

Θανάσης Καμέας

CEO, PLUSHOST

Τεχνογνωσία, καινοτομίες, και εφαρμογές adaptive υψηλών προδιαγραφών της τελευταίας λέξης της τεχνολογίας, πελατοκεντρική αντίληψη με έμφαση στο χτίσιμο εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή και τον πιστό πελάτη, επένδυση στις πιο hot τάσεις της αγοράς, το mobile commerce, την Τεχνητή Νοημοσύνη (Artificial Intelligence) και στο τρίπτυχο ADP (Adaptive Technology, Data Analysis και Personalization), συνιστούν τα βασικά υλικά της συνταγής της επιτυχίας της εταιρείας Plushost. Αυτά από τεχνικής πλευράς, καθώς πιο σημαντικό ακόμη περιουσιακό στοιχείο για την Plushost είναι οι άνθρωποί της: Το έτοιμο για όλα και καταρτισμένο προσωπικό της, και φυσικά ένας leader με όραμα, ο CEO και ιδρυτής της εταιρείας, κ. Θανάσης Καμέας, που χαρακτηρίζει το momentum «ιδανικό και κρίσιμο για την ανάπτυξη της ελληνικής αγοράς του e-Commerce» και πιστεύει ακράδαντα ότι «οι νέες τάσεις της εκτόξευσης των ηλεκτρονικών αγορών κατά +30% ήρθαν για να μείνουν». Ο ισχυρός άνδρας της Plushost δεν κάνει διακρίσεις στον ρυθμό ανάπτυξης των επιμέρους κλάδων της αγοράς του e-Commerce καθώς, όπως επισημαίνει, «Όλοι οι κλάδοι επιδεικνύουν μεγάλη δυναμική ανάπτυξης στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Υπάρχει πεδίο δόξας λαμπρό για όλους», τονίζει, σημειώνοντας με έμφαση ότι «στην Ελλάδα βρισκόμαστε πολύ κοντά στον ευρωπαϊκό μέσο όρο», προσθέτοντας ωστόσο ότι η «ελληνική αγορά του e-Commerce "παίρνει τα απόνερα" από άλλες, πιο ώριμες αγορές, όπως αυτή των ΗΠΑ και της Ευρώπης, ανακτώντας το "χαμένο έδαφος" και μπαίνοντας σε φάση απογείωσης.



Συνέντευξη στη
Σόνια Χαϊμαντά

I.C.: Ποιο είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα της Plushost; Ποια στοιχεία, σας διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό;

Θ.Κ.: Αυτά που μας διαφοροποιούν στην αγορά ανάπτυξης και καθοδήγησης e-Commerce επιχειρήσεων, είναι αφενός οι Κορυφαίες Τεχνολογίες στις οποίες επενδύουμε (Adaptive Technology, mobile commerce, Artificial Intelligence, voice search κ.ά.) και αφετέρου τα στελέχη μας με την υψηλή κατάρτιση και τα εξειδικευμένα skills που τους χαρακτηρίζουν.

I.C.: Ποιο είναι το όραμά σας και η αποστολή σας;

Θ.Κ.: Κεντρικό όραμα της Plushost είναι να τοποθετήσουμε την εταιρεία στην κορυφή της αγοράς του e-Commerce, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς, ως μια από τις καλύτερες και πιο εξειδικευμένες εταιρείες του χώρου. Να αποκτήσουμε αξιόλογο πελατολόγιο σε Ελλάδα και εξωτερικό, και να επενδύσουμε στην έρευνα, την καινοτομία, και την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Αποστολή της εταιρείας είναι να προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου στην αγορά του e-Commerce στην Ελλάδα, να καθοδηγήσει την

online αγορά εισάγοντας νέες τάσεις και καινοτόμα εργαλεία, να χτίζει σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης και σεβασμού με τους πελάτες της, και συνεργασίες win-win. Επίσης να σχεδιάζει και να παρέχει υπηρεσίες, απόλυτα προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών της.

