



RÉMODÉ

## Εφαρμογή Αγοραπωλησίας Μεταχειρισμένων Ρούχων

Τεχνολογική Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα 2022/2023



Αναστασία Βατζέλη - 3200015  
Αλβιόνα Μάντσο - 3200098  
Χρήστος Πατρινόπουλος - 3200150  
Γεωργία Πέτσα - 3200155  
Παναγιώτης Τριανταφυλλίδης - 3200199  
Διονύσιος Ρηγάτος - 3200262

## Μέρος 1

### “Περιγραφή Επιχειρηματικής Ιδέας „

Ποια η ανάγκη που καλύπτεται;

Ποιο πρόβλημα αντιμετωπίζεται;

Η άσκοπη σπατάλη χρημάτων σε καινούρια ρούχα και αξεσουάρ που εν τέλει παραμερίζονται μένοντας άθικτα σε μια ντουλάπα ακούγεται εξωφρενική αν σκεφτεί κανείς ότι για παράδειγμα μια απλή μπλούζα χρειάζεται 2.000 λίτρα νερού για να παραχθεί (!). Όταν το κόστος κατασκευής των ρούχων είναι τόσο υψηλό (οικονομικά και περιβαλλοντικά) φαίνεται απαράδεκτο να έχουμε ρούχα «μιας χρήσης». Ιδίως ενώ το ετήσιο περιβαλλοντικό κόστος αποτιμάται σε 500 δις (USD), για ρούχα που κατασκευάζονται για να φορεθούν ελάχιστα και που συνήθως δεν ανακυκλώνονται. [\[1\]](#)

Η υιοθέτηση της αγοράς second hand clothing μπορεί να μετριάσει σημαντικά προβλήματα, από την υπερκατανάλωση και τη «γρήγορη μόδα» (fast fashion) μέχρι οικολογικά ζητήματα προωθώντας μια κουλτούρα συνειδητής κατανάλωσης και μια βιώσιμη βιομηχανία μόδας.

Ερχόμενοι στο δικό μας προϊόν, προτείνουμε μια εφαρμογή για την αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ειδών ρουχισμού μεταξύ χρηστών που θα λειτουργούν ως πωλητές ή/και ως αγοραστές.

Από την μεριά των χρηστών-πωλητών, καλύπτεται η ανάγκη ύπαρξης ενός τόπου (**ψηφιακό μαγαζί**) όπου θα μπορούσε κανείς, είτε είναι απλός πολίτης είτε επαγγελματίας πωλητής, να πουλήσει τα ρούχα του. Από την οπτική του αγοραστή, εξαλείφεται η ανάγκη για **χρονοβόρα αναζήτηση στα φυσικά καταστήματα** τα οποία είναι περιορισμένα και ενδεχομένως **δύσκολα προσβάσιμα**. Επίσης, ο αγοραστής μπορεί άμεσα να **εντοπίσει δυσεύρετα κομμάτια** που πιθανόν να μην έβρισκε αν απαιτούνταν φυσική παρουσία. [\[2\]](#)

Στην ουσία η εφαρμογή μας διευκολύνει την αγοραπωλησία second-hand ρούχων μεταξύ **χρηστών με ασφαλή και αξιόπιστο τρόπο**. Με μια εφαρμογή εύχρηστη και ελκυστική για τους χρήστες κατορθώνουμε να προωθήσουμε και να κάνουμε πιο προσιτή μια νοοτροπία με πολλά οφέλη.

**Ποιες οι προτεινόμενες υπηρεσίες;**

**Ποιο είναι το προϊόν/υπηρεσία;**

Το προϊόν είναι μια εφαρμογή που επιτρέπει την αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ειδών ρουχισμού (ενδύματα, υποδήματα, αξεσουάρ κλπ) μεταξύ χρηστών. Οι χρήστες της εφαρμογής θα είναι είτε ιδιώτες που επιθυμούν να πουλήσουν ρούχα από την προσωπική τους γκαρνταρόμπα είτε επιχειρήσεις (π.χ. φυσικά *thrift shops*) που επέλεξαν να επεκταθούν διαδικτυακά.

Ο χρήστης μόλις κατεβάσει την εφαρμογή και δημιουργήσει λογαριασμό έχει αμέσως τη δυνατότητα να περιηγηθεί σε μία τεράστια γκάμα αγγελιών ρούχων που κοινοποιούν προς πώληση άλλοι χρήστες. Αυτές περιέχουν φωτογραφίες του προϊόντος και πληροφορίες για την τοποθεσία, την τιμή και την κατάστασή του. Επίσης, ο αγοραστής μπορεί να μεταβεί στο προφίλ του πωλητή και να δει αξιολογήσεις καθώς και τις υπόλοιπες ενεργές αγγελίες. Στη συνέχεια, μπορεί να προσθέσει την αγγελία στα «αγαπημένα» για να την επεξεργαστεί αργότερα ή να ξεκινήσει την διαδικασία αγοράς, αγοράζοντας άμεσα το προϊόν ή επικοινωνώντας με τον πωλητή μέσω της εφαρμογής.

Εάν ένας χρήστης επιθυμεί να πουλήσει τα ρούχα του, θα πρέπει να ακολουθήσει μια διαδικασία επαλήθευσης των προσωπικών και τραπεζικών του στοιχείων για λόγους ασφάλειας και διαφάνειας. Εφόσον η διαδικασία ολοκληρωθεί, ο χρήστης-πωλητής έχει την δυνατότητα να δημοσιεύσει τις δικές του αγγελίες ως ιδιώτης και να τις κατηγοριοποιήσει ανάλογα με το είδος του προϊόντος που θέλει να πουλήσει. Όταν ένα προϊόν του επιλεχθεί από κάποιον χρήστη-αγοραστή, η διαδικασία αγοραπωλησίας ξεκινάει.

Οι πωλητές θα έχουν την επιλογή να αγοράσουν συνδρομητικά πακέτα με τα οποία θα τους δίνονται περισσότερες δυνατότητες διαχείρισης αγοραπωλησιών και επέκτασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους. Αυτό περιλαμβάνει τη δυνατότητα οργάνωσης σελίδας ψηφιακού μαγαζιού εντός της εφαρμογής, την προώθηση επιλεγμένων προϊόντων (*sponsored content*), αυξημένα όρια πωλήσεων ανάλογα με το πακέτο και χαμηλότερη προμήθεια στις πωλήσεις. Επιπλέον θα μπορούν να επωφεληθούν από πρόσθετες παροχές όπως προτεραιότητα σε υποστήριξη πελατών, στατιστικές αναλύσεις για τις πωλήσεις και την απόδοση ενεργών αγγελιών.

Επομένως ένας χρήστης μπορεί να κάνει τις αγορές του απεριόριστα μέσω της εφαρμογής, ή εφόσον επιθυμεί, να πουλήσει χωρίς απαίτηση συνδρομής με όριο έναν περιορισμένο αριθμό προϊόντων μηνιαία. Εναλλακτικά ένας πωλητής μπορεί να αγοράσει ένα συνδρομητικό πακέτο με τις υπηρεσίες της προτίμησής του και να απολαύσει τη βέλτιστη εμπειρία πώλησης που μπορεί να προσφέρει η εφαρμογή με αυξημένα προνόμια και λιγότερους περιορισμούς.

## Ποια η καινοτομία;

Ακόμη και αν υπάρχουν εφαρμογές στο εξωτερικό που ακολουθούν παρόμοια λογική, η ιδέα της εφαρμογής για αγοραπωλησίες second hand clothing δεν έχει υλοποιηθεί στην Ελλάδα και συνεπώς είναι πρωτοπόρα και εναλλακτική για την χώρα μας. Η εφαρμογή που περιγράφουμε αποτελεί μετεξέλιξη υπαρχουσών ιδεών στις οποίες έχουν εντοπιστεί προβλήματα και ανάγκες που προσπαθούμε να επιλύσουμε.

Πιο συγκεκριμένα, η καινοτομία στην εφαρμογή μας προκύπτει από διάφορα στοιχεία και επιχειρηματικά μοντέλα που συνδυαστικά προσφέρουν μια καλύτερη εμπειρία στους χρήστες καθιστώντας την προσιτή και ελκυστική αλλά και προσοδοφόρα για εμάς. Ένα πρώτο φίλτρο που εφαρμόζεται, είναι το όριο τιμής πώλησης των προϊόντων. Με το φίλτρο αυτό, εγγυόμαστε στους αγοραστές οικονομικές προτάσεις ρούχων και παράλληλα ελαχιστοποιούμε το κίνητρο να πουλήσει κανείς μη αυθεντικά προϊόντα σε πολύ υψηλές τιμές. Το όριο ουσιαστικά αποθαρρύνει τους πωλητές να πωλούν στην εφαρμογή επώνυμα ρούχα (τα οποία θα προσφέρονταν σε μη οικονομικές τιμές) και έτσι μετριάζεται ο κίνδυνος εξαπάτησης των αγοραστών με απομιμήσεις και η αισχροκέρδεια.

