

Mary Machaira

Manager, EY



■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.



Omnichannel Commerce

Written by



Mary Machaira
Manager

Σε 2 ώρες...

Θα μάθουμε πως μπορεί να δημιουργηθεί μια omnichannel κουλτούρα μέσα στην εταιρεία

Θα δούμε πως είναι ο σύγχρονος καταναλωτής

Θα αναφερθούμε σε πραγματικές περιπτώσεις

Θα κατανοήσουμε πότε, που και πως αγοράζει online & offline & γιατί είναι σημαντικός ο Omnichannel πελάτης

Θα μάθουμε πως δημιουργούνται πιστοί πελάτες, οι οποίοι αγοράζουν πιο συχνά και περισσότερο

Θα εξηγήσουμε την έννοια του Omnichannel Commerce και τα ορόσημα στο retail

Θα δούμε τα 6 βήματα μιας omnichannel στρατηγικής & θα τα αναλύσουμε

Θα μάθουμε τις προκλήσεις & τα trends για το επόμενο διάστημα

Εισαγωγή

Warm up!

Όλα αλλάζουν πιο ΓΡΗΓΟΡΑ



DIGITAL DISRUPTION

CONNECTIVITY

SPEED OF ADOPTION

DIGITAL DISRUPTION

Από το 2000 έως σήμερα, τι % των εταιρειών που ήταν στη λίστα Fortune 500 έχουν καταστραφεί λόγω των της ενδυνάμωσης του Digital?

>50%





DIGITAL DISRUPTION

Από το 2000 έως σήμερα, τι % των εταιρειών που ήταν στη λίστα Fortune 500 έχουν καταστραφεί λόγω των της ενδυνάμωσης του Digital?

>50%



CONNECTIVITY

Πόσες συσκευές συνδεδεμένες στο διαδίκτυο θα υπάρχουν μέχρι το τέλος του χρόνου?

>30b!

DIGITAL DISRUPTION

Από το 2000 έως σήμερα, τι % των εταιρειών που ήταν στη λίστα Fortune 500 έχουν καταστραφεί λόγω των της ενδυνάμωσης του Digital?

>50%



CONNECTIVITY

Πόσες συσκευές συνδεδεμένες στο διαδίκτυο θα υπάρχουν μέχρι το τέλος του χρόνου?

>30b!

SPEED OF ADOPTION

Πόσες μέρες χρειάζεται μια νέα τεχνολογία για να φτάσει τους 50εκ. χρήστες?

35
Μέρες!



Η ΤΑΧΥΤΗΤΑ είναι το ΝΕΟ ΝΟΜΙΣΜΑ

The world is changing very fast. Big will not beat small anymore. It will be the fast beating the slow.

(Rupert Murdoch)



Μεγάλοι οργανισμοί επενδύουν σε Analytics & AI startups



2018

2021



Μάρτιος 23, 2018

Η Nike εξαγοράζει την Zodiac Inc., μια εταιρεία ανάλυσης δεδομένων καταναλωτών, σημάδι πως ο ψηφιακός μετασχηματισμός περιστρέφεται γύρω από την αξία της διάρκειας και διατήρησης ενός πελάτη.



Απρίλιος 2018

Η εξαγορά της Invertex θα δυναμώσει την ομάδα της NIKE με νέο ταλέντο στον χώρο του digital και θα επεκτείνει τις τεχνικές της δυνατότητες και στον χώρο της τεχνητής νοημοσύνης.



Δεκέμβριος 2021

Η Nike εξαγόρασε την NFT Startup ψηφιακής μόδας RTFKT. Η εταιρεία μπαίνει πλέον δυναμικά στον χώρο του metaverse έτοιμη να συνδέσει την πραγματική με την εικονική εμπειρία στην μόδα και το αθλητικό παιχνίδι.

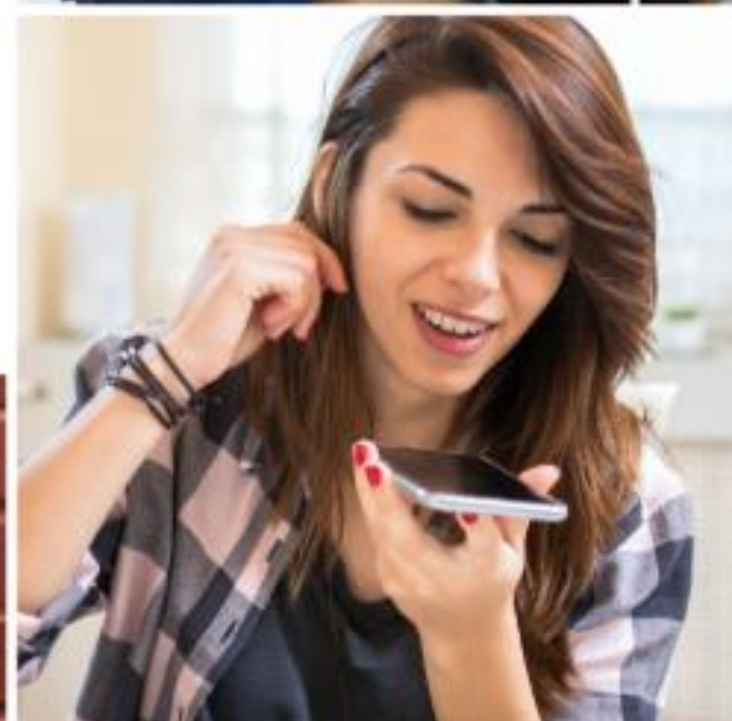
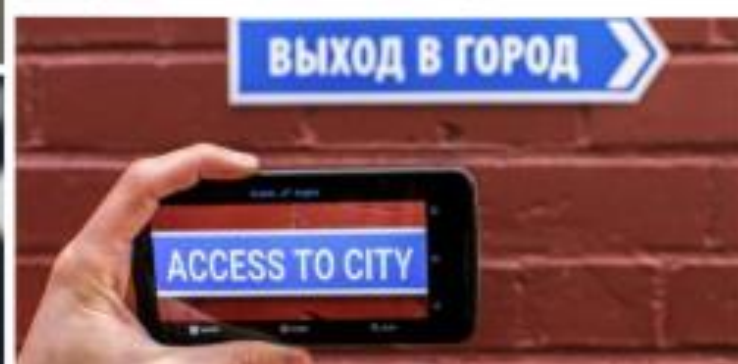
"The acquisition of Zodiac demonstrates our commitment to further accelerating Nike's digital transformation and enhancing our consumer data and analytics capabilities to help us serve consumers globally," says Adam Sussman,

OMNICHANNEL COMMERCE

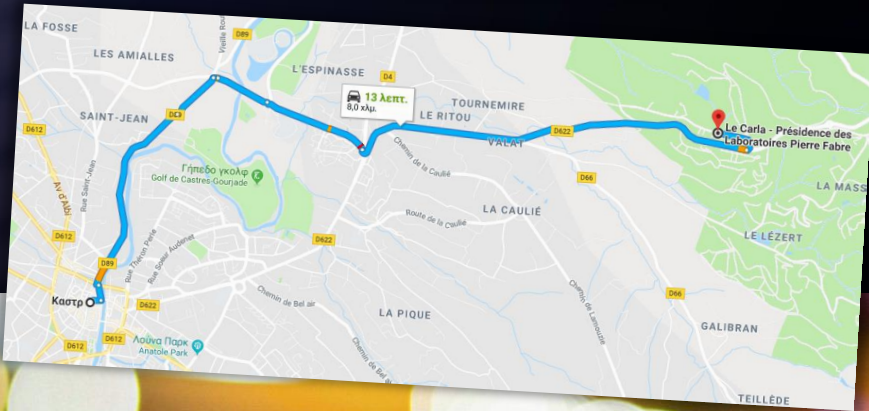
Κατανοώντας τον νέο
Omnichannel
Καταναλωτή

Ο ΝΕΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ





QUIZ: Τι απόσταση καλύπτει καθημερινά το δάχτυλο μας κάνοντας scrolling?



~22m



Έχει εισάγει το online στη ζωή του & τον επηρεάζει



ΜΕΣΑ
ΣΕ 1
ΗΜΕΡΑ

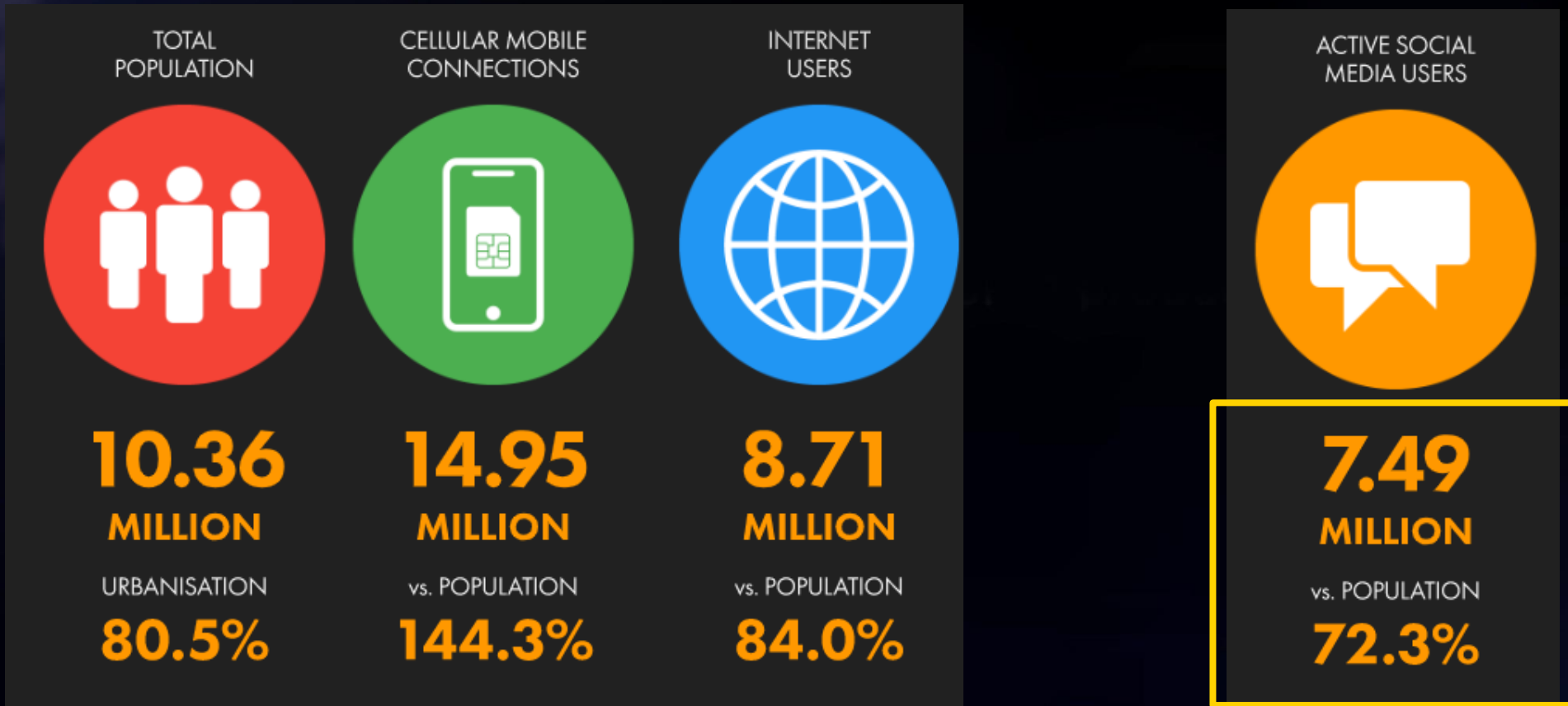
6.6B

Αναζητήσεις Internet

269B

E-mails

QUIZ: % Χρήσης των Social Media στην Ελλάδα;



6 αλήθειες σχετικά με τον νέο καταναλωτή

1 Χρήση διαδικτύου & επιρροή



2 Περίπλοκο Αγοραστικό Ταξίδι



3 Ανάγκη για Εξατομίκευση



4 Γυναικεία καταναλωτική δύναμη & συνήθειες



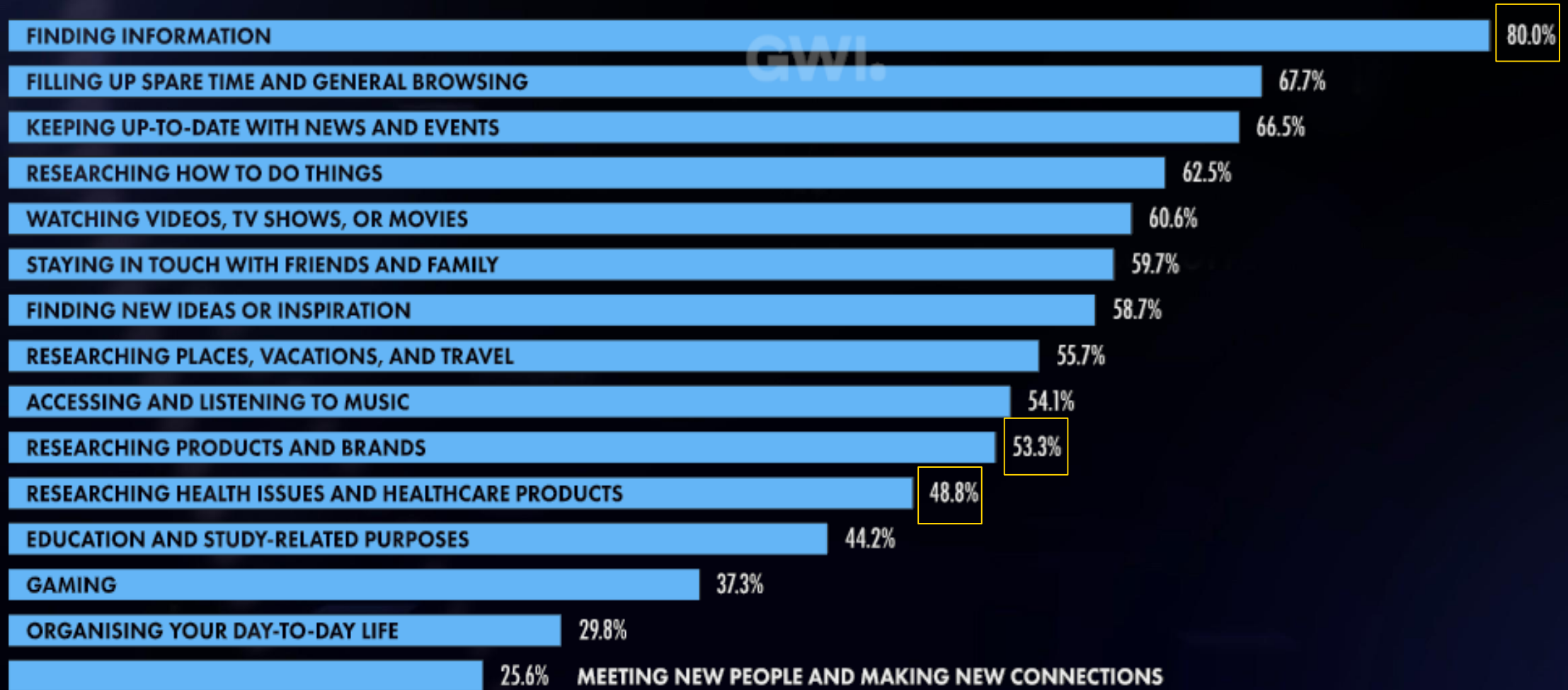
5 Υψηλές προσδοκίες για Τεχνολογία



6 Οι καταναλωτές κινούνται πιο γρήγορα από τις εταιρείες



1 Χρήση διαδικτύου



1 Επιρροή από το διαδίκτυο

Το ROPRO effect αγγίζει το **88%** σε πολλές κατηγορίες!