I.C.: Ποιες είναι οι βασικές, οι κατευθυντήριες γραμμές πάνω στις οποίες χαράσσετε τη στρατηγική σας και ποια είναι με λίγα λόγια η φιλοσοφία σας; Πόση σημασία αποδίδετε στην πελατοκεντρική αντίληψη; Είναι αυτό το «στοίχημα» μιας εταιρείας που αναπτύσσει και καθοδηγεί πετυχημένες e-Commerce επιχειρήσεις;

Θ.Κ.: Η φιλοσοφία μας και το ουσιαστικό «στοίχημα» μας, ο λόγος της επιχειρηματικής μας ύπαρξης, είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου με συνέπεια και επαγγελματισμό, η εξυπηρέτηση των πελατών μας, και η δημιουργία σχέσης αμοιβαίας εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας. Το σύνολο των αρχών και των στόχων που υπηρετούν την αποστολή και το όραμα της εταιρείας, επικεντρώνονται στην πελατοκεντρική αντίληψη, την ανθρωποκεντρι-



Οι νέες τάσεις της εκτόξευσης των ηλεκτρονικών αγορών κατά +30% ήρθαν για να μείνουν

Όλοι οι κλάδοι επιδεικνύουν μεγάλη δυναμική ανάπτυξης στο ηλεκτρονικό εμπόριο



κή αντιμετώπιση των πελατών μας, και την άριστη και ποιοτική εξυπηρέτησή τους. Αυτά είναι τρία πράγματα που δεν διαπραγματεύονται από την πλευρά μας.

I.C.: Ποια είναι η στρατηγική σας στη μετά-Covid εποχή, δεδομένης της αύξησης του e-Commerce;

Θ.Κ.: Η Plushost, προκειμένου να επιτύχει τους στόχους της σε αυτή τη γεμάτη προκλήσεις εποχή, λειτουργεί βάσει καλά οργανωμένου σχεδίου και ερευνητικών και αναλυσιακών δεδομένων, τόσο για εμάς τους ίδιους όσο και για τους πελάτες μας. Δεν αφήνουμε τίποτα στην τύχη, καθώς ο προγραμματισμός και η ανάλυση βρίσκονται στον σκληρό πυρήνα του DNA μας. Εκπαιδεύουμε σε συνεχή και μόνιμη βάση το ανθρώπινο δυναμικό μας, επενδύουμε σε ικανά και αξιόλογα στελέχη της αγοράς, σε πρωτοποριακές ιδέες, και στη υψηλή Τεχνολογία και Καινοτομία. Ταυτόχρονα υλοποιούμε ρεαλιστικά business plans και τα εξελίσσουμε, προωθούμε στην αγορά ανταγωνιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, επιφέρουμε σημαντικά αποτελέσματα στο marketing, επιτυγχάνουμε υψηλές αποδόσεις στα projects που καθοδηγούμε, ενώ τέλος σχεδιάζουμε νέα μοντέλα ανάπτυξης για το e-Commerce.

I.C.: Επενδύετε σε υψηλή τεχνολογία και καινοτομία. Με ποιο τρόπο το κάνετε;

Θ.Κ.: Πράγματι, αν κάτι μας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό, αυτό είναι η υψηλή και πολύ στοχευμένη επένδυση σε υψηλή Τεχνολογία και Καινοτομία. Έχουμε συνδρομές στις μεγαλύτερες και πιο εξειδικευμένες εταιρείες των ΗΠΑ για άντληση τεχνολογίας σε θέματα ανάλυσης, ευχρηστίας, usability, και ευρετικών αξιολογήσεων. Παράλληλα, με την ίδια σπουδή επενδύουμε στο προσωπικό, με την πρόσληψη και διαρκή κατάρτιση των στελεχών μας, σε όλες τις ειδικότητες.

