

**E-COMMERCE  
STARTS  
HERE**

Kids  
Constellation

AUTO MOTO  
COMET

TECHNOLOGY  
INTERFACE

FLYING  
SHOES



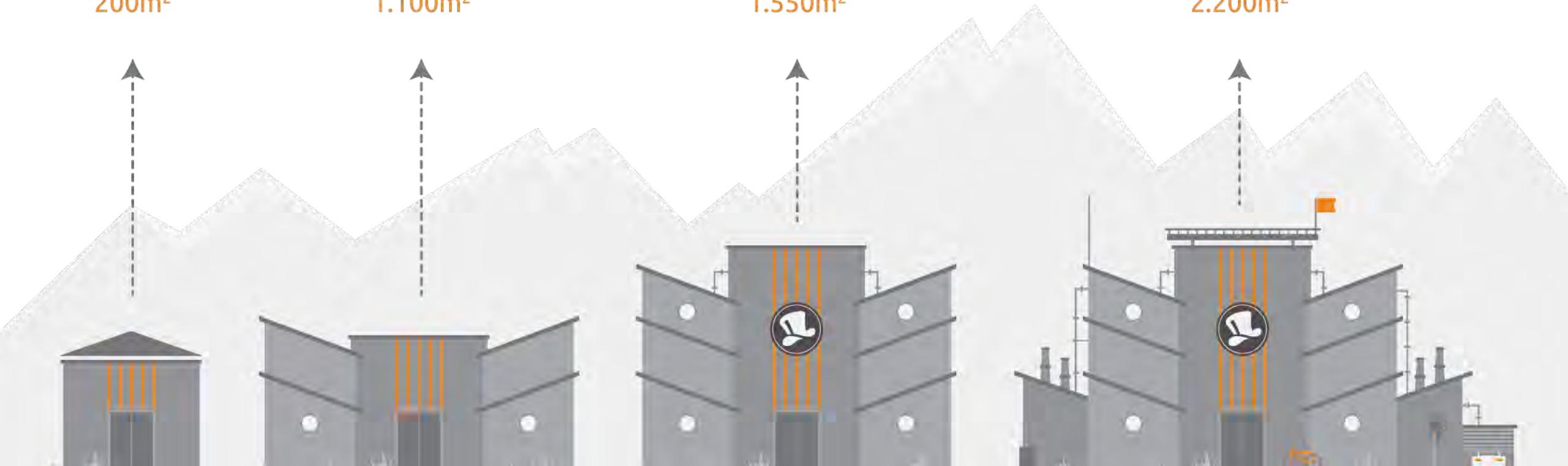
# #Skrouz “Awesome Factory”