50%



Research online
Purchase offline

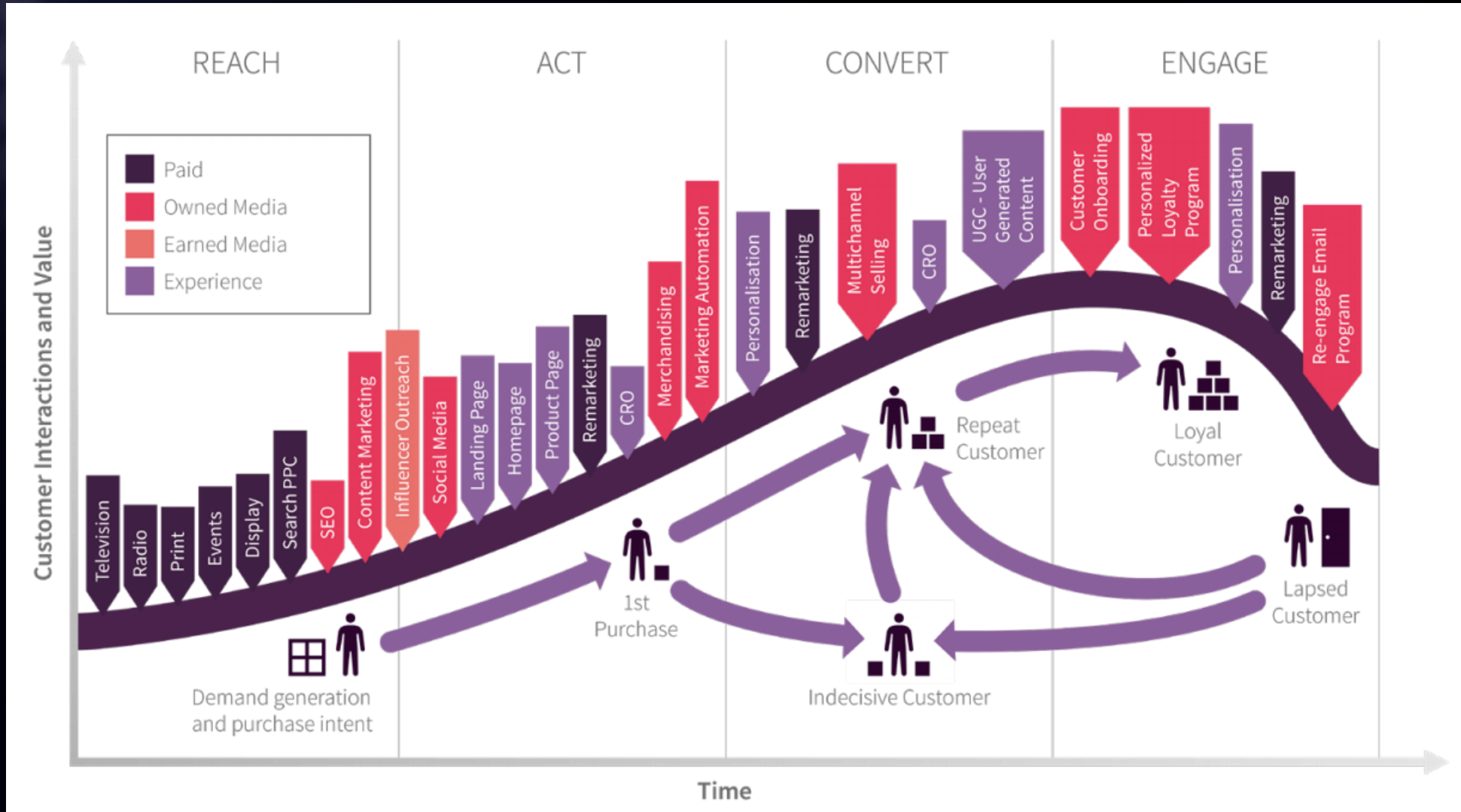
25%



Research offline
Purchase online

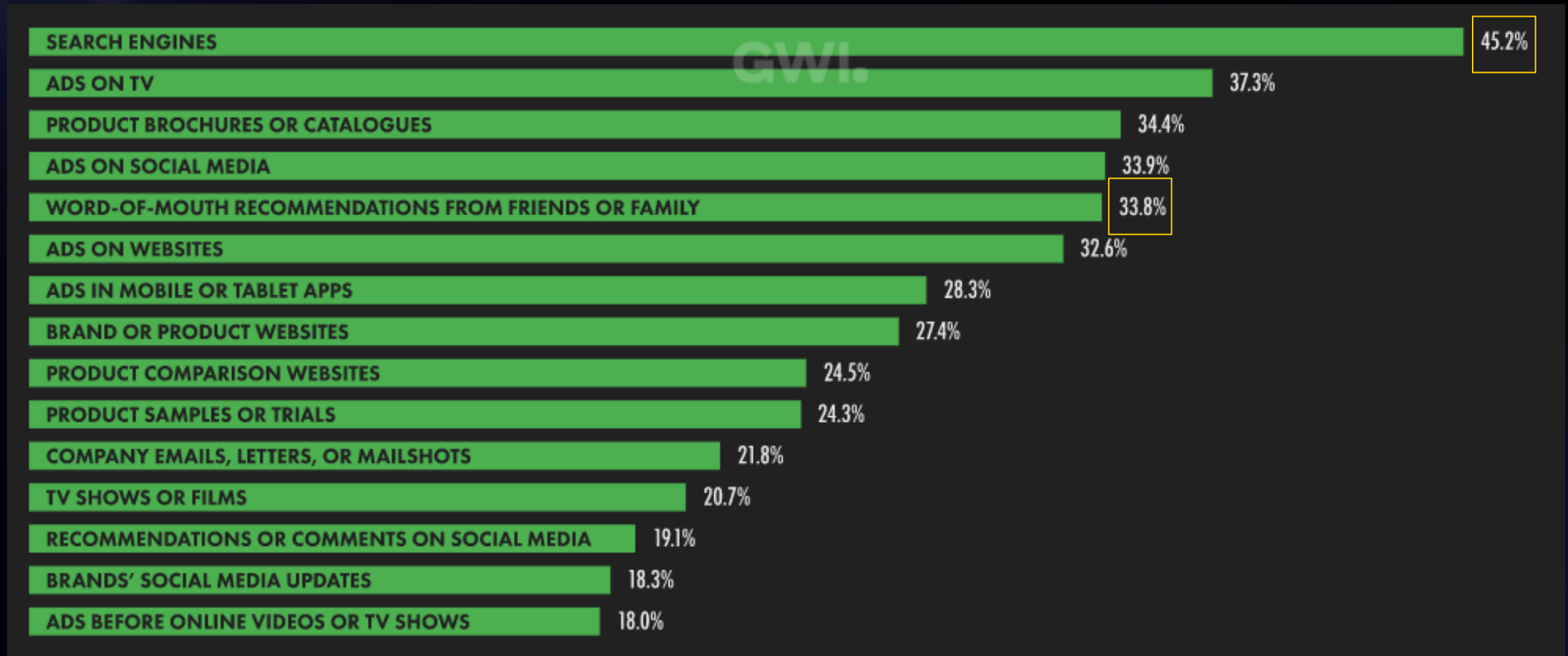
2 Περίπλοκο αγοραστικό ταξίδι...

...και ενδιαφέρον!



2 Έντονη αναζήτηση πληροφοριών

Η συζήτηση με φίλους και το word of mouth επηρεάζουν λιγότερο από τα αποτελέσματα αναζήτησης!



2 Αναζητήσεις με σκοπό την ευκολία!

630%

Increase on mobile searches for 'near me'/'open now'

2.5x

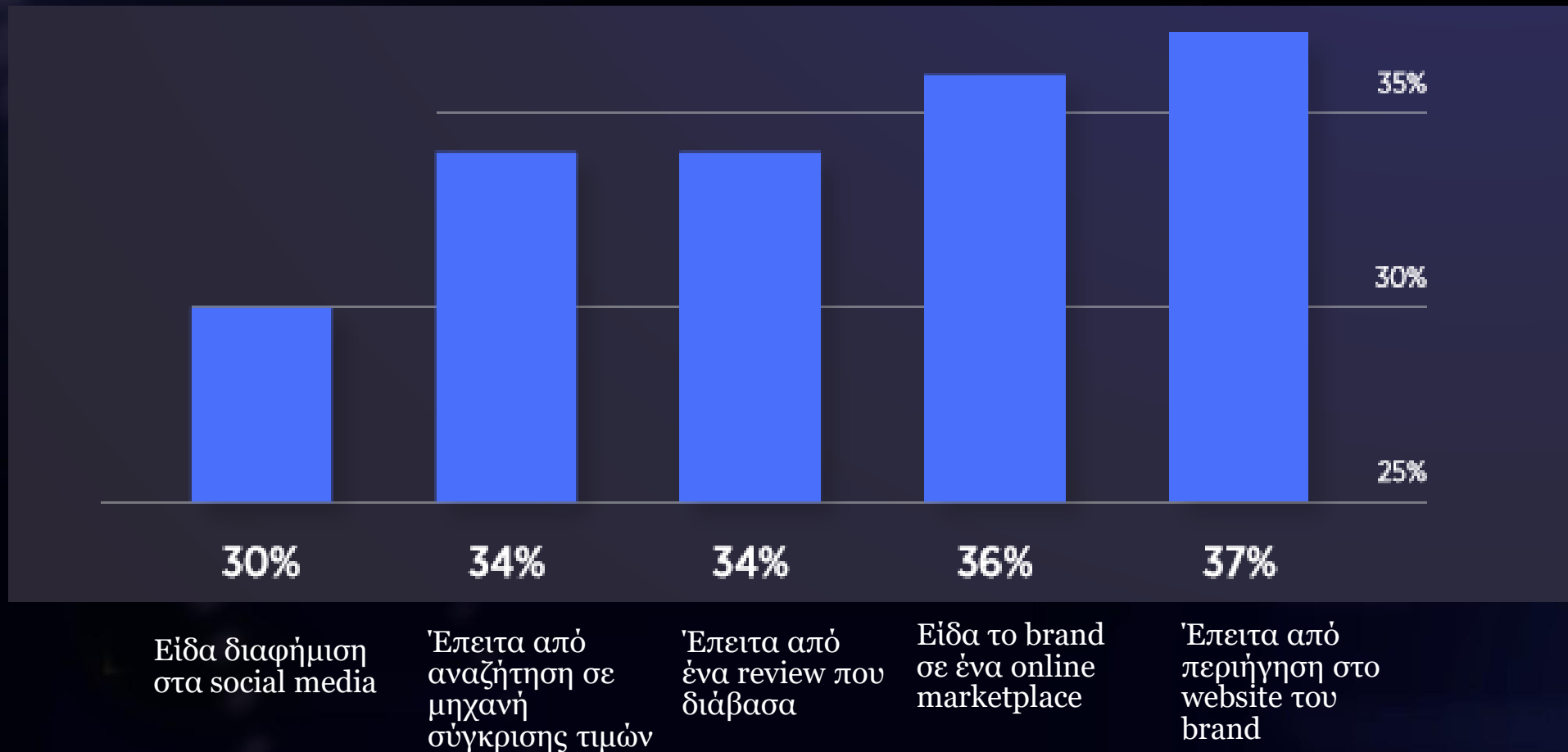
increase in 'same day delivery' searches

3x

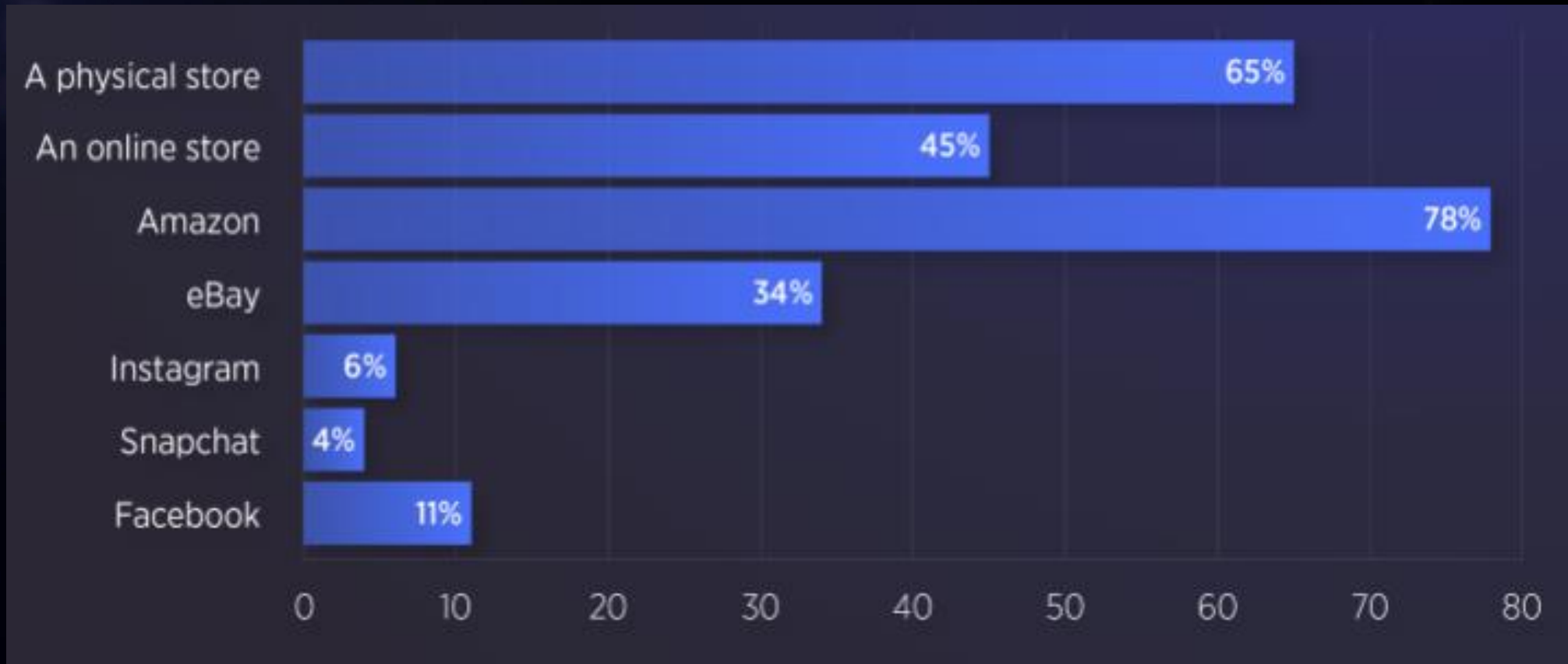
increase in searches for 'food 24/7'

2 Νέοι παράγοντες επηρεάζουν την επίσκεψη στα φυσικά καταστήματα

Το website της επιχείρησης επηρεάζει στον ίδιο βαθμό με την παρουσία σε ένα online marketplace!



2 Ο πελάτης συνδυάζει τα κανάλια αγοράς!



2 Και τι παίζει κυρίαρχο ρόλο στην τελική αγορά;

ΕΥΚΟΛΙΑ



3 Ανάγκη για Εξατομίκευση

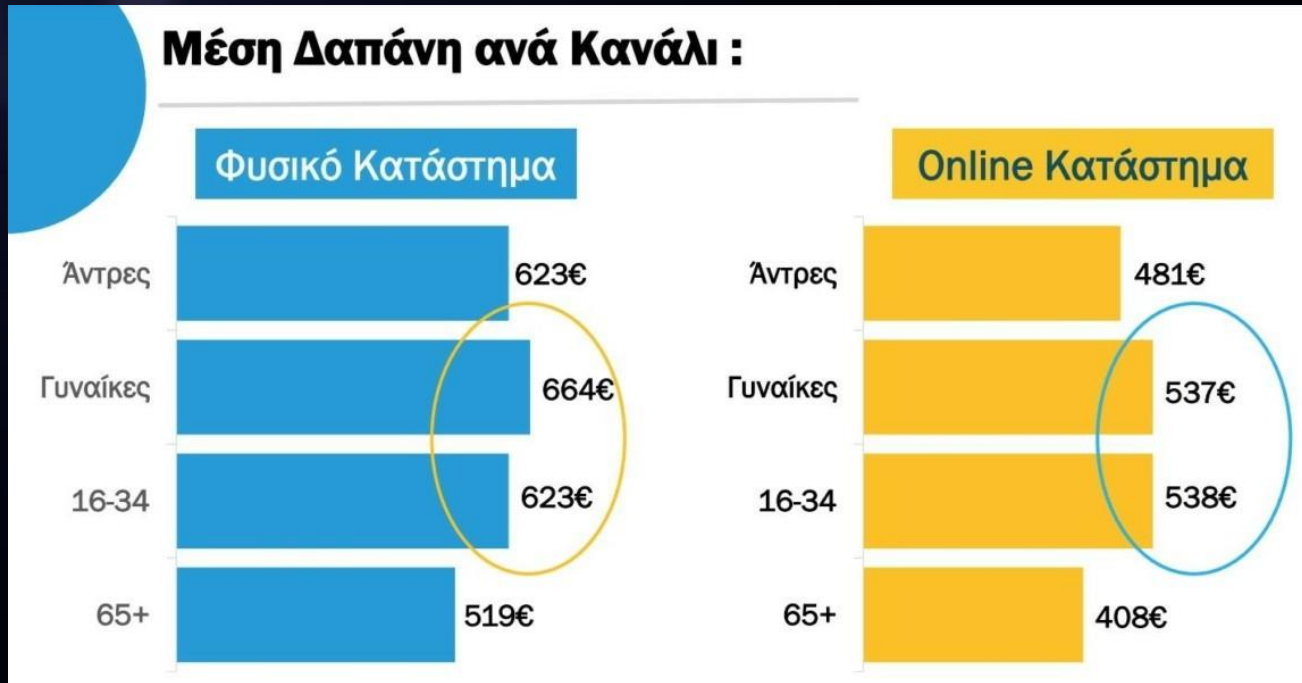
63%



3 Οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο δημιουργικοί!



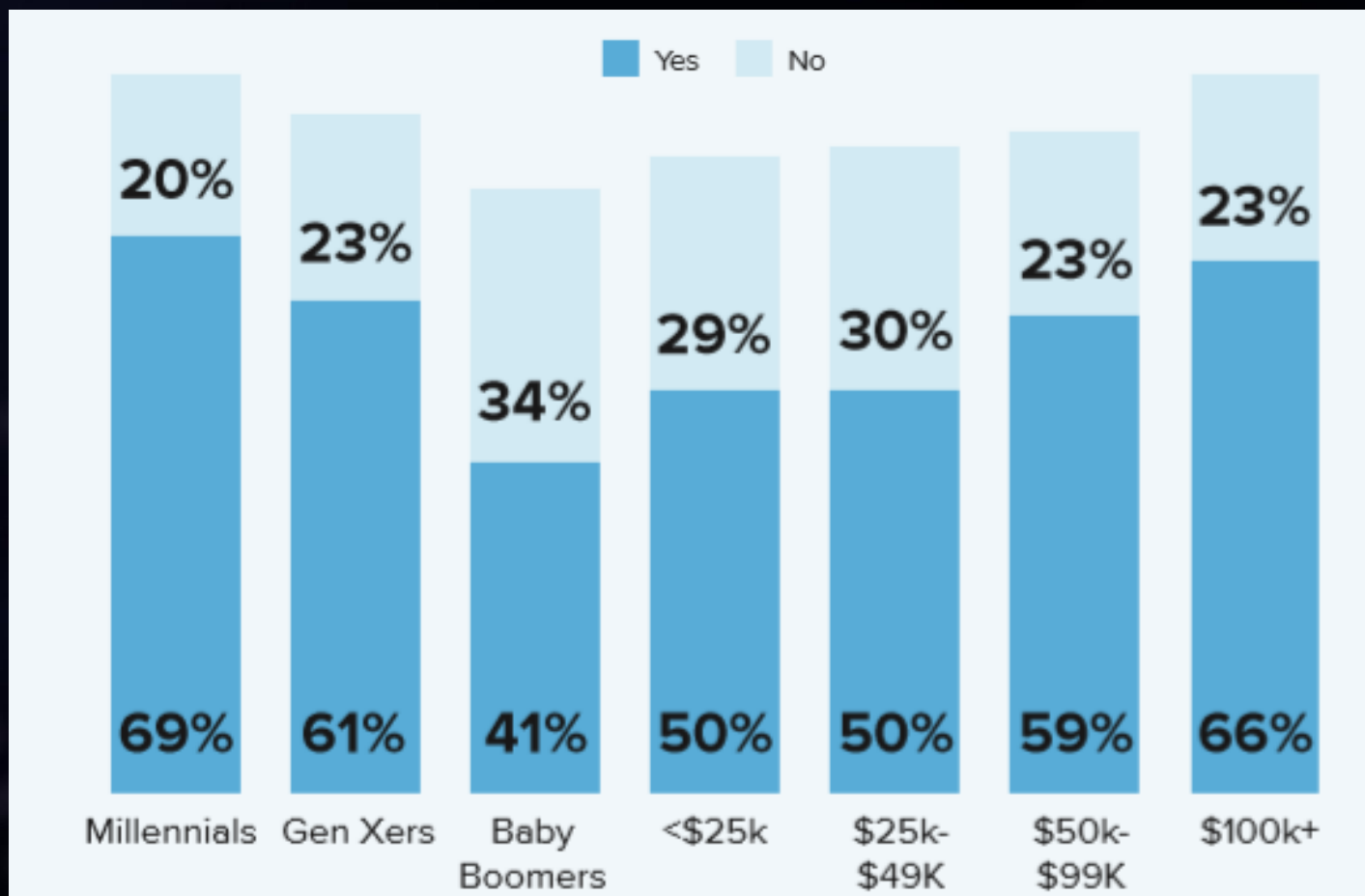
4 Γυνακεία καταναλωτική δύναμη & συνήθειες



Οι γυναίκες δημιουργούν απαιτήσεις!

