

Εικονικό κατάστημα λιανικής πώλησης από την ATCOM

Μέσα από ολοζώντανα παραδείγματα της τεχνολογίας του αύριο σε εφαρμογές του σήμερα, η εταιρεία έδωσε την ευκαιρία στους προσκεκλημένους να πειραματιστούν, δοκιμάζοντας τις εγκαταστάσεις που θα μεταμορφώσουν ψηφιακά κάθε κατάστημα λιανικής πώλησης

ΣΤΟ ΤΡΙΤΟ ΚΑΤΑ ΣΕΙΡΑ ετήσιο ATCOM Next, το TechFest έδειξε στην αγορά τι μπορούν να κάνουν οι πρωτοπόρες υπηρεσίες της εταιρείας για την ψηφιακή μεταμόρφωση του κλάδου

Πώς θα είναι τα εμπορικά καταστήματα του μέλλοντος; Πόση τεχνολογία μπορεί να χωρέσει στα ράφια μιας επιχείρησης και πόσο ανταγωνιστική μπορεί να την κάνει στην όλο και αυξανόμενη δυναμική των ηλεκτρονικών καταστημάτων, γνωστών και ως e-shops;



Της **ΟΛΓΑΣ ΜΠΑΛΑΦΟΥΤΗ**
olgblf@gmail.com

Ο ψηφιακός και ο φυσικός κόσμος συγκλίνουν χρόνο με τον χρόνο όλο και πιο πολύ και αυτό που χρειάζονται οι επιχειρήσεις τώρα περισσότερο από ποτέ είναι η ψηφιακή μεταμόρφωση που θα αλλάξει τον τρόπο που λειτουργούν τόσο για δικό τους όφελος όσο και για το καλό των πελατών τους. Οι ψηφιακές τεχνολογίες θα επηρεάσουν όλους τους τομείς λιανικών πωλήσεων, σε ποσοστό που ενδέχεται να αγγίξει μέχρι και το 45% έως το 2025, αναφέρουν ειδικές μελέτες. Απώτερος στόχος, να αλλάξει ριζικά ο τρόπος που δραστηριοποιούμαστε επαγγελματικά, ψωνίζουμε αλλά και ζούμε!

Ωστόσο, παρά την αυξανόμενη δυναμική που εμφανίζουν οι ηλεκτρονικές αγορές και τα e-shops, τα φυσικά καταστήματα παραμένουν το κύριο κανάλι και η βασική πηγή εσόδων για τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Σε αυτή τη νέα πρόκληση που αντιμετωπίζει το λιανικό εμπόριο εστίασε φέτος η ATCOM στο τρίτο κατά σειρά ετήσιο ATCOM Next, το TechFest που διοργανώνει για τους πελάτες και συνεργάτες της, με στόχο τη διερεύνηση και ανάδειξη των καινοτομιών που θα πρωταγωνιστήσουν τους επόμενους 12 μήνες στη χώρα μας, αλλά και παγκοσμίως. Θέλοντας να δείξει στην αγορά τι μπορούν να κάνουν οι πρωτοπόρες υπηρεσίες της για την ψηφιακή μεταμόρφωση του κλάδου, η ATCOM, ηγέτιδα στον χώρο του Digital Business στην Ελλάδα, δημιούργησε ένα εικονικό κατάστημα λιανικής πώλησης του μέλλοντος.

Μέσα από ολοζώντανα παραδείγματα της τεχνολογίας του αύριο σε εφαρμογές του σήμερα, η εταιρεία έδωσε την ευκαιρία στους προσκεκλημένους να πειραματιστούν, δοκιμάζοντας τις εγκαταστάσεις που θα μεταμορφώσουν ψηφιακά κάθε κατάστημα λιανικής πώλησης. Ταυτόχρονα είδαν τις ρεαλιστικές και άμεσα εφαρμόσιμες λύσεις που είναι διαθέσιμες για τον εκάστοτε πελάτη.



