέσα σε δευτερόλεπτα. Με αυτόν τον τρόπο, ο αποδέκτης καθοδηγείται να πραγματοποιήσει μια αγορά, ή να ολοκληρώσει οποιοδήποτε άλλο στόχο, ενώ ταυτόχρονα προστατεύεται από ανεπιθύμητα μηνύματα. Το ContactPigeon μπορεί να αξιοποιηθεί από κάθε eshop ανεξαρτήτως πλατφόρμας, με την προσθήκη ενός javascript tag. Με αυτόν τον τρόπο, σε λεπτά μπορεί να αρχίσει να δημιουργεί αναλυτικά προφίλ επισκεπτών και πελατών που να συνδυάζουν πληροφορίες από πηγές όπως web behavior, email behavior και ecommerce transactions. Με πελάτες του ContactPigeon να βλέπουν ήδη conversion rates της τάξης του 25%, αποδεικνύεται η σπουδαιότητα της data-driven personalized προσέγγισης των επισκεπτών για τα eshops, μια ανάγκη που το ContactPigeon όχι μόνο έχει αναδείξει, αλλά και ικανοποιεί.



Ευότητα 12. Υπηρεσίες E-Banking



Κατηγορία: ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

GOLD

Alpha Bank

Νέο Alpha Web Banking για Ιδιώτες

Η Alpha Bank δηλώνει την παρουσία της στον τομέα του e-Banking με τη νέα ηλεκτρονική πλατφόρμα Alpha Web Banking για Ιδιώτες. Σε συνέχεια μελέτης των τάσεων, των αναγκών και της σχέσης των χρηστών με τα e-δίκτυα, η πλατφόρμα ιδιωτών αναβαθμίστηκε ως προς τη λειτουργικότητα και την ευχρηστία, με βάση τα τελευταία τεχνολογικά πρότυπα και τα πρότυπα ασφάλειας. Ο ανασχεδιασμός

και η αναβάθμιση έγιναν με άξονες τη δομική και εικαστική αναδιαμόρφωση του υφιστάμενου περιβάλλοντος του Alpha e-Banking Ιδιωτών, με στόχο τη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των χρηστών, την επανεξέταση λειτουργιών και προσθήκη νέων, την ευχρηστία, τη λειτουργικότητα και την ασφάλεια, καθώς και την ενδυνάμωση της υποστήριξης της πελατείας. Μεταξύ των δυνατοτήτων που παρέχει η νέα πλατφόρμα, συγκαταλέγονται ενδεικτικά η συνολική ενημέρωση του χρήστη για όλα τα προϊόντα του, η εύκολη εκτέλεση και αναζήτηση των πληρωμών του, η παρακολούθηση και διαχείριση των ενεργειών του, καθώς και η λήψη έγκαιρης ενημέρωσης μέσω της νέας θυρίδας μηνυμάτων. Επιπλέον, ο χρήστης της υπηρεσίας μπορεί πλέον να διαμορφώνει τη συνδρομή στα μέτρα του, προβαίνοντας στις προσωπικές του ρυθμίσεις. Ο σχεδιασμός πραγματοποιήθηκε από την Tribal WorldWide Athens, ενώ την υλοποίηση ανέλαβε η Microsoft.

SILVER

HSBC Bank PLC

Υπηρεσίες HSBC Global View & Global Transfers

Με την υπηρεσία Internet Banking από την HSBC, οι πελάτες των υπηρεσιών HSBC Premier και HSBC Advance μπορούν να διαχειρίζονται όλους τους HSBC λογαριασμούς που διατηρούν στον κόσμο και να μεταφέρουν χρήματα, με μια μόνο σύνδεση, ένα μόνο κλικ, σε πραγματικό χρόνο. Μέσω της υπηρεσίας HSBC Global View, οι πελάτες μπορούν να βλέπουν ταυτόχρονα σε μία οθόνη και σε πραγματικό χρόνο το υπόλοιπο λογαριασμών τους σήμερα σε 23 χώρες (συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας). Μέσω της υπηρεσίας HSBC Global Transfers, οι πελάτες μπορούν να μεταφέρουν χρήματα σε πραγματικό χρόνο με προνομιακή τιμολόγηση στην συναλλαγματική ισοτιμία. Η υπηρεσία HSBC Global Transfers διατίθεται δωρεάν για τους πελάτες της υπηρεσίας HSBC Premier και με προνομιακή τιμολόγηση (δωρεάν για μεταφορές σε ευρώ σε κράτη μέλη εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης) στους πελάτες της υπηρεσίας HSBC Advance. Το Global View είναι διαθέσιμο και μέσω της εφαρμογής HSBC Mobile Banking σε 23 χώρες. Η υπηρεσία Global Transfers, μέσω της εφαρμογής Mobile Banking από την HSBC, προσφέρεται ήδη σε επτά χώρες (Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Τζερσέι, Βερμούδες, Καναδάς, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία και ΗΠΑ), ενώ σύντομα θα είναι διαθέσιμη και στην Ελλάδα.





BRONZE

Τράπεζα Πειραιώς winbank Λεφτά στο Λεπτό App

Χάρη στην υπηρεσία winbank Λεφτά στο Λεπτό (ΛσΛ), ο πελάτης μπορεί εύκολα και γρήγορα να στείλει ή να παραλάβει μετρητά από οποιοδήποτε ATM της Τράπεζας Πειραιώς χωρίς κάρτα. Ο εντολέας μπορεί να πραγματοποιήσει συναλλαγή ΛσΛ μέσω των περισσότερων εναλλακτικών καναλιών της winbank (web, phone, ATM), ενώ παραλήπτης μπορεί να είναι είτε ο ίδιος ο χρήστης ή τρίτο πρόσωπο ανεξαρτήτως αν είναι πελάτης της Τράπεζας ή όχι. Για ακόμα μεγαλύτερη ευελιξία, σχεδιάστηκε η αυτόνομη εφαρμογή «winbank Λεφτά στο Λεπτό App» για κινητά και tablets. Μέσω της συσκευής του, ο χρήστης μπορεί να εκτελέσει εντολή Λεφτά στο Λεπτό όπου και αν βρίσκεται. Με τη χρήση της εφαρμογής, η αποστολή χρημάτων γίνεται χωρίς χρέωση και η εντολή εκτελείται οποιαδήποτε στιγμή από το κινητό/tablet. Η διαδικασία της αποστολής είναι γρήγορη και ασφαλής, ενώ η ανάληψη μετρητών γίνεται από οποιοδήποτε ATM της Τράπεζας Πειραιώς χωρίς κάρτα ανάληψης. Ο λογαριασμός του εντολέα χρεώνεται μόνο εφόσον γίνει η ανάληψη μετρητών μέσα στην προθεσμία ισχύος του Κωδικού Παραλαβής Μετρητών. Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα για εύκολη εύρεση πλησιέστερων σημείων εξυπηρέτησης με geolocation, ενώ παρέχονται και video demos με πρακτικές πληροφορίες.