Όσον αφορά την επιχειρηματική μας τακτική, στόχος μας είναι ένα συνδρομητικό μοντέλο στοχευμένο προς τους πωλητές, το οποίο θα αποτελείται από κατηγορίες και θα προσαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του ενδιαφερόμενου πωλητή, με το αντίστοιχο αντίτιμο. Οι βασικές δυνατότητες πώλησης προϊόντων θα προσφέρονται χωρίς συνδρομή, με την ύπαρξη ορίου στον αριθμό των τεμαχίων που μπορούν να πωληθούν εντός κάποιου χρονικού διαστήματος (π.χ. έτος). Το όριο αυτό θα επεκτείνεται με την αγορά κάποιου προσφερόμενου συνδρομητικού πακέτου, ώστε να εξυπηρετούνται “μεγαλύτεροι” πωλητές. Τέλος, θα υπάρχουν συνδρομητικά πακέτα τα οποία θα παρέχουν μια πληθώρα από υπηρεσίες όπως προαναφέρθηκε. Αναφερόμαστε, λοιπόν, σε ένα freemium μοντέλο.

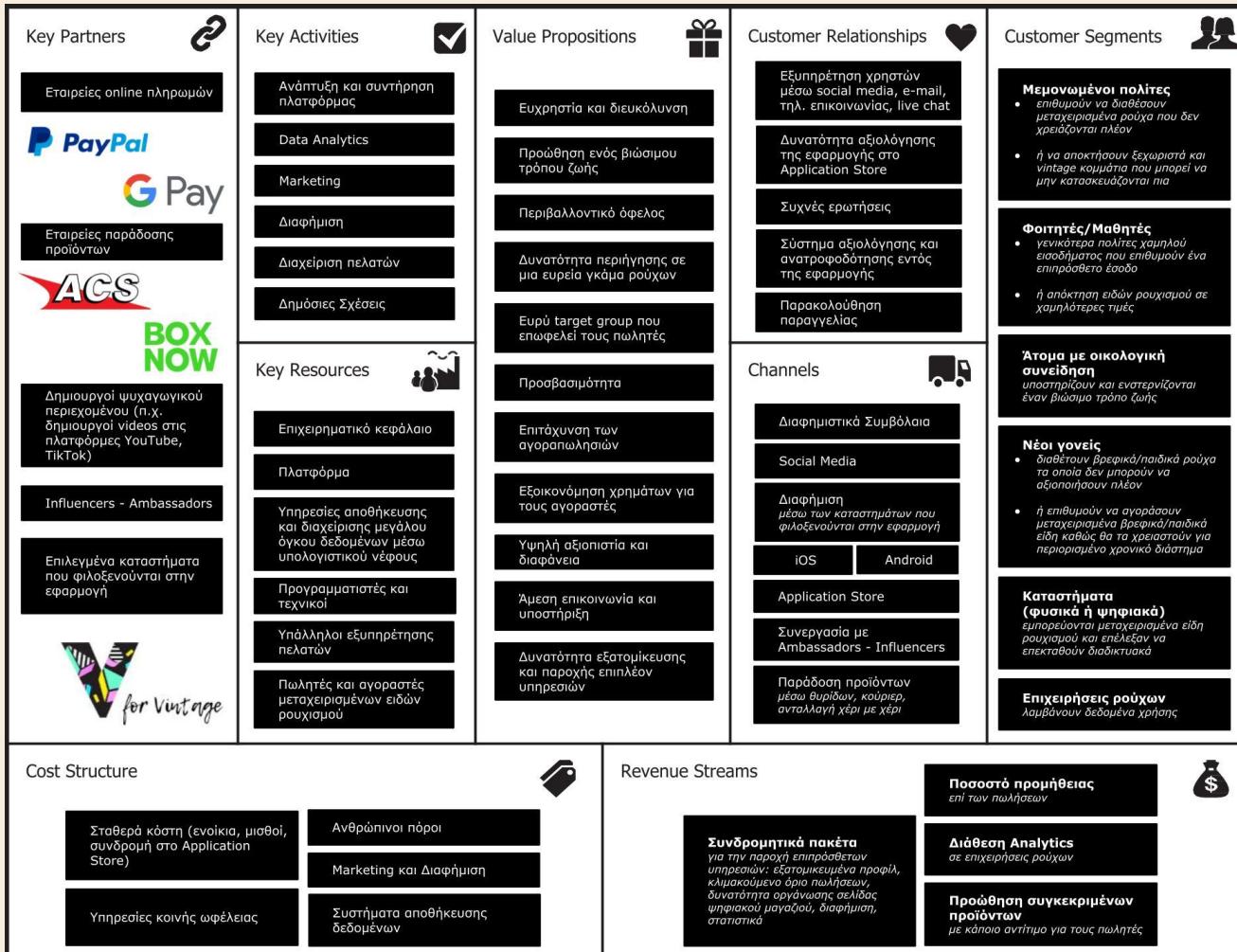
Ένα επιπλέον μέσο που καθιστά την εφαρμογή καινοτόμα είναι ένας από τους τρόπους διανομής των προϊόντων. Εκτός από τους συμβατικούς και συνηθισμένους τρόπους παράδοσης, περιλαμβάνουμε την επιλογή συναλλαγής μέσω θυρίδων (σε συνεργασία με αρμόδιες εταιρείες). Ο τρόπος αυτός είναι διαδεδομένος στο εξωτερικό και επιτυγχάνει λόγω της αμεσότητας και της διευκόλυνσης που προσφέρει σε πωλητές και αγοραστές καθώς δεν απαιτείται προγραμματισμός φυσικής συνάντησης.

# Μέρος 2

## “ Business Model Canvas & Kit ”

### Business Model Canvas

Μέσω του Business Model Canvas της επιχείρησής μας παρουσιάζουμε με δομημένο και άμεσο τρόπο τις κατηγορίες πελατών για τις οποίες δημιουργούμε αξία (**Customer Segments**), ποια είναι τα είδη αξίας που παράγουμε για να ικανοποιήσουμε τους πελάτες μας (**Value Propositions**), διαμέσου ποιων καναλιών φτάνουμε στους πελάτες μας (**Channels**), ποια είναι η σχέση που επιδιώκουμε να χτίσουμε με τις κατηγορίες των πελατών μας και πως επιτρέπουμε την επαφή τους με εμάς (**Customer Relationships**), ποιες είναι οι βασικές χρηματικές μας εισροές, δηλαδή για ποια είδη αξίας είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας (**Revenue Streams**), ποιοι είναι οι βασικοί πόροι που χρειαζόμαστε (**Key Resources**) και οι βασικές μας δραστηριότητες (**Key Activities**), ποιοι είναι οι πιο κρίσιμοι συνεργάτες μας (**Key Partners**) και τέλος ποια είναι τα βασικά κόστη που απορρέουν από τη συνολική μας δραστηριότητα (**Cost Structure**). Τελικά το Business Model Canvas σκιαγραφεί την επιχειρησιακή μας λογική.



Πριν παρουσιάσουμε το Business Model Kit επιλέγουμε να παραθέσουμε τα συνδρομητικά πακέτα που θα υποστηρίζει η εφαρμογή μας για τους χρήστες της, όπως απεικονίζεται και στο Revenue Streams τμήμα του Business Model Canvas. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα συνδρομητικά πακέτα και τις υπηρεσίες που περιλαμβάνει το κάθε ένα θα συγκροτηθεί στη συνέχεια το Business Model Kit.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται στην πρώτη γραμμή τα διαθέσιμα πακέτα (Free, Premium, Elite, Business) ενώ στην πρώτη στήλη καταγράφονται οι σημαντικές προσφερόμενες υπηρεσίες ή περιορισμοί. Για κάθε πακέτο σημειώνεται αν περιλαμβάνει την αντίστοιχη υπηρεσία (✓) ή ποσοτικοποιείται η υπηρεσία/ περιορισμός (π.χ. Το Free συνδρομητικό πακέτο περιλαμβάνει όριο πωλήσεων 2 τμχ./μήνα).

	Free	Premium	Elite	Business
Απεριόριστες Αγορές	✓	✓	✓	-
Εξατομικευμένο Προσωπικό Προφίλ	✓	✓	✓	✓
Υποστήριξη	✓	✓	✓ (Προτεραιότητα)	✓ (Προτεραιότητα)
Όριο πωλήσεων	Έως 2 τμχ. /μήνα	Απεριόριστα	Απεριόριστα	Απεριόριστα
Προμήθεια Πώλησης	10%	5%	0%	0%
Προφίλ Ψηφιακού Μαγαζιού			✓	✓
Στατιστικά			✓	✓
Προώθηση Προϊόντος			✓	✓
Διαφήμιση/Προώθηση Φυσικού Καταστήματος				✓
Κόστος	(Δωρεάν)	6.99€	19.99€	59.99€