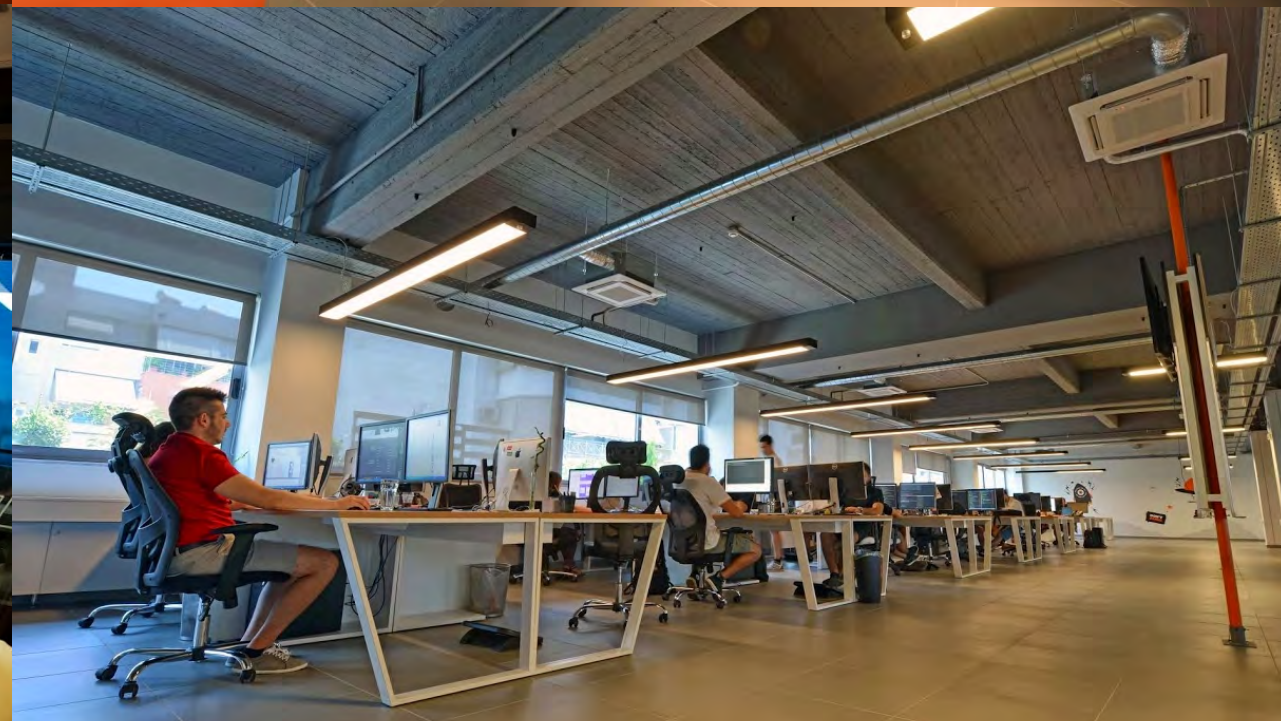
**2011**  
200m<sup>2</sup>

**2013**  
1.100m<sup>2</sup>

**2015**  
1.550m<sup>2</sup>

**2016**  
2.200m<sup>2</sup>

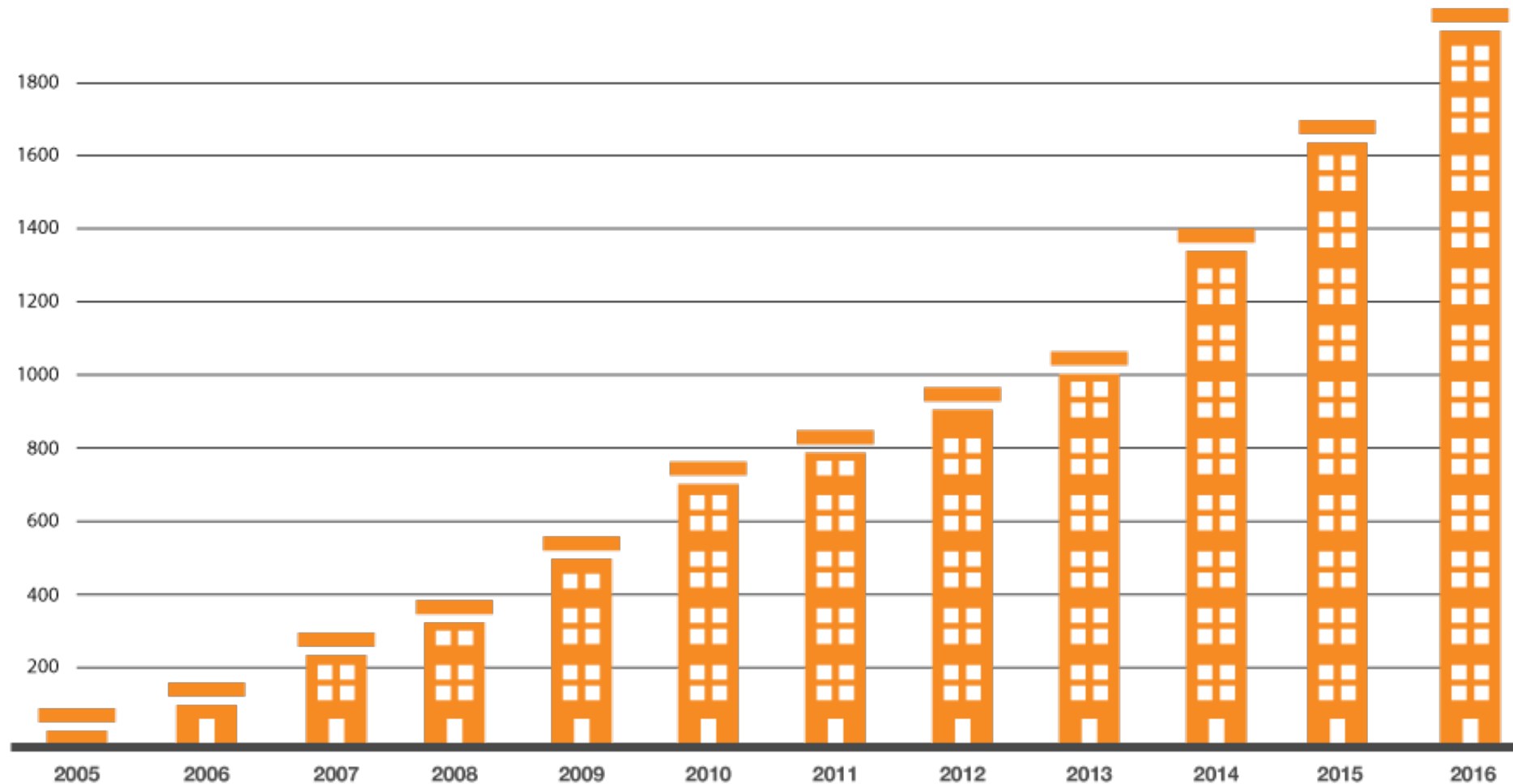




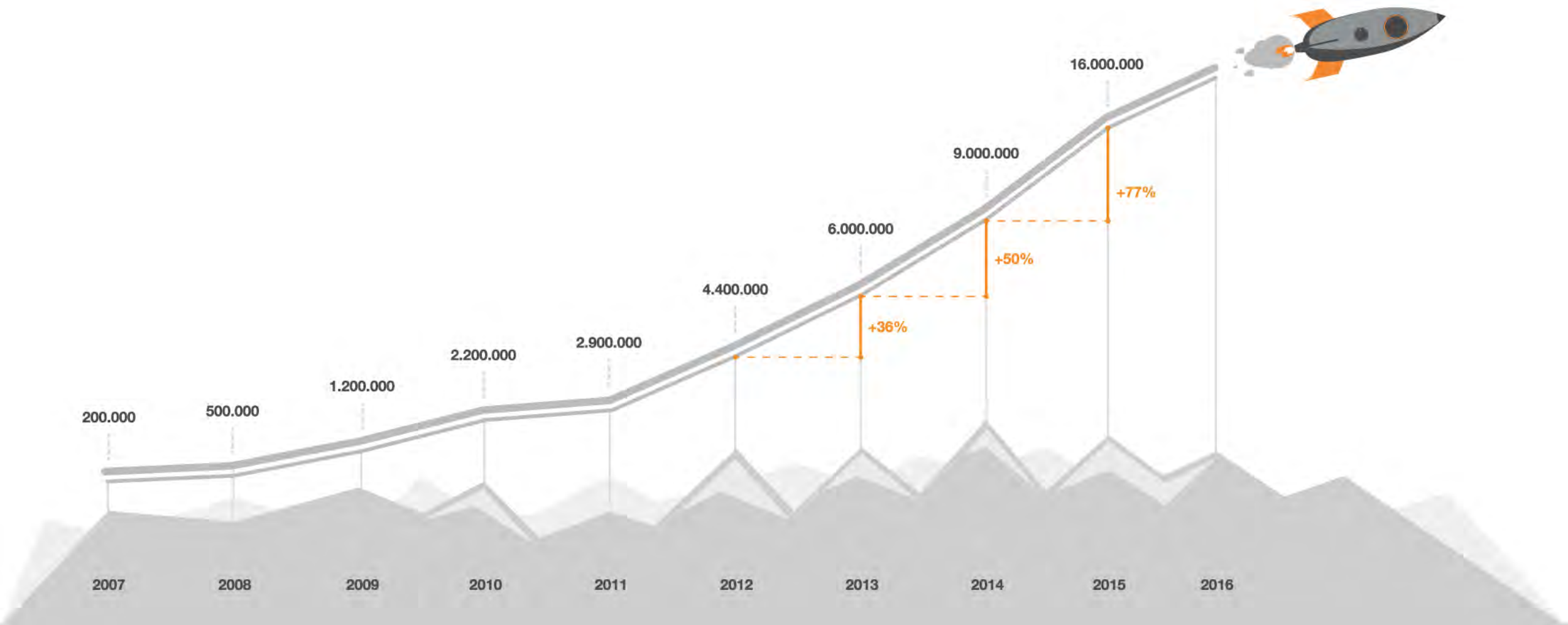
# #Η ομάδα μας



# #Εξέλιξη αριθμού καταστημάτων



# #Κίνηση ιστοσελίδας (επισκέψεις/μήνα)



## # Το Skroutz σε αριθμούς



**5.4** εκ.

Μοναδικοί  
χρήστες/μήνα



**11** εκ.

προϊόντα



**800,000**

Αναζητήσεις/  
ημέρα



**150** mil.

Προβολές  
σελίδων



#To Skroutz πηγαίνει «έξω»



2005



2013



2015

# #Επιτεύγματα εταιρείας

- Ορόσημο για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο
- Skroutz = ηλεκτρονικές αγορές
- Υψηλή θέση στο ελληνικό Web