Κατηγορία: MOBILE BANKING

GOLD

Alpha Bank

Νέο Alpha Mobile Banking app για Ιδιώτες

Το Alpha Mobile Banking είναι η νέα εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής της Alpha Bank για έξυπνα κινητά τηλέφωνα με λειτουργικό iOS και Android, η οποία προσφέρει στους χρήστες ευελιξία και αυτονομία στη διαχείριση των οικονομικών τους. Η νέα εφαρμογή μεταφέρει για πρώτη φορά την πλήρη λειτουργικότητα ενός web banking σε μια νέα οθόνη, με γνώμονα, τόσο το λειτουργικό των κινητών τηλεφώνων, όσο και τις διαφορετικές απαιτήσεις των κοινών που εξυπηρετεί. Το περιεχόμενο προσαρμόστηκε απολύτως στις ανάγκες της οθόνης των smartphones,

προσφέροντας περιεκτική απόδοση με δυνατότητα εμφάνισης περισσότερων πληροφοριών εφόσον το ζητά ο χρήστης, ενώ η πλοήγηση με την ενσωμάτωση gestures, με την παράλληλη διατήρηση των native tools, βελτιώνουν την εμπειρία πλοήγησης. Η χρήση της εφαρμογής παρέχει στους πελάτες της Τράπεζας πλήρη εικόνα των προϊόντων και του χαρτοφυλακίου επενδύσεών τους, ενημέρωση και διαχείριση των προϊόντων τους, έλεγχο υπολοίπου της κάρτας τους, χρήσιμες ενημερώσεις και δυνατότητες αποθήκευσης και αναζήτησης. Παράλληλα, προσφέρονται δυνατότητες όπως ο εντοπισμός του πλησιέστερου καταστήματος ή ATM Alpha Bank, η αναζήτηση και αποστολή του IBAN του λογαριασμού τους, αλλά και η άμεση επικοινωνία με την Τράπεζα, μέσα από ένα σύγχρονο, φιλικό και εύχρηστο περιβάλλον.



SILVER

Εθνική Τράπεζα

i-bank Mobile Banking από την Εθνική Τράπεζα

Τον Φεβρουάριο του 2015 η Εθνική Τράπεζα ανέπτυξε τη νέα, πλήρως αναβαθμισμένη εφαρμογή i-bank Mobile Banking. Συνεχίζοντας την καινοτομία στον κλάδο του mobile, η νέα εφαρμογή διαθέτει ελκυστικό και σύγχρονο user interface, πολλές νέες λειτουργικότητες και πλήθος μεταφορών και πληρωμών, οι οποίες καλύπτουν πάνω από το 95% του όγκου συναλλαγών πληρωμών στα ηλεκτρονικά κανάλια της Εθνικής. Η εφαρμογή είναι σήμερα διαθέσιμη σε Android και iOS και έτυχε εντυπωσιακής υποδοχής από τους πελάτες. Τα βασικά πλεονεκτήματα του νέου i-bank Mobile Banking συμπεριλαμβάνουν, ενδεικτικά, την αναβάθμιση της λειτουργικότητας και εναρμόνισή της με τις διαθέσιμες συναλλαγές και δυνατότητες του i-bank Internet Banking, καθώς και εξαιρετικά υψηλά επίπεδα ασφάλειας. Όσον αφορά τα λειτουργικά χαρακτηριστικά της, η εφαρμογή, μεταξύ άλλων, επιτρέπει την προβολή σε μια οθόνη της συνολικής εικόνας των προϊόντων που διαθέτει ο χρήστης στην Τράπεζα, εμφάνιση και δυνατότητα επιλογής των συναλλαγών που χρησιμοποιεί συχνότερα, προσφέρει δυνατότητα sharing των αποδεικτικών των συναλλαγών και εντοπισμού των πλησιέστερων στον χρήστη Καταστημάτων ή ATM της Εθνικής Τράπεζας, πληρωμές πιστωτικών καρτών όχι μόνο της Εθνικής αλλά και άλλων τραπεζών, διαχείρισης επενδυτικών προϊόντων, καθώς και προβολής πόντων και κινήσεων του προγράμματος loyalty της Τράπεζας, go4more.



SILVER

Τράπεζα Πειραιώς

winbank mobile banking App

Μία από τις πιο δημοφιλείς υπηρεσίες της winbank είναι η winbank mobile banking για τραπεζικές συναλλαγές από κινητά και tablets. Οι πελάτες μπορούν να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους από τη συσκευή τους, με τη μεγαλύτερη ασφάλεια, ακόμα και εν κινήσει. Για τη σύνδεση στην υπηρεσία, οι πελάτες χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς που χρησιμοποιούν για το winbank web banking ή τη νέα δυνατότητα quick login (4-digit PIN) για εύκολη πρόσβαση. Το winbank mobile απευθύνεται τόσο στον ιδιώτη όσο και στην επιχείρηση, παρέχοντας πρόσβαση σε μια ευρεία γκάμα συναλλαγών και υπηρεσιών, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται: ενημέρωση για όλα τα τραπεζικά προϊόντα, μεταφορές χρημάτων, έκδοση, φόρτιση και εκφόρτιση της virtual προπληρωμένης κάρτας WEBUY, ανανέωση χρόνου ομιλίας καρτοκινητού, εμβάσματα σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα, πληρωμές, έκδοση e-παραβόλου, αγορά και πώληση μετοχών, έκδοση νέου βιβλιαρίου επιταγών ή ανάκληση επιταγής, καθώς και διαχείριση των ρυθμίσεων χρήστη. Ειδικά για επιχειρήσεις προσφέρονται επιπλέον δυνατότητες, ενώ, με στόχο τη διευκόλυνση των χρηστών, παρέχονται μια σειρά λειτουργιών όπως άμεση έκδοση νέου password και άμεση επικοινωνία με την Τράπεζα Πειραιώς. Οι συναλλαγές διασφαλίζονται από τα προηγμένα συστήματα ασφάλειας ηλεκτρονικών πληρωμών της Τράπεζας Πειραιώς.



BRONZE

Τράπεζα Eurobank Ergasias

Eurobank e-Banking, m-Banking

Η Eurobank δημιούργησε την πρώτη εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής για συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου στην Ελλάδα, λανσάροντας τον Νοέμβριο του 2009 το «Eurobank app». Σήμερα, το Eurobank app αποτελεί τη μόνη τραπεζική εφαρμογή διαθέσιμη για το σύνολο των πλατφορμών, αλλά και τη μεγαλύτερη γκάμα συσκευών κινητής τηλεφωνίας και ταμπλετών στην Ελλάδα. Η εφαρμογή αποτελεί το κεντρικό σημείο διαχείρισης της σχέσης των πελατών με τη Eurobank, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα τραπεζικών υπηρεσιών, real time εικόνα του χαρτοφυλακίου τους, online μεταφορές χρημάτων, πληρωμές λογαριασμών, αλλά και μη τραπεζικές υπηρεσίες, όπως η έκδοση και πληρωμή παραβόλων και η φόρτιση συσκευών e-Pass. Επιπλέον, αξιοποιώντας και τις δυνατότητες των έξυπνων κινητών τηλεφώνων, το «Eurobank app» προσφέρει και μια σειρά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, όπως η αναζήτηση καταστημάτων/ATM με βάση τη θέση του χρήστη, χρήσιμα εργαλεία για συναλλαγές, νέα και οικονομικές μελέτες μέσω RSS Feed, καθώς και δωρεάν τηλεφωνική υποστήριξη. Εκτός από τα application stores, οι πελάτες της Τράπεζας μπορούν να κατεβάσουν την εφαρμογή και από τη διεύθυνση <http://m.eurobank.gr/app>, με αυτόματη διάγνωση τύπου συσκευής, είτε χρησιμοποιώντας το σχετικό QR Code. Περισσότεροι από 280.000 χρήστες έχουν ήδη εγκαταστήσει το application στο κινητό τους.