Free Χρήστης



Premium Χρήστης



Elite Χρήστης

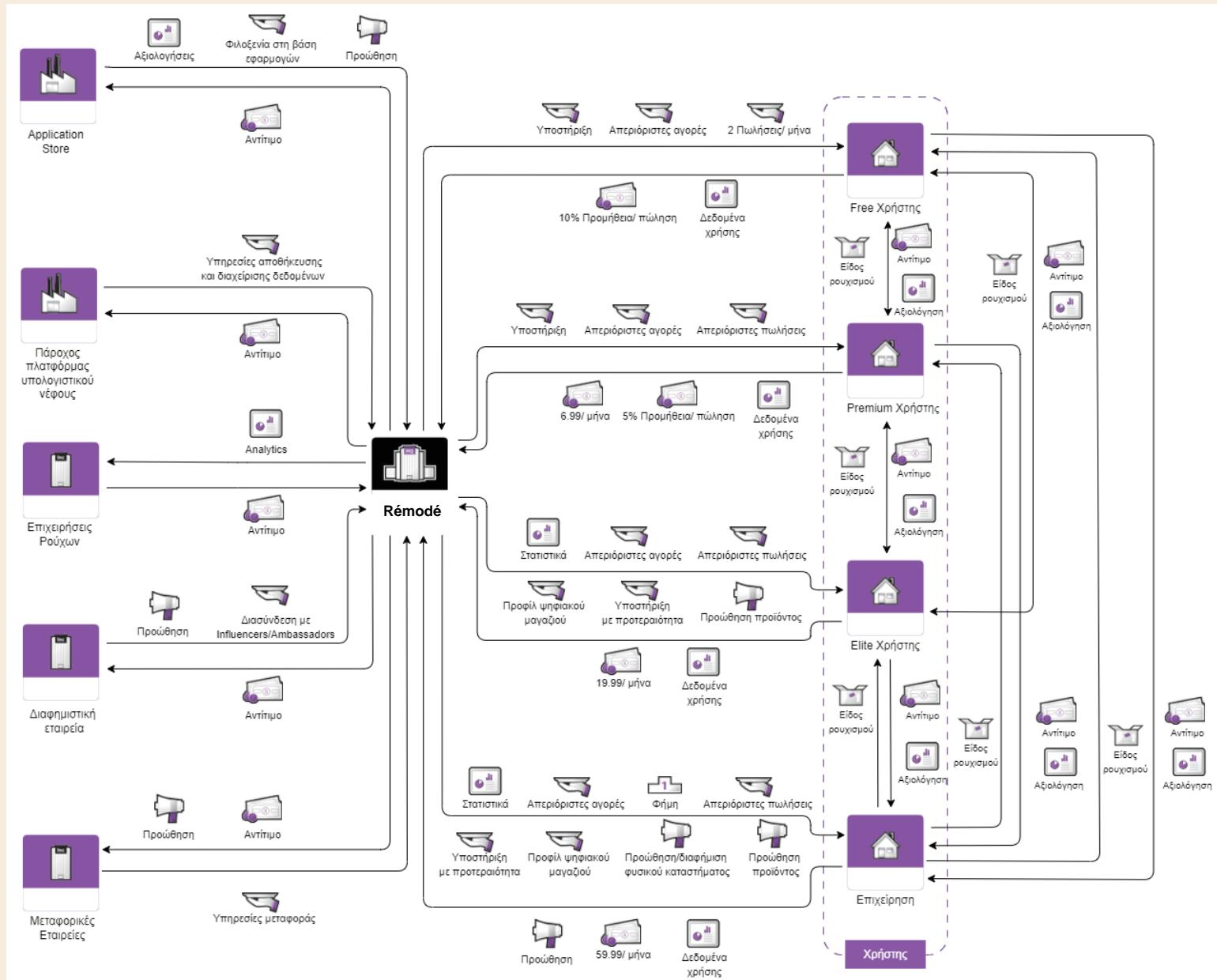


Επιχείρηση



Rémodé

# Business Model Kit



Με τη βοήθεια του Business Model Kit αναπαριστούμε το ακριβές επιχειρησιακό μοντέλο για τη λύση που προτείνουμε, έχοντας ενσωματώσει και συνδυάσει ένα πλήθος γνωστών και ενδεδειγμένων πρακτικών, όπως το **συνδρομητικό μοντέλο** (subscription model), όπου η υπηρεσία παρέχεται δωρεάν σε ένα μέρος των πελατών και επί πληρωμή στους υπόλοιπους πελάτες ("Free, for some"), και την **μεταπώληση δεδομένων** (Data Reselling).

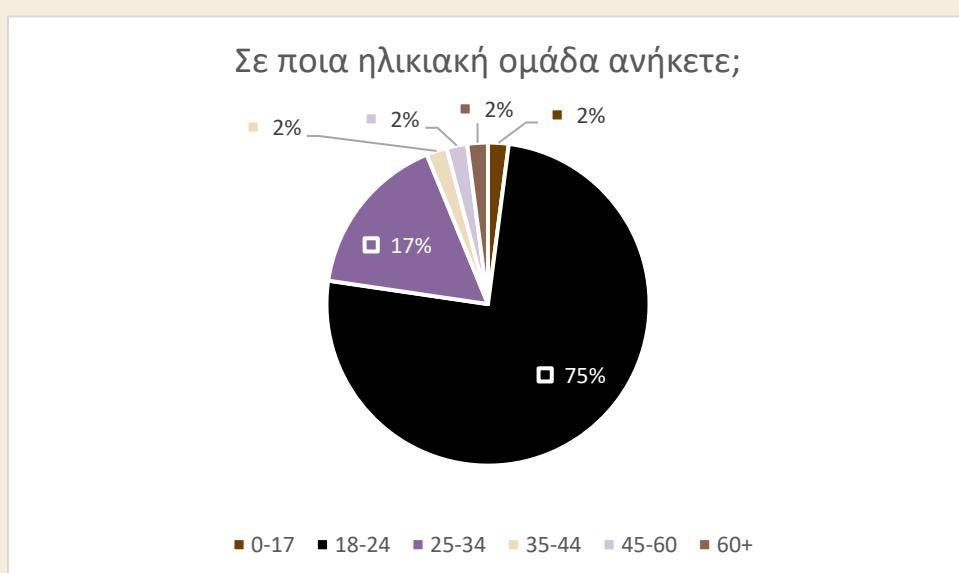
To Business Model Kit συμπληρώνει το Business Model Canvas παρουσιάζοντας ενδελεχώς τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) και τις ακριβείς ροές από και προς την επιχείρησή μας. Με αυτόν τον τρόπο συγκεκριμενοποιούνται και ποσοτικοποιούνται οι ιδέες που έχουμε αναπτύξει διευκολύνοντας την επικοινωνία.

## Ερωτηματολόγιο

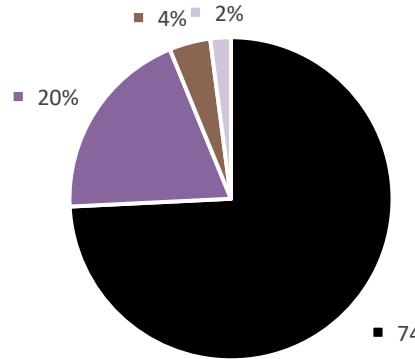
Σε αυτό το κομμάτι θα αναδείξουμε τα αποτελέσματα ενός ερωτηματολογίου που ετοιμάσαμε με σκοπό την αποκόμιση απόψεων από πιθανούς πελάτες - χρήστες και την εξαγωγή συμπερασμάτων που θα διευκολύνουν την επιχειρηματική ανάπτυξη της εφαρμογής μας. Το ερωτηματολόγιο αυτό ήταν ενεργό για 2 εβδομάδες (10/4/2023 – 24/4/2023) και το συμπλήρωσαν 97 άτομα.

Οι ερωτήσεις ήταν απλές και σύντομες. Τις χωρίσαμε σε 5 θεματικές ενότητες, η κάθε μία με συγκεκριμένους στόχους και θα αναλυθούν περαιτέρω παρακάτω.

## Δημογραφικές Ερωτήσεις

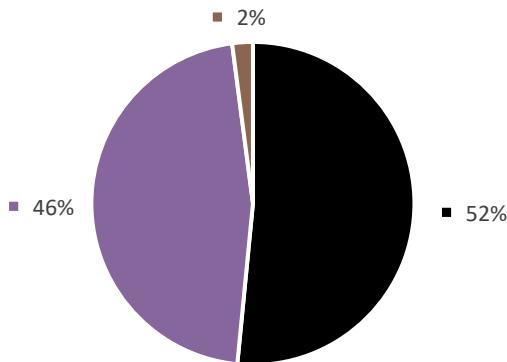


Ποια είναι η εργασιακή σας κατάσταση;



■ Μαθητής/Φοιτητής ■ Εργαζόμενος ■ Άνεργος ■ Συνταξιούχος

Ποιο είναι το φύλο σας;

