



# Από το **Product Manufacturing** στο **Experience-Driven Growth**

---

Πώς το **MyWindows** έγινε core touchpoint στο  
customer journey

Presentation by  
**Theodoros Sideridis**



### ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ

Επένδυση στην ποιότητα, στην καινοτομία και στην τεχνολογία.

### 01

#### Η ΑΛΛΑΓΗ

Με την αύξηση της χρήσης του internet. Η έρευνα ξεκινούσε όλο και περισσότερο ψηφιακά.

### 02

#### ΤΟ 2014

Ιδιώτες ζητούν προσφορά για το σπίτι τους – απευθείας από εμάς.

### 03

#### Η ΚΛΙΜΑΚΩΣΗ

Από μεμονωμένα αιτήματα σε χιλιάδες.

Η ζήτηση υπήρχε.  
Το ερώτημα ήταν: Είμαστε έτοιμοι να τη μετατρέψουμε σε αξία;

### ΠΡΟΒΛΗΜΑ

#### Χιλιάδες Αιτήματα για Τιμές

- Από ιδιοκτήτες ακινήτων
- Χωρίς δομημένο μηχανισμό εξυπηρέτησης
- Χωρίς σαφής διαδικασία σύνδεσης με το δίκτυο
- Χωρίς καθοδήγηση στη λήψη απόφασης



### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

#### Οργανωμένη Διαχείριση

- Καθοδήγηση τελικού πελάτη
- Σεβασμός στο επιχειρησιακό μοντέλο
- Ομαλή σύνδεση με το δίκτυο κατασκευαστών
- Ωρίμανση ζήτησης πριν την απόφαση

# ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΔΕΝ ΗΤΑΝ Η ΖΗΤΗΣΗ

Ήταν η έλλειψη καθοδήγησης πριν την απόφαση



## ΤΙ ΒΛΕΠΕΙ

### ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

- Διαφορετικές προτάσεις χωρίς κοινή βάση σύγκρισης
- Διαφορετικές απαντήσεις σε κάθε επαφή με κατασκευαστή
- Δεν γνωρίζει τι επηρεάζει την επιλογή κουφωμάτων
- Δεν γνωρίζει αν συγκρίνει σωστά



## ΤΙ ΝΙΩΘΕΙ

ΣΥΓΧΥΣΗ ΚΑΙ ΔΥΣΠΙΣΤΙΑ ΠΡΙΝ ΚΑΝ ΠΑΡΕΙ ΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΟΤΙ ΘΑ ΠΡΟΧΩΡΗΣΕΙ ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ

## ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

### ΑΝΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

- Δυσπιστία προς επαγγελματίες
- Αναβολή της απόφασης
- Επιλογή με βασικό κριτήριο την τιμή