Κατηγορία: ΠΡΩΤΟΒΟΥΝΙΕΣ SECURITY

SILVER

Εθνική Τράπεζα

Ανταποκρινόμενη στην εντεινόμενη ανάγκη για μεγιστοποίηση της ασφάλειας έναντι των διαδικτυακών επιθέσεων, το 2015, η Εθνική Τράπεζα αναβάθμισε την πλατφόρμα ισχυρής αυθεντικοποίησης (strong authentication) για την παραγωγή κωδικών μιας χρήσης (OTP), οι οποίοι χρησιμοποιούνται για τη διασφάλιση των εγχρήματων συναλλαγών στις υπηρεσίες i-bank Internet, Phone και Mobile Banking. Η Τράπεζα δεν αρκείται απλά στη χρήση κωδικών μιας χρήσης (OTP) για τη διασφάλιση των συναλλαγών, αλλά προσφέρει τη μόνη λύση που συνδέει αλγοριθμικά, αλλά και οπτικά, τους κωδικούς μιας χρήσης (OTP) με τα στοιχεία της εκάστοτε συναλλαγής, υλοποιώντας τεχνικές Transaction Signing. Ο αλγόριθμος για την παραγωγή των κωδικών μιας χρήσης λαμβάνει υπόψη του τόσο τον τύπο της συναλλαγής, όσο και το ποσό και τον αποδέκτη της συναλλαγής, ώστε ο παραγόμενος κωδικός i-code να μην μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συναλλαγή με διαφορετικά στοιχεία, ακόμη και αν υποκλαπεί. Η εγγραφή στην πλατφόρμα παρέχεται δωρεάν και παρουσιάζει μια σειρά σημαντικών πλεονεκτημάτων όπως μείωση του λειτουργικού κινδύνου από την αποτροπή επιθέσεων τύπου man-in-the-middle/ man-in-the-browser, αύξηση ασφάλειας συναλλαγών χωρίς να αλλοιώνεται η φιλικότητα και η χρηστικότητα των εφαρμογών, αλλά και οικονομικά οφέλη για την Τράπεζα από τη μείωση προμηθειών hardware tokens. Η υλοποίηση έγινε σε συνεργασία με την Intrust.





BRONZE HSBC Bank PLC



Στην HSBC, η διαδικτυακή ασφάλεια είναι ένα πολύ σοβαρό ζήτημα. Στο πλαίσιο αυτό, παρέχεται δωρεάν στους ιδιώτες πελάτες η συσκευή Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας με πληκτρολόγιο / PIN, η οποία ενισχύει την ήδη ισχυρή προστασία όλων των τραπεζικών συναλλαγών στο διαδίκτυο. Χάρη στη δυνατότητα self registration στην υπηρεσία internet banking, ο πελάτης δημιουργεί ο ίδιος το username και το password του και επιλέγει τις ερωτήσεις ασφαλείας. Άμεσα, του αποστέλλεται με συστημένη αλληλογραφία η συσκευή πρόσθετου κωδικού ασφαλείας με πληκτρολόγιο / PIN, η οποία προσφέρει προστασία από απάτες, τεχνολογία προηγμένης ασφαλείας, αποδεδειγμένα πιο ασφαλή σε σχέση με την τεχνολογία των SMS κωδικών ασφαλείας,

καθώς και συνεχή επαλήθευση ότι ο πελάτης πραγματοποιεί τη συναλλαγή. Ο πελάτης επιλέγει ο ίδιος το PIN που ξεκλειδώνει τη συσκευή πρόσθετου κωδικού ασφαλείας και παράγει έναν διαφορετικό μοναδικό κωδικό για τη σύνδεση στην υπηρεσία Internet Banking, καθώς και για συναλλαγές σε τρίτους δικαιούχους. Η αναβαθμισμένη Συσκευή Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας με PIN της HSBC φέρει πολλές, νέες πρόσθετες λειτουργίες και το μέγεθός της είναι ανάλογο μιας πιστωτικής κάρτας ώστε να χωρά στο πορτοφόλι για, ανά πάσα στιγμή, ασφαλή πρόσβαση στην υπηρεσία Internet Banking.

Ευότητα 13. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Υπηρεσίες

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

GOLD

Aegean Airlines - Atcom aegeanair.com

Το aegeanair.com, το μεγαλύτερο e-commerce site στην Ελλάδα, ξανασυστήθηκε στο κοινό, με ανανεωμένη σχεδιαστική προσέγγιση και περισσότερες online υπηρεσίες.

Το αναβαθμισμένο aegeanair.com αποτελεί ένα εύχρηστο, υψηλής αισθητικής και πλήρως responsive website, ένα από τα ελάχιστα αεροπορικής εταιρείας παγκοσμίως, καθώς και το μοναδικό αεροπορικής εταιρείας στην Ευρώπη. Παράλληλα, το νέο υπερ-σύστημα της Aegean περιλαμβάνει την ανάπτυξη τριών sites, όλα κάτω από την ομπρέλα του aegeanair.com: το corporate site της εταιρείας, το site του προγράμματος

loyalty Miles+Bonus, καθώς και το e-commerce site. Το ανανεωμένο περιεχόμενο της ιστοσελίδας περιλαμβάνει πληροφορίες και φωτογραφίες για κάθε προορισμό της Aegean, ο νέος διαδραστικός χάρτης δρομολογίων αναδεικνύει το διευρυμένο της δίκτυο, ενώ η νέα υπηρεσία My Aegean δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν τον προσωπικό τους λογαριασμό και να περιηγούνται σε περιεχόμενο

προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία μπορεί να γνωρίζει τη συμπεριφορά των χρηστών ώστε να τους προσεγγίζει προσωποπονημένα, να επεκτείνει τη βάση εγγεγραμμένων μελών στο loyalty πρόγραμμα της, να μειώσει το abandonment rate στη διαδικασία κράτησης και να αποσυμφορήσει τα offline σημεία εξυπηρέτησης της Aegean. Τα αποτελέσματα μετά το relaunch είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικά, τόσο σε επίπεδο performance και σταθερότητας στη λειτουργία, όσο και σε επίπεδο πωλήσεων.



BRONZE

Goldenbrands.gr

Το GoldenBrands.gr αποτελεί ένα online flash sales shop, με καθημερινές καμπάνιες προσφορών, με επώνυμες μάρκες σε εκπτώσεις έως 80%. Ο επισκέπτης, μπαίνοντας στην αρχική σελίδα, βλέπει καμπάνιες προσφορών διάρκειας πέντε ημερών για διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, ταξινομημένες χρονικά, με εμφανές το χρονικό όριο της προσφοράς και τις καινούριες καμπάνιες να εμφανίζονται πρώτες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αισθητική και τη λειτουργικότητα του ιστοτόπου, διασφαλίζοντας παράλληλα την εμπιστευτικότητα των στοιχείων του χρήστη. Στη σελίδα της καμπάνιας και του προϊόντος προσφέρεται μοντέρνα απεικόνιση των προϊόντων και έμφαση στη λεπτομέρεια, με στόχο τη βελτιστοποίηση της αγοραστικής εμπειρίας. Για τον σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε in house studio φωτογράφισης υψηλών προδιαγραφών και εδραιώθηκαν συνεργασίες με αναγνωρισμένους επαγγελματίες του χώρου. Το Goldenbrands.gr φροντίζει να μένει updated, ενώ διαθέτει το πληρέστερο προϊοντικό μίγμα της αγοράς, σε ό,τι αφορά, τόσο την αναλογία διεθνών και ελληνικών brands, όσο και τις κατηγορίες προϊόντων που περιλαμβάνει. Επιπλέον, έχει επενδύσει σε πλατφόρμα έρευνας της ικανοποίησης των επισκεπτών και των αγοραστών, καταγράφοντας ποσοστά γενικής ικανοποίησης της τάξης του 89%. Στον τομέα του marketing, το Goldenbrands.gr αξιοποιεί πολλά και διαφορετικά εργαλεία, που του αποδίδουν το 33% της κίνησης στο site και το 40% των συναλλαγών.



BRONZE

Allianz Direct

Allianz Direct: «Direct Όταν Την Αποκτάς, Allianz Όταν Τη Χρειάζεσαι»

Η Allianz Direct αποτελεί το κανάλι απευθείας πώλησης ασφάλισης αυτοκινήτου της Allianz Ελλάδος, το οποίο επαναλανσαρίστηκε το 2014, προσφέροντας βελτιωμένο περιβάλλον, εύκολη πλοήγηση, γρήγορη διαδικασία υπολογισμού ασφαλίσεων και ανταγωνιστικές τιμές.

Η δραστηριοποίηση του brand στην ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από δύο σημαντικές προκλήσεις: τη σχετικά χαμηλή αναγνωρισιμότητα του brand και την αντίληψή του ως premium και συνεπώς ακριβού προϊόντος. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρησιακοί στόχοι που τέθηκαν για το 2015 ήταν η αναστροφή των παραπάνω αντιλήψεων, μέσω της κατάλληλης στρατηγικής marketing, αλλά και μέσω της προσφοράς ενός ποιοτικού και ταυτόχρονα ανταγωνιστικού προϊόντος. Για τον σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε μια διαφημιστική καμπάνια, η οποία, χτίζοντας πάνω στο βασικό μήτο «Direct όταν την αποκτάς, Allianz όταν την χρειάζεσαι», υλοποιήθηκε σε ψηφιακά μόνο μέσα και περιλάμβανε έναν συνδυασμό από awareness, hybrid και converting media, τα οποία στοχεύουν τον καταναλωτή σε διαφορετικά στάδια της αγοραστικής διαδικασίας. Με στόχο τη βέλτιστη εμπειρία του χρήστη, το site είναι φιλικό και responsive, ενώ, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην επαφή με το κοινό, η Allianz Direct είναι προσβάσιμη μέσω του Κέντρου Επικοινωνίας, μέσω live chat και social media, αναπτύσσοντας μια 360ο πολιτική επικοινωνίας.

Ευότητα 14. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Προϊόντα

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ

GOLD

mediamarkt.gr

Το μεγαλύτερο κατάστημα ηλεκτρικών/ ηλεκτρονικών με 20.000 προϊόντα, 400 διαφορετικές μπράντες σε 460 διαφορετικές κατηγορίες, ξεκίνησε «σιωπηλά» τη λειτουργία του τέλη του 2012, ενώ έκτοτε έχει προχωρήσει σε τεχνολογικές και άλλες επενδύσεις με στόχο πάντα να γίνει η αγοραστική διαδικασία των προϊόντων όσο ευχάριστη είναι και η χρήση τους. Με 6 εκατ. μοναδικούς χρήστες και παραγγελίες σε κάθε γωνιά της Ελλάδας είναι σίγουρο ότι το mediamarkt.gr κέρδισε την εμπιστοσύνη των ελλήνων καταναλωτών οδηγώντας σε διψήφιο μερίδιο αγοράς σε 3 χρόνια λειτουργίας. Με τη νέα ανανεωμένη έκδοση που λάνσαρε το 2014, αλλά και με το νέο app που βγήκε στο κοινό το 2015, το mediamarkt.gr αγκαλιάζει τις τελευταίες τεχνολογικές τάσεις παρέχοντας μία εντελώς διαφορετική εμπειρία. Η 50μελής ομάδα της Media Markt δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην παροχή υπηρεσιών –πριν και μετά την αγορά (ακόμα και σε περιοχές εκτός δικτύου διανομής), στην προσωποποιημένη πώληση και στη χρησιμότητα, ενώ υπόσχεται πολλές εκπλήξεις για το έτος που ακολουθεί.





SILVER

Arcom

Links of London – LinksofLondon.com

Με διαφορετικό look and feel, αλλά με την ίδια αίσθηση κομψότητας, το νέο linksoflondon.com δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες του να περιηγηθούν στα πολυτελή κοσμήματα και αξεσουάρ που περιλαμβάνει και να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους σε ένα εύχρηστο και φιλικό περιβάλλον. Ο ανασχεδιασμός του linksoflondon.com παρουσιάζει ένα φρέσκο, flat design, με αποτέλεσμα τη μεγιστοποίηση της ευχρηστίας και την αισθητή αύξηση των πωλήσεων, ενώ τα design templates μεταμορφώθηκαν σε ένα πλήρως responsive e-shop. Ένα στοιχείο που κάνει το νέο e-shop της Links of London να ξεχωρίζει, είναι η advanced χρήση των δεδομένων από το search που κάνουν οι χρήστες σε αυτό, κατανοώντας καλύτερα τη συμπεριφορά τους, με στόχο να κάνει πιο στοχευμένο merchandising και να παρουσιάζει αυτό που ακριβώς ψάχνουν, εξασφαλίζοντας υψηλό conversion rate και πολύ χαμηλό bounce rate. Χρήσιμα functionalities μειώνουν αισθητά τον χρόνο που καταναλώνει ο χρήστης για να ψάξει τα αγαπημένα του προϊόντα και ταυτόχρονα αυξάνει τον αριθμό των προϊόντων

που βλέπει ο επισκέπτης. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της Links of London εξυπηρετεί μηνιαίως περισσότερους από 500.000 επισκέπτες και δέχεται περισσότερες από 300 παραγγελίες την ημέρα, ενώ σε περιόδους υψηλής κίνησης ξεπερνάει τις 1.000 παραγγελίες την ημέρα.

SILVER

Arcom

Ikea – ikea.gr

Το e-shop ikea.gr λανσαρίστηκε στην ελληνική αγορά το φθινόπωρο του 2014, προσφέροντας υψηλά επίπεδα εξυπηρέτησης σε κάθε στάδιο της αγοραστικής διαδικασίας. Δημιουργήθηκε σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές design της Ikea και τα προϊόντα που πωλούνται online έχουν τις ίδιες τιμές με αυτά στα φυσικά καταστήματα και τα κέντρα παραγγελιών και παραλαβών Ikea. Το e-shop φιλοξενεί πάνω από 8.000 προϊόντα και δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να παραγγείλουν, να δημιουργήσουν λίστα αγαπημένων, να εμπνευστούν και να δημιουργήσουν τους δικούς τους συνδυασμούς. Στόχος της εταιρείας ήταν να προσφέρει στους καταναλωτές ένα e-shop το οποίο θα ανταποκρινόταν στις σύγχρονες ανάγκες τους, επιτρέποντάς τους να πραγματοποιούν τις online αγορές τους με ευκολία και ταχύτητα, σε ένα ευέλικτο και φιλικό περιβάλλον. Στόχος που επιτεύχθηκε, μιας και μέσα σε ένα έτος λειτουργίας, το e-shop στην Ελλάδα έχει ήδη ξεπεράσει κατά 50% τον ευρωπαϊκό μέσο όρο των e-shops της Ikea. Το ikea.gr φορτώνει την κάθε σελίδα σε λιγότερο από 1", ενώ εξυπηρετεί ταυτόχρονα περισσότερους από 1.000 concurrent χρήστες. Παράλληλα, ο μηχανισμός υποστήριξης προσαρμόστηκε ταχύτατα και σε επίπεδο operations για να καλυφθούν οι ανάγκες του e-shop, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της εμπειρίας του καταναλωτή.



