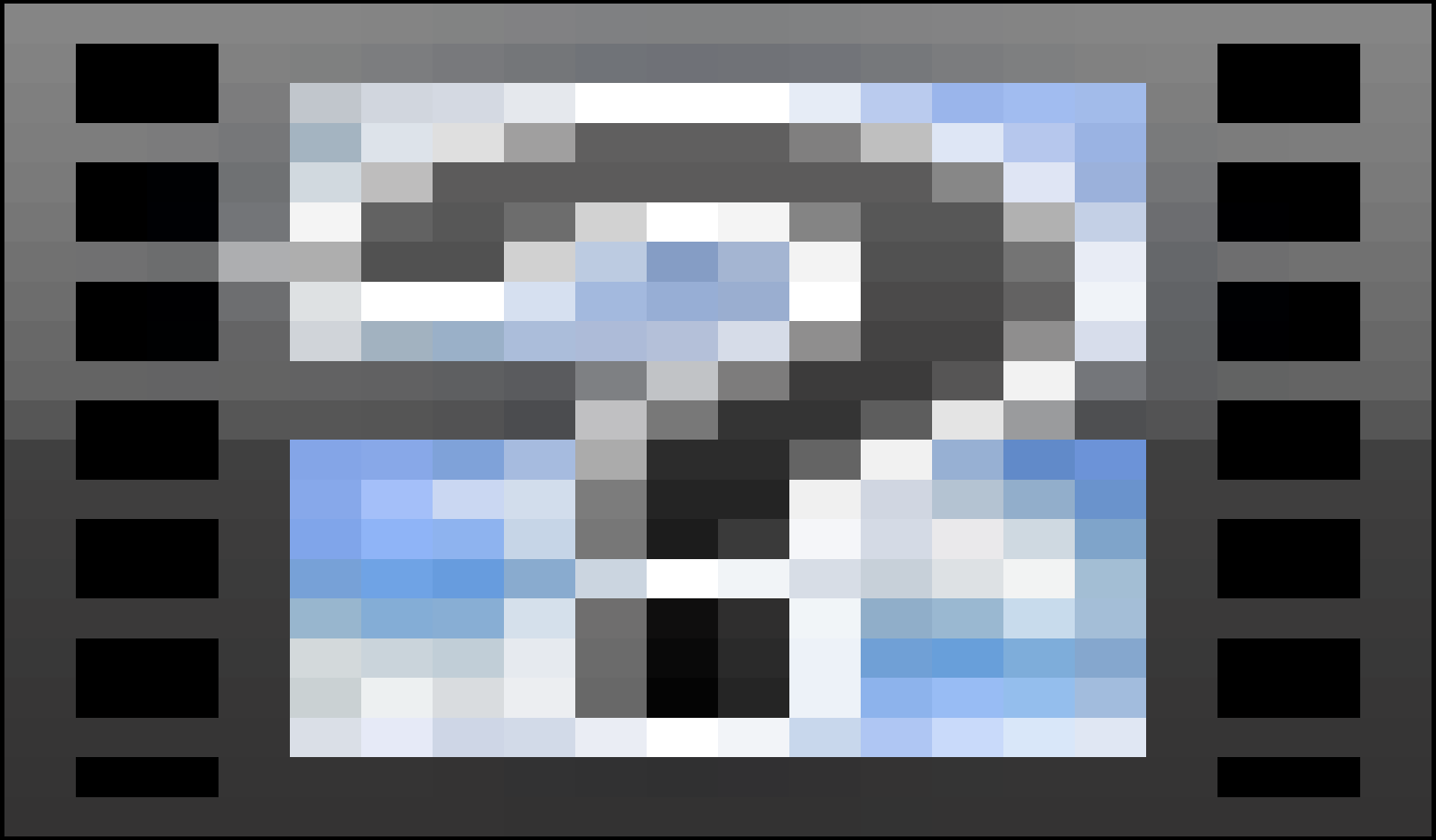
Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

4ο Συνέδριο e-business World 2015

Ανδρέας Κωνσταντινίδης
Εμπορικός Διευθυντής Yuboto Ltd



Τι είναι το eCommerce;

eCommerce είναι η (νέα) μέθοδος εμπορικών συναλλαγών μέσα από την οποία η (έως πρόσφατα) απαραίτητη και ικανή συνθήκη της προσωπικής επαφής των συναλλασσόμενων μερών, αντικαταστάθηκε από την ανταλλαγή δεδομένων (data).

Η δραστική αλλαγή...

Το eCommerce κατάφερε να αντιστρέψει όλη την φιλοσοφία του επιχειρείν αλλάζοντας την ροή του μέσα από ένα και μόνο παράγοντα...