## Η Πραγματικότητα του Τελικού Πελάτη

Μια σύνθετη, αγχωτική απόφαση

# Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

Να αποκτήσει η εμπειρία δομή και καθοδήγηση από την αρχή

Αναλάβαμε την  
Ευθύνη της  
Εμπειρίας

**Alumil** BLOG

**Alumil**  
my windows

**SHOWROOMS**

01

**ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ**

Συστηματική Καθοδήγηση

02

**ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΚΤΥΟ**

Πολύ πιο έτοιμα αιτήματα

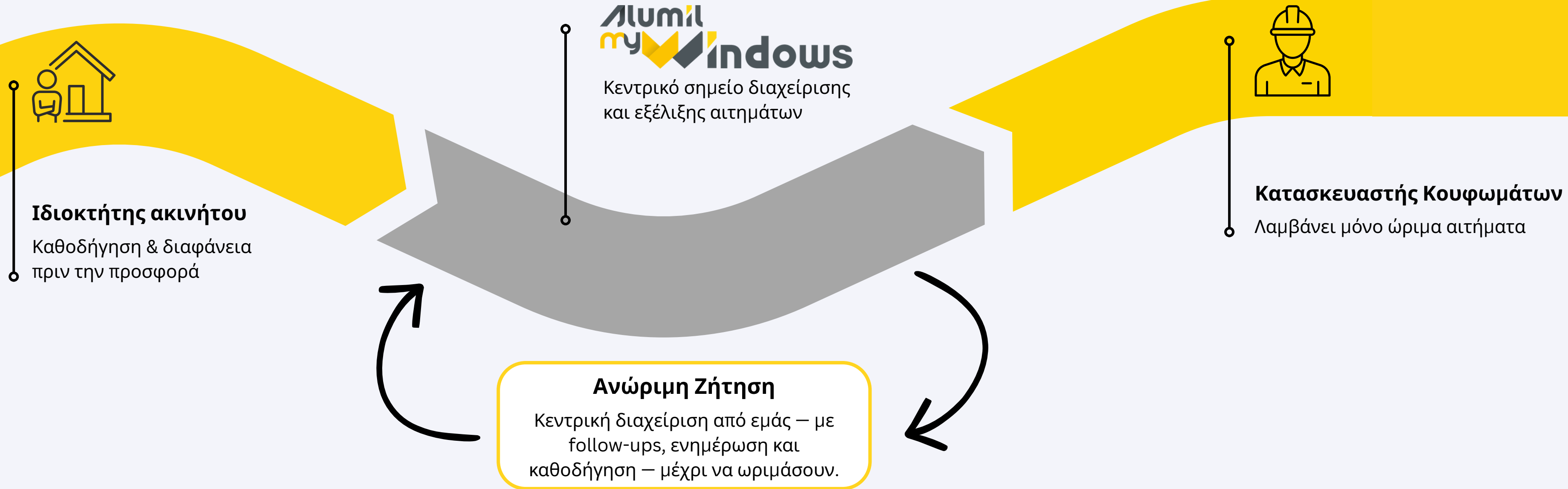
03

**ΓΙΑ ΤΗΝ ALUMIL**

ιδιοκτήτης της εμπειρίας πριν την πώληση

# Το MyWindows ως core touchpoint

Οργάνωση της ζήτησης και ενεργή διαχείριση των αιτημάτων



Η ωριμότητα καθόριζε πότε ένα αίτημα γινόταν sales-ready.