SILVER

Public

Public.gr

Το Public.gr αποτελεί ένα από τα τρία κορυφαία ελληνικά e-shops και ανάμεσα στα 90 μεγαλύτερα sites της χώρας, διαθέτει πάνω από 700.000 προϊόντα, 160.000 αξιολογήσεις προϊόντων και 98% πρόθεση επαναγοράς και παρουσιάζει για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά, τριπλή αύξηση πωλήσεων. Στην κατηγορία των βιβλίων, τα USPs στο Public.gr και τα σημεία που το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι η εξαιρετικά

ευρεία γκάμα και η λειτουργικότητα. Το έξυπνο online merchandising βάσει δημοφιλίας των βιβλίων κατά την αναζήτηση, η δημιουργία dedicated section για σχολικά βιβλία, η υπηρεσία εύρεσης σπάνιων τίτλων και τα προηγμένα recommendations είναι μερικά μόνο από τα χαρακτηριστικά που στοχεύουν στη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του χρήστη. Παράλληλα, η έξυπνη απεικόνιση των προϊόντων και των καταστημάτων Public σε όλη την Ελλάδα και οι πολλές μοναδικές υπηρεσίες κάνουν το Public.gr να ξεχωρίζει. Επιπλέον, παρέχονται προηγμένες διαδικασίες αναζήτησης προϊόντων, ενώ για την εξυπηρέτηση πελατών αξιοποιούνται οι πιο σύγχρονες μέθοδοι, μέσω, μεταξύ άλλων live chat και social media. Ειδικές λειτουργίες διευκολύνουν την πλοήγηση και την ολοκλήρωση της αγοράς, ενώ και μετά την πραγματοποίησή της ο πελάτης απολαμβάνει ολοκληρωμένη υποστήριξη. Η «εμπειρία Public» ολοκληρώνεται με ακόμη περισσότερες υπηρεσίες, όπως η υπηρεσία ticketing.



BRONZE

Sleed – Spitishop

spitishop.gr – Το no1 eshop λευκών ειδών

Το spitishop.gr είναι το πρώτο και μεγαλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα λευκών ειδών στην Ελλάδα. 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 πιο γνωστά brands της αγοράς. Το 2015, το spitishop.gr συνέχισε να αναπτύσσεται, παρέχοντας νέα προϊόντα

και λύσεις στον επισκέπτη, που πλέον μπορεί να αναζητήσει μεταξύ 20.000 μοναδικών προϊόντων σε πάνω από 10 διαφορετικές κατηγορίες. Παράλληλα, η επισκεψιμότητα του νέου φυσικού καταστήματος αυξάνεται καθημερινά με επισκέπτες από όλη την Αθήνα. Με κύριο κορμό μια σταθερή και δομημένη στρατηγική online επικοινωνίας και τη χρησιμοποίηση βασικών εργαλείων προώθησης όπως τα Google Adwords, Facebook Ads, Facebook Content, affiliate marketing, personalized mail marketing και τα social media με κύριο το Facebook, το spitishop.gr από την αρχή του 2015 μέχρι και σήμερα έχει καταφέρει, μεταξύ άλλων, να αυξήσει την επισκεψιμότητα του κατά 100% σε σχέση με το ίδιο διάστημα του 2014 και να ξεπεράσει τους 1.500.000 επισκέπτες μέσα στο 2015. Επιπλέον, επενδύει στην εξυπηρέτηση πελατών και μετρά την ικανοποίησή τους μέσω του e-satisfaction, σημειώνοντας εντυπωσιακά ποσοστά.

BRONZE

Oroloi.gr – Σαββίδης Α.Ε.

Oroloi.gr

Το www.Oroloi.gr είναι το μεγαλύτερο και πληρέστερο ηλεκτρονικό κατάστημα ρολογιών και αξεσουάρ ρολογιών στην Ελλάδα. Ξεκίνησε τη λειτουργία του το καλοκαίρι του 2005, απασχολεί προσωπικό 30 ατόμων, διαθέτει περισσότερα από 50.000 διαφορετικά προϊόντα στους πελάτες του σε ετήσια βάση, διακινεί πάνω από 40.000 παραγγελίες ετησίως και στεγάζεται σε εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 500 τ.μ. Είναι το πρώτο στον κλάδο του σε αναζητήσεις με βάση τις Google, Alexa, Skrutz και Bestprice και το πρώτο σε αναγνωσιμότητα. Το φθινόπωρο του 2015, ανακαινίστηκε εκ βάθρων και πέρασε στη νέα εποχή με μια σύγχρονη, αναβαθμισμένη και λειτουργική πλατφόρμα που δίνει στους πελάτες του τη δυνατότητα αγορών με μεγαλύτερη ευκολία, ταχύτητα και ασφάλεια.



BRONZE

Tokinito.gr by Digitad Pc

Tokinito.gr

Η εταιρεία το «tokinito» ιδρύθηκε το 2008 και σύντομα κατάφερε να εναρμονίσει το ηλεκτρονικό επιχειρείν με το παραδοσιακό μοντέλο ανάπτυξης επιχειρηματικότητας. Η εταιρική ιστοσελίδα tokinito.gr ενδυναμώνει την παρουσία της επιχείρησης με ένα σύγχρονο online κατάστημα τεχνολογίας, έχοντας ως στόχο την αύξηση του μεριδίου της αγοράς σε ολόκληρη την Ελλάδα. Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα του περιεχομένου, την ευκολία πρόσβασης σε αυτό, την αλληλεπίδραση και ικανοποίηση του χρήστη και το συνολικό custom experience, η δομή του καταλόγου επιτρέπει γρήγορη και εύκολη ολοκλήρωση των επιθυμητών ενεργειών, ενώ και το interface έχει σχεδιαστεί με αυτόν τον στόχο. Επιπλέον στοιχεία όπως φίλτρα και banners διευκολύνουν την εύρεση της πληροφορίας, ενώ η

δυνατότητα online chat με το εξειδικευμένο προσωπικό δίνει την αίσθηση του οικείου. Το κατάστημα είναι σχεδιασμένο με τις αρχές του responsive web design, ενώ περιλαμβάνει όλες τις σύγχρονες δικλίδες ασφαλείας για την εμπιστευτικότητα των στοιχείων του χρήστη. Ιδιαίτερη αξία δίνεται στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την αγορά, με υποστήριξη από καταρτισμένους συνεργάτες και ειδικό τμήμα προβληματικών συσκευών. Τέλος, εξαιρετικά σημαντικές είναι οι event-triggered marketing πρωτοβουλίες, ώστε να επιτυγχάνεται μια προσωποποιημένη προσέγγιση των πελατών.



Ευότητα 15. Ηλεκτρονικά Καταστήματα - Καταναλωτικά Προϊόντα

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

GOLD

Ν.Ι. Μίνογλου Α.Ε.
MyShoe.gr

Το MyShoe είναι το μεγαλύτερο eshop υποδημάτων στην Ελλάδα, καθώς επίσης και ένα από τα μεγαλύτερα eshops μόδας. Ο προϊοντικός κατάλογός του περιλαμβάνει περισσότερα από 380 δημοφιλή επώνυμα brands, με στόχο να ξεπεράσει τα 420 μέσα στο 2016, και περισσότερους από 12.500 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 50.000 επισκέπτες, ενώ μέσα στο 2015, μέχρι τα μέσα Οκτώβρη, είχε δεχτεί περισσότερες από 200.000 παραγγελίες, αύξηση μεγαλύτερη του 15% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο την προηγούμενη χρονιά, παρά τις δύσκολες οικονομικές συγκυρίες.