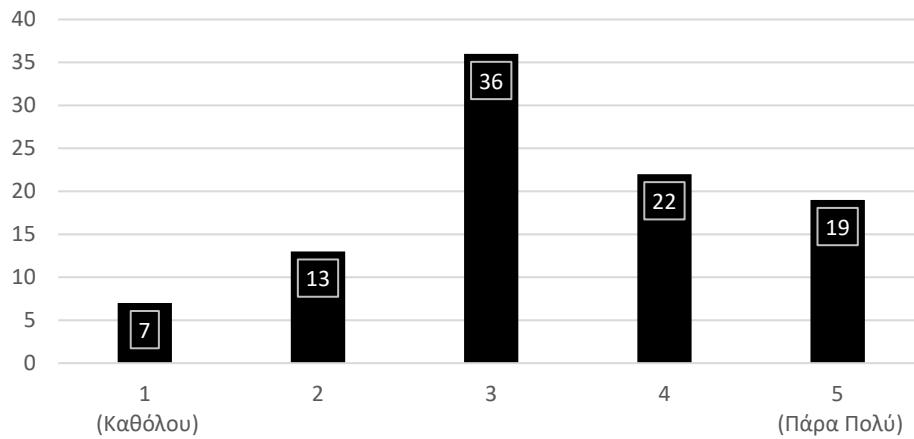


■ Άνδρας ■ Γυναίκα ■ Άλλο

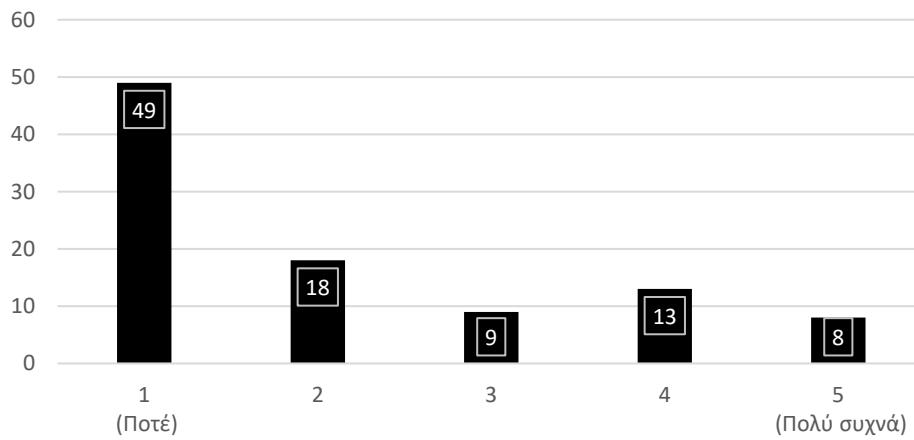
Οι δημογραφικές ερωτήσεις αποτελούν την βάση ενός ερωτηματολογίου, καθώς βοηθούν στην κατανόηση των αποτελεσμάτων για κάθε target group. Συγκεκριμένα, παρατηρήσαμε έντονη συμμετοχή ατόμων 18-34 που έχουν την φοιτητική ιδιότητα ή εργάζονται.

## Εισαγωγικές Ερωτήσεις

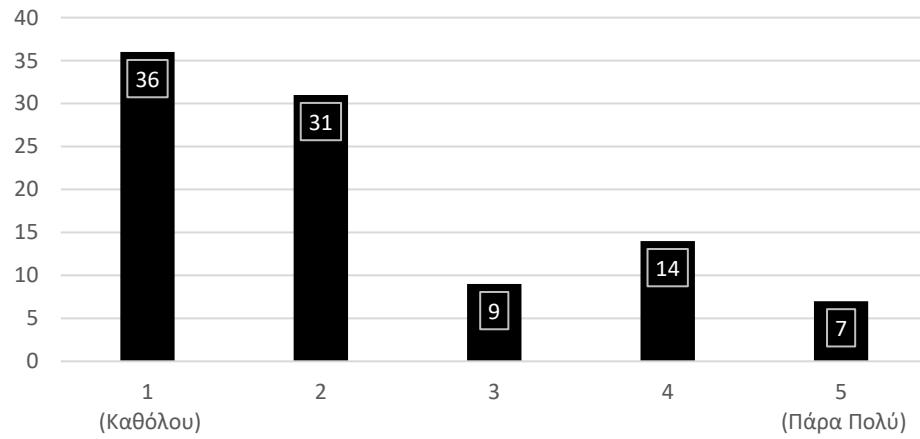
Πιστεύετε ότι η αγορά των μεταχειρισμένων ρούχων υποεκπροσωπείται στην Ελλάδα;



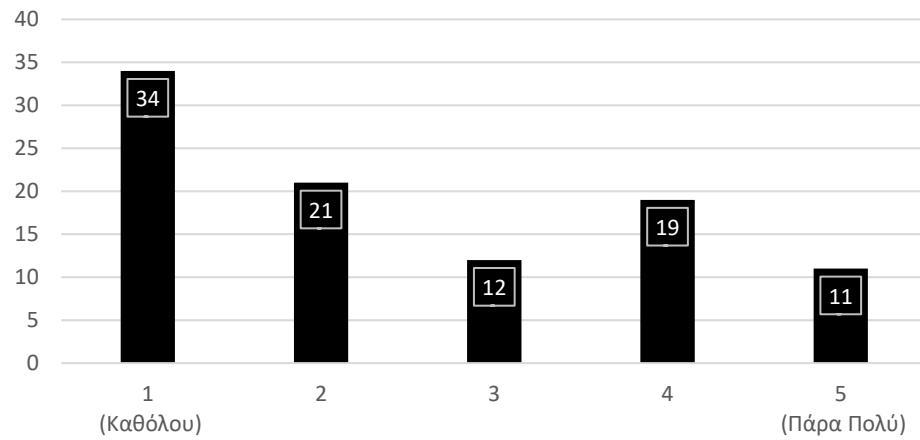
Πόσο συχνά αγοράζετε μεταχειρισμένα ρούχα συγκριτικά με την αγορά καινούργιων ρούχων;



Σας απωθεί η ιδέα των μεταχειρισμένων ρούχων,  
και αν ναι, πόσο;

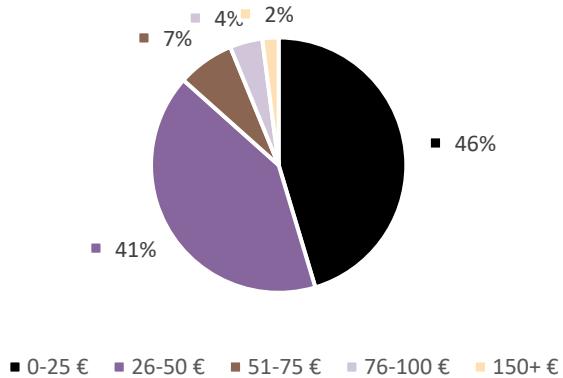


Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την αγορά  
μεταχειρισμένων ρούχων;

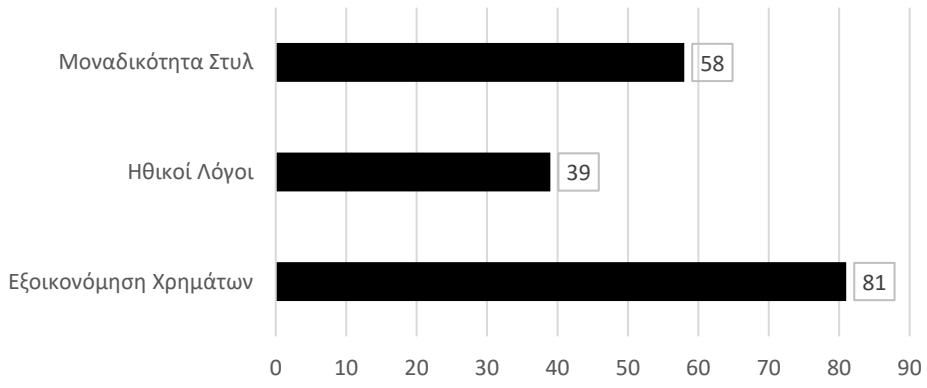


Παρατηρούμε ότι μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν είναι εξοικειωμένοι με την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων, κάτι που οφείλεται στο γεγονός ότι η αγορά αυτή υποεκπροσωπεύται στην Ελλάδα. Παρ' όλα αυτά η πλειοψηφία δεν απωθείται από την ιδέα αγοράς μεταχειρισμένων ρούχων και συνεπώς δεν είναι αρνητικά προσκείμενοι προς αυτή.

Ποιο θα ήταν το μέγιστο αποδεκτό κόστος, κατά την γνώμη σας και το budget σας, ενος μεταχειρισμένου προϊόντος ρουχισμού;



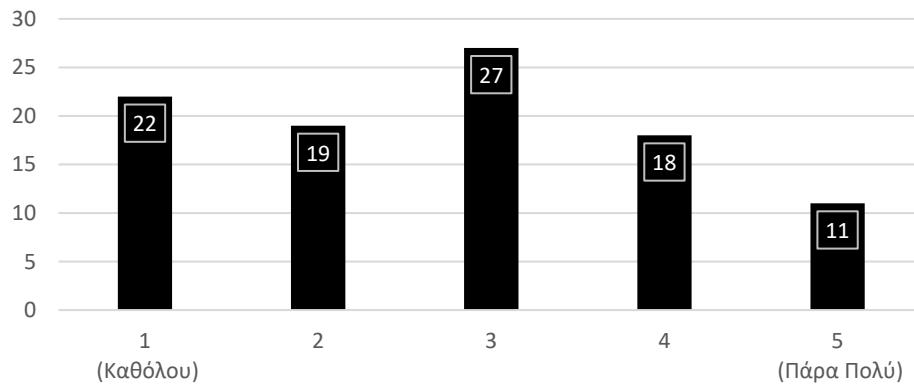
Επιλέξτε τους κύριους λόγους για τους οποίους αγοράζετε η θα αγοράζατε μεταχειρισμένα ρούχα.