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Σήμερα…

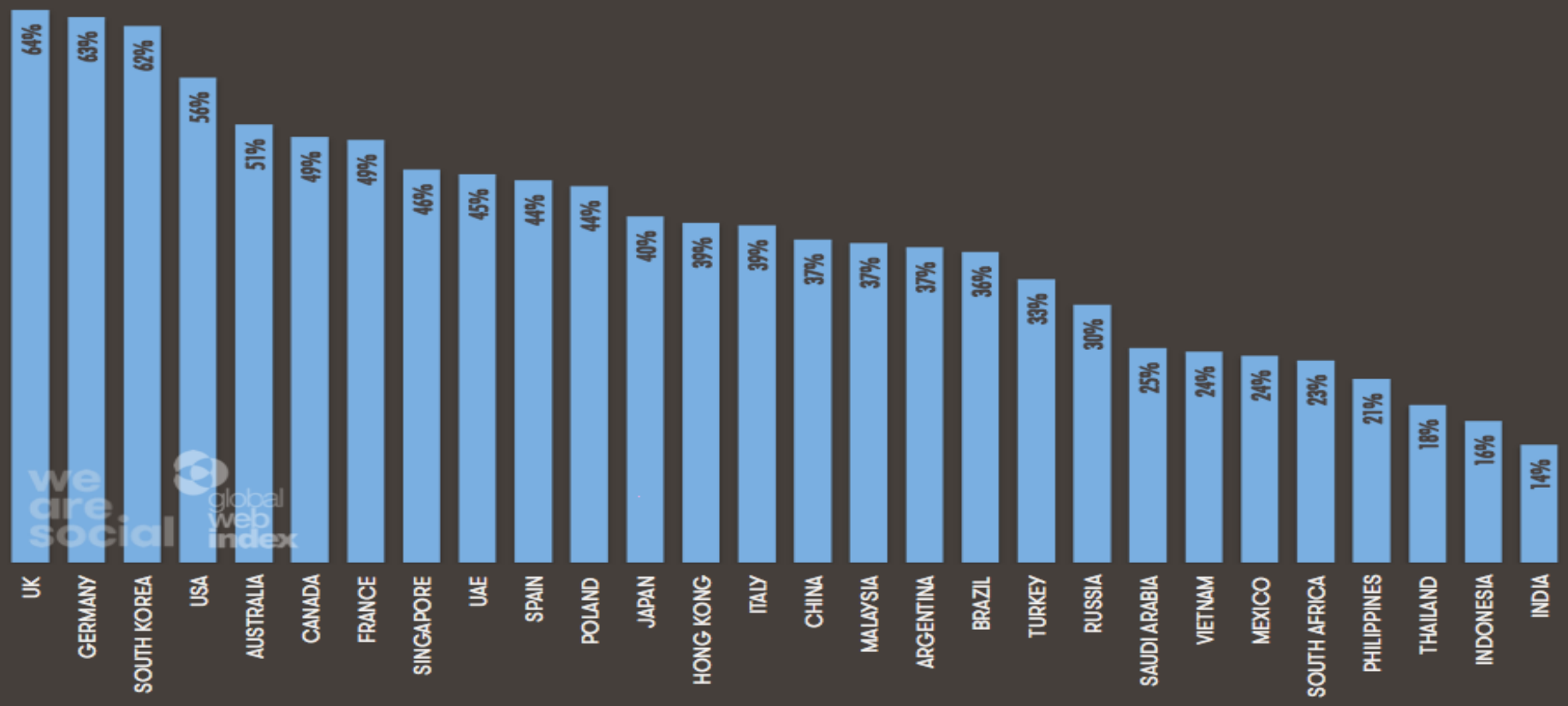
Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

JAN 2015

E-COMMERCE

PERCENTAGE OF THE NATIONAL POPULATION WHO BOUGHT SOMETHING ONLINE IN THE PAST MONTH [SURVEY-BASED]



YUSOTO

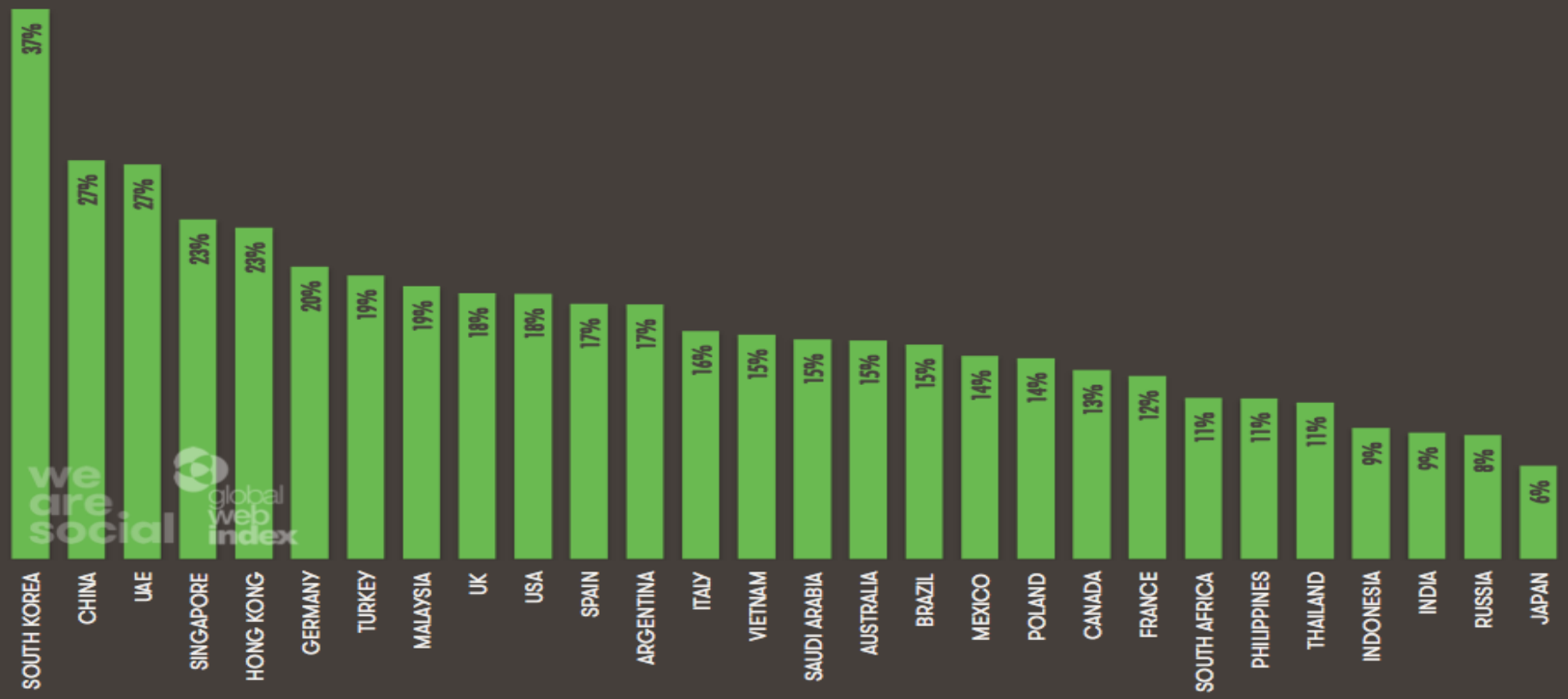
Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