- Ρευστότητα

**BECOMING THE #1!**



# #Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα



€6,5 εκ.

**Skroutz** ετήσιος κύκλος εργασιών



3 εκ. (32%)

Online αγοραστές



€ 1.540

Μέση ετήσια δαπάνη ανά e-shopper



18%

Τζίρος Ηλ. εμπορίου (vs 2014)

€3,8 δις κύκλος εργασιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου (2015)

Η **Ελλάδα** βρίσκεται #4 στη Νότια Ευρώπη

# #Κορυφαίες κατηγορίες



Category	Views
Κινητά Τηλέφωνα	35.479.071
Αθλητικά Παπούτσια	14.439.721
Τηλεοράσεις	4.562.874
Laptops	3.983.148
Θήκες Κινητών Τηλεφώνων	3.947.020
Tablets	3.685.203
Ανδρικά Ρολόγια	3.527.160
Γυαλιά Ηλίου	3.230.406
Γυναικείες Τσάντες	2.467.779
Αθλητικά Παιδικά Παπούτσια	2.375.292

Μάρτιος – Μάιος 2016

# #Κορυφαίες κατηγορίες



Category	Views
Ψυγεία	2.211.702
Ανδρικά Sneakers	2.104.249
Λάστιχα Αυτοκινήτων	1.963.142
Κάρτες Γραφικών	1.782.370
Ποδήλατα	1.714.234
Κουζίνες & Φούρνοι	1.708.851
Πλυντήρια Ρούχων	1.600.529
Γυναικεία Φορέματα	1.503.741
Γυναικεία Ρολόγια	1.433.685
Οθόνες	1.348.303


Μάρτιος – Μάιος 2016

# #Κορυφαίες αναζητήσεις



Μάιος 2016


862



**Τεχνολογία**

- Κινητά Τηλέφωνα
- Θήκες Κινητών Τηλεφώνων
- Tablets
- Τηλεοράσεις
- Laptops

1.391



**Σπίτι - Κήπος**

- Μεγάλες Οικιακές Συσκευές
- Μικρές Οικιακές Συσκευές
- Έπιπλα
- Κατοικίδια
- Έπιπλα Κήπου & Βεράντας

1.066




**Μόδα**

- Ανδρικά Ρολόγια
- Γυναικείες Τσάντες
- Ανδρικά Sneakers
- Γυαλιά Ηλίου
- Περισσότερα