- ▶ 50% πιο πιθανό να παρακολουθεί συχνά online how-to videos
- ▶ 94% στις ηλικίες 16-35 ξοδεύει πάνω από μια ώρα τη μέρα σε shopping online
- ▶ 85% δηλώνει πως αν του αρέσει ένα brand, παραμένουν πιστές σε αυτό

5 «Υψηλές προσδοκίες» για τεχνολογία



5 Απαίτηση για τεχνολογία

QUIZ

Αμερική: Τι % των αναζητήσεων πραγματοποιούνται καθημερινά μέσω φωνητικής αναζήτησης;

**Σχεδόν
57%!**

AI-EMPOWERED VOICE SEARCHING & ORDERING



6 Οι νέοι καταναλωτές είναι επιχειρηματίες που προσαρμόζονται εύκολα

Αναζητούν ευελιξία στον τρόπο ζωής τους και είναι έτοιμοι να αναλάβουν ρίσκα.

Οι Millennials έχουν μια επιχειρηματική φύση, η οποία απομακρύνεται από την παραδοσιακή 9-5 καριέρα και οδεύει προς μια που προσφέρει περισσότερη ευελιξία και ελευθερία.



OMNICHANNEL COMMERCE

Ορόσημα

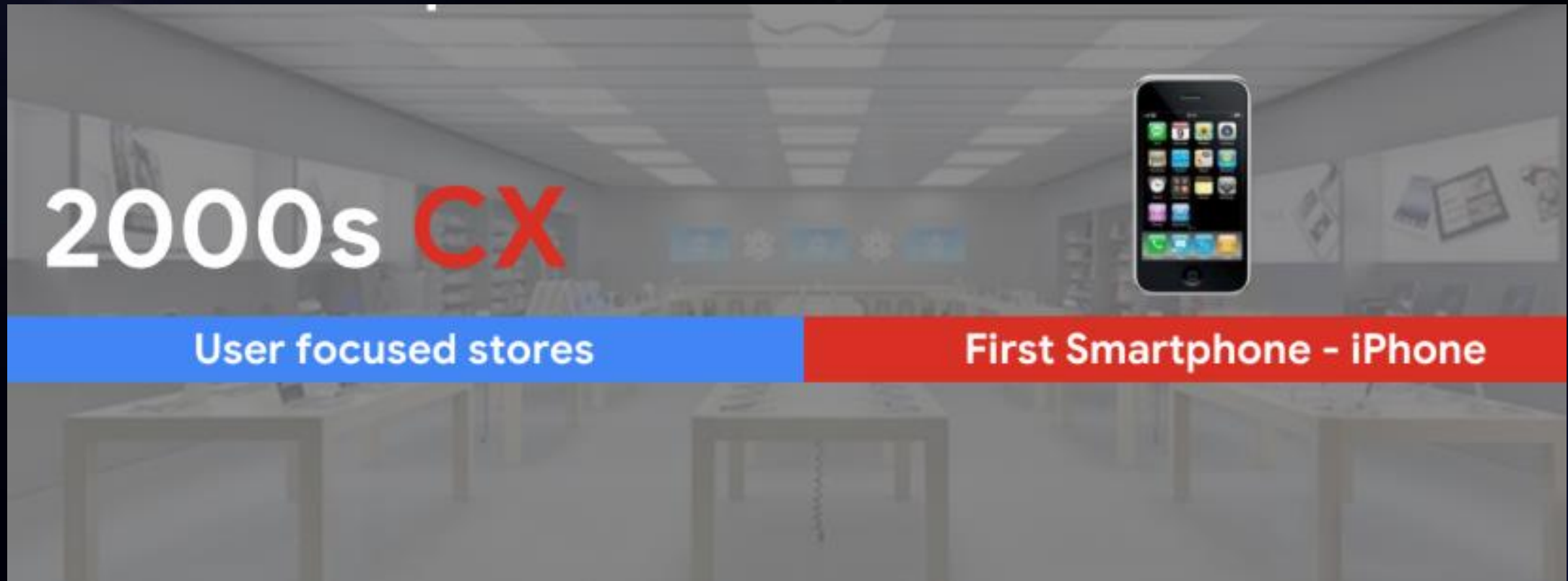
1η Εποχή: 1990–2000

Εξαιρετικά Μεγάλοι Χώροι



2η Εποχή: 2000 – 2010

Άνοδος της σημαντικότητας του Customer Experience (Εμπειρία Πελάτη)



3η Εποχή: 2010 – Σήμερα

Άνοδος της σημαντικότητας του Personalisation (Εξατομίκευση)



OMNICHANNEL COMMERCE

Τι είναι;

Τι είναι το Omnichannel Commerce?

Είναι μια προσέγγιση η οποία προσφέρει στους πελάτες μια **πλήρη αγοραστική εμπειρία, ενοποιώντας το ταξίδι τους** σε οποιοδήποτε σημείο επαφής/κανάλι και οδηγεί στην καλύτερη εξυπηρέτηση τους.





Οι Omnichannel καταναλωτές είναι ΠΟΛΥΤΙΜΟΙ

Μελέτη σε 46.000 καταναλωτές έδειξε...

Κανάλια επαφής & αγοράς



73%
Web &
Κατάστημα

7%
Μόνο
Web

20%
Μόνο
Κατάστημα

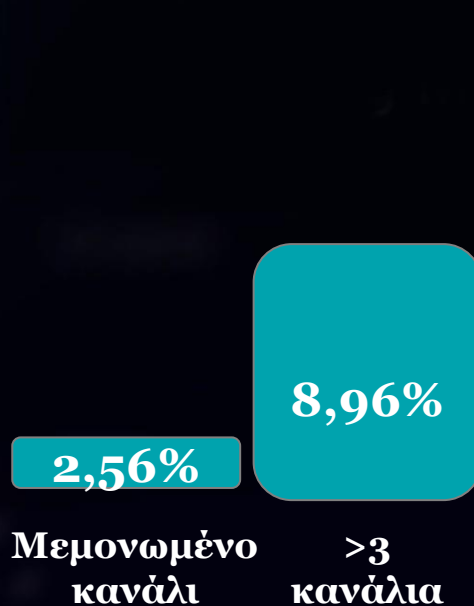
Ψωνίζουν συχνότερα και ξοδεύουν περισσότερο

Customer Retention

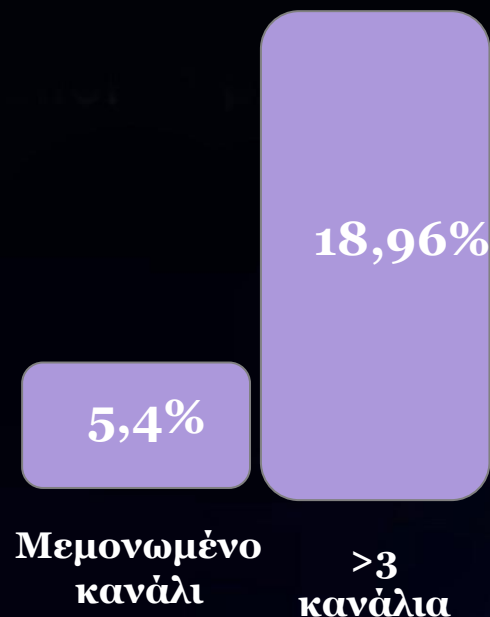
Ο πελάτης θα αγοράσει ξανά!



% Αγοράς



% Διαδραστικότητα



Μέση αξία παραγγελίας



90% αύξηση στις πιθανότητες να γίνουν μακροπρόθεσμοι πελάτες

Customer Loyalty

Ο πελάτης θα αγοράσει
ξανά, θα προτείνει και
θα φέρει νέους πελάτες!



Πιστότητα

34,8%

Μεμονωμένο
κανάλι

66,12%

>3 κανάλια

“

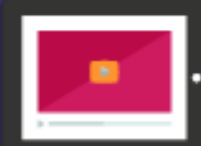
Τι πρέπει να κάνει μια εταιρεία για
να γίνει “omni-channel”;

Πολλαπλά σημεία επαφής

NON-DIGITAL



In Store



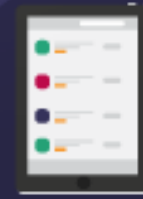
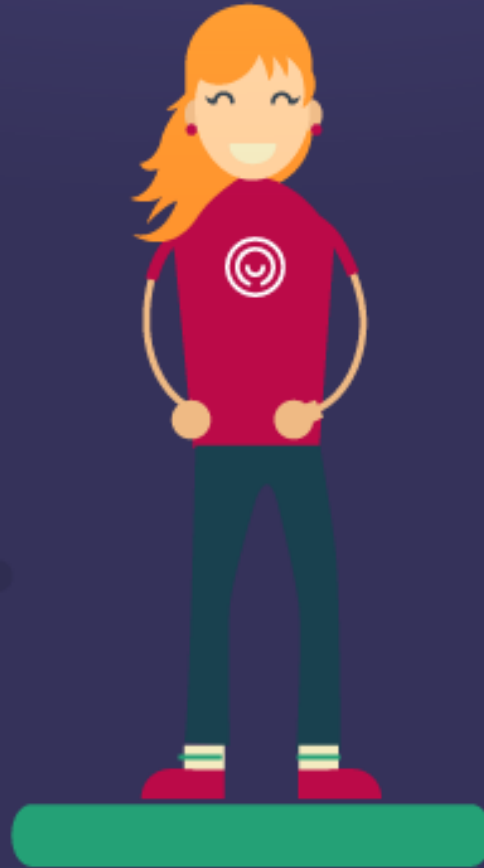
Commercials



Print Ads



Direct Mail



Email

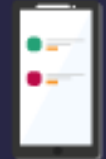
DIGITAL



Social Media



Apps & Web



Push Notifications

“

Αυτά τα σημεία επαφής θα πρέπει να είναι
συνδεδεμένα το ένα με το άλλο!

Αν όχι, τότε κάνουμε multichannel και όχι
omni-channel commerce

Το Multichannel ΔΕΝ είναι Omni-Channel!

Multichannel



Όλα τα κανάλια διαθέσιμα για τον πελάτη χωρίς να είναι συνδεδεμένα με ενσωματώσεις

Omnichannel



Όλα τα κανάλια διαθέσιμα για τον πελάτη και **συνδεδεμένα με ενσωματώσεις**

OMNICHANNEL COMMERCE

top trends

Τα φυσικά καταστήματα θα έχουν συνεχή ρόλο να διαδραματίσουν



Θα υπάρχουν ΜΙΚΡΟΤΕΡΑ και πιο ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΑ...



Το πολυκαναλικό ταξίδι θα επεκταθεί

Online αγορά, παραλαβή από το κατάστημα

Αγορά στο κατάστημα, παράδοση κατ' οίκον

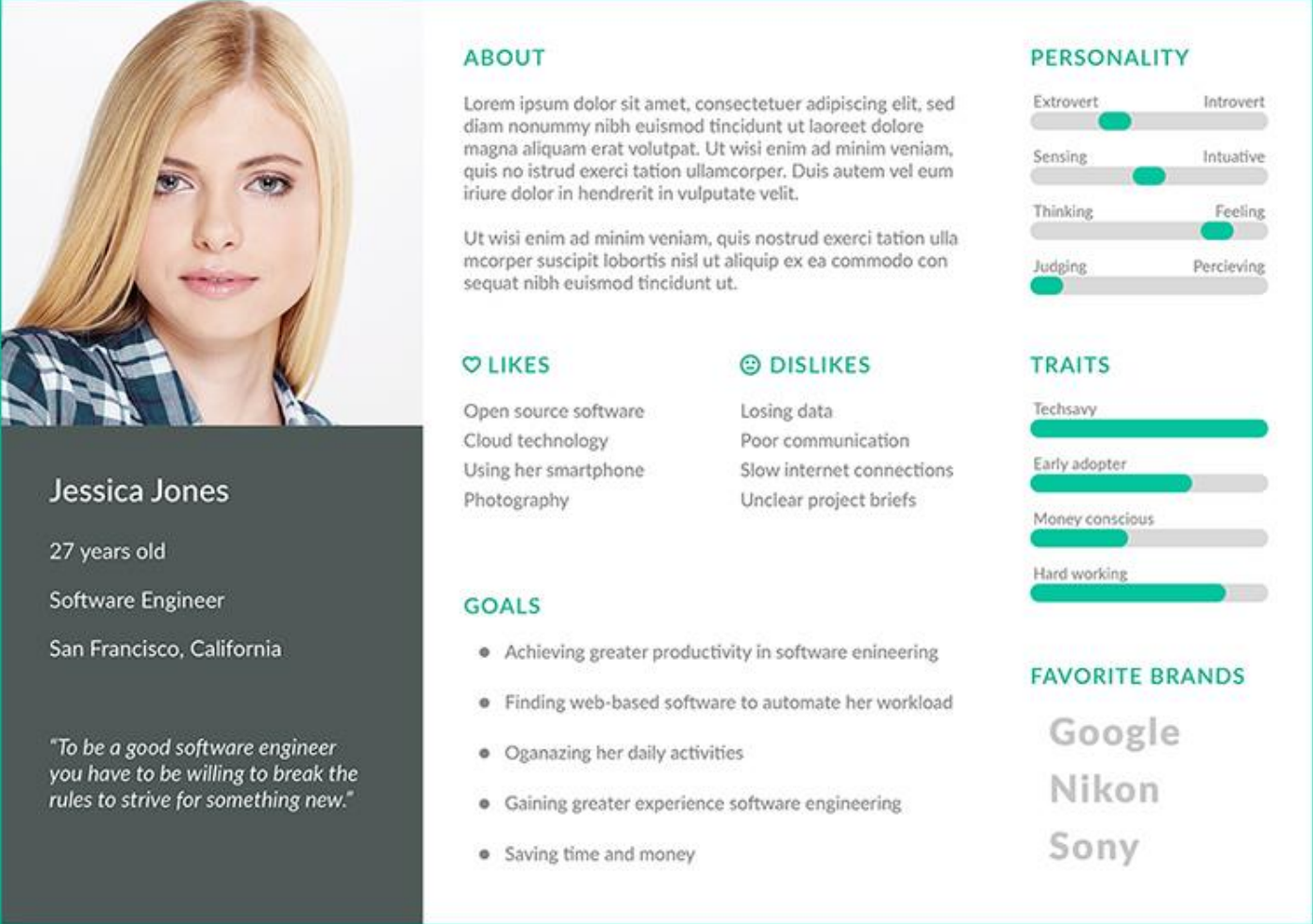
Online αγορά, επιστροφή στο κατάστημα

Social media: Η πώληση γίνεται πιο ισχυρή

Οι πελάτες αναμένουν περισσότερη εξατομίκευση και είναι λιγότερο πιθανό να παραμείνουν σε μια εταιρεία μετά από μια αρνητική εμπειρία



Οι λιανέμποροι θα εστιάσουν περισσότερο στα δεδομένα του πελάτη και στην ανάλυσή τους με τη χρήση νέων τεχνολογιών



ABOUT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ulla mcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo con sequat nibh euismod tincidunt ut.

PERSONALITY

Extrovert Introvert

Sensing Intuitive

Thinking Feeling

Judging Perceiving

TRAITS

Techsavy

Early adopter

Money conscious

Hard working

FAVORITE BRANDS

Google
Nikon
Sony

Jessica Jones

27 years old

Software Engineer

San Francisco, California

"To be a good software engineer you have to be willing to break the rules to strive for something new."

