

«**A**λλάξετε το μέλλον». Το μότο που συνοδεύει την επέτειο των 20 χρόνων από τη δημιουργία της ATCOM, μιας από τις παλαιότερες και ίσως πιο επιδραστικές εταιρείες στο ψηφιακό επιχειρείν, αλλά και την ίδια την καθημερινότητά μας, δεν θα μπορούσε να είναι πιο πετυχημένο σε μια περίοδο μετάβασης.

«Το μέλλον αλλάζει μέσα από μικρές, ανεπαίσθητες στην αρχή αλλαγές», απαντά στο «business stories» ο **Κωνσταντίνος Θεοτοκάς**, συνιδρυτής, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της ATCOM, στο εύλογο ερώτημα πώς μπορεί να γίνει αυτό στο οποίο μας προτρέπει η εταιρεία του...

Προφανώς κάτι ξέρει, με δεδομένο ότι τόσο ο ίδιος όσο και η ATCOM, που ξεκινούσε πριν από δύο δεκαετίες από μια χούφτα ανθρώπους, νέους σε ηλικία, που ήθελαν να ανέβουν στο κύμα της «επανάστασης του Ιντερνετ», έχουν βάλει το λιθαράκι τους ώστε αυτά τα 20 χρόνια να αλλάξει η ίδια η καθημερινότητά μας ακολουθώντας την ψηφιακή οδό.

Για παράδειγμα, να μπορείς να κλείσεις ηλεκτρονικά εισιτήρια με τη μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία της χώρας ή να πληρώνεις μέσα από ειδική εφαρμογή τους λογαριασμούς σου σε εταιρείες κοινής ωφέλειας ή να κάνεις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω κάποιων εκ των συστημικών τραπεζών ή να μπεις σε ιστοσελίδες και εφαρμογές μεγάλων λιανεμπορικών αλυσίδων και γνωστών marketplaces για να κάνεις τις αγορές σου... ακόμα και να διαβάσεις το περιεχόμενο ενός ειδησεογραφικού portal!

Απλά πράγματα, τα οποία όμως έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας, καθώς κινούμαστε πιο βαθιά σε αυτό που ονομάζουμε ψηφιακή μετάβαση...

«Είμαστε ένα 360 Business Digital Agency, ο partner για όποιο brand θέλει να βγει με σοβαρό και οργανωμένο τρόπο στο Διαδίκτυο», λέει ο κ. Θεοτοκάς σε μια συζήτηση στην οποία συμμετέχουν επίσης ο αντιπρόεδρος της εταιρείας **Κωνσταντίνος Καμάρας** και ο εμπορικός διευθυντής **Ιάσων Καταρόπουλος**. «Από τον σχεδιασμό στη συμβουλευτική, στην υλοποίηση, με στόχο τη βέλτιστη εμπειρία του πελάτη», προσθέτει.

Μετασχηματισμός

Τα 20 χρόνια όμως φέρνουν την ATCOM και σε ένα σταυροδρόμι μετασχηματισμού, όπως εξηγεί ο κ. Θεοτοκάς, με στόχο τη μετεξέλιξή της από εταιρεία παροχής υπηρεσιών σε εταιρεία παραγωγής προϊόντων που θα διατίθενται σε κάθε ενδιαφερόμενο στην αγορά, με στόχευση κυρίως τις αγορές του εξωτερικού.

«Θέλουμε να επενδύσουμε στην ανά-



Κωνσταντίνος Θεοτοκάς

20 χρόνια καινοτομία

Μια από τις παλαιότερες και πιο επιδραστικές εταιρείες στο ψηφιακό επιχειρείν μετεξελίσσεται σε εταιρεία παραγωγής προϊόντων, με στόχευση, κυρίως, στις αγορές του εξωτερικού



Του
ΣΤΕΛΙΟΥ ΜΟΡΦΙΔΗ
smorfidis@gmail.com



πτυξη προϊόντων που θα γίνουν ο καταλύτης για την επέκτασή μας. Γι' αυτό και "χτίζουμε" προϊόντα που ελπίζουμε πως άλλες μεγαλύτερες και μικρότερες εταιρείες -κυρίως στο εξωτερικό- θα τα χρησιμοποιούν προσφέροντας με τη σειρά τους

λύσεις και εφαρμογές στους δικούς τους πελάτες», λέει, για να προσθέσει με τη σειρά του ο κ. Καταρόπουλος: «Επί της ουσίας να λειτουργήσουμε ως software vendor, να χρησιμοποιούν δηλαδή άλλες εταιρείες τα δικά μας λογισμικά».