# #Κατηγορίες καταστημάτων


1.039



**Hobby - Αθλητισμός**

- Ποδήλατα
- Όργανα Γυμναστικής
- Αθλητικά Παπούτσια
- Βιβλία
- Περισσότερα


432



**Auto - Moto**

- Κρόνη Μηχανής
- Λάσπηρα Αυτοκινήτων
- Ζάντες Αυτοκινήτων
- Ηχοσυστήματα Αυτοκινήτου
- Οθόνες Αυτοκινήτου


712



**Παιδικά - Βρεφικά**

- Αθλητικά Παιδικά Παπούτσια
- Παιδικά Πεδύλα
- Παιδικά Καροτσάκια
- Βρεφικές Τροφές
- Παιδικά Ρουχα

451



**Υγεία - Ομορφιά**

- Κρέμες
- Make Up & Πούδρες
- Ειδικά Συμπληρώματα
- Συμπληρώματα Διατροφής
- Γυναικεία Αρώματα



# Survival Kit

## 6+1

### Dos & Don'ts



# #1. Κάντε το e-shop σας “ορατό”

“ Είχα δει κάποια προϊόντα και θέλω να κάνω παραγγελία. Αλλά δε θυμάμαι το όνομα του καταστήματος. Μπορείτε να βοηθήσετε; Ήταν κάτι σαν [www.kostasparadopouloskinita.gr](http://www.kostasparadopouloskinita.gr) ”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“ Πώς λέγεται εκείνο το κατάστημα που πουλάει είδη σπιτιού και είχε ένα deco στον τίτλο; ”

# #1. Κάντε το e-shop σας “ορατό”

- Απλό και εύκολο domain name
- Μικρά και επεξηγηματικά URLs
- Τεχνικές Search Engine Marketing
- Παρουσία σε μηχανές αναζήτησης



#1

Κάντε το site ορατό σε όλους (... φυσικά και στην Google)



## #2. Μια μοναδική πρώτη εμπειρία αγοράς

“ Βρήκα το προϊόν xx σε κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα, αλλά πριν προχωρήσω θα ήθελα να ρωτήσω αν πρόκειται για αξιόπιστη εταιρεία...”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“ Εγγύηση έχουν τα προϊόντα; Δεν γράφει κάτι στο site τους.”

“ Θέλω να αγοράσω ένα μπουφάν. Αν δεν μου κάνει τι γίνεται; Μπορώ να το επιστρέψω; ”

## #2. Μια μοναδική πρώτη εμπειρία αγοράς

- Ενδιαφέρουσα και πρωτότυπη σελίδα καλωσορίσματος
- Αναλυτική περιγραφή πολιτικής απορρήτου και όρων χρήσης
- Δυνατότητα αξιολόγησης στους καταναλωτές
- Μελέτη και παρακολούθηση των σελίδων που «εγκαταλείπουν» οι πελάτες.



#2

Δώστε προσοχή στην  
«πρώτη εντύπωση»

## #3. Βοηθήστε τους πελάτες να βρουν αυτό που ψάχνουν

“ Ψάχνω να βρω ένα καλώδιο για την τηλεόρασή μου και με αναζήτηση HDMI δεν μου βγάζει τίποτα! ”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“ Δεν μπορώ να καταλάβω σε ποια κατηγορία θα βρω τα θήκη για το κινητό μου τηλέφωνο. Θα έπρεπε να' ναι μαζί με τα κινητά τηλέφωνα... ”

“ Βουίζει διαρκώς το τηλέφωνό σας! Δεν βρίσκω άλλο τρόπο να μιλήσω μαζί σας! ”

## #3. Βοηθήστε τους πελάτες να βρουν αυτό που ψάχνουν

- Εύκολη πλοήγηση
- «Λογική» δομή στις κατηγορίες προϊόντων
- Πεδίο Search που δουλεύει σωστά
- Μελέτη της συμπεριφοράς των επισκεπτών μέσα στο site
- Τεχνικές Up sell & cross sell
- Έμφαση στην άριστη εξυπηρέτηση Πελατών



#3

Βοηθήστε τους  
πελάτες να βρουν  
αυτό που ψάχνουν



## #4. Δώστε έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων

“ Δεν βρισκω πουθενά πόσα Watt πρέπει να επιλέξω ανάλογα με τα τετραγωνικά του δωματίου!”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“ Δεν έχει καμιά περιγραφή ή τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που με ενδιέφερε...”