## Omnichannel

Η εμπειρία παραμένει ενεργή

## Κατασκευαστής

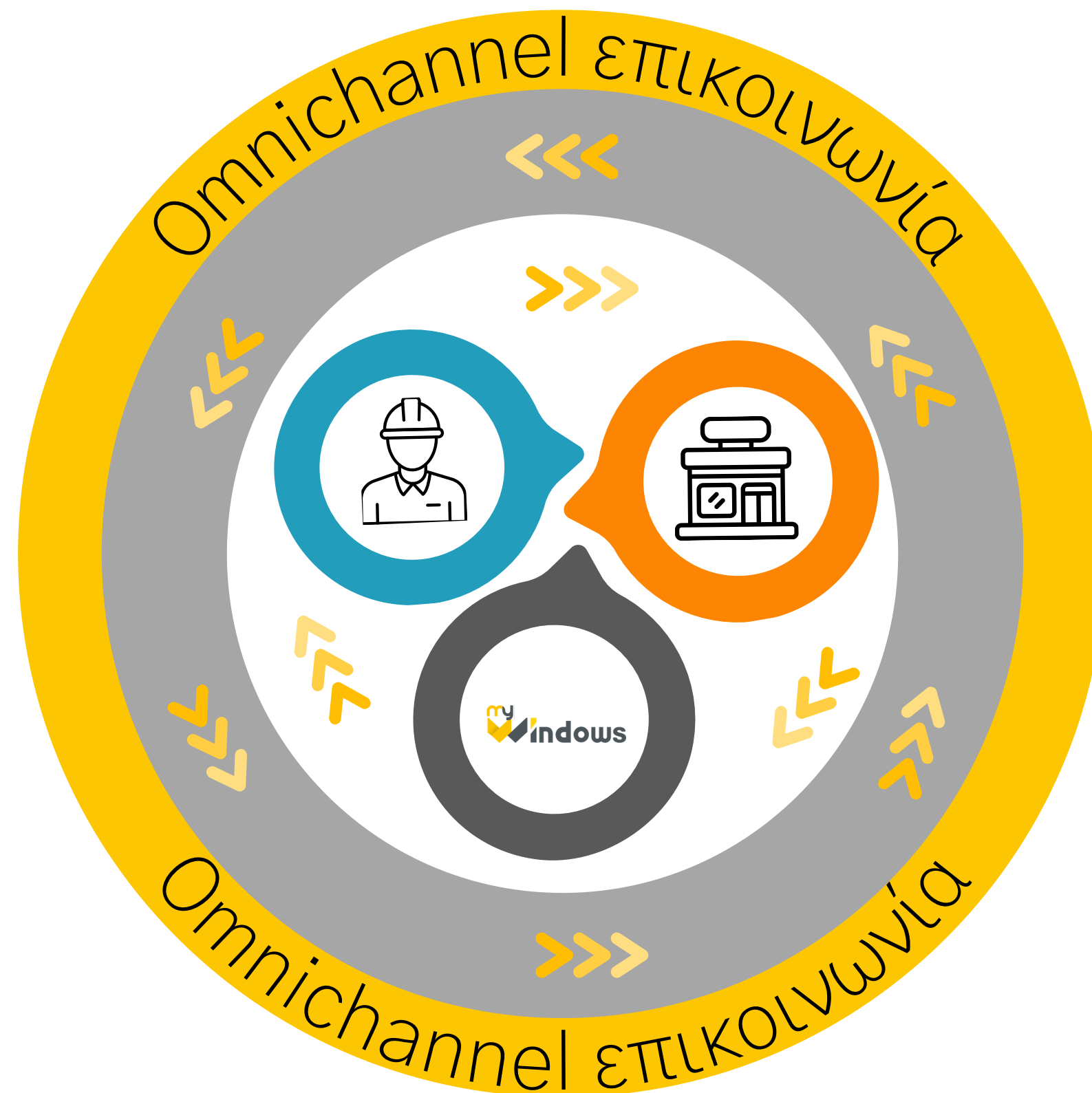
Εμπλοκή όταν υπάρχει ώριμο αίτημα

## Showroom

Η εμπειρία μπορεί να ξεκινήσει φυσικά

## MyWindows

Η διαχείριση συνεχίζεται ή υποστηρίζεται ψηφιακά



# Η δύναμη της δομής

Πώς η καθοδήγηση άλλαξε την εμπειρία και το αποτέλεσμα

## Interest

**29.000**

Αιτήματα ενδιαφέροντος

## Quality of Demand

**52%**

Φτάνουν στο δίκτυό μας ως ώριμη πρόθεση

## Network Impact

**1 στα 3**

Αιτήματα οδηγούνται σε έργο

**«Όταν ο άνθρωπος καταλαβαίνει τι χρειάζεται,  
δεν χρειάζεται να τον πείσεις.»**

### Πλαίσιο προβλήματος

- Η ζήτηση υπήρχε.
- Το πρόβλημα ήταν ότι ο πελάτης ζητούσε προσφορά χωρίς καθοδήγηση
- Ο κατασκευαστής για να ασχοληθεί ήθελε sales ready αιτήματα

### Η ωριμότητα δεν προϋπάρχει

- Δεν είναι χαρακτηριστικό του πελάτη.
- Δημιουργείται – ή χάνεται – από την εμπειρία που του προσφέρεις

### Το leverage ήταν πριν την προσφορά

- Όχι στο flow.
- Όχι στο εργαλείο.
- Αλλά στο πότε και πώς βοηθάς τον πελάτη να καταλάβει τι χρειάζεται.

### 01

#### Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΞΕΚΙΝΑ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Ξεκινά τη στιγμή που ο άνθρωπος συνειδητοποιεί ότι έχει μια ανάγκη – αλλά δεν είναι ακόμη σίγουρος τι ακριβώς χρειάζεται.

- Χαρτογραφήστε το journey
- Ορίστε τις βασικές personas.
- Εντοπίστε τι μπερδεύει ή αποθαρρύνει τον πελάτη.
- Δημιουργήστε περιεχόμενο που απαντά σε αυτά τα σημεία.

### 02

#### Η ΔΟΜΗ ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΙ ΤΗΝ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΡΟΘΕΣΗ

Η ωριμότητα δεν είναι χαρακτηριστικό του πελάτη. Δημιουργείται από το πλαίσιο που του δίνεις.

- Δώστε συγκρίσιμη πληροφορία
- Ορίστε κοινή λογική παρουσίασης

### 03

#### Η ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ LEVERAGE

Δεν είναι το εργαλείο.  
Δεν είναι το flow.  
Είναι το timing και η σαφήνεια.

- Ξεκινήστε από τα κριτήρια επιλογής.
- Ορίστε εσείς τι είναι “σωστή σύγκριση”.
- Αυτοματοποιήστε τη βασική εκπαίδευση.

### 04

#### PHYGITAL ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΚΑΝΑΛΙΑ

«Σημαίνει μια εμπειρία που δεν σπάει – απλώς αλλάζει μορφή.»

- Διασφαλίστε ότι η πληροφορία ακολουθεί τον πελάτη.
- Μην τον αναγκάζετε να ξαναλέει την ιστορία του.
- Συνδέστε digital & φυσικό με κοινά δεδομένα



**Thank  
You**