I.C.: Τελικά ποιο είναι το σημερινό ανανεωμένο «στοίχημα» για το e-Commerce;

Θ.Κ.: Σήμερα το μεγάλο στοίχημα για το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το ADP, ένα ακρωνύμιο των τριών βασικών συστατικών της συνταγής της επιτυχίας: Adaptive Technology, Data Analysis και Personalization.

I.C.: Θα αναγνωρίζετε φυσικά ότι παρατηρήθηκαν αστοχίες και καθυστερήσεις στην παράδοση των παραγγελιών από τις εταιρείες courier την εποχή των περιοριστικών μέτρων. Πως μπορείτε να αντιμετωπίσετε το θέμα της κακής διαχείρισης της παράδοσης των παραγγελιών στο last mile;

Θ.Κ.: Πιστεύω ότι πρέπει να δώσουμε μία πίστωση στον τομέα του last mile, ιδίως σε μία περίοδο κατά την οποία παρατηρήθηκαν αρρυθμίες λόγω της αιφνίδιας επιβολής των περιοριστικών μέτρων του lockdown, και της συνακόλουθης έκρηξης του e-Commerce. Η αγορά έκτοτε φαίνεται να βρίσκει το ρυθμό της, να θεραπεύει τις ατέλειες της και να ανασυντάσσεται.

I.C.: Οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής αποτελούν μία ακόμη πρόκληση για το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Θ.Κ.: Ναι, οι τρόποι πληρωμής αποτελούν μία σημαντική πρόκληση, πόσο μάλλον όταν οι αγοραστές απομακρύνονται σταδιακά από την πρακτική της αντικαταβολής, και οδεύουν στις ψηφιακές πληρωμές, που κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος. Είναι το μέλλον.

I.C.: Είναι η κατάλληλη στιγμή να γίνει σωστός επαναπροσδιορισμός των διαδικασιών και του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα, προκειμένου να διορθώσουν τα λάθη τους και να τεθούν πιο σωστές βάσεις, αξιοποιώντας σωστά τις ευκαιρίες ανάπτυξης που παρέχονται;

Θ.Κ.: Ναι, φυσικά. Ή τώρα ή ποτέ. Στην Plushost εκπαιδεύουμε τους πελάτες μας συνεχώς προς αυτή την κατεύθυνση. Δεν είμαστε μόνο συνεργάτες, αλλά και μέντορες, προκειμένου να αξιοποιήσουν, να αδράξουν τις ευκαιρίες που προκύπτουν, και να μεγιστοποιήσουν τζίρους και κέρδη.

I.C.: Σε ποιο βαθμό διαδραματίζει σημαντικό ρόλο η σωστή προώθηση και το χτίσιμο εμπιστοσύνης με τους αγοραστές, εκτός από τις πωλήσεις;

Θ.Κ.: Θα σας μιλήσω για την Plushost. Εμείς επενδύουμε στο χτίσιμο μίας υγιούς, μακρόχρονης, και win-win σχέσης με τον πελάτη, και αυτό ακριβώς το δόγμα προσπαθούμε να τους μεταλαμπαδεύσουμε, για να κάνουν το ίδιο και εκείνοι με τους δικούς τους πελάτες. Ξέρετε,

στην αγορά όλα αντιγράφονται, και μάλιστα με ταχύτατους ρυθμούς. Προϊόντα, υπηρεσίες, τιμές, εκπώσεις, προσφορές, marketing. Αυτό που είναι μοναδικό, αυτό που τελικά διαφοροποιεί μία εταιρεία, αυτό που είναι η περιουσία και «σημαία» της, είναι η στάση, η συμπεριφορά προς τον πελάτη, τον άνθρωπο, το service που του παρέχει, η διαθεσιμότητα 24/7, η κουλτούρα της προσέγγισης και επικοινωνίας μαζί του. Αυτό είναι το «ιερό δικαίωμα» στο e-Commerce.