“ Λέτε ότι υπάρχει και σε άλλα χρώματα, αλλά πώς θα τα δω; Μπορείτε να μου στείλετε μια φωτογραφία;”

## #4. Δώστε έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων

- Πρωτογενές περιεχόμενο και αναλυτικές περιγραφές
- Κάθε προϊόν πρέπει να αποτελεί μια ξεχωριστή ιστορία
- Συχνές ερωτήσεις και απαντήσεις
- Ακρίβεια στις πληροφορίες για τιμές και αποθέματα



## #4. Δώστε έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων

- Μεγάλες, καθαρές, «ελκυστικές» φωτογραφίες
- Αρκετές διαφορετικές πλευρές του προϊόντος
- Όλα τα διαθέσιμα χρώματα
- Video παρουσίαση όπου είναι εφικτό
- Blog για την καλύτερη και αναλυτικότερη παρουσίαση των προϊόντων



#4

Παρουσιάστε τα  
προϊόντα έτσι όπως  
τους αξίζει



## #5. Μην επιτρέψετε να “εγκαταλείψουν” το site σας

“ Το έβαλα στο καλάθι αλλά δεν μπορώ να δω που πληρώνω...”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“ Γιατί να βάλω τόσα στοιχεία (ακόμα και επάγγελμα) για να πάρω μια κάμερα; Σιγά μη δώσω ΑΦΜ, εφορία είναι; ”

“ Δεν δίνεται η δυνατότητα αγοράς με πιστωτική κάρτα χωρίς παρουσία στο κατάστημα!!! Είναι δυνατόν;;; ”

## #5. Μην επιτρέψετε να “εγκαταλείψουν” το site σας

- Έμφαση στις χρεώσεις. Τίποτα δεν πρέπει να είναι «κρυφό»
- Αρκετές εναλλακτικές μεθόδους αποστολής και δελεαστικά κόστη μεταφορικών
- Όλες οι δυνατές μέθοδοι πληρωμής
  - Οι πληρωμές μέσω κάρτας δεν είναι προαιρετικός τρόπος πληρωμής, είναι must στις online αγορές!
  - Προσφέρετε δυνατότητα πληρωμής με δόσεις



Παραγγελίες\* με κάρτα  
20% (€200 - €400 cart)  
30% (€400+ cart)

*\*Μετά τα capital control*

## #5. Μην επιτρέψετε να “εγκαταλείψουν” το site σας

- Λίγα clicks για την ολοκλήρωση = **Checkout**
- Γρήγορη, εύκολη και ξεκάθαρη σελίδα **checkout**
- Σελίδες που δημιουργούν «ανασφάλεια» στους καταναλωτές και βελτίωσή τους.
- Εναλλακτικά κανάλια επικοινωνίας, π.χ. online chat

 **skroutz**  
*Tips*

**#5**

Μειώστε το ποσοστό των  
καταναλωτών που  
εγκαταλείπουν το site πριν  
την αγορά!



## #6. Μετατρέψτε τους επισκέπτες σε πιστούς πελάτες

“Έχω παραγγείλει τόσες φορές από εσάς και ποτέ δεν έχω πάρει κάποια έκπτωση!”

Τι λένε οι επισκέπτες:

“Αφού κάνω συνέχεια παραγγελία 30 ευρώ, χαμηλώστε λίγο το όριο για δωρεάν μεταφορικά. Είναι πολλά τα 50 για κάθε φορά.”