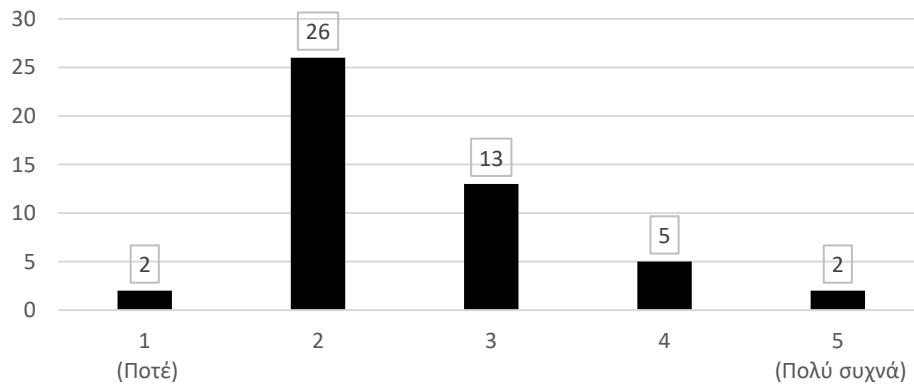
Τέλος, η πλειοψηφία δηλώνει πως ένας κύριος λόγος αγοράς μεταχειρισμένων ρούχων θα ήταν η εξοικονόμηση χρημάτων, κάτι που είναι εμφανές από το γεγονός ότι κατά κύριο λόγο το budget θα είχε άνω όριο τα 50€ για τους περισσότερους αγοραστές. Επίσης ενδιαφέρον είναι πως υπάρχει νοητή σύνδεση μεταξύ μεταχειρισμένων ρούχων (π.χ. thrift shops, retro clothes) και μοναδικότητα στυλ, κάτι που ο πληθυσμός του ερωτηματολογίου (νέοι-φοιτητές) φαίνεται να εκτιμάει σε σημαντικό βαθμό.

## Φυσικά Καταστήματα

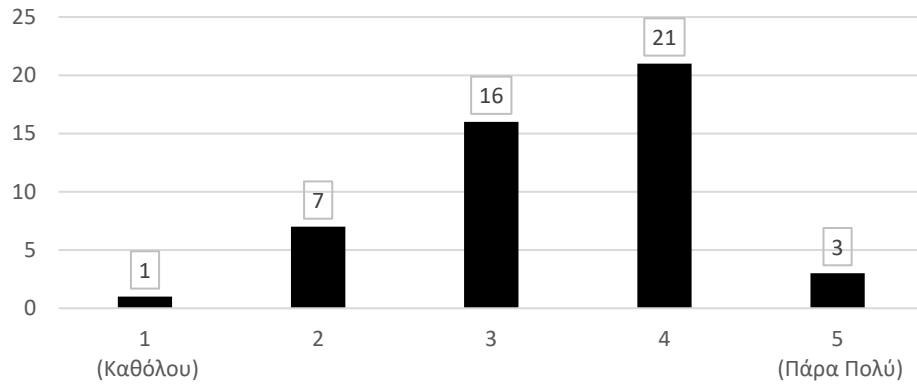
Πόσο εύκολα προσβάσιμα είναι τα φυσικά καταστήματα second-hand clothing στην περιοχή σας;



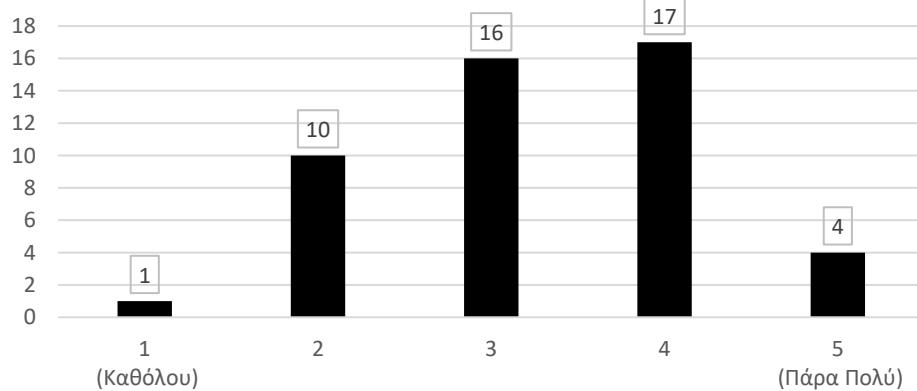
Πόσο συχνά βρίσκετε αυτό που ψάχνετε όταν πηγαίνετε σε ένα φυσικό κατάστημα second-hand ρούχων;



Πόσο ικανοποιημένοι είστε με την ποιότητα των ρούχων που βρίσκετε σε φυσικά καταστήματα  
second-hand clothing;



Ανταποκρίνεται η τιμή των ρούχων στα φυσικά καταστήματα στις προσδοκίες σας για το κόστος ενός μεταχειρισμένου ρούχου;

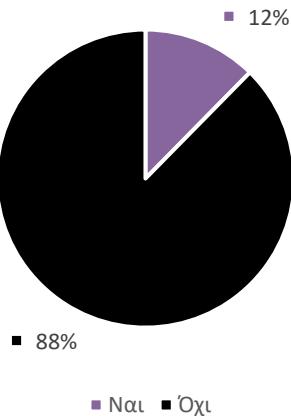


Σε αυτή την ενότητα αξιολογούμε την σχέση των ερωτηθέντων με τα φυσικά μαγαζιά πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων. Κατά κύριο λόγο παρατηρούμε ότι:

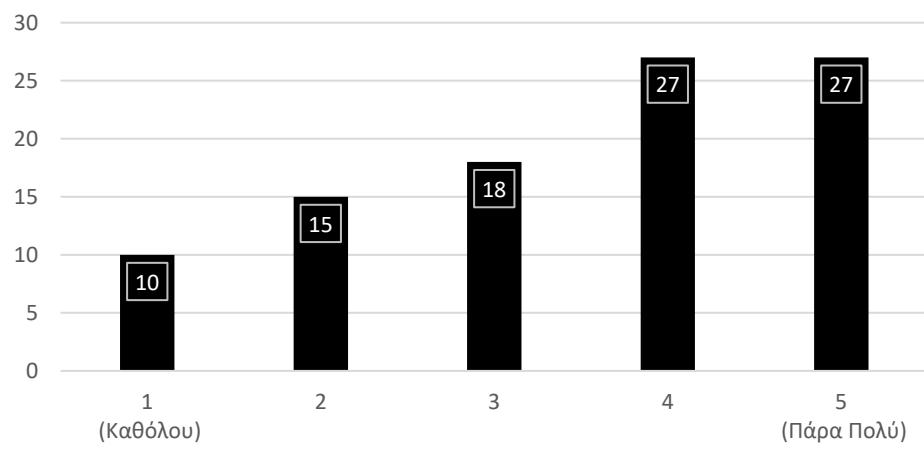
- Η προσβασιμότητα είναι αμφιλεγόμενη και η πλειοψηφία την θεωρεί μειωμένη.
- Η εύρεση των επιθυμητών ρούχων αποτελεί πρόβλημα στην συντριπτική πλειοψηφία.
- Η ποιότητα και οι τιμές ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών.

## Εφαρμογή

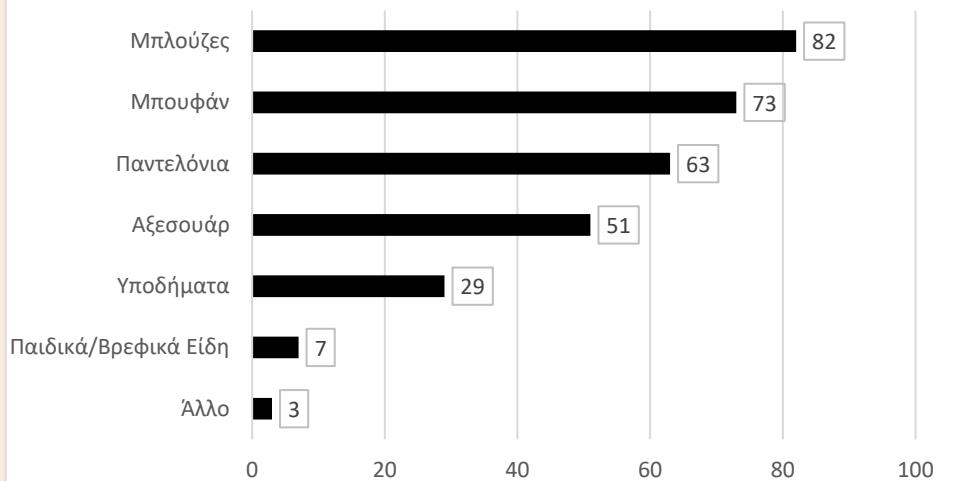
Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή κινητού για αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ρούχων;



Πόσο θα σας ενδιέφερε μία εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;



Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να βρίσκετε κατά κύριο λόγο σε μια εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;

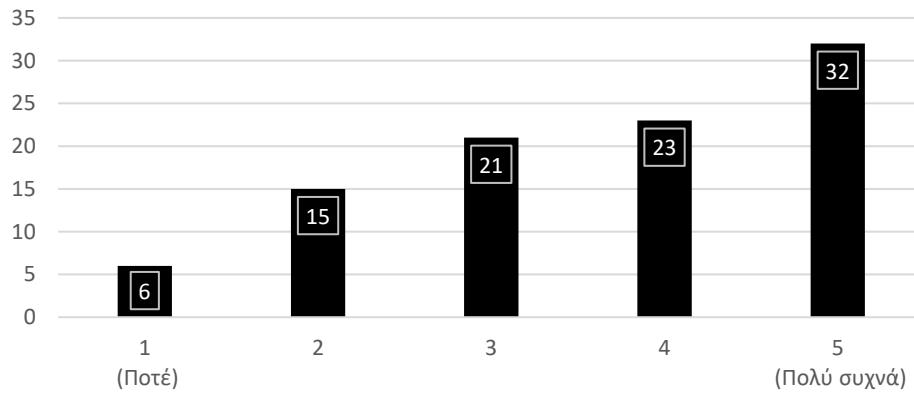


Στη συνέχεια ακολουθούν οι ερωτήσεις με θέμα την εφαρμογή που αναπτύσσουμε. Σκοπός αυτών των ερωτήσεων είναι να σχηματιστεί εικόνα για το εάν υπάρχει αγορά για το προϊόν μας στον πληθυσμό που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο. Παρατηρούμε τα εξής:

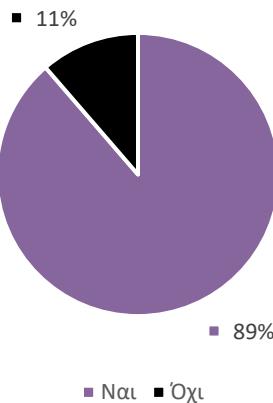
- Η πλειοψηφία δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων.
- Παρ' αυτά, η πλειοψηφία θα ενδιαφερόταν έντονα για μια τέτοια εφαρμογή.