LIKES

- Open source software
- Cloud technology
- Using her smartphone
- Photography

DISLIKES

- Losing data
- Poor communication
- Slow internet connections
- Unclear project briefs

GOALS

- Achieving greater productivity in software engineering
- Finding web-based software to automate her workload
- Organizing her daily activities
- Gaining greater experience software engineering
- Saving time and money

Η χρήση Robotics και AI θα κάνουν το λανιεμπόριο περισσότερο αποδοτικό και πιο ελκυστικό



Η Άννα έχει ως στόχο γεωγραφικό να όλες τις πολιτείες της Αμερικής

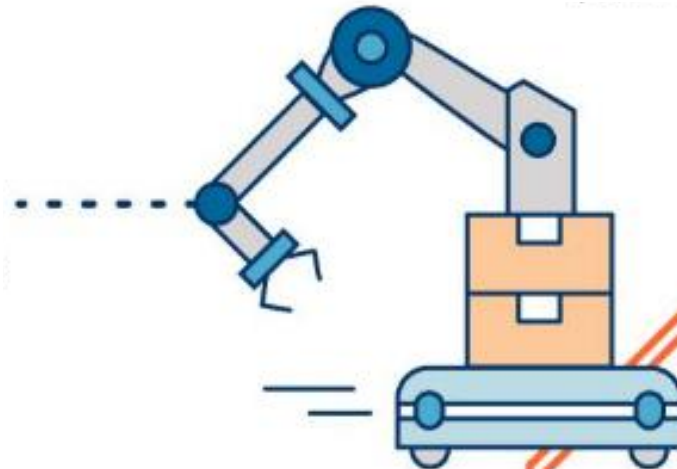


Τεχνολογία AI που καταγράφει τον καιρό τοπικά και σχεδιάζει προϊόντα για κάθε πόλη ξεχωριστά



Robot μειώνουν τον χρόνο που χρειάζεται η παραγωγή και βελτιώνουν τις ποσότητες

Μόλις οι ποσότητες είναι έτοιμες πηγαίνουν σε αυτόματες αποθήκες όπου πάλι Robot αναλαμβάνουν να αποθηκεύσουν τα βαριά αντικείμενα



Στοχευμένες προβλέψεις
πωλήσεων τις μέσω
Machine Learning
τεχνολογίας

ONLINE RETAIL

BRICK & MORTAR RETAIL

Τεχνολογία AI
επιτρέπει το να
γίνονται
εξατομικευμένες
προτάσεις για κάθε
χρήστη ξεχωριστά
ανάλογα την πόλη
που βρίσκεται

MySureFit: Τεχνολογία
AI με ακρίβεια 99% ως
προς το μέγεθος που
πρέπει να αγοράσει ο
πελάτης, εξαλείφοντας
την ανάγκη επιστροφής
λόγω λανθασμένου
μεγέθους

Robot σκανάρουν
όλα τα ράφια και
όπου το απόθεμα
έχει τελειώσει το
ξανατοποθετούν

Chatboxes απαντούν σε κλασικές ερωτήσεις που είναι οι παραγγελία μου, αν υπάρχει απόθεμα, πότε θα έρθει και μόνο οι πιο περίπλοκες φθάνουν στους call agents



WAREHOUSE

Robot πακετάρει με προσοχή τα προϊόντα



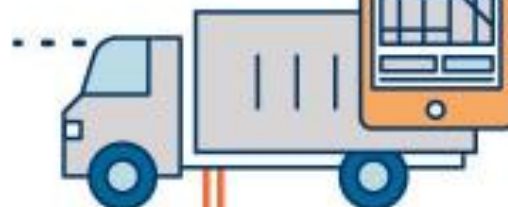
Robot σκανάρουν όλα τα ράφια

DELIVERY

Drones παραλαμβάνουν τα ελαφριά και τα παραδίδουν



Μέσω Machine learning εφαρμογών δημιουργούνται βέλτιστες διαδρομές για να μειωθούν οι καθυστερήσεις



OMNICHANNEL COMMERCE

Στρατηγική

Συχνά εμπόδια και προκλήσεις



Αναποτελεσματική
στρατηγική και πλάνο



Απουσία συστημάτων και
ανυπαρξία αξιοποίησης
δεδομένων



Μεμονωμένη μέτρηση
δεδομένων και απουσία KPIs



Αναποτελεσματικό
περιεχόμενο



Αποτυχία στην υλοποίηση &
σιλό στην οργανωτική δομή



Αδράνεια σε νέα ευρήματα

BEER

A neon sign spelling the word "BEER" is mounted on a dark wall. The letters "B" and "E" are illuminated in white, while the letters "E", "E", and "R" are illuminated in a bright orange-red color. The sign is composed of thin neon tubes bent into the shapes of the letters. A black horizontal bar is visible behind the letters, and a black power cord runs vertically down the left side of the sign.

Μοντέλο Omnichannel Στρατηγικής



1

Κατανόηση του Omnichannel Καταναλωτή



Ανάλυση

1-3 μήνες

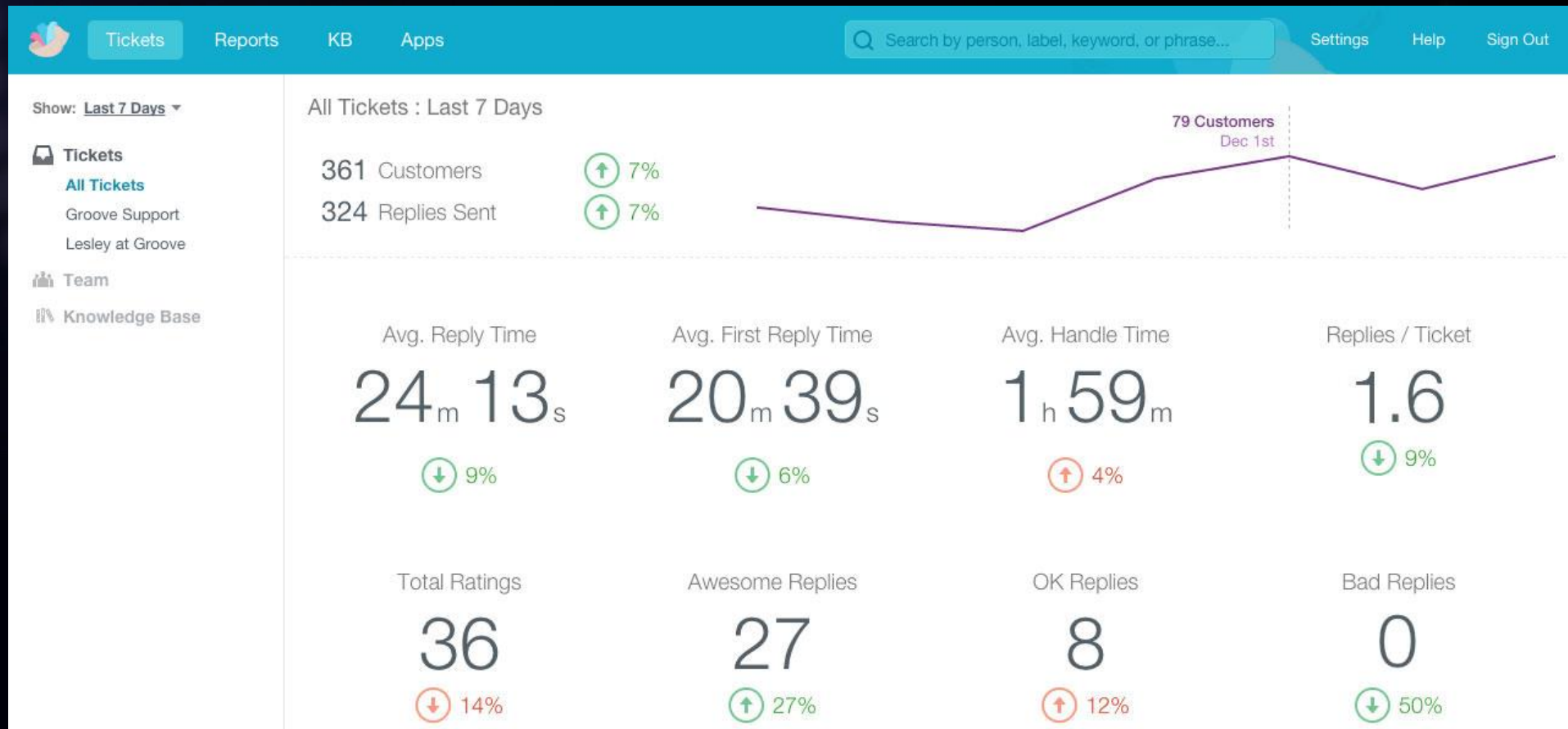
Συλλέξτε και μελετήστε ανεκπλήρωτες πελατειακές ανάγκες και σημεία που διακόπτεται η εμπειρία αγοράς του

1.1 Συλλέξτε δεδομένα & πληροφορίες για τους υπάρχοντες πελάτες


- ▶ Εάν διαθέτετε ηλεκτρονικό κατάστημα ελέγξτε μέσω **συστήματος Web Analytics** πχ. Google τα τυπικά 'ταξίδια/ βήματα' που κάνουν οι χρήστες πριν τις αγορές τους.
- ▶ Αν διαθέτετε ένα **πρόγραμμα πιστότητας**, αναλύστε τη συμπεριφορά τους είτε online είτε offline
- ▶ Κάντε μια **ποσοτική έρευνα μέσω email, SMS, Social** σχετικά με τις Omnichannel συνήθειες τους. Από που τους αρέσει να φωνίζουν, πως, επιλογές παράδοσης, ποιον ρωτούν, τι εμπειρίες αναμένουν.



1.2 Οργανώστε συνεντεύξεις με υπαλλήλους του customer service (τηλεφωνικό κέντρο/ πωλητές καταστημάτων)



1.3 Δημιουργήστε τις περσόνες και καταγράψτε τα χαρακτηριστικά τους



Rahul Bajaj
Mumbai, India
Gender: Male
Age: 34
Status: Single
Education: MBA
Profession: Job
Archetype: Explorer

Bio

Rahul Bajaj is a tech geek who loves reading and giving his opinion on the new things happening around. He lives in Mumbai, India. He has a lot of friends and he visits them usually on weekends. He is a big fan of discovery TV channel. Whenever he has time, he watched various shows on Discovery such as Man Hunt.

He uses various apps such as the verge and NDTV to get updates from all over the glob reading new discovery in space science and technologies. However, he feels frusted specially when he needs to switch apps to read news from different domain. For example, he can get updates regarding technooogy innovations on the verge whereas he uses NDTV for speifially electronic gadgets.

He is always hunting for a single app that can provide up to date news of new discovery.

Goals

- Easy discovery of news and updates
- News and updates of space science & technology domain
- Comment and share articles
- Save news for later reading

Personality

Social vs Ego: Social is high, Ego is low.

Order vs Freedom: Order is high, Freedom is low.

Extrovert vs Introvert: Extrovert is high, Introvert is low.

Thinking vs Feeling: Thinking is high, Feeling is low.

Judging vs Perceiving: Judging is high, Perceiving is low.

Pain Point

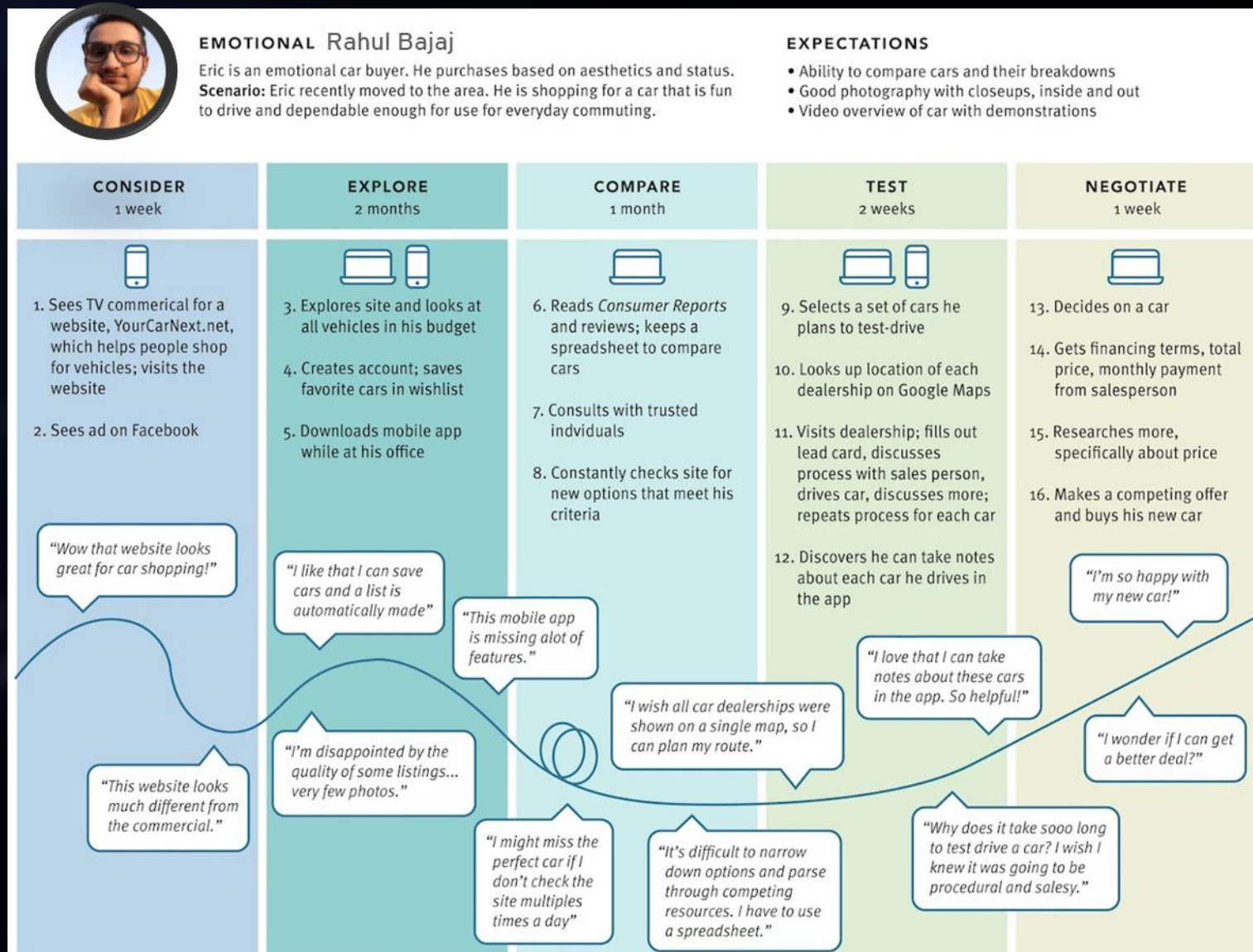
Difficult to find single hub of getting news of news and updates of new things happening around the glob. Need to read on various apps to get news and updates.

"I want easy discovery of news and happing around technology & space science"

1.4 Σχεδιάστε το καταναλωτικό ταξίδι για κάθε περσόνα



Παράδειγμα: Η αγορά ενός νέου αμαξίου από την περσόνα Eric



1.5 Προσδιορίστε τις απαιτήσεις συλλογής πελατειακών δεδομένων

Απαίτηση	Περιγραφή	Λύση
1. Διαδικασία συλλογής δεδομένων	1.Καταχώρηση:) Ορίστε κανόνες εγκυρότητας για την εισαγωγή δεδομένων β) υποχρεωτικά χαρακτηριστικά αναγνώρισης πελατών γ) ορίστε κανόνες για το χειρισμό των διπλότυπων 2.Εμπλουτισμός: Προσθέστε νέα πεδία και εκμεταλλευτείτε τις επανεπισκέψεις πελατών για να εμπλουτίσετε τα αρχεία πελατών	Εσωτερικό IT & CRM Έργο
2. Ποιότητα βάσης δεδομένων	1.Data standardization: Διορθώστε τα υπάρχοντα στοιχεία 2.Unification: Συγχώνευση υπάρχοντων στοιχείων σύμφωνα με τους κανόνες με βάση τα χαρακτηριστικά αναγνώρισης πελατών	On-going Outsourced ή αγορά λογισμικού και συμβουλευτικών υπηρεσιών
3.Data Mart	Δημιουργήστε ένα ενιαίο δομημένο και λεπτομερές σύνολο χαρακτηριστικών πελατών (KPI'S) που είναι αποθηκευμένο σε έναν πίνακα βάσης δεδομένων που χρησιμεύει ως υποδομή δεδομένων για εφαρμογές CRM	Εσωτερικό έργο που απαιτεί εξωτερική ανάθεση συμβουλών και αγορά διακομιστή
4.Core Analytics	Ένα μη χρονοβόρο και πολυπαραγοντικό εργαλείο αναφοράς που μπορεί να χειριστεί μεγάλες ανάγκες δεδομένων και υπηρεσιών παρακολούθησης πελατών και δραστηριοτήτων μάρκετινγκ	Αγορά λογισμικού, άδειες, βασική εκπαίδευση και εσωτερικός χειρισμός
5.Predictive Analytics	Αλγόριθμοι που «μαθαίνουν» από προηγούμενα δεδομένα, κάνουν προβλέψεις για τρέχουσες/νέες περιπτώσεις και βρίσκουν αυτόματα σημαντικά μοτίβα, RFM & behavioral segmentation, basket analysis, cross sell modelling, attrition modelling	Αγορά λογισμικού, άδειες χρήσης, εκπαίδευση, παροχή συμβουλών και εσωτερικός χειρισμός

Επένδυση CRM

2

Ορίστε στόχους και Omnichannel KPIs



AWARENESS



ENGAGEMENT



TRIAL



CONVERSION



LOYALTY

KPIs

CTR

Product recommendations / Reviews

% Trial Per Channel

Cross-channel conversion rate

NPS (Net promoter score)

Channels or Omnichannel Services Awareness

Engagement score

%Trial of Customer Services

Cross-channel basket rate

Lifetime Value or Simply Purchase Frequency

3 Δημιουργήστε λύσεις και «Συνεχείς» Εμπειρίες σε όλα τα κανάλια

Επικοινωνία από οπουδήποτε

Αγορά από οπουδήποτε

Παράδοση οπουδήποτε

Επιστροφή οπουδήποτε

Omnichannel
Προσέγγιση

3.1 Παράδοση στο χώρο του πελάτη γρήγορα και οικονομικά

Οι περισσότερες εταιρείες...



- ▶ Παραδόσεις μέσω συνεργατών όπως η UPS, η FedEx και η USPS
- ▶ Αποστολή προϊόντων από κέντρα διανομής
- ▶ Εκπλήρωση παραγγελιών μέσω Dropshipping

Amazon



Επένδυση σε δικό της στόλο παράδοσης μέσω του προγράμματος Amazon Fresh Driver και Amazon Flex App για μεγαλύτερη ευελιξία και ακρίβεια στις παραδόσεις.

3.2 Αποστολές παραγγελιών από τα φυσικά καταστήματα για μέγιστη ταχύτητα



Απαραίτητη Προϋπόθεση

- ▶ Διαθέσιμος χώρος & προσωπικό
- ▶ Βελτιστοποίηση των λειτουργιών διαλογής, συσκευασίας και αποστολής.
- ▶ Τοποθέτηση παραγγελιών έως και 2 ώρες πριν το τέλος ωραρίου των courier

3.3 Υπηρεσία Same Day Click n Collect

LOCKERS

Τα Lockers δίνουν τη δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να παραλαμβάνει τα δέματά του ό,τι ώρα θέλει, μέσα σε δευτερόλεπτα.



✓ Μείωση διαχειριστικών δαπανών και εύκολη εξυπηρέτηση παραδόσεων, χωρίς περιττές αναμονές σε καταστήματα.



3.4 Ορατότητα αποθέματος σε όλα τα κανάλια

The image shows a product page for a Samsung Galaxy S23 256GB - Phantom Black on the Public website. The product is available in various locations, and a modal window is open to show pickup options.

Πού θές να παραλάβεις

Όλα	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Υπόλοιπη Ελλάδα
Athens Metro Mall # Χάρτης	• Διαθέσιμο	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Αύριο Τετ 31 Μαΐ	Προσθήκη
Golden Hall # Χάρτης	• Με online παραγγελία	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Τετ 31/05 έως Πέμ 01/06	Προσθήκη
Public - Media Markt Μαρούσι # Χάρτης	• Διαθέσιμο	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Αύριο Τετ 31 Μαΐ	Προσθήκη
Αγία Παρασκευή # Χάρτης	• Διαθέσιμο	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Αύριο Τετ 31 Μαΐ	Προσθήκη
Αιγάλεω # Χάρτης	• Με online παραγγελία	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Τετ 31/05 έως Πέμ 01/06	Προσθήκη
Αλεξανδρούπολη # Χάρτης	• Διαθέσιμο	ΔΩΡΕΑΝ Παραλαβή Αύριο Τετ 31 Μαΐ	Προσθήκη

Το **82%** δήλωσε ότι θέλει να ελέγχει online τη διαθεσιμότητα ενός προϊόντος σε φυσικό σημείο πώλησης

Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

3.5 Δωρεάν επιλογή Click n Collect

T O P S H O P



Where do you want to collect from?



WC2N 5DU



GO



Use my location

Topshop stores Other stores ParcelShops

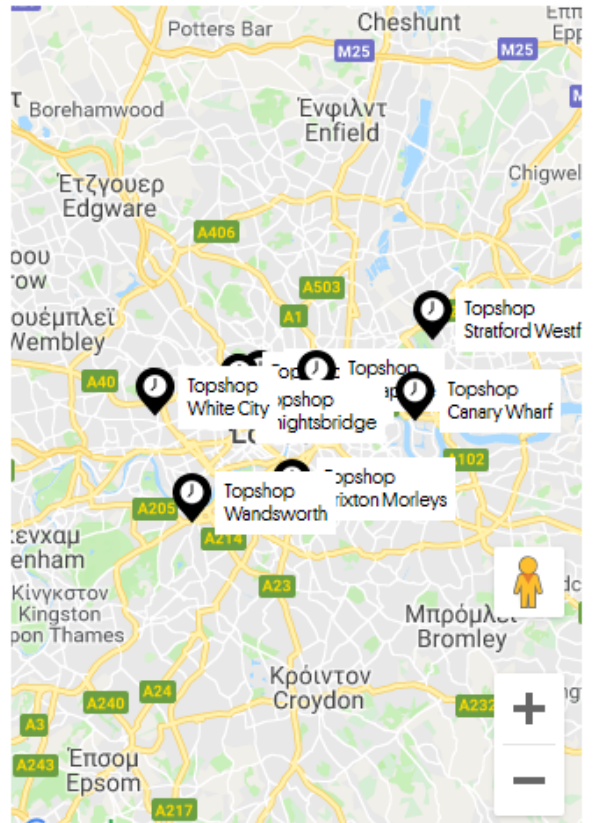
- >  Topshop Strand 0.25mi  **SELECT**

Collect from 1pm, 12th December
FREE DELIVERY AVAILABLE
- >  Topshop Oxford Circus 0.81mi  **SELECT**

Collect from 1pm, 12th December
FREE DELIVERY AVAILABLE
- >  Topshop Marble Arch 1.34mi  **SELECT**

Collect from 1pm, 12th December
FREE DELIVERY AVAILABLE
- >  Topshop Cheapside 1.41mi  **SELECT**

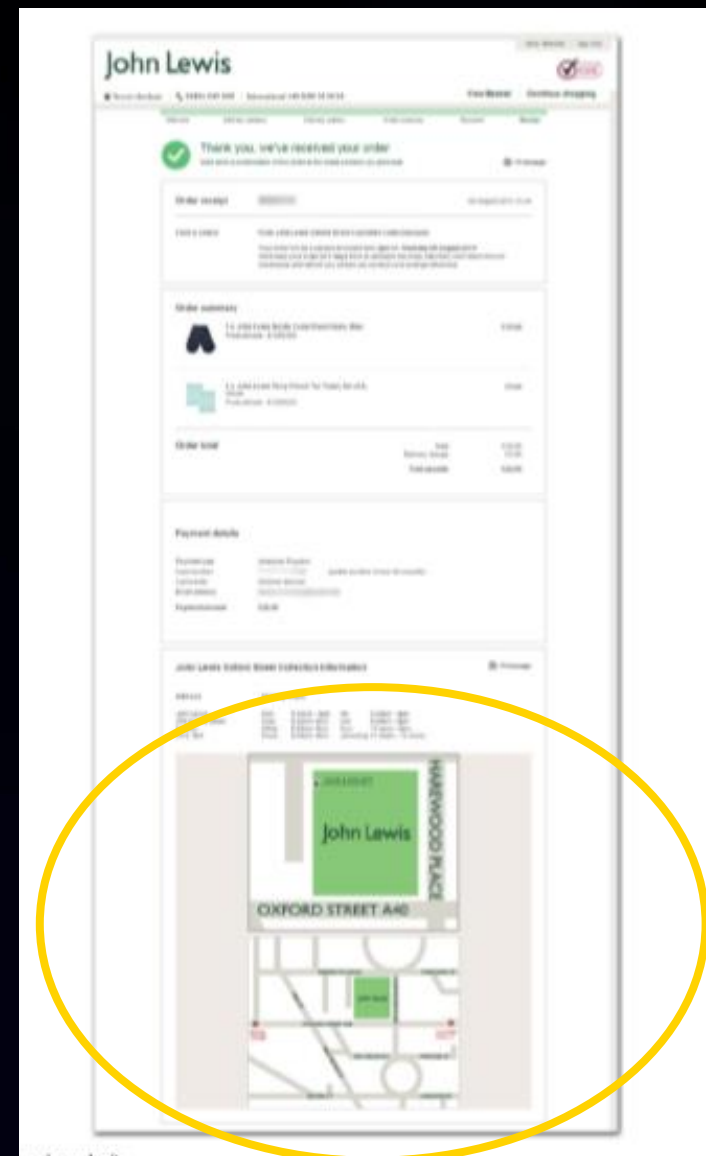
Collect from 1pm, 12th December
FREE DELIVERY AVAILABLE



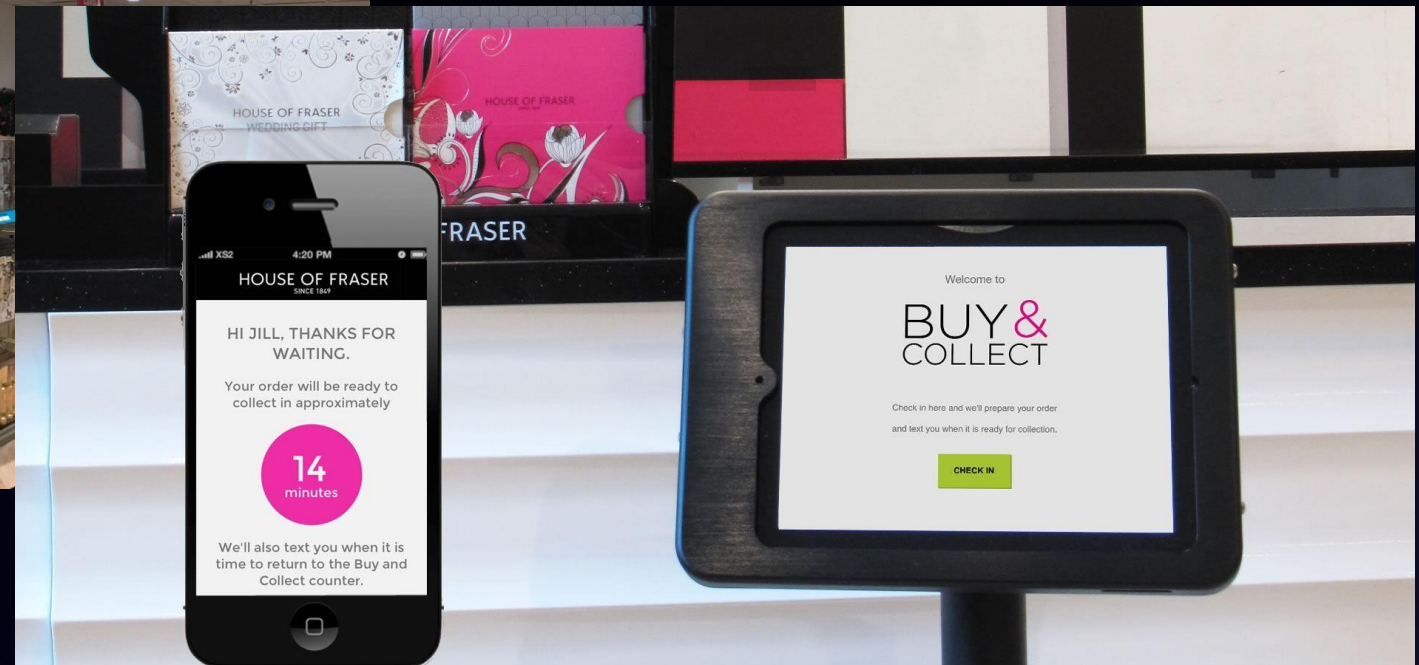
Το **57%** δήλωσε ότι είναι σημαντική η δυνατότητα παραγγελίας online και παραλαβής σε φυσικό κατάστημα και το **53%** το αντίστροφο

Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

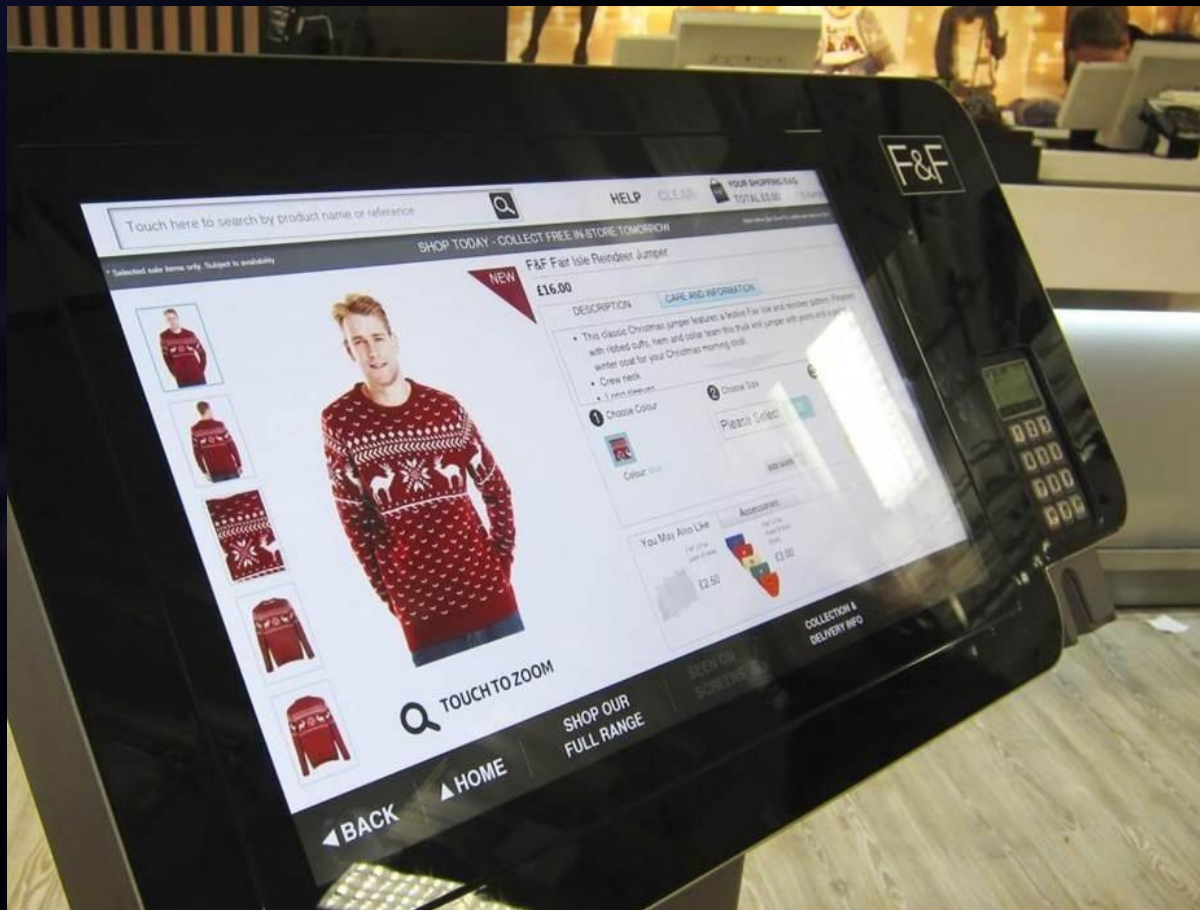
Με ξεκάθαρη πληροφορία για την τοποθεσία παραλαβής!



Και επιπλέον τακτικές για μείωση του χρόνου αναμονής και αποσυμφόρηση των ταμείων μέσω buy & collect!



3.6 Δυνατότητα παραγγελίας προϊόντων εκτός αποθέματος εντός του καταστήματος



Οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν **sold-out** ή **ειδικής διαθεσιμότητας προϊόντα** μέσω tablets στο χώρο του καταστήματος

3.7 Επιστροφή παραγγελιών με όλους τους δυνατούς τρόπους

Το **82%** δήλωσε ότι θεωρεί σημαντική τη δυνατότητα επιστροφής σε φυσικά καταστήματα προϊόντων που αγόρασε online

Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

T O P S H O P	
There are 3 easy ways to return your Topshop.com purchase in the UK:	
Return method	Cost
Return to store	Free
Return via ParcelShop	Free
Returns via post	Free

- ▶ Αξιολογήστε τις επιχειρησιακές δυνατότητες για επιστροφές ηλεκτρονικών παραγγελιών στο κατάστημα!
- ▶ Διευρύνετε τις δυνατότητες επιστροφής με στρατηγικές συνεργασίες, ειδικά για τους πελάτες σας σε απομακρυσμένες περιοχές!
- ▶ Αν μπορείτε προσφέρετε δωρεάν επιστροφές για ηλεκτρονικές αγορές!

3.8 Τακτικές ενθάρρυνσης για extra παραγγελίες σε περίπτωση παραλαβής από το κατάστημα



KOHL'S

TAKE AN EXTRA
20% OFF

Fine, silver and fashion jewelry. Select styles.

PROMO CODE: JEWELRY20

Ends November 17.

See below for details and exclusions.



881792397616208

PIN 7339

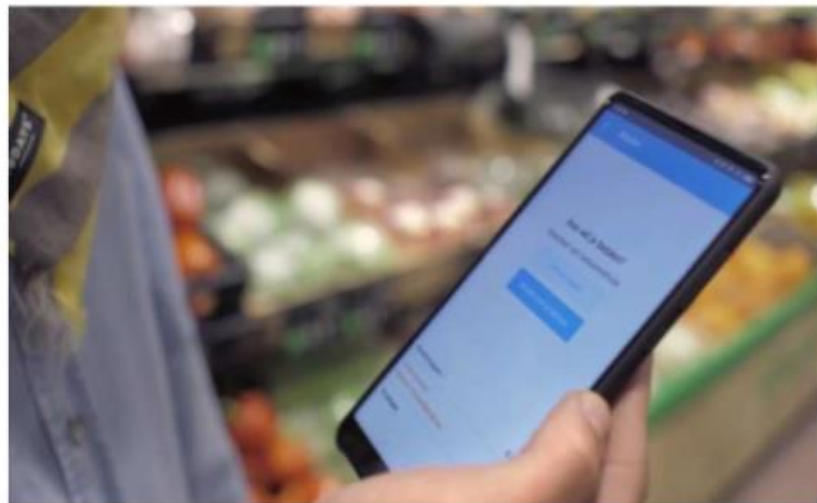
 PRINT

CONTINUE SHOPPING

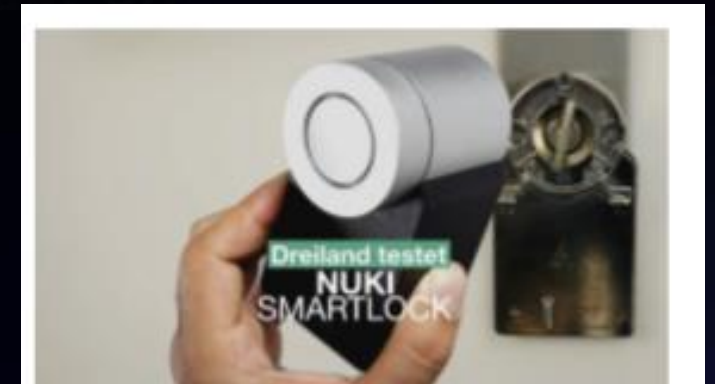
Απαραίτητη προϋπόθεση

- ▶ Customised προτάσεις συμπληρωματικών προϊόντων
- ▶ Αυθημερόν λήξη ψηφιακών κουπονιών για παραλαβή από το κατάστημα
- ▶ Εκπαίδευση και πλήρης ενημέρωση των συνεργατών στα καταστήματα

3.9 Νέες τεχνολογίες για συναλλαγές χωρίς κόπο (Tap to go)



3.10 Νέες τεχνολογίες για παράδοση κατευθείαν στο ψυγείο του σπιτιού



3.11 Ενεργοποίηση λειτουργίας Persistent basket



Απαραίτητη προϋπόθεση

- ▶ Ορίστε επαρκή περίοδο λήξης (min 30 μέρες) ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τη συμπεριφορά των χρηστών.
- ▶ Εκμεταλλευτείτε στο έπακρο την παρουσία του προϊόντος στο καλάθι και τονίστε μια προσφορά που λήγει, την ποιότητα ή την διαθεσιμότητα.

ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Δυνατότητες αποθήκευσης



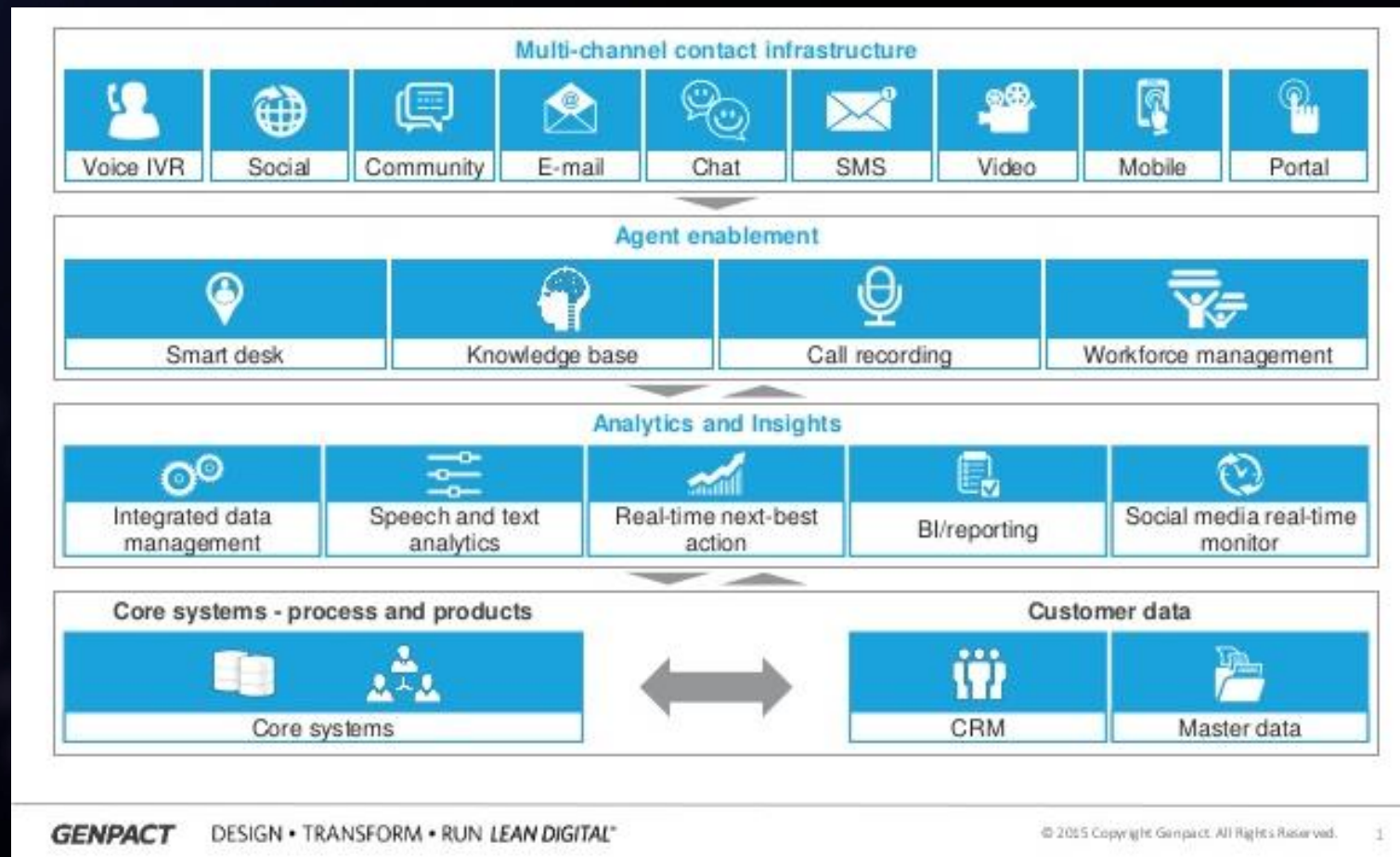
Ελάχιστοι λιανέμποροι έχουν την **τεράστια υποδομή αποθήκης** για να παρέχουν γρήγορη διαθεσιμότητα προϊόντων για ship-to-store παραγγελίες χωρίς να επιβαρύνονται με σημαντικά μεταφορικά κόστη.

Δυνατότητες ξεχωριστής διαχείρισης online & offline παραγγελιών



1 στις 3 εταιρείες στην
Ευρώπη θεωρούν πως υστερούν
έναντι στην ξεχωριστή διαχείριση
online & offline παραγγελιών

Δυνατότητα αναβάθμισης παλαιών συστημάτων, κυρίως διαχείρισης παραγγελιών & αποθέματος



Χωρίς ξεκάθαρο σχέδιο επένδυσης σε συστήματα μπορεί να παρεμποδιστεί κάθε omnichannel προσπάθεια

4

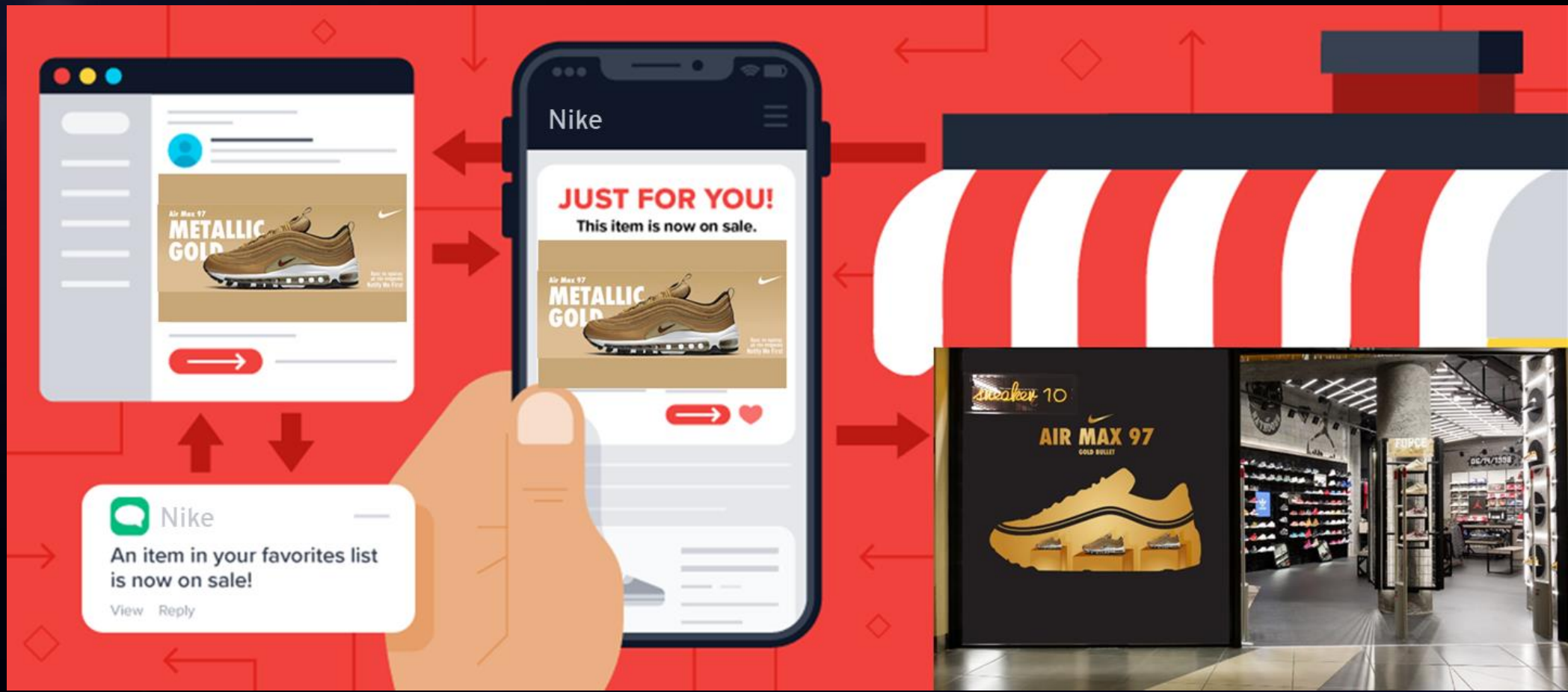
Η Τέχνη της «Συνέπειας»

Οι χρήστες εκτίθενται σε εμπειρίες διαφορετικών καναλιών που επηρεάζονται από στοιχεία όπως ο **οπτικός σχεδιασμός, το περιεχόμενο, ο τόνος της φωνής και η λειτουργικότητα.**



Η δημιουργία συνέπειας σε κάθε κανάλι βελτιώνει την **εμπειρία του πελάτη** καθώς και την **εικόνα της εταιρείας.**

4.1 Οπτική συνέπεια ανάμεσα στα κανάλια



4.2 Συνέπεια στις τιμές και τις προωθητικές ενέργειες

The screenshot displays three smartphone listings on an e-commerce platform. Each listing includes a product image, a comparison icon, a heart icon, a star rating, a seller name, and a price comparison. The first and third listings are for the Vivo Y22S 64GB Dual Sim, while the middle one is for the Poco F4 GT 5G 256GB Dual Sim. The first and third listings feature a '-15% OFFER' banner. The prices are shown in red, with the original price crossed out and the discount amount indicated.

Smartphone Model	Color	Rating	Seller	Availability	Original Price	Discount	Current Price
Smartphone Vivo Y22S 64GB Dual Sim	Starlit Blue	5 Αξιολογήσεις	Public (+1 ακόμη συνεργάτη)	Άμεσα Διαθέσιμο	199,90€	30,00€	169,90€
Smartphone Poco F4 GT 5G 256GB Dual Sim	Stealth Black	4 Αξιολογήσεις	Media Markt	Διαθέσιμο για παράδοση	-	-	605,99€
Smartphone Vivo Y22S 64GB Dual Sim	Summer Cyan	5 Αξιολογήσεις	Public (+1 ακόμη συνεργάτη)	Άμεσα Διαθέσιμο	199,90€	30,00€	169,90€

Το **69%** δήλωσε πως οι λιανέμποροι πρέπει να διατηρούν τις τιμές συνεπείς μεταξύ των διαδικτυακών και των φυσικών καταστημάτων






Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

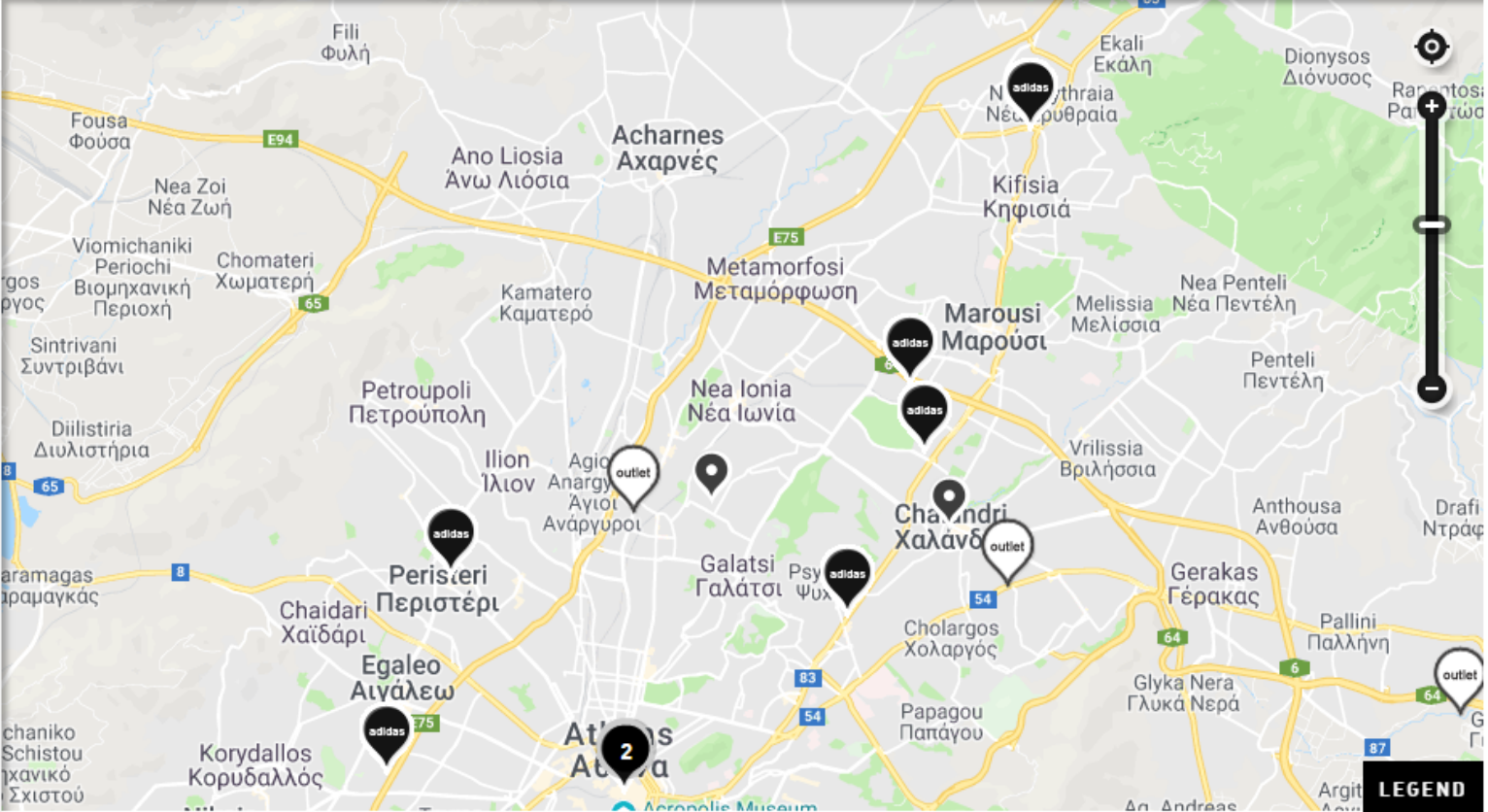
4.3 Πλήρης και εύχρηστος χάρτης καταστημάτων

STORE FINDER

Find **STORES** in **COUNTRY ? CITY ? STATE ? ZIP**

STORES NEAR YOU

-  **adidas Outlet Store Athens, Acharnon Street**
Acharnon Street 444, 11143, Athens, Greece
-  **adidas Originals Store Athens, Athinaidos str & Kalamiotou**
5 Athinaidos str & Kalamiotou, 10563, Athens, Greece
-  **adidas Store Athens, Ermou Street**
Ermou Street 50, 10563, Athens, Greece
-  **adidas Store Athens, Kifissias 280 and Dimokratias 1 Neo Psychico**
Kifissias 280 and Dimokratias 1 Neo Psychico, 15451, Athens, Greece
-  **adidas Outlet Store Agia Paraskevi**
Mesogeion Avenue 350, 15341, Agia Paraskevi, Greece



LEGEND

4.4 Πολλαπλές δυνατότητες επικοινωνίας

The screenshot displays the website interface with three communication channels highlighted:

- Social media:** A vertical sidebar on the left contains icons for Facebook, YouTube, Pinterest, Twitter, Instagram, and a generic social media icon. An arrow points to this sidebar with the label "Social media".
- Call me Back:** A "Call Me Back" button is located in the top right corner of the website header. An arrow points to a pop-up form titled "Ζητήστε τηλεφωνική επικοινωνία" (Request a telephone call). The form includes fields for "Όνομα *", "Επώνυμο *", "Email *", "Τηλέφωνο *", and "Μήνυμα", along with a "ΑΠΟΣΤΟΛΗ" (SEND) button. The text above the form says: "Παρακαλώ συμπληρώστε την παρακάτω φόρμα και θα επικοινωνήσουμε μαζί σας το συντομότερο δυνατόν. [Δευτέρα με Παρασκευή 09:00 - 17:00]".
- Live Chat:** A "Hondos Center Live Chat" window is open in the bottom right corner. It displays a message: "Sorry, we aren't online at the moment. Leave a message and we'll get back to you." Below this are input fields for "Name", "Email", and "Message", and a "Send message" button. An arrow points to this window with the label "Live Chat".

Call me Back

Το **80%** δήλωσε πως βαθμολογούν μια «άμεση» απόκριση ως πολύ σημαντική για τις έρευνες μάρκετινγκ και πωλήσεων

Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

Live Chat

4.5 Συνέπεια στην εξυπηρέτηση πελατών



Το **55%** δήλωσε πως τείνουν να ψωνίζουν περισσότερο από λιανέμπορους που προσφέρουν σταθερή και συνεπή εξυπηρέτηση πελατών *online & offline*.

Οκτώβριος 2022
ελληνική αγορά

Απαραίτητη προϋπόθεση

- ▶ Εκπαίδευση και πλήρης ενημέρωση των συνεργατών στα σημεία επαφής για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα
- ▶ Ανανεωμένη και ενοποιημένη εικόνα του πελάτη
- ▶ Διασυνδέσεις συστημάτων
- ▶ Φιλικά προς το χρήστη κανάλια επικοινωνίας

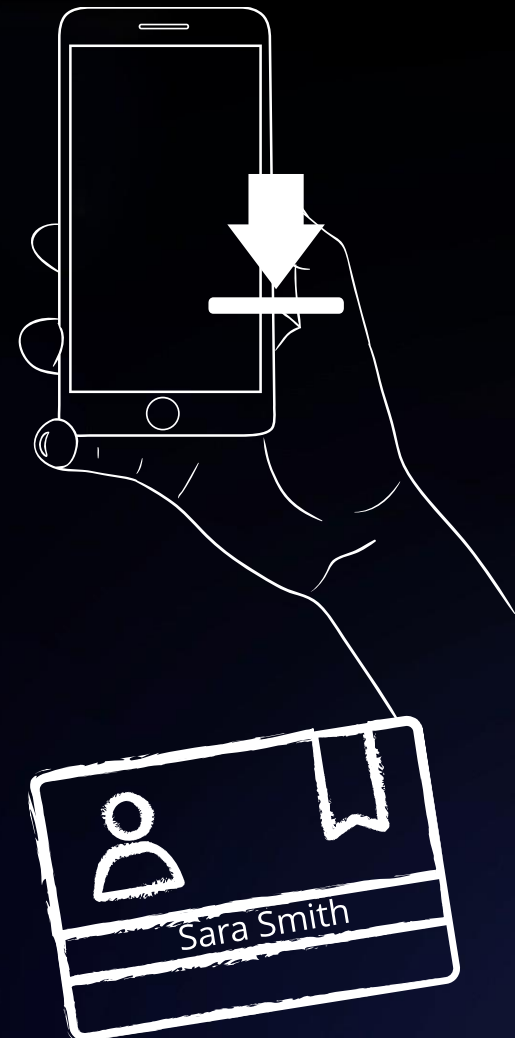
4.6 Συνέπεια σε Gift Cards & Loyalty Προγράμματα



5

Εξατομίκευση με τη χρήση τεχνολογίας

Share's story



Customer



*Based on her purchase behavior



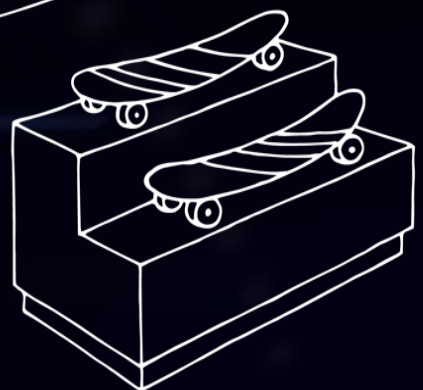
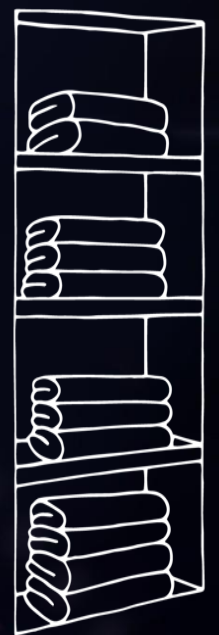
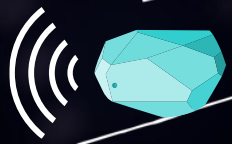
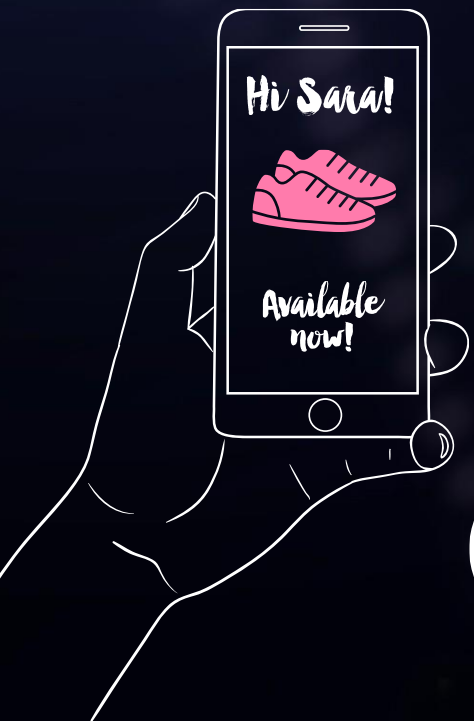
Supplier



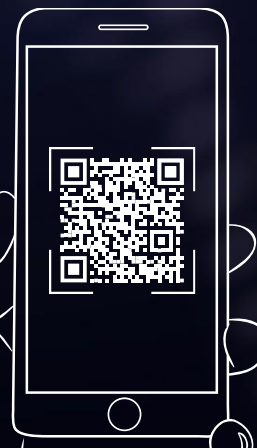
Shop Assistant

Custom

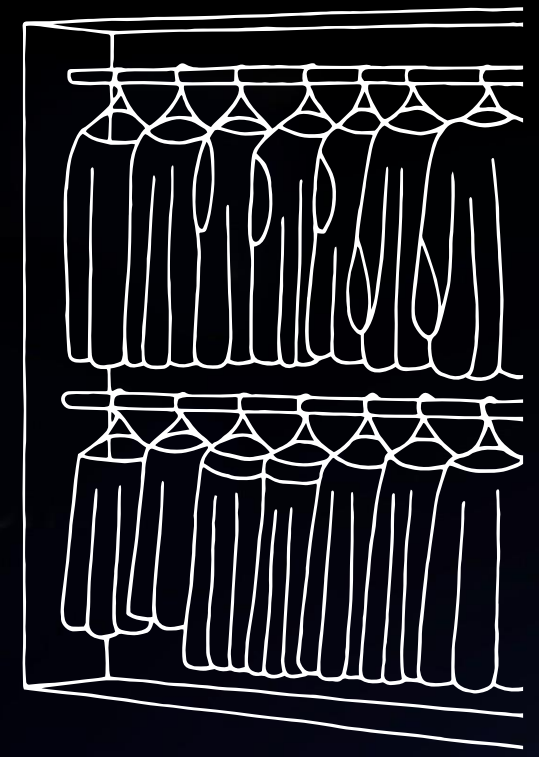
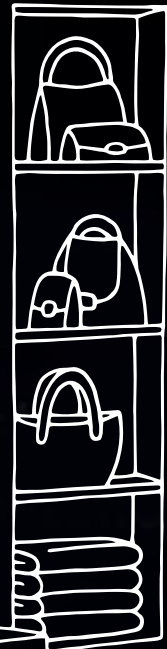
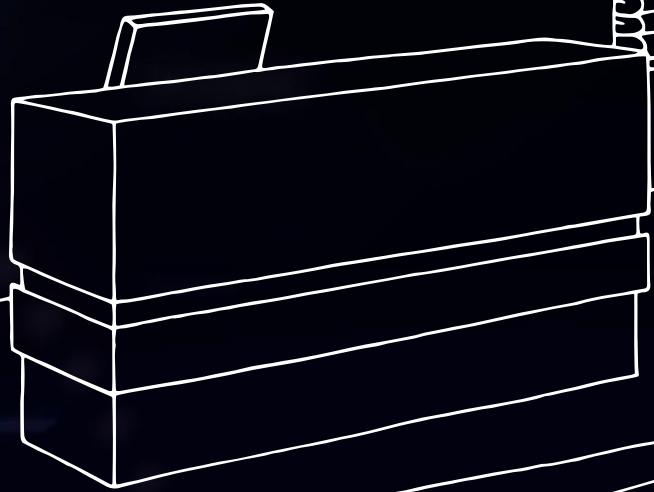
SPORT



Loyalty Points



Cashier



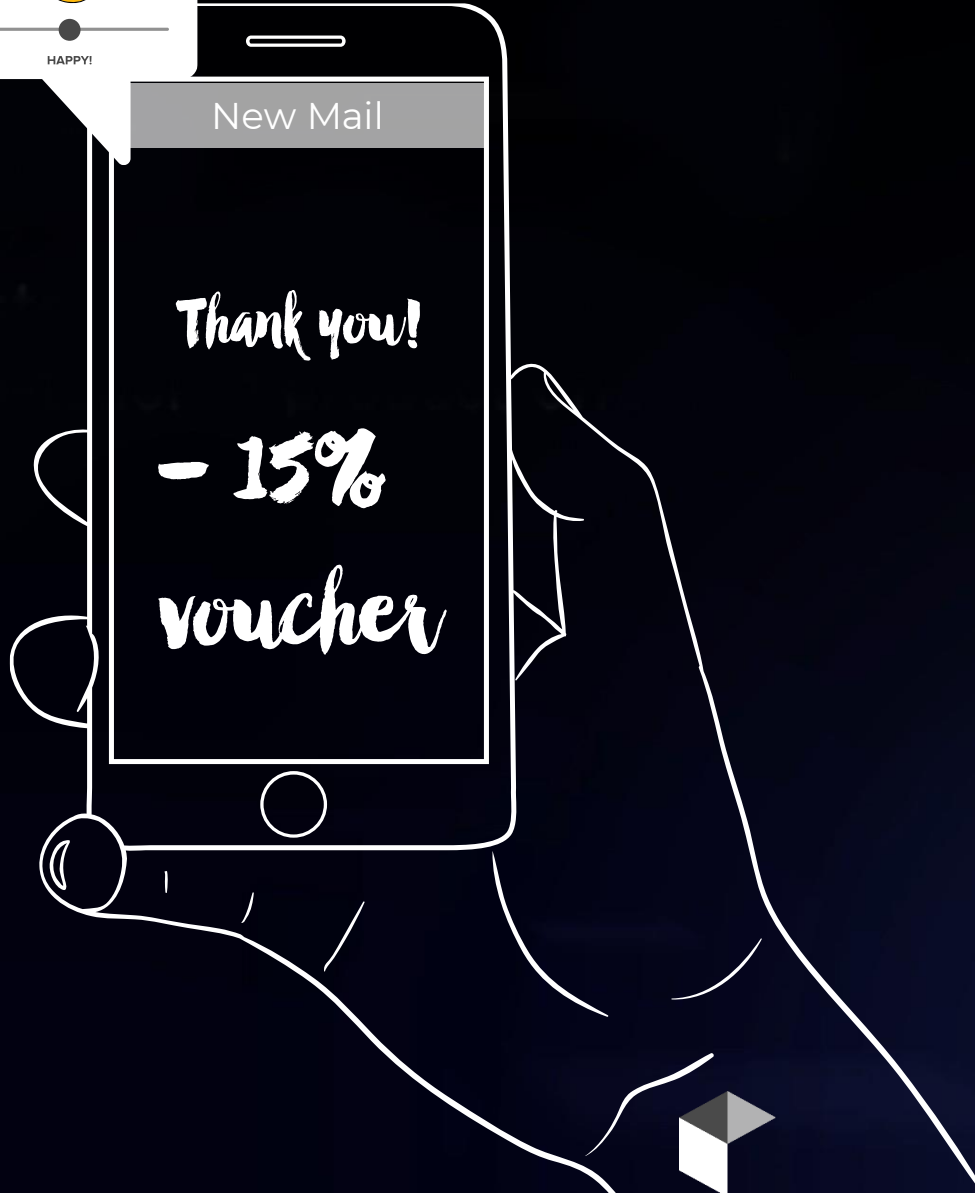
Exit



Share your feedback
How satisfied are you with our service?

😞 😓 😊 😄 😍


HAPPY!



Το προφίλ της Σάρα

Loyalty members All customers New Customer


Summary Details



Sara Smith ✓
Member since: 22-07-2016
Birth date: 09-02-1981
Mobile: 7303125698
Email: sara.smith@gmail.com
[Consent](#)

Card Number: 901110000683
Schema: Pandora
Registration store: Kings Cross
Category: Normal Member

Total Euro Cent: 2825
Reserved Euro Cent: 400
Available Euro Cent: 2425
Lifetime Euro Cent: 4075




01/10/2016 - 11/09/2017: ★★★★★ STAR
01/10/2015 - 30/09/2016: ★★★★★ GOLD
01/10/2014 - 30/09/2015: ★★★★★ SILVER


[Remove M1 password](#) [Create ticket](#) [Add hoc points](#) [De-activate](#) [Add to list](#) [Anonymize](#)

MTV Value Christmas Lover	Average basket 59 British Pound	Total purchases 948 British Pound	Visit frequency One visit per 77 days	Last visit 02-03-2018	Preferred store Down town store
-------------------------------------	---	---	---	---------------------------------	---


Customer Satisfaction Index
Transaction range: from 11/07/2016 to 04/09/2018



Customer lifecycle



Last recommended products



3 βήματα για να επιτύχουμε αντίστοιχες εμπειρίες



Αποθήκευση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο

Λήψη πελατειακών δεδομένων σε πραγματικό χρόνο με χρήση ενσωματώσεων και τεχνολογίας σε οποιοδήποτε σημείο επαφής και σε οποιαδήποτε φάση στο ταξίδι του πελάτη. Πάντα εξασφαλίζοντας τη συναίνεση του.



Στρατηγικός σχεδιασμός κινήτρων

Κίνητρα που να προσδίδουν πραγματική αξία στον πελάτη είτε με σκοπό την αγορά είτε για οποιαδήποτε άλλη διάδραση με την εταιρία στα πλαίσια του χτισίματος σχέσης μαζί του



Αυτοματοποίηση

Αναγνώριση του πελάτη στο σημείο επαφής & συνεπή επικοινωνία την κατάλληλη στιγμή

6

Υιοθέτηση Omnichannel Κουλτούρας

Γιατί αποτυγχάνουν κυρίως οι εταιρίες...

67%



Έλλειψη αναλυτικών στοιχείων πελατών σε όλα τα κανάλια

48%



Τμήματα οργανωμένα ως σιλό εντός της εταιρίας

45%



Κακής ποιότητας δεδομένα

45%



Αδυναμία αναγνώρισης του πελατειακού ταξιδιού

6.1 Σχεδιάστε τακτικές



Α Σχεδιάστε **κοινό omnichannel όραμα και στρατηγική**

Β Βελτιώστε και **ενισχύστε τον διατμηματικό συντονισμό, την επικοινωνία και την ευελιξία** μέσω διαλειτουργικών ομάδων έργων και εργαστηρίων

Γ Δημιουργήστε **μικρής διάρκειας διατμηματικά projects** μεταξύ Marketing, IT και καταστήματα που θα δουλεύουν ως οδηγοί για τα επόμενα

6.2 Δώστε κίνητρα

- Α** Επιβραβεύστε και υποστηρίξτε τους συναδέλφους του καταστήματος για **πρωτοβουλίες Omnichannel**
- Β** Επιβραβεύστε **επιτυχημένες omnichannel ενέργειες** που αναγνώρισαν οι πελάτες
- Γ** **Δώστε κίνητρα** για επίσκεψη των υπαλλήλων από τα γραφεία σε φυσικά καταστήματα αλλά και σε παρατήρηση **επικοινωνιών σε άλλα κανάλια**



6.3 Εκπαιδεύστε τους υπαλλήλους σας



A Customer experience στρατηγική & KPIs

B Positioning & προσδοκίες πελάτη

Γ Persona & Customer journey mapping

Δ Omni-channel βέλτιστες πρακτικές στον κλάδο

E Δεδομένα και συστήματα

ΣΤ Οργανωσιακή πελατοκεντρική κουλτούρα & διαχείριση της αλλαγής



Βασική συμβουλή
για την επόμενη μέρα

**Συνεχής μέτρηση της απόδοσης
και βελτιστοποίηση**

OMNICHANNEL COMMERCE

Παραδείγματα
Omnichannel
στρατηγικής



Καινοτομία

2014

Το NIKE LAB γεφυρώνει τις φυσικές με τις ψηφιακές εμπειρίες. Το NikeLab είναι ένα μέρος για να δείξει πώς η Nike αλληλεπιδρά και συνεργάζεται με άλλους πρωτοπόρους στο πλαίσιο του μεγαλύτερου ταξιδιού εξερεύνησής της. Προσφέροντας εκτεταμένη πρόσβαση στα πιο πολυαναμενόμενα και εκπληκτικά προϊόντα της Nike, το NikeLab διευρύνει την εμπειρία σε παγκόσμιες κοινότητες μέσω του ψηφιακού χώρου.



Αγορά Προϊόντων από παντού

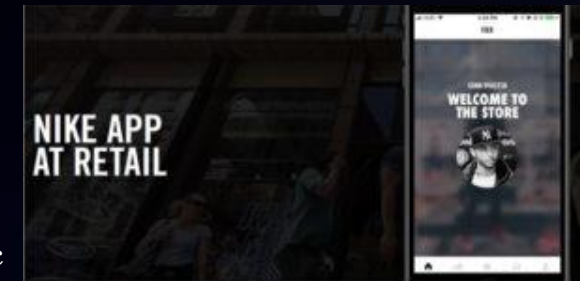
Το προσωπικό πλήρως ευθυγραμμισμένο με την omnichannel στρατηγική και με τα κατάλληλα όπλα για να το κάνει σωστά. Πχ. οθόνες προϊόντων με χρήση της τεχνολογίας λειτουργούν και ως checkouts



NIKE application για Λιανική πώληση

2018

Σε αναγνωρίζει και ανοίγει αποκλειστικά προϊόντα στην εφαρμογή σου. Μπορείτε να κάνετε σάρωση για διαθεσιμότητα προϊόντων σε όλα τα κοντινά NIKE καταστήματα ή να κάνετε check out και να πληρώσετε μέσω της εφαρμογής χωρίς αναμονή. Και αν δεν είστε στο κατάστημα, μπορείτε να κάνετε κράτηση προϊόντος μέσω της εφαρμογής και θα το κρατήσουμε σε ένα προσωπικό ντουλάπι για να μπορείτε να το δοκιμάσετε πριν την αγορά.