“Υπάρχει τρόπος να με ενημερώνετε για προϊόντα που θέλω από εσάς, αλλά δεν τα έχετε διαθέσιμα;”

## #6. Μετατρέψτε τους επισκέπτες σε πιστούς πελάτες

- Η πρώτη παραγγελία θα πρέπει να είναι απολύτως σωστή.
- Προωθητικές ενέργειες, κίνητρα μέσω e-mail
- Πρόγραμμα πιστότητας για τους πελάτες
- Feedback μετά την ολοκλήρωση της αγοράς

  
*Tips*

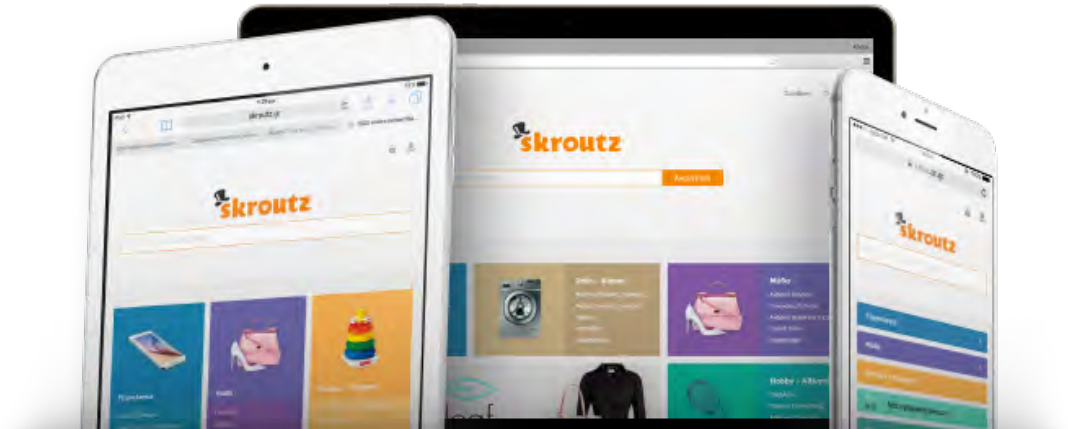
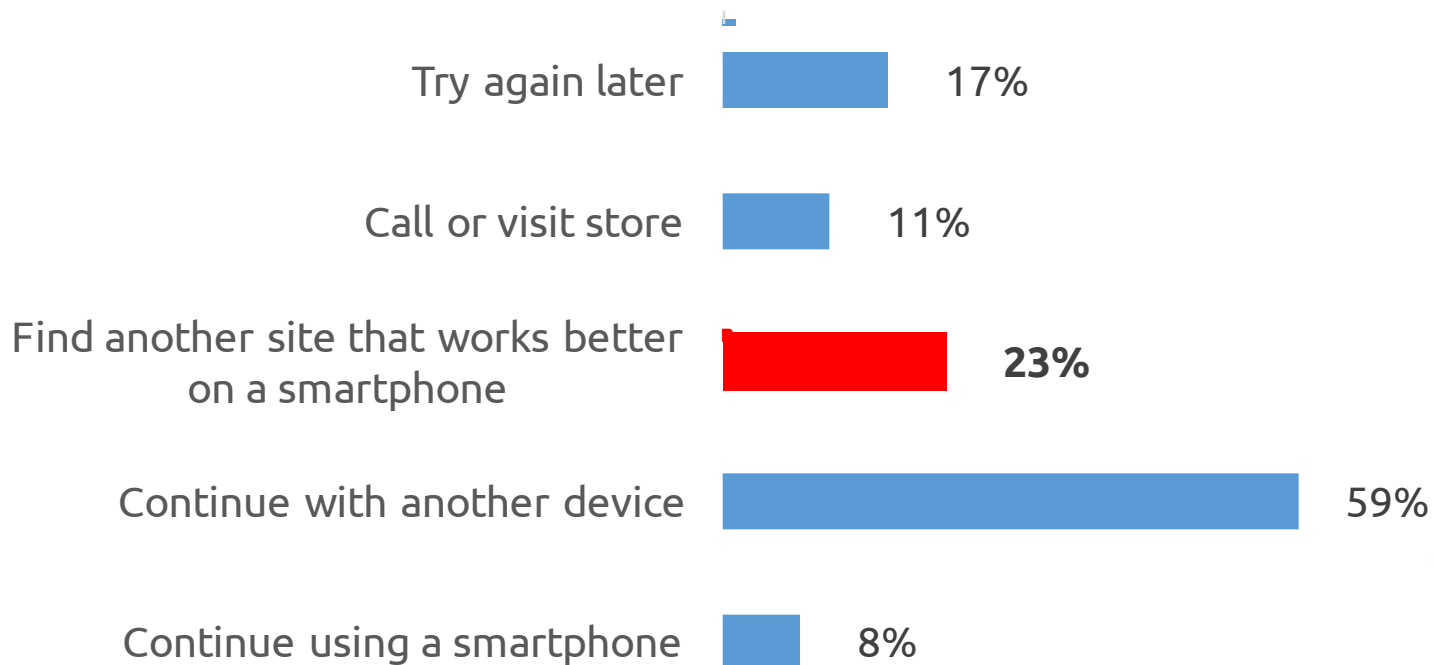
#6