## Πωλητές

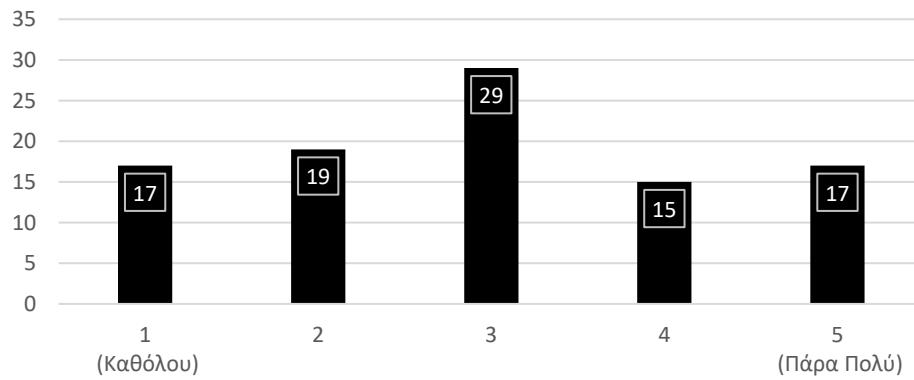
Πόσο συχνά βρίσκεστε στη θέση να έχετε ρούχα  
τα οποία δεν χρειάζεστε πια αλλά εν τέλει  
μένουν στη ντουλάπα σας;



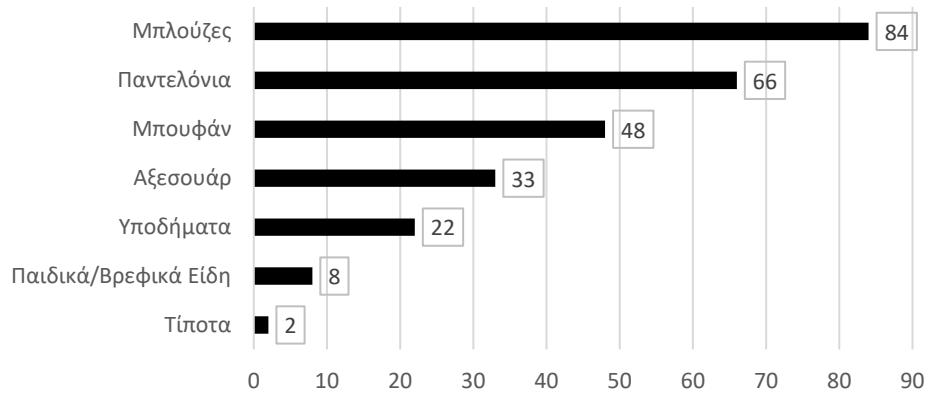
Εάν είχατε τη δυνατότητα, θα πουλούσατε ρούχα  
τα οποία δεν χρειάζεστε;



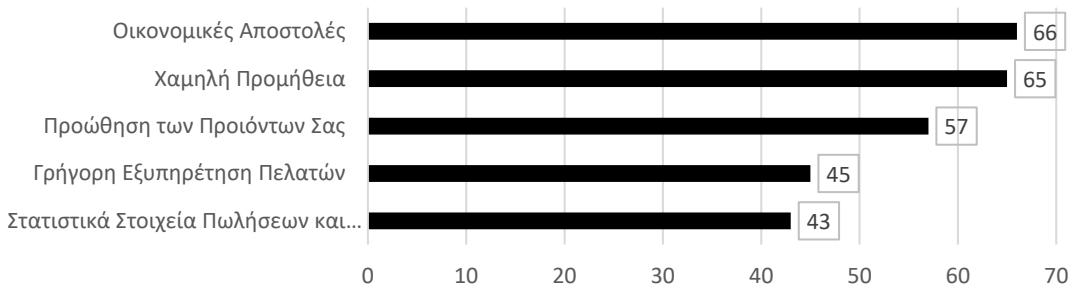
Σας εξάπτει το ενδιαφέρον η ιδέα του δικού σας  
ηλεκτρονικού καταστήματος πώλησης  
μεταχειρισμένων ρούχων;



Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να πουλήσετε κατα κύριο λόγο στην εφαρμογή;



Σαν διαχειριστής σελίδας ψηφιακού μαγαζιού πώλησης  
μεταχειρισμένων ρούχων, ποια από τα παρακάτω  
προνόμια θα σας ενδιέφεραν για να πουλήσετε τα  
προϊόντα σας ταχύτερα;



Στην τελευταία ενότητα εξετάσαμε την πρόθεση των ερωτηθέντων για πώληση μεταχειρισμένων ρούχων μέσω της εφαρμογής.

- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχουν στην κατοχή τους ρούχα τα οποία δεν χρειάζονται πια, και εκφράζουν την επιθυμία τους να τα πουλήσουν, εφόσον είχαν την δυνατότητα.
- Η πλειονότητα ήταν επιφυλακτική στην ιδέα της διαχείρισης ψηφιακού μαγαζιού, παρ' όλα αυτά υπήρξε ενδιαφέρον όσον αφορά τις επιπλέον υπηρεσίες που θα προσφέρουμε σαν εφαρμογή.

# Μέρος 3

## “Ανάλυση Αγοράς”

### Ποιο το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς;

Στην Ελλάδα, υπάρχουν μεν αρκετά καταστήματα λιανικής που ειδικεύονται στην πώληση μεταχειρισμένων ρούχων και άλλων ειδών (*thrift-stores*), ωστόσο δεν υπάρχει κάποια ελληνική εφαρμογή αποκλειστικά για αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ειδών ρουχισμού.

Στο διαδίκτυο, υπάρχουν κάποιες ελληνικές εφαρμογές που μεταξύ άλλων προσφέρουν τη δυνατότητα αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων, όμως δεν υπάρχει κάποια εφαρμογή αντίστοιχη με αυτή που προτείνουμε καθώς οι ήδη υπάρχουσες καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες της αγοράς και εστιάζουν σε διαφορετικά target groups χωρίς να λαμβάνουν υπ' όψιν συγκεκριμένες πτυχές των αναγκών.

### Τι υπάρχει ήδη στην αγορά για την κάλυψη της ανάγκης αυτής;

Οι εφαρμογές που εστιάζουν σε αγορές-στόχους με παρόμοια χαρακτηριστικά (όπως το Derop και το Vintered), έχουν έδρα στο εξωτερικό. Συνεπώς, το Rémodé είναι μια πρωτοποριακή εφαρμογή για τη χώρα μας.

Μια βασική διαφορά της εφαρμογής μας με τις ήδη υπάρχουσες είναι το όριο τιμής πώλησης των προϊόντων. Με αυτόν τον τρόπο, εξασφαλίζονται προσιτές τιμές καθώς επίσης εξαλείφεται η πιθανότητα εξαπάτησης των αγοραστών μέσω της πώλησης μη αυθεντικών ρούχων σε υψηλές τιμές.

### Οι πιο σημαντικοί ανταγωνιστές μας, είναι οι εξής:

#### Derop

Πιθανώς η μεγαλύτερη πλατφόρμα αγοραπωλησίας second hand clothing. Παρ' όλα αυτά είναι επικεντρωμένη σε συγκεκριμένες χώρες και δεν είναι αρκετά διαδεδομένη. Επίσης, δεν υπάρχει επαλήθευση των προϊόντων προς πώληση με αποτέλεσμα πολλοί χρήστες να εξαπατώνται από απομιμήσεις και να χάνουν μεγάλα ποσά καθώς δεν υπάρχει κάποιο όριο τιμής που να περιορίζει αυτόν τον κίνδυνο.

#### Vintered

Πρόκειται για μια πλατφόρμα που παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με το Derop, ωστόσο παρά το γεγονός ότι έχει δικό της ενσωματωμένο σύστημα παράδοσης (built-in shipping system), υπάρχουν καθυστερήσεις στις παραλαβές καθώς και αναφορές για χαμένες παραγγελίες. Επίσης οι πληρωμές γίνονται αποδεκτές αποκλειστικά μέσω συστήματος της εφαρμογής, γεγονός που δεν την καθιστά τόσο εύχρηστη και φιλική προς τους χρήστες.