Ο CEO
της ATCOM,
Κωνσταντίνος
Θεοτοκάς

Ποια είναι η ATCOM

Ιδρύθηκε το 2000 και πλέον διαθέτει ανθρώπινο δυναμικό που ξεπερνάει τα 120 στελέχη. Έχει αναπτύξει περισσότερες από 3.000 διαδικτυακές εφαρμογές -αξιοποιώντας το Netvolution, ένα διεθνώς αναγνωρισμένο λογισμικό διαχείρισης Web και Mobile περιεχομένου δικής της ανάπτυξης- για τις μεγαλύτερες ελληνικές και πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στους τομείς της λιανικής και του εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, των καταναλωτικών αγαθών, του τουρισμού και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Είναι Gold Certified Partner της Microsoft και Trusted Partner στην Ελλάδα για το Microsoft Azure Cloud Platform. Το ATCOM Next υποδέχθηκε φέτος περισσότερους από 500 business leaders, decision makers και ηγετικά στελέχη της ελληνικής αγοράς, οι οποίοι εξέτασαν τις τελευταίες τάσεις, συζητήσαν και αξιολόγησαν αναδυόμενες βέλτιστες πρακτικές και τεχνολογικές καινοτομίες.

Πολλά προϊόντα, άμετρες επιλογές

Αυτό που οραματίστηκε το Experience Lab της ATCOM και ανέδειξε στο φετινό TechFest ήταν, μεταξύ άλλων, ο διαφορετικός τρόπος με τον οποίο θα μπορούσε ένα κατάστημα να πουλά κινητά τηλέφωνα ή laptops. Μέσω ενός διαδραστικού πάνελ, το οποίο επικοινωνεί με την ειδική mobile εφαρμογή του καταστήματος, οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να φιλτράρουν και να καθορίσουν τις προσωπικές τους προτιμήσεις, εντοπίζοντας με άμεσο και εύκολο τρόπο το προϊόν που τους ταιριάζει καλύτερα. Πρόκειται για μια διαδικασία που μοιάζει με αυτή της επιλογής και αγοράς προϊόντων online, έχει όμως το πλεονέκτημα του φυσικού καταστήματος που δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να δει από κοντά το προϊόν προτού το αγοράσει.

Η «ψηφιακή επανάσταση»

«Παρά την οικονομική κρίση, στην Ελλάδα ήδη βλέπουμε επιχειρήσεις να κάνουν το επόμενο βήμα και να επενδύουν στη ψηφιακή τεχνολογία», σχολιάζει ο CEO της ATCOM, **Κωνσταντίνος Θεοτοκάς**. «Η εποχή της ψηφιακής άνηψης που διανύουμε μας καλεί να επανεφεύρουμε καθιερωμένα πρότυπα και στρατηγικές. Με τις λιανικές επιχειρήσεις να είναι ένας από τους κύριους κλάδους που ήδη επηρεάζεται από τις ραγδαίες αυτές εξελίξεις, ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι απαραίτητος για να διατηρήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να συμβαδίσουν με τις αυξανόμενες απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού», σημειώνει χαρακτηριστικά.

Επαναπροσδιορίζοντας την επιχειρηματική στρατηγική του instore και online, τα καταστήματα είναι σε θέση να προσφέρουν μια ενιαία, εξατομικευμένη και χρήσιμη καταναλωτική εμπειρία στους πελάτες τους. Ταυτόχρονα, εκμεταλλευόμενα τις ψηφιακές τεχνολογίες, έχουν πλέον πλήρη γνώση των προτιμήσεων και της καταναλωτικής συμπεριφοράς, ακόμη και σε επίπεδο μεμονωμένου πελάτη.

«Η πρόσβαση στα πολύτιμα αυτά δεδομένα δημιουργεί το έδαφος για την έναρξη μιας αμφίδρομης επικοινωνίας με αυτόν, που ευνοεί την παροχή ακόμη πιο προσωποποιημένης εξυπηρέτησης, ενώ οδηγεί σε αύξηση των πωλήσεων αλλά και ενίσχυση της εμπιστοσύνης. Πέρα από το όραμα και τα μέσα, όμως, η στρατηγική, η εκπαίδευση και ο σχεδιασμός είναι αυτά που θα καθορίσουν την επιτυχία. Είναι, λοιπόν, απαραίτητη η επιλογή ενός κατάλληλου στρατηγικού συνεργάτη», καταλήγει ο κ. Θεοτοκάς.