JAN 2015

MOBILE COMMERCE

PERCENTAGE OF THE POPULATION WHO BOUGHT SOMETHING ONLINE VIA A PHONE IN THE PAST MONTH [SURVEY-BASED]



YUSOTO

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

eSuccess=Engagement+Analysis

eSuccess=Engagement+Analysis

- Τι σημαίνει Engagement
- Τι σημαίνει Analysis
- Βέλτιστες Πρακτικές
- Ποιοι είναι οι Δείκτες Αποτελεσματικότητας

eSuccess=Engagement+Analysis

Engagement =

Είναι η δύναμη της σχέσης που δένει τον καταναλωτή με την επιχείρηση και η οποία προκύπτει μέσα από το αέναο ενδιαφέρον, θαυμασμό, ικανοποίηση, έκπληξη, αποτελεσματικότητα, εξυπηρέτηση του καταναλωτή.

eSuccess=Engagement+Analysis

Analysis =

Είναι η αποκωδικοποίηση των στοιχείων του καταναλωτή ως προς τις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα, τις προτεραιότητες, τις συνήθειες, τις προτιμήσεις.

eSuccess=Engagement+Analysis

Case Study (#1)

Η Χρήση των Εργαλείων Προβολής στο eCommerce (mCommerce) στην ανάπτυξη Πωλήσεων

eSuccess=Engagement+Analysis

Case Study (#1) Αλυσίδα Τεχνολογίας

- Στοχευμένη Επικοινωνία mms+ στο Πελατολόγιο
- Βασικά Κριτήρια:
  Συνήθειες, Ενδιαφέροντα, Προτιμήσεις

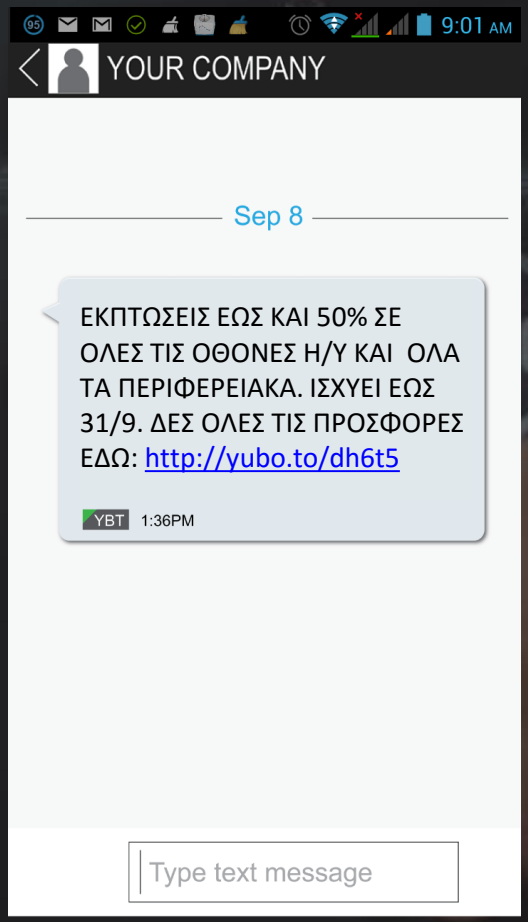
eSuccess=Engagement+Analysis

Κριτήρια:

- **Καταναλωτικές Συνήθειες**
- **Ενδιαφέροντα**
- **Προτιμήσεις**
- **(Ηλικία – Φύλο)**

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis



yuboto

eSuccess=Engagement+Analysis

Δείκτες Ενέργειας

Ο δείκτης του ROI που αφορά σε επιτυχείς mobile marketing καμπάνιες που πληρούν με συνέπεια τα προαναφερόμενα κριτήρια είναι 1 Χ 30.