#### Vendora

Διαδεδομένη ελληνική εφαρμογή για αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ειδών. Δεν περιλαμβάνει αποκλειστικά αγοραπωλησίες ρούχων και επομένως δεν υπάρχει ποικιλία και κατάλληλη οργάνωση των προϊόντων, πράγμα που καθιστά δύσκολη την αναζήτηση τους από τους αγοραστές. Επίσης, λόγω καταγραφής πολλών περιστατικών εξαπάτησης χρηστών, καθώς και έξτρα χρεώσεων στα μεταφορικά, δεν προτιμάται.

## *RemixShop*

Ένα από τα δημοφιλέστερα διαδικτυακά καταστήματα για second hand και outlet μόδα στην Ευρώπη - προσφέρει υψηλής ποιότητας επώνυμα ρούχα και αξεσουάρ. Επιπλέον, οι τιμές του είναι αρκετά υψηλές αν αναλογιστεί κανείς ότι πρόκειται για μεταχειρισμένα είδη αλλά και τα έσοδα των πωλητών είναι χαμηλά καθώς δεν έχουν την δυνατότητα να πουλήσουν άμεσα σε άλλους χρήστες αλλά πρέπει να τα πουλήσουν στο Remix το οποίο μετέπειτα τα πουλάει για κέρδος.

## *Instagram pages*

Σελίδες “ψηφιακού μαγαζιού” στο Instagram που έχουν δημιουργηθεί από απλούς χρήστες με σκοπό την πώληση μεταχειρισμένων ειδών. Δεν υπάρχει κάποια διαδικασία επαλήθευσης του χρήστη ή των προϊόντων που αναρτά στην σελίδα οπότε χρήζει προσοχής από τους πιθανούς αγοραστές. Η εύρεση των συγκεκριμένων σελίδων είναι δύσκολη καθώς τα ονόματα τους είναι περίπλοκα λόγω του συστήματος με τα usernames, περιέχουν ειδικούς χαρακτήρες και δεν είναι ευρέως γνωστά με αποτέλεσμα ένας χρήστης να μην μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτές. Τέλος, δεν υπάρχει σύστημα αξιολόγησης πωλητή η επιλογές διαχείρισης ψηφιακού καταστήματος για πωλήσεις.

## *Bohbo*

Κατάστημα για μεταπώληση “επώνυμων ειδών”. Οι τιμές πώλησης είναι πολύ υψηλές γεγονός που καθιστά τα προϊόντα μη προσιτά για τους αγοραστές. Δεν υπάρχει εφαρμογή για κινητές συσκευές, κάτι που σημαίνει πως απαιτείται η φυσική παρουσία τους στο κατάστημα. Οι εν δυνάμει πωλητές έρχονται σε επικοινωνία με το κατάστημα το οποίο είτε αγοράζει το ίδιο τα προϊόντα είτε αναλαμβάνει την προώθηση τους σύμφωνα με τους όρους της επιχείρησης, κάτι που μειώνει περαιτέρω τα έσοδα των πωλητών αλλά και την ελευθερία τους να διαφημίσουν το προϊόν τους όπως επιθυμούν.

## *Facebook Marketplace*

Μέρος της κοινότητας του Facebook που λειτουργεί ως αποθετήριο με αγγελίες όλων των ειδών. Δεν υπάρχει κανένας τρόπος εξακρίβωσης της εγκυρότητας του χρήστη (αν πρόκειται για υπαρκτό πρόσωπο), καθώς και της γνησιότητας του προϊόντος. Λόγω της πληθώρας των αγγελιών είναι δύσκολο το φιλτράρισμα με αποτέλεσμα οι χρήστες να μην μπορούν να βρουν τα είδη για τα οποία ενδιαφέρονται. Τέλος, δεν υπάρχει σύστημα αξιολόγησης πωλητή η επιλογές διαχείρισης ψηφιακού καταστήματος για πωλήσεις στο marketplace.



# BENCHMARKING



Έγκριση από την Ελλάδα	Όριο ανώτατης τιμής πώλησης	Ευελιξία πακέτων	Επαλήθευση πωλητών	Πληθώρα μεθόδων πληρωμής	Αξιολογήσεις χρηστών	Αμιγώς για μεταχειρισμένα ρούχα
	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✗	✗	✓	✗	✓
	✗	✗	✗	✓	✗	✓
	✓	✗	✗	✗	✗	✗
	✓	✗	✗	✓	✓	✗
	✗	✗	✗	✓	✓	✗
	✓	✗	✗	✗	✗	✗
	✓	✗	✗	✗	✗	✗

Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, αλλά και τον πίνακα, παρατηρούμε ότι η εφαρμογή μας προσφέρει έναν **συνδυασμό** των πιο χρήσιμων και βασικών χαρακτηριστικών συγκριτικά με τους ανταγωνιστές που υπάρχουν στην αγορά, παραμένοντας επικεντρωμένη στον βασικό της σκοπό.

Επιπλέον, προσφέρει πληθώρα δυνατοτήτων, όπως αξιολόγηση & επαλήθευση χρηστών, διαφορετικές μεθόδους πληρωμής και παραλαβής προϊόντων καθώς και όριο στην ανώτατη τιμή πώλησης.

## Τμηματοποίηση

### Ομάδα στόχος 1:

- ✓ **Μεμονωμένοι πολίτες** που επιθυμούν να διαθέσουν μεταχειρισμένα ρούχα που δεν χρειάζονται πλέον ή να αποκτήσουν ξεχωριστά και vintage κομμάτια που μπορεί να μην κατασκευάζονται πια.
- ✓ **Φοιτητές/Μαθητές και γενικότερα πολίτες χαμηλού εισοδήματος** που επιθυμούν ένα επιπρόσθετο έσοδο ή απόκτηση ειδών ρουχισμού σε χαμηλότερες τιμές.
- ✓ **Άτομα με οικολογική συνείδηση** που υποστηρίζουν και ενστερνίζονται έναν βιώσιμο τρόπο ζωής.
- ✓ **Νέοι γονείς** που διαθέτουν βρεφικά/παιδικά ρούχα τα οποία δεν μπορούν να αξιοποιήσουν πλέον ή επιθυμούν να αγοράσουν μεταχειρισμένα βρεφικά/παιδικά είδη καθώς θα τα χρειαστούν για περιορισμένο χρονικό διάστημα.

### Ομάδα στόχος 2:

- ✓ **Καταστήματα (φυσικά ή ψηφιακά)** που εμπορεύονται μεταχειρισμένα είδη ρουχισμού και επέλεξαν να επεκταθούν διαδικτυακά.

### Ομάδα στόχος 3:

- ✓ **Επιχειρήσεις ρούχων** που λαμβάνουν δεδομένα χρήσης.

## Total Addressable Market

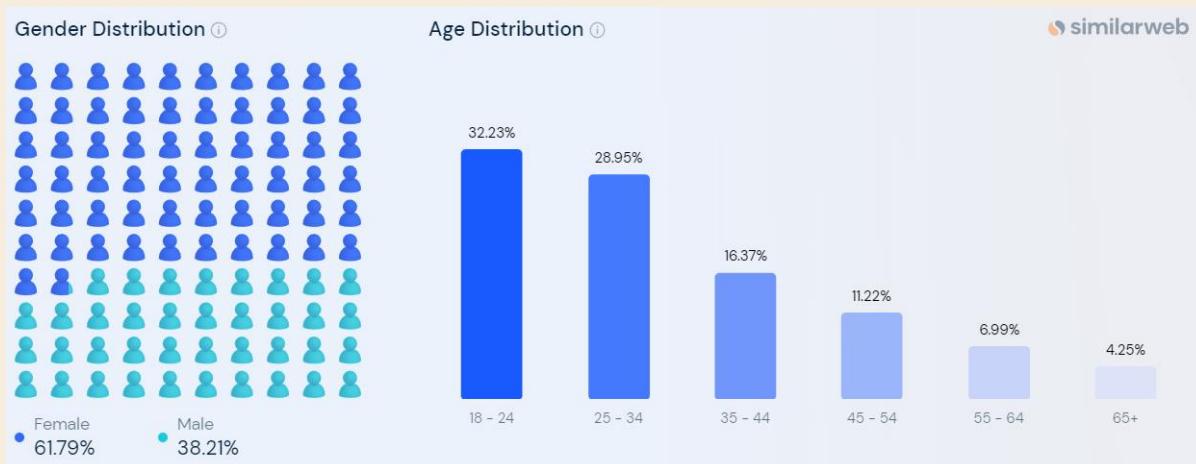
Ακολουθώντας την bottom-up προσέγγιση:

1. Υπολογίζεται προσεγγιστικά η επισκεψιμότητα των αγορών στόχων.  
Ενδεικτικά επιλέγονται να αναλυθούν οι αγορές-στόχοι:  
**I. Μεμονωμένοι πολίτες II. Καταστήματα (φυσικά ή ψηφιακά)**
2. Προσεγγίζεται το ποσοστό των χρηστών που είναι διατεθειμένο να πληρώσει για το Premium και Elite πακέτο (αγορά - στόχος #1) ή το Business (αγορά - στόχος #2) και πολλαπλασιάζονται οι τιμές των πακέτων με τον αριθμό των χρηστών ή επιχειρήσεων, αντίστοιχα.
3. Συνδυάζοντας τα επί μέρους TAM των αγορών-στόχων, υπολογίζεται το συνολικό.

$$\text{TAM} = \$\text{(Total \# of Accounts)} \times \text{ACV (annual contract value)}$$

## Αγορά Στόχος I: Μεμονωμένοι πολίτες

Το **Depop** αποτελεί την μεγαλύτερη εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων παγκοσμίως, με έδρα το Ήνωμένο Βασίλειο και συνεπώς αποτελεί πυξίδα για την ηλικιακή κατανομή (age distribution) που αναμένεται να παρατηρηθεί στην εφαρμογή μας. Για τον υπολογισμό της επισκεψιμότητας κατασκευάζεται μια αναλογία μεταξύ του Depop και του Rémodé.