I.C.: Παρατηρούμε ότι ενισχύεται σε πολύ μεγάλο βαθμό το mobile commerce, κάτι το οποίο θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη για την περαιτέρω επένδυση στην ανάπτυξη εφαρμογών και λειτουργιών, που θα βελτιστοποιήσουν την εμπειρία των χρηστών μέσα από τις mobile συσκευές. Πού τοποθετείται η Plushost στον χάρτη του mobile commerce;

Θ.Κ.: Στην Plushost επενδύουμε στην κυρίαρχη τάση στο e-Commerce, και είμαστε ειδικοί στο mobile commerce, έχοντας σαν σημαία μας την Adaptive Τεχνολογία, παραδίδοντας το online κατάστημα σε τέσσερις διαφορετικές εφαρμογές, για όλες τις συσκευές.

I.C.: Ποια είναι η συμβουλή που παρέχετε στους πελάτες σας για τις τηλεφωνικές υπηρεσίες; Πρέπει κατά τη γνώμη σας να βελτιώσουν τις σχετικές υπηρεσίες ώστε να προσφέρουν την απαραίτητη στήριξη σε νέους χρήστες, που δεν είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία;

Θ.Κ.: Οι έρμενες αποτυπώνουν ότι το 30% των πωλήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιείται με τηλεφωνικές παραγγελίες. Αυτό από μόνο του μας ωθεί και μας κατευθύνει να επενδύσουμε σημαντικά σε χρόνο και χρήμα, και να ενισχύσουμε σημαντικά το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών. Στην Plushost πραγματοποιούμε στους πελάτες μας πολύ συστηματικά και διεξοδικά, εξειδικευμένα σεμινάρια, προκειμένου να ενισχύσουν το τμήμα τηλεφωνικών παραγγελιών τους.

I.C.: Ποιος είναι ο «βασιλιάς» σε μία πώληση από ηλεκτρονικό κατάστημα;

Θ.Κ.: Αναμφίβολα, ο πελάτης είναι ο βασιλιάς. Στην Plushost επενδύουμε σε τεχνολογίες και τεχνολογία, αλλά έχουμε πάντα στο μπροστινό μέρος του μυαλού μας ότι χωρίς ικανοποιημένο και πιστό πελάτη, αυτά είναι κενό γράμμα.

I.C.: Πως βλέπετε τις μηχανές σύγκρισης τιμών;

Θ.Κ.: Σίγουρα οι μηχανές σύγκρισης τιμών αποτελούν ένα ενδιαφέρον κομμάτι της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συμβάλλουν στην άριστη καλύτερη λειτουργία της αγοράς, ενώ καθιστούν πιο υγιή τον ανταγωνισμό του ελληνικού e-Commerce. Η συμβολή τους προσλαμβάνει

και ακόμη μεγαλύτερη αξία, καθώς διασφαλίζουν άνετη και ποιοτική βιωματική εμπειρία, δεδομένου ότι οι χρήστες σε οποιαδήποτε δεδομένη στιγμή της αγοραστικής διαδικασίας, δεν χρειάζεται να μεταπηδούν σε άλλη ιστοσελίδα.

I.C.: Διαθέτετε δικά σας εργαλεία, εφαρμογές, και ιδιόκτητους αλγόριθμους, για να παράσχετε λύσεις performance στους πελάτες σας;

