

Η συνταγή της επιτυχίας του sustainable και κερδοφόρου e-shop για το 2021

ΤΟΥ ΘΑΝΑΣΗ ΚΑΜΕΑ*

Αν υπάρχει ένας κλάδος που αποκόμισε σημαντικές «παράπλευρες ωφέλειες» το 2020 από την κρίση της πανδημίας, σίγουρα αυτός είναι το e-commerce. Καθώς το lockdown μετέφερε σύσσωμο το λιανεμπόριο στο διαδικτυακό «σύμπαν» των online πωλήσεων, νέα eshops αναδύθηκαν στην αγορά, ενώ οι μεγάλοι παίκτες ωρίμασαν περαιτέρω σε ιδιαίτερα πρωτόγνωρες συνθήκες, πόσω μάλλον όταν ο e-καταναλωτής μυήθηκε σε χρόνο dt ή έγινε ακόμα πιο απαιτητικός.

Υπάρχουν δεκάδες έρευνες που αποτυπώνουν την επικράτηση του e-commerce από τον Μάρτιο του 2020 έως σήμερα, με την αύξηση για τα ελληνικά δεδομένα να σταθεροποιείται στο +34%, ποσοστό που μεταφράζεται σε μια εξαιρετικά σημαντική μερίδα αγοραστών που «μετανάστευσαν» στο τερέν των online αγορών και, από ό,τι φαίνεται, ήρθαν για να μείνουν. Αυτό το «τσουνάμι» ηλεκτρονικής ζήτησης προϊόντων συνοδεύτηκε από κοσμογονικές αλλαγές σε κάθε επίπεδο: Στη στρατηγική, τις τεχνολογίες, τις εφαρμογές και τις λειτουργίες, στην αντίληψη και νοοτροπία και τελικά στο σέρβις που παρέχουν οι παίκτες με στόχο, αφενός, τη βιωσιμότητά τους και, αφετέρου, -ακόμα πιο σημαντικό- τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας των καταναλωτών.

Το 2020 θα μπορούσαμε να πούμε ότι ήταν η χρονιά του Mobile Commerce, στο οποίο η Plushost επενδύει τα μέγιστα έχοντας ως συγκριτικό της πλεονέκτημα την Adaptive Τεχνολογία και παραδίδοντας σε τέσσερις διαφορετικές εφαρμογές, για όλα τα devices. Τη χρονιά που πέρασε όλοι οι πρωταγωνιστές της αγοράς αντιλήφθηκαν ότι το σωστό eshop πρέπει να είναι πλήρως προσαρμοσμένο στα ζητούμενα του mobile commerce, να αναπτύσσει εφαρμογές Artificial Intelligence, βελτιώνοντας αποτελεσματικά τη διαδρομή του πελάτη από την «είσοδό» του στο ηλεκτρονικό κατάστημα μέχρι και την ολοκλήρωση της αγοράς με έξυπνες και ενο-



ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΓΙΑ ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ ESHOP ΕΙΝΑΙ Η ΑΓΑΣΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΝΑΝ ΔΥΝΑΤΟ, ΑΞΙΟΠΙΣΤΟ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ, ΜΕ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ ΚΑΙ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΕ ΠΕΛΑΤΟΚΕΝΤΡΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ



ποιμμένες λύσεις που καλύπτουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών, όπως το AllinOne 360 e-Commerce, που χρησιμοποιούμε στην Plushost. Αναμφίβολα, το 2020 ο πελάτης ήταν και πάλι ο βασιλιάς. Ο εγκλεισμός ενέτεινε την ανάγκη για ζωντανή επικοινωνία των καταναλωτών με τους retailers, με δεδομένο ότι ήδη το 30% των πωλήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιείται με τηλεφωνικές παραγγελίες.

Το στοίχημα για ένα επιτυχημένο eshop δεν είναι ο τζίρος και τα κέρδη απευθείας. Προηγείται η αгаστή συνεργασία με έναν δυνατό, αξιόπιστο συνεργάτη, με τεχνογνωσία και εξειδίκευση, για την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου με πελατοκεντρική αντίληψη. Ολα ξεκινούν από το support ενός eshop: Οσο δυνατό και αν είναι το προϊόν, το brand, το marketing, η προώθηση, όσο και αν σταθείς στο ύψος των περιστάσεων το last mile, αν ο μηχανισμός που στηρίζει ένα shop δεν είναι customized, αν δεν επενδύει στην προσωπική σχέση με τον πελάτη για συνδιαρμόφιση των υπηρεσιών, εφαρμογών και λειτουργιών, αν δεν διαθέτει know-how και απόλυτη ειδικότητα και αν η σχέση δεν είναι win-win και μακράς πνοής, τότε το στοίχημα της μεγιστοποίησης τζίρων και κερδών θα χαθεί. Ο «μαθηματικός τύπος» για σίγουρη επιτυχία στο ηλεκτρονικό εμπόριο έχει όνομα: λέγεται ADP, ένα ακρωνύμιο των τριών βασικών συστατικών της συνταγής της επιτυχίας της Plushost: Adaptive Technology, Data Analysis και Personalization.

Τελικά, για να επιτύχει τους στόχους του ένας επιχειρηματίας στο e-commerce το 2021 πρέπει:

- ▶ Να λειτουργεί βάσει σχεδίου και ερευνητικών και αναλυσιακών δεδομένων που παρέχει ο συνεργάτης του.
- ▶ Να εκπαιδεύει σε συνεχή βάση το ανθρώπινο δυναμικό, να επενδύει σε πρωτοποριακές ιδέες και στη υψηλή τεχνολογία και καινοτομία.
- ▶ Να χρησιμοποιεί φωνητική βοήθεια (voice assistance) ως εργαλείο καθοδήγησης του χρήστη προκειμέ-

νου να ολοκληρώσει επιτυχώς την παραγγελία του ή να αναζητήσει με ευκολία τα προϊόντα που επιθυμεί.

▶ Να ξεπερνά το εμπόδιο του υψηλού 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, μια φυσική γλωσσική διαδικασία με την οποία τοποθετείται σε σχετικό πλαίσιο και βελτιώνεται το αποτέλεσμα της αναζήτησης. Η μορφή αυτή της εφαρμογής Artificial Intelligence χρησιμοποιεί δυνατότητες αναζήτησης που καταφέρνουν να συσχετιστούν με το προϊόν. Έτσι, μας επιτρέπουν βρούμε το χρυσάφι του e-Commerce, το personalization: Ο χρήστης βλέπει προσωποποιημένες προτάσεις προϊόντων, βιώνει μια καλύτερη online εμπειρία, συνεπώς είναι πολύ πιο πιθανό να προβεί σε αγορά.

- ▶ Να αξιοποιεί όλα τα όπλα από την εργαλειοθήκη του marketing (SMSs, emails, notifications για προσφορές και κουπόνια) και του customer service (live chat, visual commerce, Augmented Reality, Virtual Reality, virtual shop).
- ▶ Να φροντίζει για δυνατό user-generated content, διαφάνεια στις τιμές, να δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη δωρεάν αποστολή και τις δωρεάν επιστροφές και ευέλικτες επιλογές πληρωμής για μεγάλες αγορές.

Αν τα κάνει όλα αυτά, θα εξασφαλίσει όχι μόνο sustainability, αλλά και δυνατές πωλήσεις και κέρδη.

***FOUNDER ΚΑΙ CEO ΤΗΣ PLUSHOST.GR, ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΛΕΟΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ E-COMMERCE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΠΟΥ ΗΔΗ ΜΕΤΡΑΕΙ 18 ΧΡΟΝΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ**