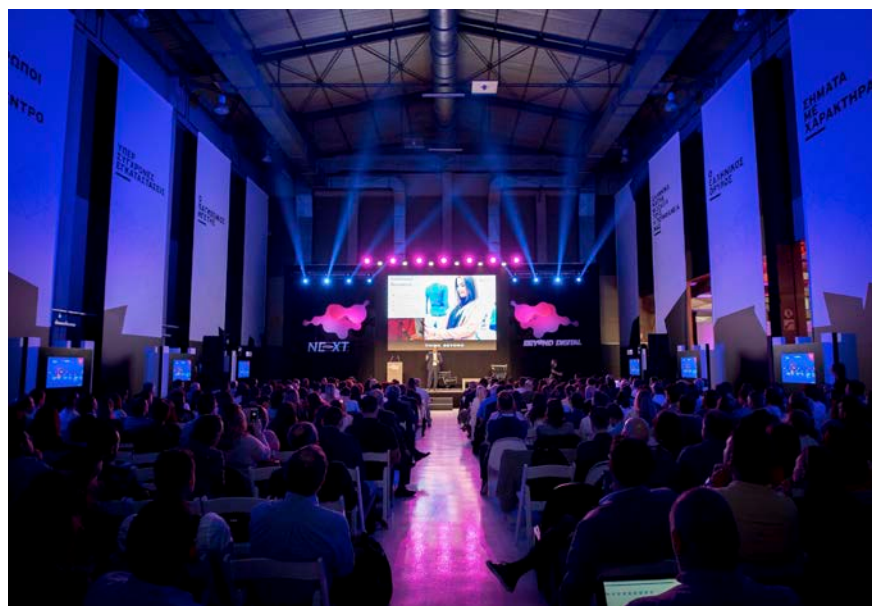


ATCOM NEXT | BEYOND DIGITAL

Βήματα μπροστά, με εφόδια τις νέες τεχνολογίες και τη δημιουργικότητα

Της Ευγενίας Κουτήφαρη, ekoutifari@boussias.com

Τις νέες τάσεις στον digital χώρο, και όχι μόνο, ανέδειξε για μια ακόμη φορά το ATCOM Next. Μέσα από μια πλούσια θεματολογία και με επίκεντρο τη διαφωτιστική παρουσίαση του keynote speaker David Shing, η διοργάνωση έδωσε εφόδια στους παρευρισκόμενους για να κατανοήσουν τη νέα υπό διαμόρφωση εποχή και να ενταχθούν αποτελεσματικά σε αυτήν.



TECHFEST ME ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ EXPERIENTIAL ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Με τον Μάριο Ίσσαρη, Marketing & Operations Director της Microsoft για την Ελλάδα, την Κύπρο και την Μάλτα να προλογίζει και τον Κωνσταντίνο Καμάρα, Αντιπρόεδρο του Δ.Σ. της ATCOM, να συντονίζει το event, ιδιαίτερη απήχηση είχε και το διαδραστικό πάνελ διακεκριμένων στελεχών, με τον Λεωνίδα Αθανασίου, CTO της εταιρείας Κωτσόβολος, τον Αχιλλέα Σταθόπουλο, Διευθυντή Υπηρεσιών e-Business της Eurobank, τον Γιώργο Βαρέλογλου, Business Development Director της Isobar, και τον Κώστα Μάντζιαρη, Γενικό Διευθυντή της iProspect, να εγείρουν ερωτήματα και να πυροδοτούν μία παραγωγική συζήτηση που συνεπήρε το κοινό. Μεταξύ άλλων, οι συμμετέχοντες στο συγκεκριμένο πάνελ μοιράστηκαν τις εκτιμήσεις τους για τους επόμενους 12 μήνες, αναφέροντας ότι αναμένουν την ένταξη του ψηφιακού μετασχηματισμού στην agenda όλων, την αύξηση των fintech startups, την μετατροπή των πωλητών στα φυσικά καταστήματα σε «συμβούλους» για προσωποποιημένη εξυπηρέτηση, την περαιτέρω ανάπτυξη των omnichannel εμπειριών, την καλύτερη αξιοποίηση των data από τα brands, καθώς και τη δυναμική εφαρμογή μιας «experience first» στρατηγικής.

Το ATCOM Next | Beyond Digital έλαβε χώρα την Παρασκευή 19 Μαΐου στον πολυμορφικό χώρο Προορισμός Παπαστράτος. Το ετήσιο TechFest της ATCOM έχει ως στόχο την ανάδειξη και στρατηγική αξιοποίηση των καινοτομιών που θα διαμορφώσουν το ψηφιακό οικοσύστημα τους επόμενους 12 μήνες και διοργανώνεται με την υποστήριξη και χορηγία της Microsoft Hellas. Το ATCOM Next υποδέχθηκε περισσότερους από

500 business leaders, decision makers και ηγετικά στελέχη της ελληνικής αγοράς, οι οποίοι εξέτασαν τις τελευταίες τάσεις, συζήτησαν και αξιολόγησαν αναδυόμενες βέλτιστες πρακτικές και τεχνολογικές καινοτομίες. Ο David Shing, Digital Prophet της AOL, επέστρεψε και φέτος ως ο keynote speaker του TechFest, παρουσιάζοντας τη δική του οπτική για το παρόν, αλλά και το μέλλον του business, από το αναλογικό έως το ψηφιακό κι ακόμη παραπέρα.

DAVID SHING: «Ο ΟΡΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΧΕΙ ΠΕΘΑΝΕΙ»


Καθολωτικός υπήρξε για άλλη μια χρονιά, ο keynote speaker της διοργάνωσης, David Shing, Digital Prophet της AOL. Μέσα από μια πολύ ενδιαφέρουσα και καταγιοτική παρουσίαση, αναφέρθηκε στο μέλλον της ψηφιακής εποχής, στις τάσεις που θα μας απασχολήσουν το επόμενο διάστημα, ενώ έδωσε στα brands οδηγίες «επιβίωσης» στη νέα, υπό διαμόρφωση, ψηφιακή εποχή. Μεταξύ άλλων, ανέφερε: «Σταματήστε να χρησιμοποιείτε τη λέξη Καινοτομία. Αυτός ο όρος έχει πεθάνει. Αυτό που χρειάζεται πλέον είναι δημιουργία, η οποία πρέπει να βασιστεί σε τρεις παραμέτρους: Culture, Code, Creativity». Χαρακτήρισε τη λέξη disruption ως «overused», ενώ φέτος κρίνει ότι η πιο «κακοποιημένη» λέξη θα είναι το «experience». Επισήμανε ότι είναι σημαντικό για τα brands να κατανοήσουν τις ανθρώπινες ανάγκες προκειμένου να δημιουργήσουν λύσεις και προϊόντα που έχουν σημασία, ενώ αναφέρθηκε και στην άνοδο των virtual & augmented reality, στο IoT (Internet of Emotions) έναντι του IoT, στην ανάπτυξη των wearables, αλλά και στη σημασία του smart packaging. Τόνισε τη σύγκλιση digital και physical κόσμου που βιώνουν περισσότερο οι νεότερες ηλικίες, χαρακτηρίζοντας τις εμπειρίες που βιώνουν πλέον ως seamless. Παράλληλα, κάλεσε τα brands να παραμένουν αυθεντικά στην προσέγγιση των καταναλωτών, ενώ επεσήμανε ότι οι νέοι τείνουν πια να κρατούν private τους social λογαριασμούς τους, δημιουργώντας κλειστά networks, απροσέλαστα για τα brands. Αντιθέτως, μεγάλη ευκαιρία για αυτά αποτελεί το messaging και μέγιστη πρόκληση η προσέλκυση της προσοχής των χρηστών, η οποία πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσω των κινητών συσκευών. Τέλος, ανέφερε ότι τα brands οφείλουν να διαβάζουν «πίσω» από τα data που διαθέτουν, ότι το emotional time video αποτελεί τον καλύτερο τρόπο επικοινωνίας brand-κοινού, και ότι η πιο «κακοποιημένη» και πολυχρησιμοποιημένη λέξη σε κάθε κλάδο είναι το storytelling.

Επιπλέον, οι Γιώργος Βαρέλογλου και Κώστας Μάντζιαρης, σε κοινή τους ομιλία, παρουσίασαν τις εξελίξεις στον χώρο του artificial intelligence και το πώς αυτές αναμένεται να επηρεάσουν τη ζωή μας στο άμεσο μέλλον.

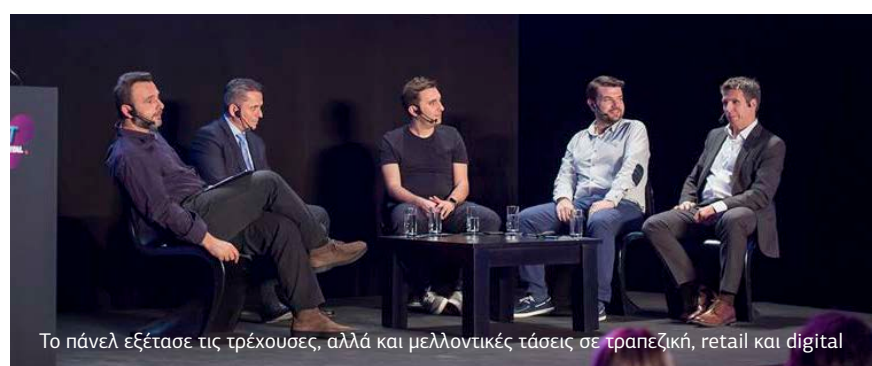
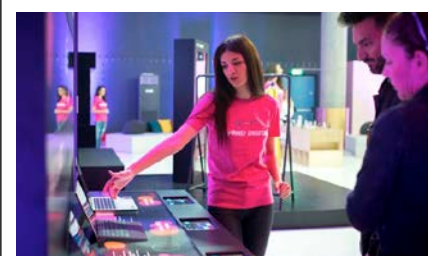
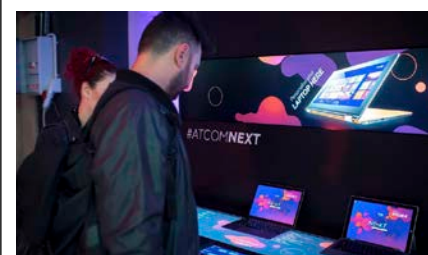
Παράλληλα, ως ένα φεστιβάλ καινοτομίας με γνήσιο experiential χαρακτήρα, οι καλεσμένοι απήλαυσαν μία εξατομικευμένη εμπειρία, στο πλαίσιο ενός ενιαίου οικοσυστήματος στο οποίο το ψηφιακό ενσωματώθηκε αρμονικά στο φυσικό περιβάλλον. Από το ATCOM next companion mobile app έως τα διαδραστικά installations που η εταιρεία και το Innovation Lab ανέπτυξαν και εξέθεσαν αποκλειστικά για το event, το Personal Product Filtering, το Experiential Product Configurator και το Interactive Fashion Hanger, η ATCOM φέτος επέλεξε να δημιουργήσει ένα ειδικό κατάστημα λιανικής πώλησης του μέλλοντος. Δείχνοντας ολοζώντανα πα-

ραδείγματα της τεχνολογίας του αύριο σε εφαρμογές του σήμερα, η εταιρεία έδωσε την ευκαιρία στους προσκεκλημένους να πειραματιστούν με τις εγκαταστάσεις που θα μεταμορφώσουν ψηφιακά κάθε κατάστημα λιανικής πώλησης, παρουσιάζοντας παράλληλα ρεαλιστικές και άμεσα εφαρμόσιμες λύσεις διαθέσιμες για τους πελάτες της.

«Το ATCOM Next μας προσφέρει την ευκαιρία να παρουσιάσουμε στους πελάτες και συνεργάτες μας το δικό μας όραμα για την επόμενη μέρα, όχι μόνο του ψηφιακού, αλλά και του ευρύτερου επιχειρηματικού οικοσυστήματος. Είμαστε ιδιαίτερα περήφανοι για την άνευ προηγουμένου απήχηση του ετήσιου μας TechFest και επιφυσασόμαστε για ακόμη πιο συναρπαστικές ενέργειες στο μέλλον», δήλωσε ο Κωνσταντίνος Θεοτοκάς, Διευθύνων Σύμβουλος της ATCOM, σε έναν συνοπτικό απολογισμό του event. **MW**



Κωνσταντίνος Θεοτοκάς



Το πάνελ εξέτασε τις τρέχουσες, αλλά και μελλοντικές τάσεις σε τραπεζική, retail και digital