Θ.Κ.: Εννοείται ότι συνεχώς επενδύουμε σε νέα τεχνολογία και καινοτόμα εργαλεία. Όπως σας ανέφερα, η Plushost στηρίζει την επιτυχία της στο εξειδικευμένο και άκρως καταρτισμένο προσωπικό της, με πολυεπίπεδη διαλειτουργικότητα. Για να σας δώσω ένα παράδειγμα, αν ένας συνεργάτης μας εξειδικεύεται στη διαφήμιση στα social media, πρέπει να γνωρίζει και πως να κάνει διαφήμιση στα εργαλεία της Google, και φυσικά να έχει γνώσεις email marketing, καθώς η δουλειά που κάνει επηρεάζει και άλλους τομείς, ενώ επηρεάζεται και το δικό του έργο από αυτούς. Ουσιαστική προϋπόθεση συνεργασίας με τα στελέχη μας είναι να γνωρίζουν τουλάχιστον δύο αντικείμενα, παραπλήσια εννοείται, του έργου που καλούνται να φέρουν εις πέρας σε καθημερινή βάση. Για να το επιτύχουμε αυτό, κάθε μήνα πραγματοποιούμε ειδικά σεμινάρια, με τα οποία εμπλουτίζουμε διαρκώς τις γνώσεις και τις ικανότητες των συνεργατών μας, προκειμένου να είναι πάντα φρέσκοι και έτοιμοι να φέρουν το μέγιστο αποτέλεσμα και με επικαιροποιημένες δεξιότητες και γνώσεις.

I.C.: Ποιοι είναι οι στόχοι που βάζετε για την παρουσία σας στην Ελλάδα, δεδομένης της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου με γεωμετρική πρόοδο (+34% το τελευταίο τρίμηνο);

Θ.Κ.: The sky is the limit. Η κορυφή είναι ο στόχος μας. Τόσο για εμάς όσο και για τους πελάτες μας.

I.C.: Υποστηρίζετε ότι είστε ειδικός στη χρήση εφαρμογών Τεχνητής Νοημοσύνης (A.I.) αναφέροντας ότι «δεν είναι απλώς ένα trend αλλά το next step που θα αναδιαμορφώσει ριζικά το online shopping, καθώς βελτιώνει την εμπειρία του πελάτη, προσωποποιεί τη διαφήμιση, και αυξάνει το κέρδος».

Θ.Κ.: Η Plushost, αντιλαμβανόμενη εγκαίρως το κρίσιμο τεχνολογικό momentum της διαδικασίας του ψηφιακού μετασχηματισμού, είναι η πρώτη εξειδικευμένη e-Commerce εταιρεία που ανέπτυξε Artificial Intelligence εφαρμογές στα ηλεκτρονικά καταστήματα των πελατών της, βελτιώνοντας αποτελεσματικά τη διαδρομή του πελάτη, από την είσοδο του στο ηλεκτρονικό κατάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση της αγοράς, με έξυπνες και ενοποιημένες λύσεις που καλύπτουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσι-

ών, το AllinOne 360 e-Commerce. Από το προσωποποιημένο marketing, στο οποίο οι εφαρμογές Artificial Intelligence διαδραματίζουν κυρίαρχο ρόλο, στον τρόπο που συλλέγονται και αξιοποιούνται τα δεδομένα των χρηστών κατά την αλληλεπίδραση τους με τα ηλεκτρονικά καταστήματα, την εύκολη και γρήγορη ολοκλήρωση των ηλεκτρονικών πωλήσεων, μέχρι και την άψογη εξυπηρέτηση του πελάτη, από την ολοκλήρωση της παραγγελίας μέχρι και την παραλαβή στον χώρο του. Στην ουσία, η Plushost, με την καθιέρωση των εφαρμογών Τεχνητής Νοημοσύνης, δεν πρόσθεσε απλά μια επιπλέον εργαλειοθήκη εφαρμογών, αλλά έβαλε τις «ράγες» πάνω στις οποίες θα δρομολογηθεί το «υπερηχητικό τρένο» μίας συναρπαστικής διαδρομής προς τη νέα εποχή του e-Commerce.