Ένα ολόκληρο ψηφιακό οικοσύστημα γύρω από τη φυσική κατάσταση



Λανσάρισμα NIKE+

Προσέλαβε ειδικούς από άλλους κλάδους (Apple, MIT κ.λπ.) και δημιούργησε μια συσκευή NIKE+ που επιτρέπει στους χρήστες να παρακολουθούν την άσκησή τους σε iPhone και Xbox.



Λανσάρισμα Nike+ FuelBand

Activity tracker συσκευή που φοριέται στον καρπό και προορίζεται για χρήση με μια συσκευή Apple iPhone, iPad ή Android. Η συγκεκριμένη διακόπηκε προκειμένου να δοθεί έμφαση στο λογισμικό και όχι στο υλικό.



Εξατομίκευση

μέσω της υπηρεσίας NIKEiD που απέφερε περισσότερα από 100 εκατομμύρια τον πρώτο χρόνο και λανσάροντας το iDNation



Επένδυση σε εξειδικευμένα φυσικά καταστήματα



amazon books



amazon 4-star



amazon fresh



amazon pop up



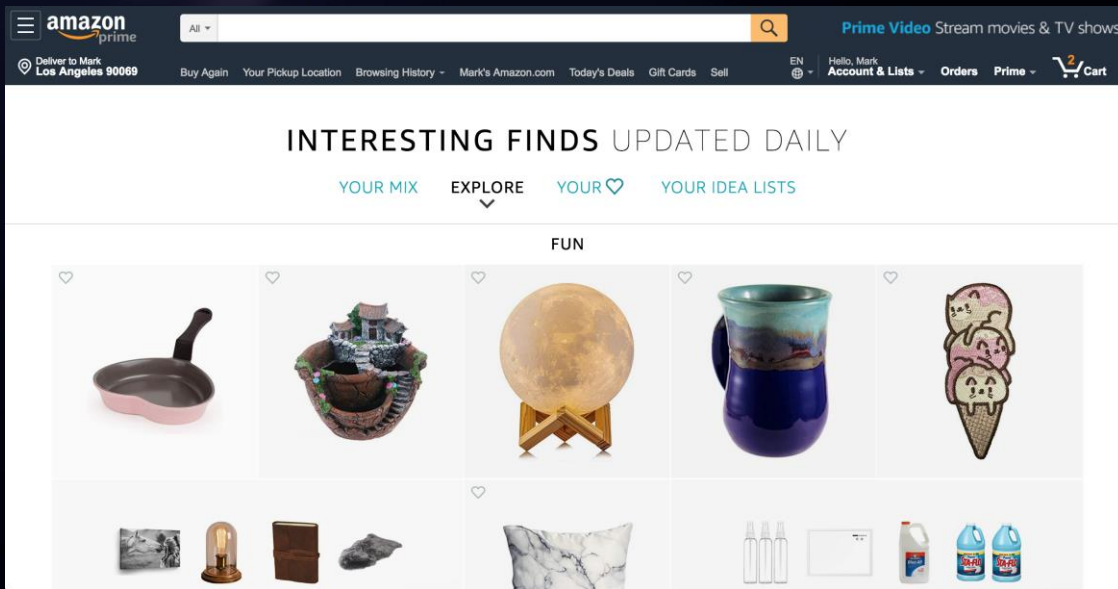
amazon go



amazon go grocery



Επένδυση σε τεχνολογίες για το website



Προσωποποιημένο Recommendation Σύστημα

κλασικές περσόνες του τμήματος πελατών, όπως "μαμάδες ποδοσφαίρου"—υπολογίζεται ότι το 35% των πωλήσεων προέρχεται από τις προσωπικές προτάσεις της Amazon

Παράδοση χρήσιμων, έγκαιρων και σχετικών email

Η Amazon μπορεί να μην στέλνει τα ωραιότερα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλλά είναι γεμάτα περιεχόμενο και αποστέλλονται σε χρόνο που είναι σχετικός με τον πελάτη.

Μοντέλο Προσομοίωσης

Το κατοχυρωμένο με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μοντέλο προληπτικής αποστολής της Amazon χρησιμοποιεί μεγάλα δεδομένα για να προβλέψει ποια προϊόντα είναι πιθανό να αγοράσετε


Βελτιστοποίηση Τιμής

Οι τιμές καθορίζονται ανάλογα με τη δραστηριότητά σας στον ιστότοπο, τις τιμές των ανταγωνιστών, τη διαθεσιμότητα προϊόντων, τις προτιμήσεις προϊόντων, το ιστορικό παραγγελιών, το αναμενόμενο περιθώριο κέρδους και άλλους παράγοντες

Customer Feedback


amazon.co.uk

How did this item meet your expectations?



FLOUREON 2-Pack Walkie Talkies for Kids 2-way Radio with 3 Kilometres Long...
FLOUREON

Start by rating it



Your reviews will post publicly as [Elizabeth StJohn](#). [Change](#)

Review your purchases

Check out amazon.co.uk/rvp to find past purchases to review.

Customer Reviews

★★★★★ 38
4.8 out of 5 stars

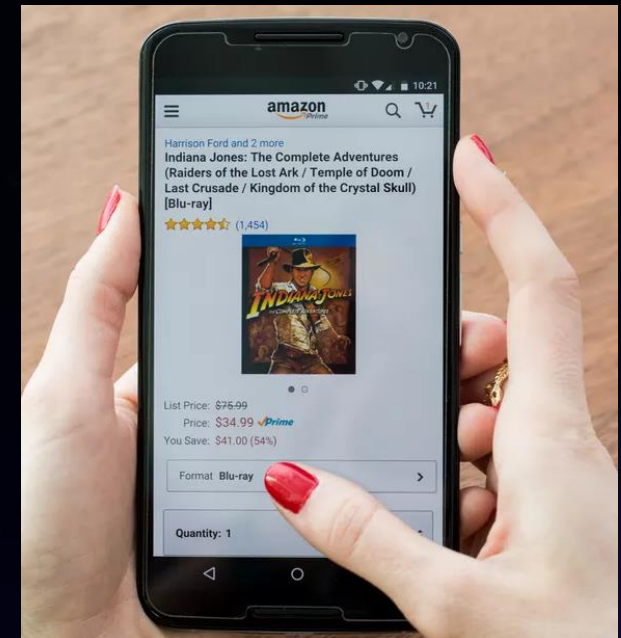
5 star		87%
4 star		10%
3 star		3%
2 star		0%
1 star		0%

Share your thoughts with other customers

[Write a customer review](#)

[See all 38 customer reviews](#)

One-Click Ordering



Ahold Delhaize Omnichannel



Νέες δυνατότητες
διαχείρισης
παραγγελιών,
αποθήκευσης και
αποστολής

Sources of inventory



- Fulfilment centre
- Online fulfilment Centre Bol.com (Europe) Peapod (US)

Home Delivery



- Next day home delivery (food) at Peapod and Albert Heijn.
- 15-minute text reminder (Albert Heijn)
- Bol.com same-day delivery

Pickup/Receive Options



- In-store pickup (bol.com)
- Store/curbside pickup (peapod and Albert Heijn)

Trials/New technologies



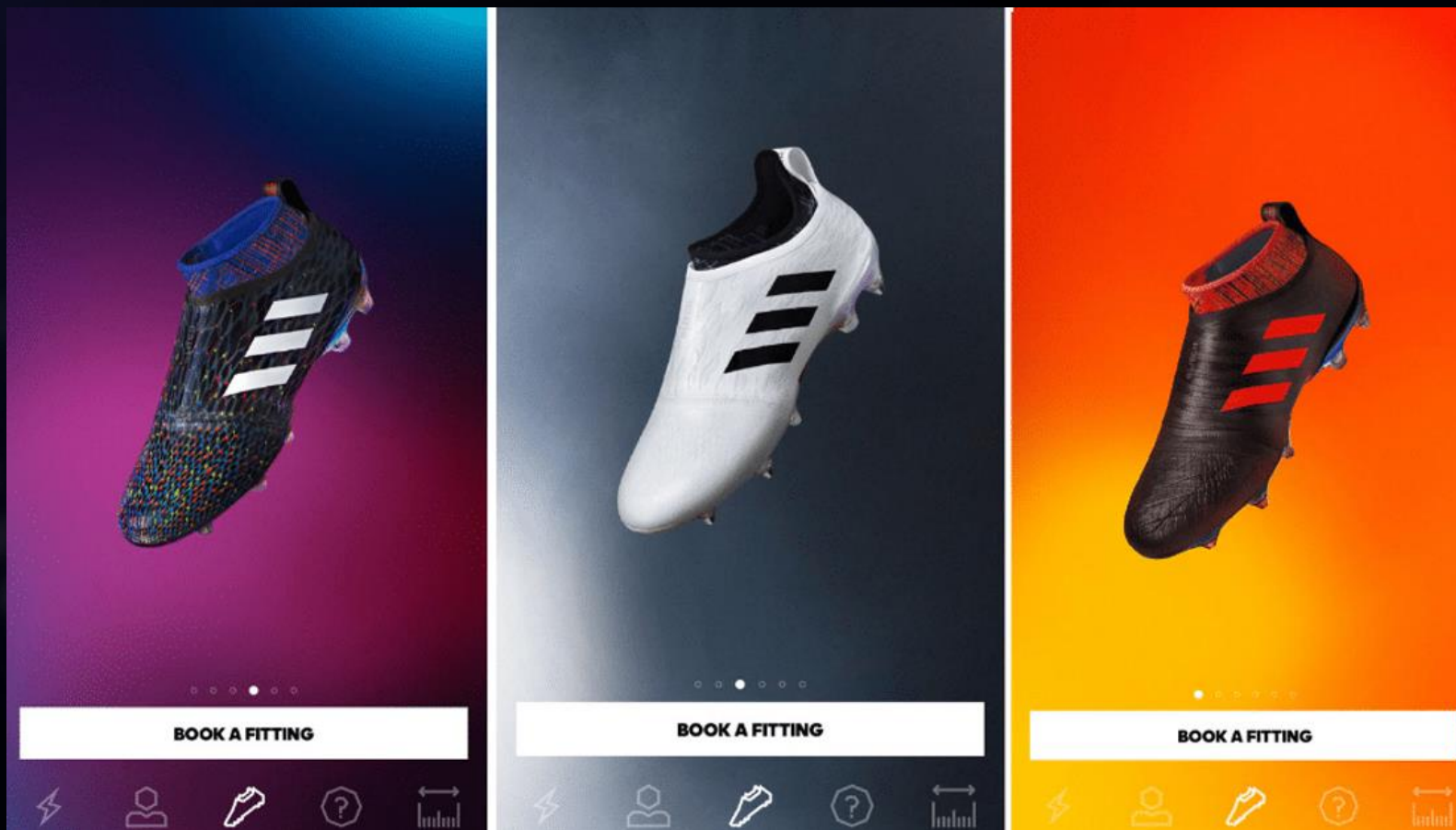
- Smart lock-enabled fulfilment
- Instacart partnership
- Fast fulfilment with Rappie

Μια εξαιρετική στρατηγική Omni-Channel



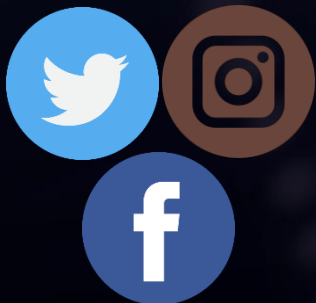
Σχεδίασε το παπούτσι σου στην εφαρμογή για κινητά...

Και ζήσε μια συνεχόμενη εμπειρία εξατομίκευσης!



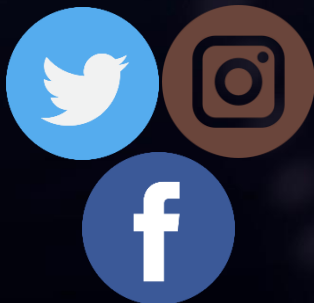


Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app





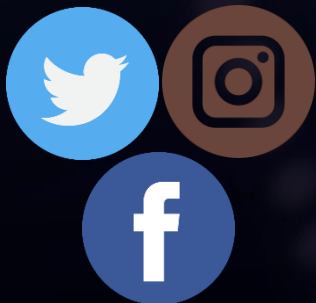
Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app



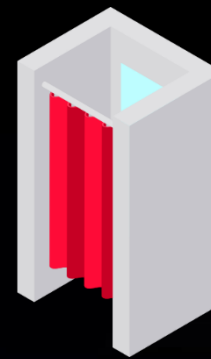
Χρήση app για σχεδιασμό παπουτσιού



Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app



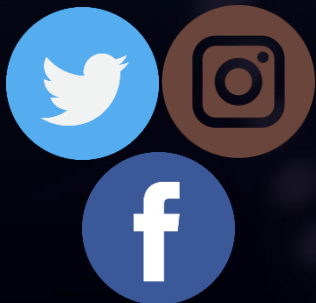
Χρήση app για σχεδιασμό παπουτσιού



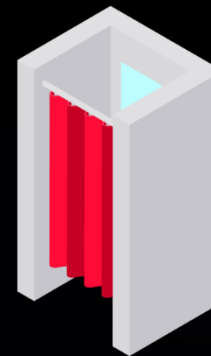
Κλείστε ραντεβού για δοκιμή



Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app



Χρήση app για σχεδιασμό παπουτσιού



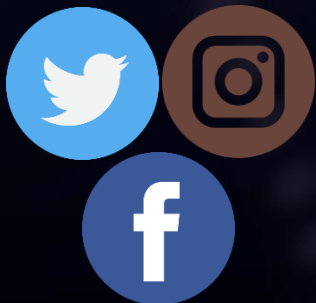
Κλείστε ραντεβού για δοκιμή



Παραλαβή από το κατάστημα



Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app



Χρήση app για σχεδιασμό παπουτσιού



Κλείστε ραντεβού για δοκιμή



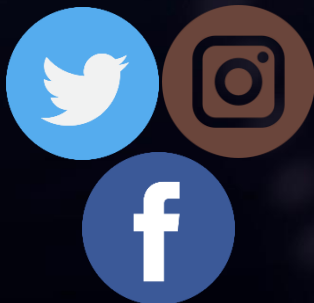
Παραλαβή από το κατάστημα



Παράδοση στο σπίτι για δοκιμή



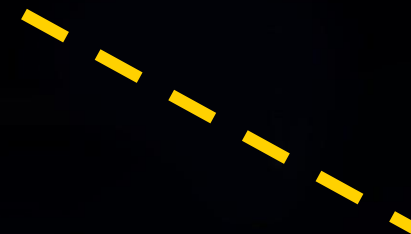
Έναρξη: Χρήση social media για παραλαβή κωδικού πρόσκλησης και να κατεβάσεις το app



Χρήση app για σχεδιασμό παπουτσιού



Κλείστε ραντεβού για δοκιμή



Παραλαβή από το κατάστημα

Επιστροφή



Παράδοση στο σπίτι για δοκιμή



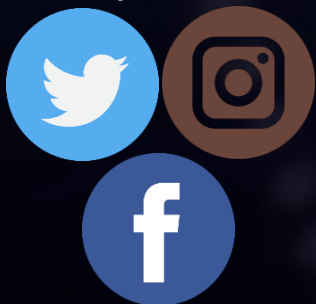
Χρήση app για
σχεδιασμό
παπουτσιού

Κλείστε
ραντεβού για
δοκιμή

Παραλαβή από το
κατάστημα

Παράδοση στο
σπίτι για δοκιμή

Έναρξη: Χρήση social
media για παραλαβή
κωδικού πρόσκλησης και
να κατεβάσεις το app



Τέλος: Share στα social
media με χρήση tag
#Glitch16 για να πάρεις
κωδικούς για τους φίλους σου

Επιστροφή

Wrap Up



1. Ελέγξτε την υπάρχουσα στρατηγική μάρκετινγκ
2. Οργανώστε την εταιρεία σας και ευθυγραμμίστε όλα τα κανάλια επαφής
3. Αποκτήστε μια ενιαία, ενοποιημένη άποψη του πελάτη σας μέσω μιας ενιαίας, ενιαίας τεχνολογικής πλατφόρμας back-end.
4. Μετρήστε σε πραγματικό χρόνο δεδομένα
5. Προσφέρετε μια ποικιλία επιλογών στους πελάτες
6. Εκπαιδεύστε υπαλλήλους σε omnichannel πρακτικές
7. Μην ξεχνάτε συνέπεια στις επικοινωνίες.
8. Εξατομικεύστε το περιεχόμενο όπου είναι εφικτό
9. Κάντε δοκιμές, μετρήστε και βελτιώστε
10. Μείνετε ευέλικτοι και προετοιμαστείτε να κάνετε προσαρμογές στην πορεία
11. Έχετε τα μάτια σας ανοιχτά για νέες τεχνολογίες, νέες ευκαιρίες και νέες εξελίξεις

Mary Machaira

Manager, EY



Feel free to connect on LinkedIn :)

Mary.machaira@gr.ey.com

■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY

Building a better
working world

About EY

EY is a global leader in assurance, tax, strategy, transaction and consulting services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity.

Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. For more information about our organization, please visit ey.com.

About EY's Consulting Services

In Consulting, we are building a better working world by transforming businesses through the power of people, technology and innovation.

It's our ambition to become the world's leading transformation consultants.

The diversity and skills of our 70,000+ people will help EY clients realize transformation by putting humans at the center, delivering technology at speed and leveraging innovation at scale.

These core drivers of 'Transformation Realized' will create long-term value for people, clients and society.

For more information about our Consulting organization, please visit ey.com/consulting.

© 2020 EY

All Rights Reserved.

ey.com