eSuccess=Engagement+Analysis

Τι συμβάλλει στην επιτυχία του δείκτη:

- **Η Συνετή Περιοδικότητα**
- **Ο Χρόνος Εκτέλεσης της Ενέργειας**
- **Οι Εξασφαλίσεις της Φίρμας**
- **Το Περιεχόμενο του Μηνύματος**
- **Το Εικαστικό (η όψη)**
- **Η Εμπειρία του Χρήστη**

eSuccess=Engagement+Analysis

Case Study (#2) eShop Lingerie

Η Χρήση των Εργαλείων Προβολής στο eCommerce για πρόσκτηση νέου Πελατολογίου / Πωλήσεων / Βάσης

Στο συγκεκριμένο παράδειγμα χρησιμοποιούνται πραγματικές εικόνες από τις δράσεις της επιχείρησης, εντούτοις για λόγους δεοντολογίας το λογότυπο έχει αντικατασταθεί με avatar.

eSuccess=Engagement+Analysis

Case Study (#2) eShop Lingerie

- Στοχευμένη Επικοινωνία μέσω Η/Υ (Newsletter)
- Βασικά Κριτήρια:
  Γυναίκες 25/55

eSuccess=Engagement+Analysis

Βασικά Κριτήρια:

- **Γυναίκες 25/55**

eSuccess=Engagement+Analysis

1η Δράση

- Ανάπτυξη Πωλήσεων μέσω Newsletter

Case Study:

eSuccess = Engageme

31-Αυγ-2015

Χαρακτηριστικά Επικοινωνίας

eSuccess=Engagement+Analysis

Δείκτες Ενέργειας

Η συγκεκριμένη ενέργεια έφερε αποτελέσματα Πωλήσεων υπερδιπλάσιο από τους δύο προηγούμενους επίσης εκπτωτικούς μήνες.

eSuccess=Engagement+Analysis

Τι συμβάλλει στην επιτυχία του δείκτη:

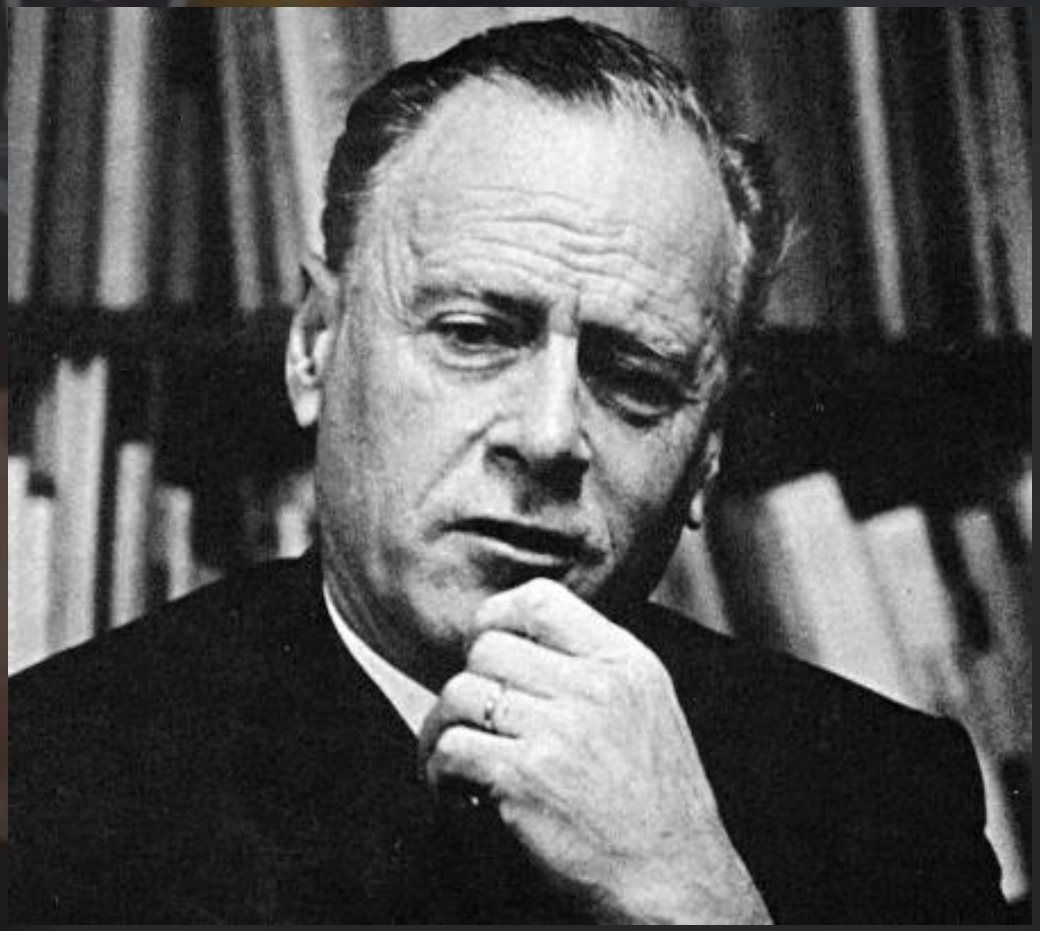
- Η Συνετή Περιοδικότητα
- Ο Χρόνος Εκτέλεσης της Ενέργειας
- Οι Εξασφαλίσεις της Φίρμας
- Το Περιεχόμενο του Μηνύματος
- Το Εικαστικό (η όψη)
- Η Εμπειρία του Χρήστη
- Το διαφορετικό packaging

Το Μέσο είναι το ΜΗΝΥΜΑ!