I.C.: **Τί ρόλο θα παίξουν τον επόμενο χρόνο στο e-shopping, εφαρμογές, λειτουργίες, και τεχνολογίες, όπως το voice assistance (φωνητική βοήθεια), το Customer-Centric Visual Search (Πελατο-Κεντρική Οπτική Αναζήτηση), το NLP (Νευρογλωσσικός Προγραμματισμός) το Providing Recommendation to the Customers, το A.I. automation (αυτοματισμός), το Sales Forecasting, (Πρόβλεψη των Πωλήσεων), το Retargeting Potential Customers (Επαναστόχευση Δυναμικών Πελατών);**

Θ.Κ.: Σημαντική συμβολή στην εμπειρία του χρήστη έχει η ευκολία αναζήτησης. Στο σημείο που βρίσκεται πλέον το e-Commerce, η online αγορά ενός προϊόντος είναι μόλις μία φωνητική εντολή μακριά. Ο λόγος για το voice assistance (φωνητική βοήθεια) ως εργαλείο καθοδήγησης του χρήστη, προκειμένου να ολοκληρώσει επιτυχώς την παραγγελία του, ή να αναζητήσει με ευκολία τα προϊόντα που επιθυμεί. Οι κινήσεις του χρήστη διασυνδέονται με τις φωνητικές συμβουλές, αυξάνοντας κατακόρυφα το conversion rate των ηλεκτρονικών καταστημάτων, τη βελτιστοποίηση του Funnel Tracking, και την εκτόξευση του conversion rate των ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Η φωνητική βοήθεια (Αγγλικά) δεν είναι πλέον trend, είναι κανόνας.

Ένα από τα εμπόδια που καλούμαστε να υπερπηδήσουμε στο e-Commerce είναι το υψηλό bounce rate δυναμικών πελατών που κατά το online shopping τους, ενδέχεται να συναντήσουν αποτελέσματα προϊόντων που δεν σχετίζονται με τις προτιμήσεις τους. Αποτέλεσμα; Ενοχλούνται και αποχωρούν. Και ποιος θέλει σήμερα να χάνει πελάτες; Εδώ έρχεται να δώσει λύση το Customer-Centric Visual Search με κύριο εργαλείο του το NLP (Νευρογλωσσικός Προγραμματισμός) ή, πιο απλά, μία φυσική γλωσσική διαδικασία με την οποία τοποθετείται σε σχετικό πλαίσιο και έτσι βελτιώνεται το αποτέλεσμα της αναζήτησης. Η μορφή αυτή της εφαρμογής Artificial Intelligence χρησι-

μοποιεί δυνατότητες αναζήτησης που καταφέρνουν να συσχετιστούν με το προϊόν. Έτσι, μας επιτρέπουν να επιτύχουμε μια personalized εμπειρία. Ο χρήστης βλέπει προσωποποιημένες προτάσεις προϊόντων, βιώνει μια καλύτερη online experience, και συνεπώς είναι πολύ πιο πιθανό να προβεί σε αγορά. Η ικανότητα του Artificial Intelligence να προβλέπει αποτελεσματικά τη συμπεριφορά και τις ανάγκες του πελάτη, προσφέροντας σχετικές με αυτόν προτάσεις, αποτελεί commodity. Πως όμως ακριβώς λειτουργεί αυτό; Συγκεντρώνονται όλα τα δεδομένα αναζητήσης. Έπειτα, οι αλγόριθμοι αντλούν τις πληροφορίες, το ιστορικό, τα δεδομένα τρίτων, και τα δεδομένα περιεχομένου, για να προσφέρουν τις απαραίτητες προτάσεις στον χρήστη. Αυτό, είναι η Παροχή Προτάσεων προς τους Πελάτες (Providing Recommendation to the Customers) και αναβαθμίζει ακόμα περισσότερο το πολυπόθητο user experience. Το Artificial Intelligence έχει πολλαπλά οφέλη σε βασικούς τομείς, όπως το Sales Forecasting, (Πρόβλεψη Πωλήσεων), αλλά και το Retargeting Potential Customers (Επαναστόχευση Δυναμικών Πελατών).