SILVER

Pharmacy295

Το ηλεκτρονικό φαρμακείο
Pharmacy295

Το Pharmacy295 επεκτείνει την παρουσία του με περισσότερα από 7.000 προϊόντα, in house τμήματα, αναβαθμισμένη ιστοσελίδα με responsive σχεδίαση, υψηλή ταχύτητα φόρτωσης και εξειδικευμένη mobile app εφαρμογή για αγορές μέσω smartphones-tablets. Στο

επίκεντρο βρίσκεται ο καταναλωτής και η διαρκής προσπάθεια βελτίωσης της εμπειρίας πλοήγησης, από την εισαγωγή στη σελίδα και την παρουσίαση των προϊόντων, μέχρι και την τελική αγορά. Προκειμένου να ενισχυθεί η εμπειρία των πελατών μέσα από την αναβάθμιση του ηλεκτρονικού καταστήματος, δίνοντας έμφαση στη βελτιστοποίηση της σελίδας, στο περιεχόμενο και την παρουσία στα ψηφιακά κανάλια διαφήμισης και κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και στην αλληλεπίδραση του φυσικού καταστήματος με το online shop, πραγματοποιήθηκαν ενέργειες όπως η αναβάθμιση σε responsive σχεδίαση για προσαρμοσμένη πλοήγηση και αναβάθμιση server για βέλτιστο χρόνο φόρτωσης του περιεχομένου. Η στρατηγική προώθησης είχε ως άμεσο στόχο την παραγωγή πρωτότυπου περιεχομένου, την περαιτέρω ενίσχυση του brand awareness και το customer loyalty. Σε αυτό το πλαίσιο, υλοποιήθηκαν, μεταξύ άλλων, προωθητικές ενέργειες στο δίκτυο Google AdWords, αλλά και custom made Facebook διαγωνισμοί. Παράλληλα, το Pharmacy295 καινοτομεί με στοιχεία όπως η δυνατότητα πραγματοποίησης αγορών με εξειδικευμένο mobile app, ενώ τηρεί μαζική και ταυτόχρονη παρουσία σε πολλαπλά ψηφιακά κανάλια.



BRONZE Koolfly Fashion e-shop

Το Koolfly ξεκίνησε ως ένα original concept και συνεχίζει να εξελίσσεται στην ίδια λογική, με σκοπό, μέσα από μια διαφορετική αισθητική και με τη χρήση προηγμένης τεχνολογίας, να δώσει μια καινούρια αγοραστική εμπειρία στους online αγοραστές και μια πρωτοποριακή προσέγγιση στο e-commerce. Με πωλήσεις εκτός συνόρων, τόσο στην Ευρώπη, όσο και την Αμερική, εντείνει διαρκώς τη συνεργασία με πάνω

από 200 κορυφαία διεθνή fashion brands, προσθέτει νέες μάρκες που εμφανίζονται στην παγκόσμια αγορά και έχει αναλάβει την προώθηση μεγάλου αριθμού ελληνών σχεδιαστών. Όλες οι διαδικασίες έχουν βασιστεί σε δύο πυλώνες: ο πρώτος αφορά την εσωτερική λειτουργία για τις διαδικασίες παραγγελιοληψίας, marketing, fashion merchandising και διαχείρισης πελατών, και ο δεύτερος outsourced διαδικασίες για όλα τα logistics. Σημαντικά στοιχεία επιτυχίας αποτελούν οι στρατηγικές συνεργασίες καθώς και οι επενδύσεις, τόσο σε τεχνολογία όσο και σε ανθρώπινο δυναμικό στο πεδίο του customer care, κατά τη διάρκεια και μετά την πώληση. Το DNA του Koolfly έχει αναπτυχθεί σε δυο πυλώνες, δημιουργώντας το ιδανικό περιβάλλον online αγορών μόδας, διασφαλίζοντας ισορροπημένη σχέση ποιότητας-τιμής, μεγάλο εύρος επιλογών, συνεχή ανανέωση προϊόντων, ασφάλεια και υποστήριξη του χρήστη, ευκολία πλοήγησης, αλλά και intelligent customer segmentation and personalization on sales.

BRONZE Σαββίδης Α.Ε. – Kosmima.gr Kosmima.gr

Το Kosmima.gr είναι το μεγαλύτερο και πληρέστερο ηλεκτρονικό κατάστημα κοσμημάτων στην Ελλάδα. Ξεκίνησε τη λειτουργία του την άνοιξη του 2006, διαθέτει πάνω από 15.000 διαφορετικά κοσμήματα στους πελάτες του σε ετήσια βάση, διακινεί πάνω από 10.000 παραγγελίες ετησίως και στεγάζεται σε εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 500 τ.μ. Είναι το πρώτο στον κλάδο του σε αναζητήσεις με βάση τις Google, Alexa, Skroutz και Bestprice και το πρώτο σε αναγνωσιμότητα.



BRONZE Sleed – Cosmos Sport CosmosSport.gr

Από τα μέσα του 2014, το Cosmos Sport ενίσχυσε την παρουσία του με τη δημιουργία ενός sports stock store και ενός specialized sneaker store. Με αφορμή το λανσάρισμα των νέων e-shops, αλλά και τη συνεχή επέκταση της φυσικής παρουσίας του, το Cosmos Sport πραγματοποίησε σειρά ενεργειών προώθησης, τόσο online, όσο και offline, μέσα από τις

οποίες έχει ήδη διευρύνει το awareness γύρω από το main brand του, το CosmosSport.gr, ενώ συνεχίζει να επενδύει αυξάνοντας την ποιότητα υπηρεσιών, την αναγνωρισιμότητα, το δίκτυο φυσικών καταστημάτων, τον τζίρο και το ψηφιακό του αποτύπωμα. 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, το οποίο συνεχώς εμπλουτίζεται, ώστε το CosmosSport.gr να φτάνει στους σωστούς χρήστες, με τον σωστό τρόπο, τη σωστή στιγμή. Προκειμένου να ανταπεξέλθει στην υψηλή ζήτηση διατηρώντας την ποιότητα των υπηρεσιών του, το Cosmos Sport συνέχισε να αυξάνει την ομάδα του και να διερευνά την ικανοποίηση των επισκεπτών του, τόσο στην πλατφόρμα e-satisfaction, αλλά και στη σελίδα του στο Facebook και το skroutz. Παράλληλα, σε συνεργασία με τους μεγάλους partners του, συνέχισε να υποστηρίζει global καμπάνιες και μεγάλες διοργανώσεις.