Marshall Mcluhan

1911-1980

Επικοινωνιολόγος



eSuccess=Engagement+Analysis

2η Δράση

- Προσέγγιση Νέων Πελατών / Βάσης μέσω Διαγωνισμών στα Social Media

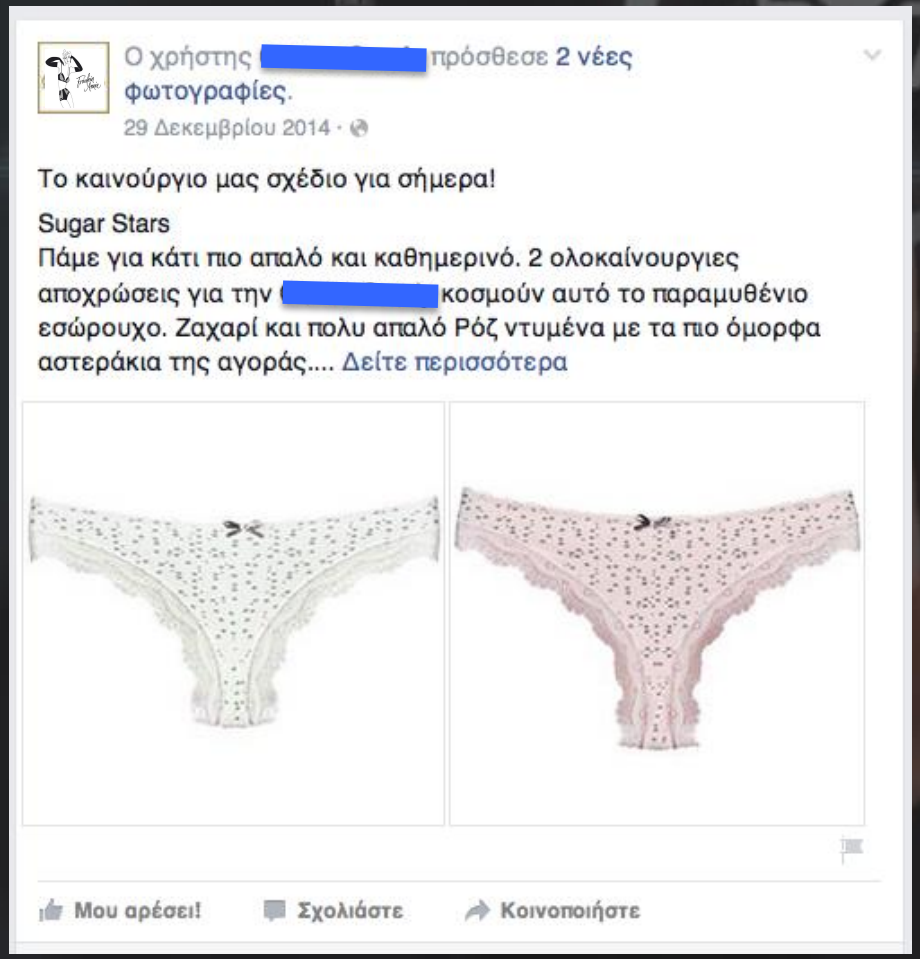
Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Έναρξη Δραστηριότητας
Νοέμβριος 2014

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis



Καθημερινή Προβολή (engagement)

Case Study:

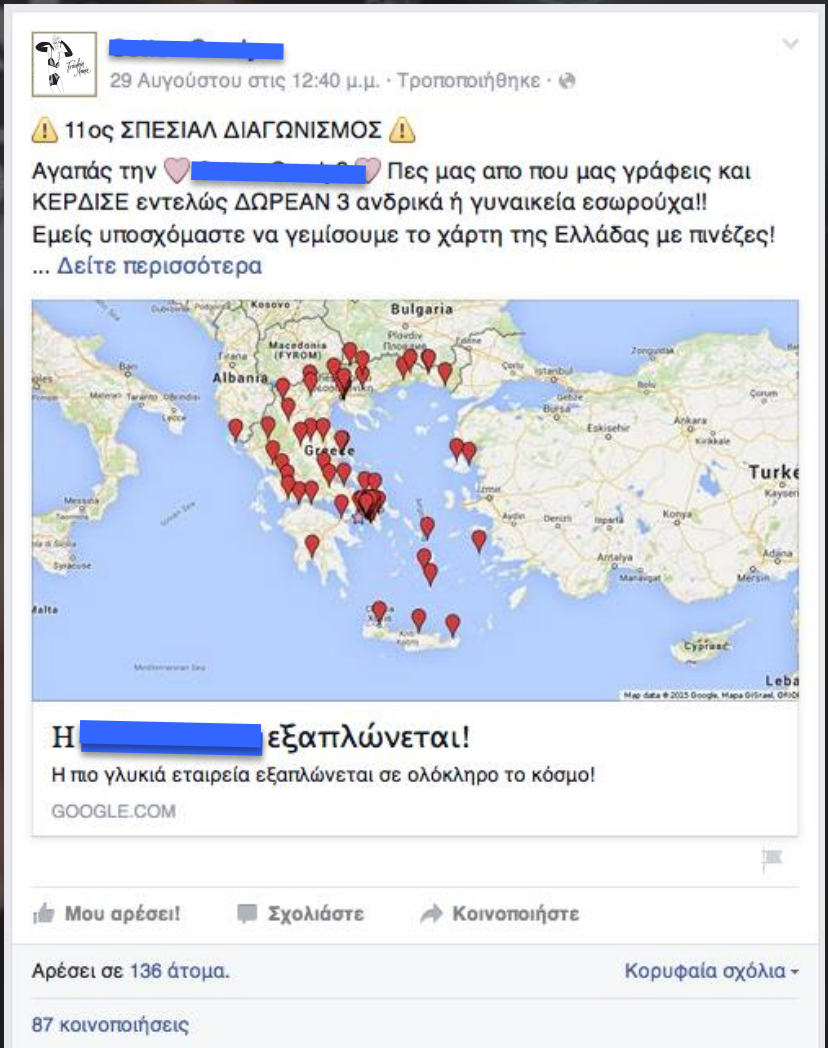
eSuccess = Engagement + Analysis

Εποχική Προβολή (engagement & sales boost)

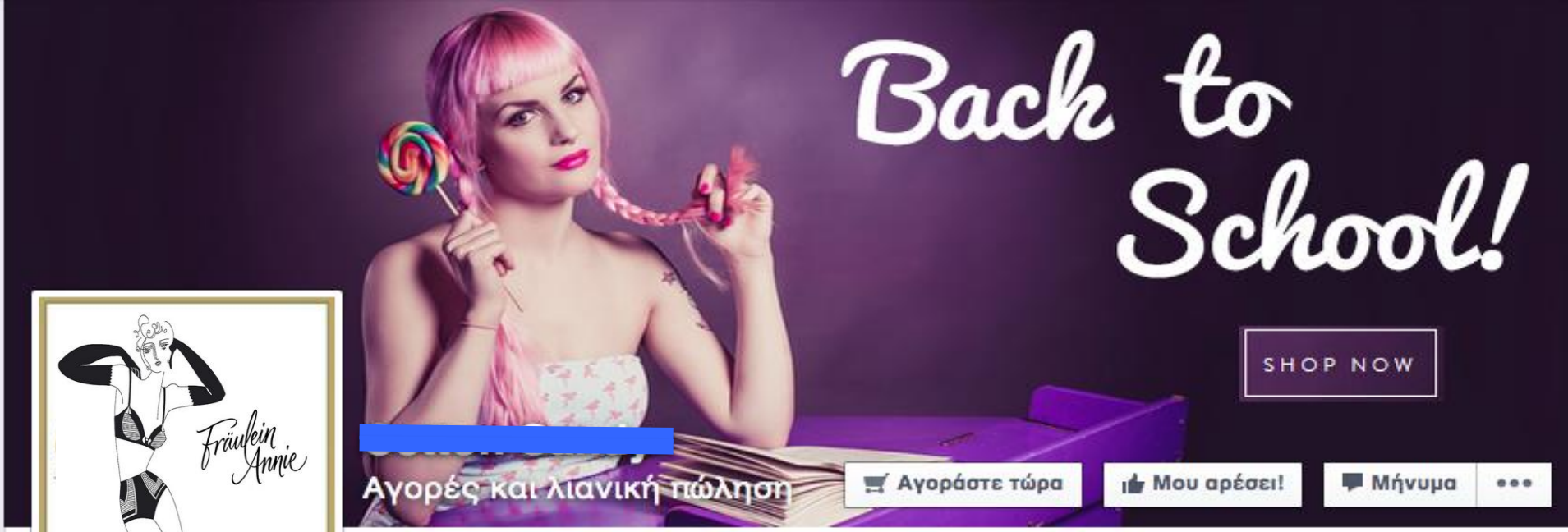
Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Ενεργοποίηση Φίλων (Followers) για ενίσχυση του brand awareness



Η Σημερινή Εικόνα



Χρονολόγιο | Πληροφορίες | Φωτογραφίες | Κριτικές | Περισσότερα

Υψηλό ποσοστό απαντήσεων σε μηνύματα

Αρέσει σε 2.256 άτομα

4 άτομα έχουν έρθει εδώ

Κλειστά τώρα · Ανοίγει αύριο (9:00 π.μ. - 8:00 μ.μ.)
Δείτε επιπλέον πληροφορίες

Προσκαλέστε φίλους να δηλώσουν ότι τους αρέσει η Σελίδα

5,0 ★ 5,0 από 5 αστέρια
Δείτε τις κριτικές

Δημοσίευση | Φωτογραφία/Βίντεο

Γράψτε κάτι...