Σκοπός είναι η διαμόρφωση μοντέλων Next Best Product to Recommend, σε πραγματικό χρόνο, με τελικό στόχο τη διαμόρφωση μοντέλων απόφασης για τη βελτίωση cross sell στρατηγικών, αλλά και τη δημιουργία μοντέλων προσομοίωσης (Personas) τα οποία θα βασίζονται στην επεξεργασία των δεδομένων ανά κατηγορία καταστημάτων, ώστε να προκύπτουν προβλέψεις πωλήσεων στα e-shops.

I.C.: **Έχετε μιλήσει για τον Κορυφαίο Αγοραστή, αυτόν που κάνει σε ένα κατάστημα τζίρο πάνω από 500 ευρώ το χρόνο. Γιατί εστιάζετε τόσο στα πολλά από λίγους και όχι στα λιγότερα από περισσότερους; Έχει σημασία η πιστότητα στο e-Commerce;**

Θ.Κ.: Να ξεκαθαρίσουμε αρχικά ότι η πιστότητα είναι πάρα πολύ σημαντική για κάθε πώληση. Ειδικότερα όμως, καθώς στο e-Commerce παρατηρούμε αύξηση του κόστους του marketing, πρέπει να προβούμε σε όλες τις ενέργειες ώστε να έχουμε ικανοποιημένους πελάτες με φθηνότερες ενέργειες marketing. Το κόστος για να κερδίσεις έναν πελάτη είναι 6-8 φορές μεγαλύτερο από να τον διατηρήσεις. Ο ικανοποιημένος πελάτης είναι αυτός που επιστρέφει και ξαναεπιστρέφει, είναι ο πιστός πελάτης που δεν χρειάζεται υψηλό κόστος για να διατηρηθεί.

I.C.: **Σε ποιον βαθμό χρησιμοποιείτε και λαμβάνετε υπόψη σας στην Plushost δεδομένα από διαφημιστικές καμπάνιες, συμβουλές, και tips από το NLP και τους «ψυχαναλυτές» του marketing, προκειμένου να προσεγγίσετε με όσο γίνεται μεγαλύτερη επιτυχία, στοχευμένα τα δύο φύλα;**
Θ.Κ.: Χρησιμοποιούμε σε μέγιστο βαθμό οποιαδήποτε πλη-

ροφορία μας παρέχει το NLP, ώστε να καταγράψουμε τις συμπεριφορές των επιμέρους φύλων και φυλών, και να προβαίνουμε στις απαραίτητες ενέργειες για να τους προσεγγίσουμε αποτελεσματικά.

I.C.: **Γιατί ο υποψήφιος πελάτης δυσκολεύεται να προχωρήσει σε αντικατάσταση της πλατφόρμας που δεν τον ικανοποιεί; Φοβάται για την αποτελεσματικότητα της, τρομάζει με τη μετάβαση, προβληματίζεται μήπως χάσει τα δεδομένα του; Τι μέσα και τι εργαλεία χρησιμοποιεί η Plushost προκειμένου να κάνει τον υποψήφιο πελάτη να αισθανθεί πιο σίγουρος για την εταιρεία; Τελικά γιατί να σας προτιμήσει;**

Θ.Κ.: Στα βασικά προβλήματα που έχει ένας ιδιοκτήτης e-Commerce επιχείρησης είναι η έλλειψη αισθήματος εμπιστοσύνης προς την εταιρεία, και ο φόβος για την αποτελεσματικότητα της. Τους τρομάζει η μετάβαση σε νέα πλατφόρμα, και τα τυχόν προβλήματα που μπορεί να συναντήσουν, κάνοντας αυτή την επιλογή. Τους προκαλεί προβληματισμό ένα ενδεχόμενο downtime στη διάρκεια της μετάβασης, μία πιθανή αντιμετώπιση δυσχερειών στην παραγγελιοληψία. Δεν θέλουν επ' ουδενί να χάσουν τα στοιχεία του πελατολογίου, να διακοπεί η online αμφίδρομη επικοινωνία με τη λογιστική εφαρμογή και τρίτα συστήματα (courier, skrotz, αποθήκες, feeds, κ.λπ.), να απωλέσουν πληροφορίες για το τι σημαίνει μία σωστή πλατφόρμα, και πως μπορεί να επηρεάσει την εξέλιξη του project.