Distinction in e-Commerce

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ



Arnos Online Education Eshop της online εκπαίδευσης – arnos.gr

Ο εκπαιδευτικός οργανισμός Arnos παρέχει εκπαιδευτικές υπηρεσίες για μαθητές και σπουδαστές και των τριών βαθμίδων εκπαίδευσης, με εμπειρία 30 ετών. Εκτός της εμπορικής διάθεσης πλήθους εκπαιδευτικών υπηρεσιών, ο οργανισμός διακρίνεται για την κοινωνική του προσφορά, μέσα από τις δράσεις «Οικουμενικό Σχολείο ΑΘΗΝΑ» και «Κοινωνικά Διαδικτυακά Φροντιστήρια». Σήμερα, έξι χρόνια μετά τη δημιουργία του ιστότοπου www.arnos.gr, που και επισήμως έβαλε το Κέντρο Arnos αποκλειστικά στον

χώρο της ψηφιακής μάθησης και της ηλεκτρονικής αγοράς, οι B-C υπηρεσίες του κέντρου έχουν αναβαθμιστεί αισθητά. Μέσα από την πλατφόρμα του, ο πελάτης μπορεί να βρει μεγάλο εύρος υπηρεσιών που καλύπτουν όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες, καθώς και πακέτα αγορών που του ταιριάζουν. Προκειμένου να προωθηθεί στην ελληνική αγορά η ιδέα της online εκπαίδευσης, εκτός από τη συμμαχία με το ΕΑΠ, δημιουργήθηκε το δωρεάν «Αθηνά Οικουμενικό e-Σχολείο», το οποίο εδραίωσε τον Arnos στη συνείδηση γονέων και μαθητών. Παράλληλα, το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα δίνει τη δυνατότητα της άμεσης, εύκολης και ασφαλούς αγοράς των παρεχόμενων υπηρεσιών, προσφέροντας ταυτόχρονα πολλαπλές δυνατότητες επικοινωνίας. Η αναβαθμισμένη πλατφόρμα και οι δυνατότητες ενός ολοκληρωμένου Learning Management System συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεων, καθώς και στην ανάπτυξη των προσφερόμενων υπηρεσιών.

e-table.gr Online κρατήσεις εστιατορίων

Η διαρκώς αυξανόμενη τάση για online κρατήσεις, χωρίς αναμονές σε τηλεφωνικές γραμμές, όλο το 24ώρο, έρχεται στην Ελλάδα μέσα από το e-table.gr, μια καινοτόμα ηλεκτρονική υπηρεσία που βοηθά τους χρήστες να ανακαλύπτουν εστιατόρια και να κλείνουν εύκολα και γρήγορα τραπέζι. Το e-table.gr προσφέρει μια εξελιγμένη πλατφόρμα που παρέχει στους δυνητικούς πελάτες νέες προοπτικές στη διασκέδασή τους, αλλά και στα εστιατόρια τη δυνατότητα να επωφελοούνται από τη νέα εποχή του digital marketing, με ελάχιστη προσπάθεια και κόστος. Η υπηρεσία είναι εντελώς δωρεάν για τους χρήστες της ιστοσελίδας, δεν απαιτεί πιστωτική κάρτα και τους εξασφαλίζει προνόμια και εκπτώσεις. Όσον αφορά τα συνεργαζόμενα εστιατόρια, το e-table.gr τα βοηθά να διαφημίζονται διαρκώς και να προσελκύουν νέους πελάτες μέσα από νέα κανάλια όπως το internet και το mobile. Τα έσοδα της ιστοσελίδας προκύπτουν από τις υπηρεσίες προς τα εστιατόρια. Συγκεκριμένα, η εγγραφή και η προβολή μιας επιχείρησης στην ιστοσελίδα είναι εντελώς δωρεάν και στο τέλος κάθε μήνα οι επιχειρήσεις χρεώνονται με ένα σταθερό commission για κάθε άτομο που έχει κάνει κράτηση και έχει πάει στο εστιατόριο μέσα από το e-table.gr. Σήμερα, το e-table.gr συνεργάζεται με περισσότερα από 1.600 εστιατόρια σε 21 πόλεις.





Nannuka nannuka.com

Το nannuka.com αποτελεί την πρώτη ελληνική online πλατφόρμα αναζήτησης και αξιολόγησης επαγγελματιών και χώρων για το παιδί. Λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος μεταξύ των γονιών που αναζητούν επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων για τα παιδιά τους και των επαγγελματιών που αναζητούν εργασία, καθώς και των χώρων που απασχολούν παιδιά με γονείς, αλλά και εξειδικευμένο προσωπικό για τις ανάγκες της επιχείρησής τους. Το nannuka.com μεταμορφώθηκε τον Μάιο του 2015, αλλάζοντας εντελώς το design, αλλά κυρίως την εμπειρία του

χρήστη, ώστε να συμπεριλάβει το feedback που έλαβε κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του. Νέα προϊόντα και υπηρεσίες ενσωματώθηκαν, μετατρέποντας το nannuka σε one stop destination για όλους τους γονείς. Παρέχεται εξετασμένη εξυπηρέτηση σε πολυάσχολους γονείς, ενώ διοργανώνονται και ενημερωτικές δράσεις για γονείς και μαθητές μέσα από το nannuka school. Κάθε μήνα καλύπτονται περισσότερα από 400 αιτήματα γονέων, οι ενεργοί χρήστες του ξεπερνούν τους 12.000, ενώ περισσότεροι από 2.500 επαγγελματίες βρήκαν τον ιδανικό εργοδότη τους τελευταίους 14 μήνες. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη στους γονείς επί πληρωμή από τον Οκτώβρη, ενώ οι επαγγελματίες μπορούν δωρεάν να βρουν εργασία και πληρώνουν μόνο για να ενισχύσουν το προφίλ τους με ειδικά εργαλεία που έχει δημιουργήσει το nannuka.com.

Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Markakis.gr by Netmechanics Το νέο eshop οπτικών ειδών από τα καταστήματα Μαρκάκης

Το νέο e-shop Markakis.gr έχει ως στόχο την προβολή οπτικών ειδών με τρόπο φιλικό προς τον χρήστη, προσφέροντας μια εμπειρία έρευνας, αγοράς και εξυπηρέτησης μοναδική για τα ελληνικά δεδομένα. Ο σχεδιασμός του βασίστηκε στις τελευταίες τάσεις σχεδίασης, ώστε να είναι λειτουργικό και απλό, εμφανίζοντας εξετασμένες προτάσεις στον χρήστη, αλλά και προτάσεις σύμφωνα με τις τάσεις της αγοράς. Προσφέρεται βοήθεια μέσω τηλεφωνικού κέντρου σε όλη τη διαδικασία έρευνας και αγοράς, και υπάρχει αναλυτικός οδηγός πληροφοριών για τον επισκέπτη που θέλει να μάθει περισσότερα για την επιλογή του. Παρέχεται η δυνατότητα για πρόσβαση σε άμεσα διαθέσιμα προϊόντα με δωρεάν αποστολή από αρκετά χαμηλό όριο αγορών και η δυνατότητα παραγγελίας προϊόντος που δεν είναι σε στοκ. Οι φωτογραφίες των προϊόντων είναι υψηλής ευκρίνειας και προσφέρεται η δυνατότητα λεπτομερούς zoom χωρίς περιττές ενέργειες από τον χρήστη. Μεγάλη σημασία δόθηκε στη διασύνδεση του e-shop με το ERP σύστημα της αποθήκης, ώστε όλα τα φίλτρα και δυνατές πληροφορίες που είναι περασμένα στο σύστημα να αποτελούν φίλτρα αναζήτησης για τον επισκέπτη. Για τον σκοπό αυτό, και προκειμένου να μην υπάρχουν καθυστερήσεις κατά την πλοήγηση εξαιτίας της διασύνδεσης, το e-shop υλοποιήθηκε στην in-house πλατφόρμα της Netmechanics.