Δημοσίευση

[redacted]
12 ώρες · Τροποποιήθηκε ·

Πίσω στα θρανία!
Η [redacted] φόρεσε τη ποδιά της και σας προσκαλεί να την επισκεφτείτε στο πλήρως ανανεωμένο ηλεκτρονικό της χώρο και να απολαύσετε τα φρέσκα μας σχέδια!
Καλή Σχολική χρονιά σε όλους τους μαθητές και μαθήτριες!
www[redacted]gr... Δείτε περισσότερα

Ένα Χρόνο Μετά

Απολογισμός ενός έτους

- ✓ 100% response rate σε απορίες πελατών
- ✓ 11 Διαγωνισμοί
- ✓ 88 Κεντρικά Εξώφυλλα & 220 covers
- ✓ 3000+ Εγγεγραμμένα μέλη
- ✓ 350.000 Newsletters
- ✓ 2.000.000+ Επισκέπτες

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

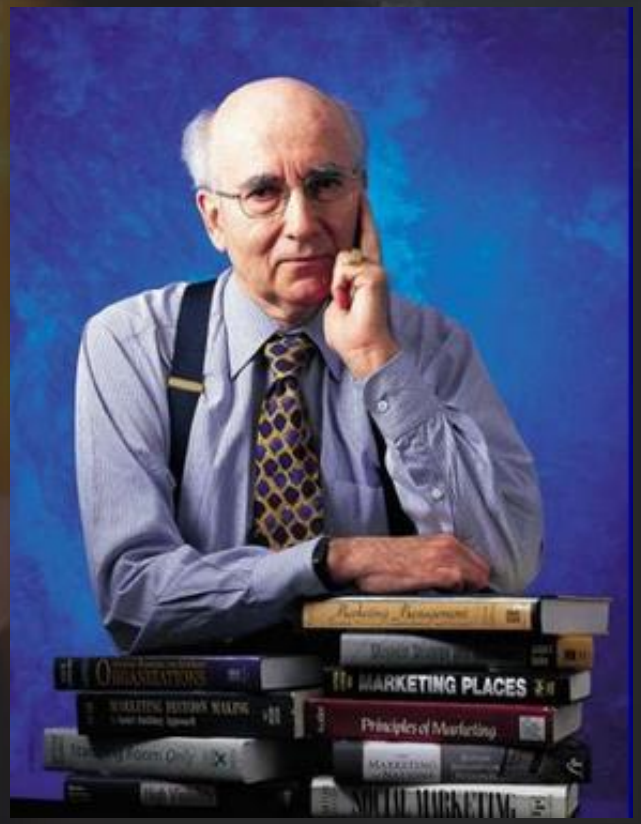
Το Marketing στην Υπηρεσία της Απόλυτης Εμπειρίας του Πελάτη

YUSOTO

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Στις μέρες μας,
δεν αρκεί μόνο
να εξυπηρετείς σωστά
τον πελάτη.

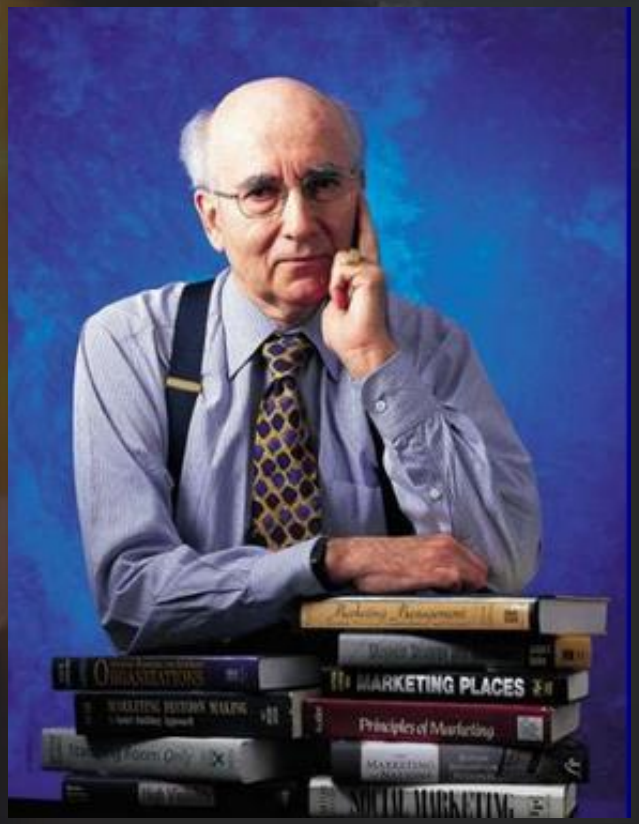


Philip Kotler, 1931-
Marketing Author/Guru

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Για να κερδίσεις τον πελάτη πρέπει να δημιουργείς συνιστώσες εξυπηρέτησης που να ξεπερνούν την προσδοκία του.