Επίσης έχουν συνηθίσει τη λειτουργία μίας συγκεκριμένης πλατφόρμας και δυσκολεύονται να αλλάξουν συνήθειες, έχουν αποδεχτεί μία παγιωμένη κατάσταση σε ότι αφορά τα προβλήματα που μπορεί να υπάρχουν, και δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν από τους υφιστάμενους συνεργάτες, και τέλος έχουν αγνώστους X αναφορικά με το αν το τελικό αποτέλεσμα θα πλησιάζει τον στόχο που οι ίδιοι έχουν οραματιστεί.

Στην Plushost έχουμε τον τρόπο να εγγυηθούμε με τρανταχτές αποδείξεις στον ιδιοκτήτη της online επιχείρησης, ότι τόσο τεχνικά όσο και συμβουλευτικά, θα σταθούμε στο ύψος των περιστάσεων και θα ξεπεράσουμε τις προσδοκίες του. Δεν είμαστε διατεθειμένοι να κάνουμε καμία απολύτως «έκπτωση» στην παροχή των υπηρεσιών μας. Το support μας είναι απολύτως προσαρμοσμένο στις ανανεωμένες ανάγκες του. Επενδύουμε στην προσωπική σχέση με τον πελάτη, και διαμορφώνουμε υπηρεσίες, εφαρμογές, και λειτουργίες, απολύτως custom, tailor-made στις απαιτήσεις του, παρέχοντας ορθές και στοχευμένες υπηρεσίες στο πρόβλημα που αντιμετωπίζει. Διαθέτουμε τεχνολογία και απόλυτη ειδικότητα, λειτουργούμε βάσει «οργανωμένου σχεδίου» με συνέπεια, τηρώντας τις δεσμεύσεις μας σε επίπεδο χρόνου και ποιότητας. Τέλος, αυξάνουμε αποδεδειγμένα τόσο την αναγνωρισιμότητα και τις πωλήσεις της online επιχείρησης που αναλαμβάνουμε, όσο και τα κέρδη τους, εξασφαλίζοντας το sustainability με σχέσεις μακράς πνοής με τους πελάτες μας.



Θανάσης Καμιάς

Ο Θανάσης Καμιάς είναι Founder και CEO της Plushost.gr, από τις πλέον εξειδικευμένες εταιρείες στον χώρο του e-commerce στην Ελλάδα, και ήδη μετράει 17 χρόνια λειτουργίας. Ο Θανάσης Καμιάς μυήθηκε στην τεχνολογία από πολύ νωρίς, όταν ήταν ακόμη στο σχολείο και σπούδασε Μηχανικός Λογισμικού. Μέλος του Entrepreneurs Organisation (EO) Greece, έχει καταφέρει να στήσει το πλέον εξειδικευμένο και hard core ecommerce agency στην Ελλάδα, που καλύπτει όλο το φάσμα υπηρεσιών development, marketing, και στρατηγικής. Μέχρι σήμερα, μέσω της εταιρείας του, έχει παραδώσει συνολικά 700 και πλέον έργα για e-shops, και συγκαταλέγεται ανάμεσα στους 3 επιχειρηματίες που εισήλθαν πρώτοι στην αγορά των ηλεκτρονικών καταστημάτων στην Ελλάδα. Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται στα Τρίκαλα, την ελληνική πόλη της τεχνολογίας, ενώ στο δυναμικό της ανήκουν 32 εξειδικευμένα στελέχη.