Δημιουργήστε τις  
προϋποθέσεις για  
επαναλαμβανόμενες αγορές

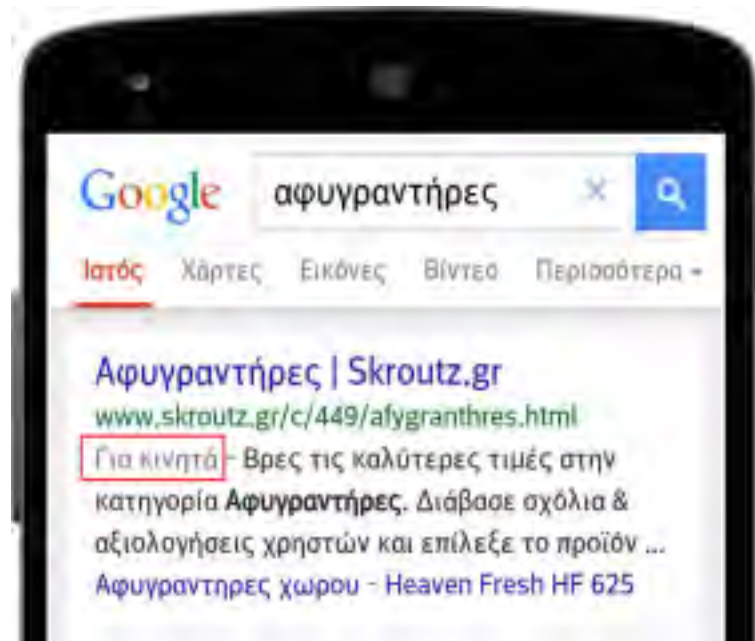


# #6+1. Mobile usability

Τι κάνουν συνήθως οι καταναλωτές όταν αντιμετωπίζουν πρόβλημα σε ένα site που βλέπουν μέσω smartphone ?



# #6+1. Mobile usability





# #6+1. Mobile usability

- Χρησιμοποιήστε **Responsive design**
- Σχεδιάστε τη σελίδα checkout ώστε να εμφανίζεται κανονικά σε μικρές οθόνες
- Δημιουργήστε μια εφαρμογή για smartphones
- Αποφύγετε τη χρήση τεχνολογιών που δεν ανταποκρίνονται σωστά σε **mobile περιβάλλον** (π.χ. Flash elements)

 **skroutz**  
*Tips*

**#6+1**

**Go mobile!**





**Ακούστε τους πελάτες**



**Δείξτε ειλικρίνεια**



**Έχετε υπομονή**



REALLY TRULY HAPPY

Ευχαριστούμε!



Χρήστος Χιώνης / [chionis@skroutz.gr](mailto:chionis@skroutz.gr)

Δημήτρης Χαζάπης / [d.chazapis@skroutz.gr](mailto:d.chazapis@skroutz.gr)