Ηδη το πρώτο προϊόν που θα λανσαριστεί σύντομα στην αγορά είναι έτοιμο. Πρόκειται για μια νέα έκδοση με το όνομα «A-commerce», το οποίο με τις πολλές προεκτάσεις του μπορεί να αποτελέσει το απόλυτο εργαλείο για το ηλεκτρονικό επιχειρείν.

«Εκεί πάνω ο retailer θα μπορεί να χτίσει όλη τη δραστηριότητά του», λέει ο κ. Καταρόπουλος. «Έχει τις παραδοσιακές λειτουργίες, τις οποίες εμπλουτίσαμε με προσθήκες AI και CRM, συμπεριλαμβάνοντας μηχανισμούς διασύνδεσης με άλλα συστήματα, όπως να μπορεί να κάνει διαχείριση ένα call center. Επειτα είναι εξαιρετικά ευέλικτο», εξηγεί.

Σε δεύτερη φάση θα ακολουθήσουν και άλλα προϊόντα, όπως εξηγεί ο κ. Θεοτοκάς, πάντα στους τομείς που ξέρει καλά και σε βάθος η ATCOM από την 20ετή δραστηριότητά της. Στο μεταξύ η εταιρεία θα αρχίσει να σχεδιάζει την παρουσία της στο εξωτερικό, ενδεχομένως μέσω κάποιων θυγατρικών.

Σε κάθε περίπτωση, όλοι επιμένουν ότι το μείζον είναι η εμπειρία των πελατών αλλά και των τελικών καταναλωτών. Κάτι στο οποίο η ATCOM επενδύει έχοντας δημιουργήσει το τμήμα Customer Experience.

Μέσα από αυτό, εξάλλου, δοκιμάστηκε και σχεδιάστηκε η νέα προσέγγιση που απαιτεί η εποχή στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Όπως λέει ο κ. Θεοτοκάς, πλέον ο στόχος των επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι το «Unified commerce. Δηλαδή το ταξίδι του πελάτη, είτε στο κινητό του περπατώντας στον δρόμο, είτε στο γραφείο, είτε μπαίνει στο μαγαζί, είτε κάνει interact με κάποιο pop up store. Είναι η συνολική εμπειρία που πρέπει να έχει ο καταναλωτής με το brand. Αυτή είναι η μεγάλη διαφορά».

Σε ό,τι αφορά τις οικονομικές επιδόσεις της εταιρείας, το 2021 κατέγραψε ανάπτυξη 20%, φτάνοντας σε κύκλο εργασιών περίπου τα 12 εκατ. ευρώ. «Στόχος μας είναι η λελογισμένη ανάπτυξη», λέει ο αντιπρόεδρος της εταιρείας Κωνσταντίνος Καμάρας.

Τέλος, η συζήτηση δεν μπορεί να μην πάει σε αυτά που φέρνει η τεχνολογία. «Η ATCOM δεν θα σταματήσει να πειραματίζεται διαρκώς με καθετί καινούριο», σημειώνει ο κ. Θεοτοκάς προσθέτοντας ότι η εταιρεία έχει επενδύσει στη δημιουργία του «Experience Lab», όπου δοκιμάζεται κάθε νεωτερισμός και καινοτομία που μπορεί να προσφέρει η τεχνολογία. «Ημασταν η εταιρεία που από το 2012 ασχολήθηκε με το IoT και καταφέραμε από τότε να κατακτήσουμε τεχνολογίες που σήμερα γίνονται πράξεις. Πλέον αυτό που δοκιμάζουμε τώρα για τις εφαρμογές μας είναι το AR (Augmented Reality) και το VR (Virtual Reality)», τονίζει.

Τι βλέπει ο ίδιος ως γενικότερη τάση; «Ποιος ξέρει, σε 5 χρόνια από τώρα μπορεί όλοι να ζούμε στο metaverse! Η εξέλιξη του είναι αρκετά γρήγορη, οπότε μπορεί ως τότε να αναπτύσσουμε και να πουλάμε εικονικά, ψηφιακά assets, για να φτιάξει κανείς το άβατάρ του...».