Philip Kotler, 1931-
Marketing Author/Guru

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis

Beauty Maniac - Εδώ μιλάμε για ομορφιά!: …

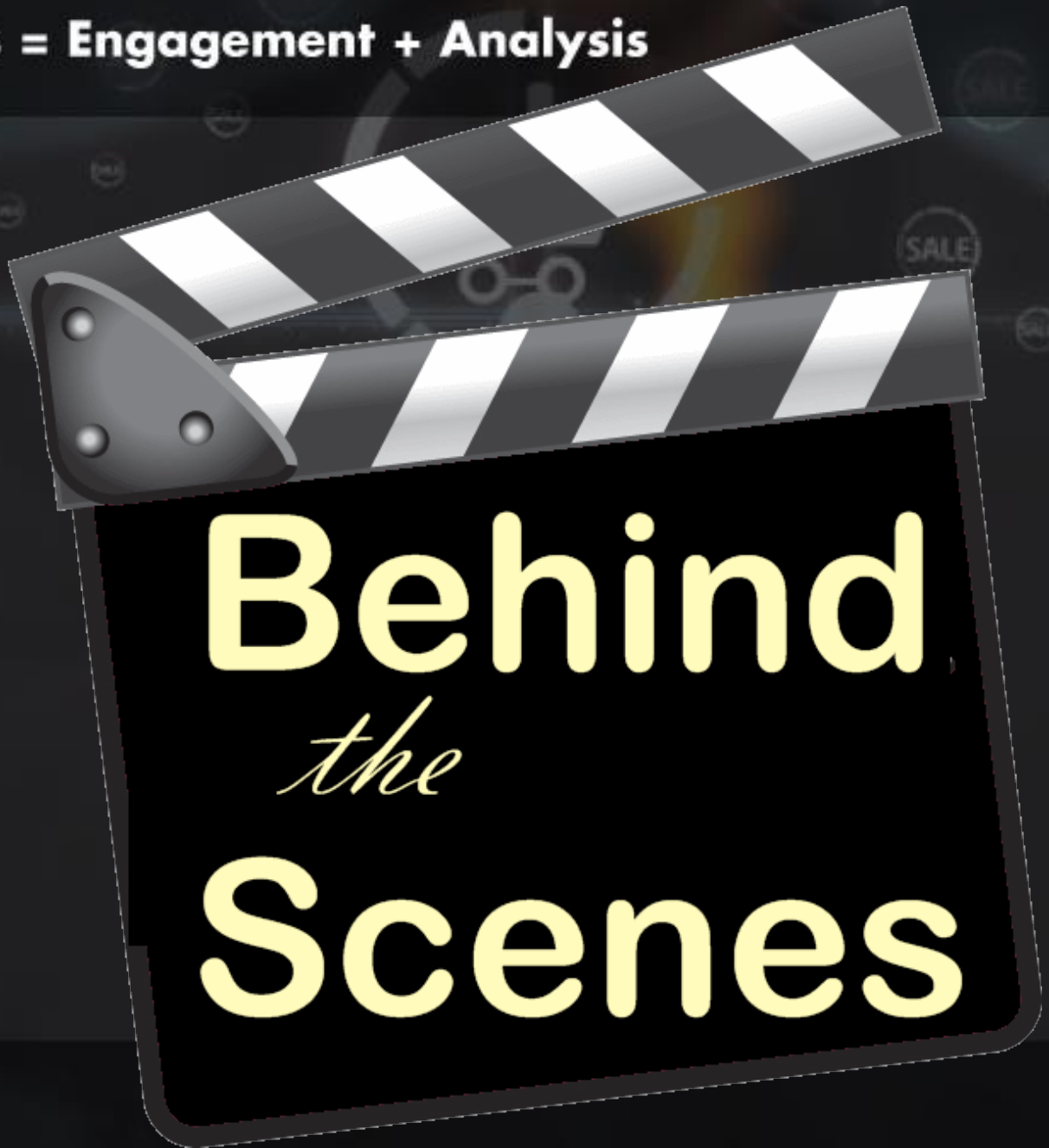
www.beautymaniac.gr - 1600 × 1097 - Αναζήτηση βάσει εικόνας

Πλέον πολλές από τις αγορές μου ρούχων και καλλυντικών γίνονται μέσω ίντερνετ, γιατί πάντα βρίσκω αυτό που θέλω συγκρίνοντας διαφορετικά προιόντα και πέφτω ...

Επίσκεψη σελίδας | Προβολή εικόνας

Case Study:

eSuccess = Engagement + Analysis



YUSOTO

Behind the Scenes

Η Αναζήτηση «“Ονομα Φίρμας” Εσώρουχα» στο Google φέρνει περισσότερα από 3.000 άρθρα (εκατοντάδες από αυτά είναι άρθρα, σχόλια και δημοσιεύματα πελατών).

Ευχαριστήριο Προγραμματισμένο SMS αποστέλλεται το απόγευμα της ημέρας παραλαβής του πακέτου καθώς και SMS εορτολογίου με προσωπικές ευχές.

Ποσοστό Επαναλαμβανόμενων Πελατών 9.1%

Κόστος marketing ενεργειών 12μήνου: <400€

Είναι πολύ σημαντικό να θυμόμαστε:

Το Μέσο είναι το Μήνυμα

Η σχέση επιχείρησης – πελάτη είναι μακροχρόνια υπόθεση που διακατέχεται από συνέπεια.

Δεν έχει καμία σημασία τι η επιχείρηση επιθυμεί να πουλήσει. Σημασία έχει τι θέλει ο ΠΕΛΑΤΗΣ να αγοράσει.

Δώστε στους πελάτες σας εξυπηρέτηση που ξεπερνά αναπάντεχα την προσδοκία του. Δημιουργήστε τους με άνευ κόστους ενέργειες μία WOW αξιομνημόνευτη εμπειρία.

Σας Ευχαριστούμε!