Κατηγορία: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ

myThiki.gr – Χρήστος Σαχπάζης myThiki.gr



Το myThiki.gr είναι ένα νέο ηλεκτρονικό κατάστημα με αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας, tablet και gadget νέας τεχνολογίας. Καινοτομία της επιχείρησης είναι πως ο πελάτης μπορεί να βρει συγκεντρωμένες τις περισσότερες κορυφαίες μάρκες αξεσουάρ στις πιο ανταγωνιστικές τιμές, καθώς και μη επώνυμα οικονομικά προϊόντα. Επιπλέον, διαθέτει αξεσουάρ για πλειάδα συσκευών και επιτυγχάνει τη διάθεσή τους από την πρώτη μέρα κυκλοφορίας των συσκευών. Η παρουσίαση των προϊόντων γίνεται με φωτογραφίες υψηλής ανάλυσης και αναλυτικών περιγραφών, ενώ το κατάστημα φροντίζει να ενημερώνεται συστηματικά. Όσον αφορά την επαφή με τον πελάτη, υπάρχει συνεχής ενημέρωση μέσω email για το status της παραγγελίας, με το τηλεφωνικό κέντρο να παρέχει στήριξη για πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα, καθώς και για τη λήψη παραγγελιών. Το myThiki.gr ενσωματώνει όλες τις νέες τεχνολογίες, όπως, responsive layout, one click checkout, mobile edition και αυτόματο υπολογισμό του κόστους των μεταφορικών. Υποστηρίζονται όλοι οι ενδεδειγμένοι

τρόποι πληρωμής, ενώ ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να λαμβάνει ενημερωτικό newsletter. Επίσης, μπορούν να εγγραφούν και πελάτες χονδρικής, οι οποίοι ολοκληρώνουν τις παραγγελίες τους με ειδικές, μειωμένες τιμές. Το myThiki.gr έχει ενεργό παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και καταγράφει σταθερά αυξανόμενη επισκεψιμότητα.

Stop ΑΕΒΕ Stay safe με το stop.gr

Το stop.gr αποτελεί ένα πλήρες και καινοτόμο ηλεκτρονικό κατάστημα που στοχεύει στην παροχή εξειδικευμένων προϊόντων ατομικής προστασίας και υπηρεσιών. Απευθύνεται τόσο στον εργαζόμενο - τελικό χρήστη, όσο και στον υπεύθυνο υγείας και ασφάλειας, τον υπεύθυνο προμηθειών, τον τεχνικό διευθυντή ή τον διευθύνοντα σύμβουλο μιας εταιρείας, που ενδιαφέρεται να ενημερωθεί για τα Μέσα Ατομικής Προστασίας που καλύπτουν τις ανάγκες της επιχείρησής του. Στο stop.gr υπάρχουν διαθέσιμοι περισσότεροι από 850 κωδικοί προϊόντων ατομικής προστασίας με λεπτομερείς περιγραφές και φωτογραφίες, τα προϊόντα είναι ταξινομημένα σε κατηγορίες, ενώ με τη χρήση φίλτρων μπορεί να γίνει αναζήτηση βάσει διαφορετικών κριτηρίων, διευκολύνοντας την περιήγηση. Ο επισκέπτης ολοκληρώνει την παραγγελία με εύκολα βήματα, έχοντας επιλέξει τρόπο πληρωμής και παράδοσης και έχοντας ενημερωθεί για τυχόν κόστος μεταφοράς, καθώς και για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τεχνική υποστήριξη. Οι παραγγελίες εκτελούνται και αποστέλλονται την ίδια ημέρα. Τον τελευταίο χρόνο, μέσω του πλήρως μεταφρασμένου site πραγματοποιήθηκαν B2C direct πωλήσεις σε πάνω από 10 χώρες εκτός Ελλάδας, ενώ μέσω του stop.gr, η Stop απέκτησε παρουσία στα social media με πολύ δυναμικές σελίδες, τόσο στο Facebook, όσο και στο LinkedIn, δημιουργώντας την πύλη εισόδου και γνωριμίας του κοινού με το brand Stop.



Kouzinika.com | Slead

Kouzinika.com



Το kouzinika.com εισήλθε στον online κόσμο τον Απρίλιο του 2014, αποτελώντας τη διαδικτυακή παρουσία του φυσικού καταστήματος Kouzinika. Από την αρχή της δραστηριότητάς του, το kouzinika.com επέλεξε να μην ακολουθήσει πολιτική προώθησης βασισμένη σε χαμηλές τιμές, αλλά η κύρια στρατηγική που επιλέχθηκε ήταν να δημιουργηθεί ένα καλαίσθητο και εύχρηστο e-shop. Μετά τη συλλογή feedback από τους επισκέπτες του, εμπλουτίστηκε σημαντικά η ποικιλία του e-shop, επιτυγχάνοντας να διπλασιαστεί το conversion rate. Στη συνέχεια, η ομάδα του e-shop άρχισε να αξιοποιεί πιο συστηματικά μηχανισμούς inbound marketing, με κύριο το Google AdWords Search, συνδυασμένο με μηχανισμούς remarketing, που αποσκοπούσαν στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του brand. Το δεύτερο βήμα ήταν η ανάπτυξη μιας στρατηγικής e-mail marketing, η οποία περιελάμβανε τακτική επικοινωνία και συχνές προσφορές στη λογική των flash sales, η οποία είχε σημαντική απήχηση και οδήγησε στη διεύρυνση

της πελατειακής βάσης. Στη συνέχεια, το kouzinika.com αξιοποίησε αρχικά Facebook ads, ενώ στη συνέχεια πραγματοποίησε και Facebook contest. Το αποτέλεσμα της συνολικής στρατηγικής ήταν εντυπωσιακό, καθώς έχει καταφέρει να δημιουργήσει μια κοινότητα με περισσότερα από 13.000 μέλη στο Facebook page του, αλλά και αύξηση 40% στην κίνηση από organic και direct τους τελευταίους τέσσερις μήνες.

Mezoura Tailored Menswear

tailored ανδρικά πουκάμισα mezoura.com

Μπαίνοντας στο mezoura.com, ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει ένα από τα αγγλικά υφάσματα των εταιρειών Accorn, Liberty και Brisbane Moss, σχήμα γιακά, μανσέτα, κουμπιά και μονόγραμμα και να δει τις επιλογές του σε 3D μοντέλο. Οι πελάτες βρίσκουν το μέγεθός τους, είτε κλείνοντας ένα προσωπικό fitting session στο showroom στο κέντρο της Αθήνας, είτε ακολουθώντας τον οδηγό μέτρησης. Κάθε φορά, δημιουργείται ηλεκτρονικό πατρόν σε σύστημα cad, ώστε να επιτυγχάνεται τέλειο fit, ενώ τα πουκάμισα ράβονται στο χέρι σε μικρές αθηναϊκές βιοτεχνίες. Παρέχονται απεριόριστες δωρεάν επιδιορθώσεις και οι μετρήσεις αποθηκεύονται στον λογαριασμό των πελατών για εύκολες μελλοντικές αγορές. Η επικοινωνία συνδυάζει στοιχεία κλασικού αθηναϊκού tailor-shop με αυτά ενός σύγχρονου apparel startup, του οποίου η λειτουργία βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην τεχνολογία. Το mezoura.com έχει έντονη δραστηριότητα στα social media και έχει επιτύχει να δημιουργήσει σημαντικό media exposure εντός Ελλάδας με growth hacking τεχνικές. Χάρη στα advanced analytics, γνωρίζει τη συμπεριφορά των χρηστών του και έχει τη δυνατότητα υλοποίησης segmented, highly targeted email-marketing campaigns. Μέσα σε έξι μήνες λειτουργίας, οι πωλήσεις ξεπερνούν κατά πολύ τις προβλέψεις, ενώ περισσότεροι από το 10% των πελατών του προχωρούν σε επαναγορά.