### ✓ 18-24

Είναι συνήθως φοιτητές και νέοι εργαζόμενοι, θεωρούμε πως αποτελούν και τη κύρια ηλικιακή ομάδα που θα χρησιμοποιεί την εφαρμογή μας σε συχνή βάση.

7.5%

Ωστόσο λόγω της ηλικίας και του εισοδήματός αναμένεται ότι θα πληρώνει για Premium ή Elite πακέτο ένα σχετικά μικρό ποσοστό.

### ✓ 25-34

Αποτελούν σημαντική ηλικιακή ομάδα χρήσης της εφαρμογής μας - είναι ως επί το πλείστον άνθρωποι με κάποιο σταθερό εισόδημα και οικονομικά ανεξάρτητοι. Όπως και οι νέοι έτσι και αυτή η ηλικιακή ομάδα είναι αρκετά εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και με την second hand κουλτούρα.

15%

Έτσι, αναμένεται να πληρώνει για Premium ή Elite πακέτο ένα σημαντικό ποσοστό.

✓ **35-44**

Έχουν συνήθως σταθερό εισόδημα, παρ' όλα αυτά προτιμούν την αγορά καινούργιων ρούχων και συνεπώς φαίνεται ότι δεν υπάρχει ισχυρό κίνητρο αγοραπωλησίας ρούχων.

5%

Έτσι, θα πληρώνει για Premium ή Elite πακέτο ένα σχετικά μικρό ποσοστό.

✓ **45-54**

Στην πλειονότητά τους δεν είναι τόσο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, ούτε με την ιδέα του second-hand clothing (ώστε να έχουν κάποιο κίνητρο για να αγοράζουν συχνότερα και χωρίς κόστος μεταφορικών κ.λπ.).

2%

Συνεπώς, ένα μικρό ποσοστό θα πληρώνει για το Premium ή Elite πακέτο.

✓ **55-64 και 65+**

Σπάνια ασχολούνται με την τεχνολογία και ειδικά με το second-hand.

1%

Έτσι, το ποσοστό που αναμένεται να πληρώνει για Premium ή Elite πακέτο από αυτές τις ηλικιακές ομάδες είναι αρκετά χαμηλό.

## Πιο συγκεκριμένα

Το DeroP εδρεύει στο Ηνωμένο Βασίλειο και συνεπώς αναμενόμενα πρόκειται για μια από τις χώρες στις οποίες χρησιμοποιείται περισσότερο. Εφόσον το Remode εδρεύει αντίστοιχα στην Ελλάδα, φαίνεται πιο αξιόπιστη η αντιπαραβολή των δύο χωρών (αντί να επιλεχθεί μια διαφορετική χώρα). Με αυτόν τον τρόπο οι συνθήκες που επικρατούν στις δύο χώρες θα είναι κατά το δυνατό παρόμοιες, προσφέροντας μια καλύτερη εικόνα για την αγορά στην οποία απευθύνεται η εφαρμογή μας.

Με πληροφορίες που συλλέχθηκαν μέσω του SimilarWeb, έγιναν οι εξής παρατηρήσεις:

- ✓ το DeroP δέχεται 9,5 εκατομμύρια επισκέψεις μηνιαία. Εξ αυτών, κατά προσέγγιση το 20% (την τρέχουσα περίοδο 21,4%) αφορούν το Ηνωμένο Βασίλειο. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε  $20\% * 9,5 = 1,9$  εκατομμύρια επισκέψεις σε αυτό.

- ✓ Ο πληθυσμός του είναι 67 εκατομμύρια. Αυτό σημαίνει ότι το Dēpor απευθύνεται σε 67 εκατομμύρια στο Ηνωμένο Βασίλειο, εκ των οποίων το 1,9 το χρησιμοποιεί πραγματικά. Το ποσοστό χρήσης του λοιπόν, είναι 2,84%.

Από την ανάλυση αυτή, αναμένεται ότι το ομόλογο ποσοστό χρήσης στην Ελλάδα για το Remode θα είναι ομοίως 2,84%, γεγονός που αντιστοιχεί σε **302.176** επισκέψεις μηνιαίως (πληθυσμός Ελλάδας: 10.640.000).

Με τη χρήση των ποσοστών που προσδιορίστηκαν παραπάνω, το πλήθος χρηστών που αναμένεται να χρησιμοποιούν το Remode ανά ηλικιακή ομάδα είναι:

- ✓ **18-24:** 32,23% x 302.176 = 97.391 (97.391,3248)
- ✓ **25-34:** 28,95% x 302.176 = 87.480 (87.479,952)
- ✓ **35-44:** 16,37% x 302.176 = 49.467 (49.466,2112)
- ✓ **45-54:** 11,22% x 302.176 = 33.905 (33.904,1472)
- ✓ **55-64:** 6,99% x 302.176 = 21.123 (21.122,1024)
- ✓ **65+ :** 4,25% x 302.176 = 12.843 (12.842,48)

Ακολούθως, το πλήθος των πελατών (που αναμένεται να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ανά ηλικιακή ομάδα είναι τα εξής):

- ✓ **18-24:** 97.391 x 0.075 = 7.305 (7.304,325)
- ✓ **25-34:** 87.480 x 0.15 = 13.122 (13.122)
- ✓ **35-44:** 49.467 x 0.05 = 2.474 (2.473,35)
- ✓ **45-54:** 33.905 x 0.02 = 679 (678,1)
- ✓ **55-64:** 21.123 x 0.01 = 212 (211,23)
- ✓ **65+ :** 12.843 x 0.01 = 129 (128,43)

Για μια καλύτερη προσέγγιση, έχει δοθεί βάρος σε κάθε πακέτο και υπολογίζεται το TAM σύμφωνα με αυτό:

$$\text{Μέση Τιμή Πακέτων} = 0.8 \times 7 \text{ (τιμή premium)} + 0.2 \times 20 \text{ (τιμή elite)} = 9,6\text{€}$$

Τέλος, με βάση την μέση τιμή των πακέτων, υπολογίζονται τα εκτιμώμενα έσοδα ανά του Remode ανά μήνα, που θα αποτελέσουν και παράγοντα στον υπολογισμό του TAM, ως εξής:

$$\text{Μηνιαία Έσοδα} = 7.305 + 13.122 + 2.474 + 679 + 212 + 129) \times 9,6 = 23921 \times 9,6 = 229.641,6\text{€}$$

&

$$\text{TAM} = 229.641,6 \times 12 = \textbf{2.755.699,2€} \text{ ετησίως}$$

## Αγορά Στόχος II: Καταστήματα

Για τον υπολογισμό του TAM όσον αφορά την αγορά-στόχο των Καταστημάτων, η προσέγγιση που ακολουθείται είναι η εξής:

Προσδιορίζεται κατ' εκτίμηση το πλήθος των καταστημάτων second-hand που υπάρχουν στην Ελλάδα (1500) και υπολογίζεται ένα ποσοστό (15%) επί αυτών που αναμένεται να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν τη συνδρομή για την είσοδο στην εφαρμογή. Στη συνέχεια ο αριθμός που προκύπτει πολλαπλασιάζεται με την τιμή του πακέτου Business (59,99€).

$$\text{Μηνιαία Έσοδα} = 225 \times 59,99 = 13.497,75\text{€}$$

&

$$TAM = 13.497,75 * 12 = 161.973\text{€ ετησίως}$$

Συνολικό TAM (Ομάδες Στόχοι I, II) =  
161.973€ + 2.755.699,2€ = 2.917.672,2€ ετησίως

€

Συνέντευξη: Ομάδα Στόχος Φοιτητές, 18-24



Νίκος Κοντογεώργης  
Φοιτητής Επιστήμης  
Υπολογιστών, Παν. Κρήτης

**1. Πόσο συχνά αγοράζεις ρούχα; Ποιο ποσοστό αυτών είναι μεταχειρισμένα;**

«Νομίζω πως μου αρέσει να παίρνω 1-2 κομμάτια τον μήνα. Καινούργια αγοράζω μόνο όταν έχουν προσφορές τα μαγαζιά ή οι εφαρμογές, αλλιώς προτιμάω thrift shops. Παρ' όλα αυτά η αλήθεια είναι πως από τότε που ήρθα στο Ηράκλειο δεν πηγαίνω τόσο σε τέτοια μαγαζιά γιατί δεν υπάρχουν αρκετά και οι επιλογές είναι περιορισμένες.»

**2. Έχεις χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων; Αν ναι, ποια και ποια ήταν η εμπειρία σου; Έχεις πουλήσει σε αυτές;**

«Χρησιμοποιώ το Depop κυρίως. Βρίσκω αρκετά πράγματα που μου αρέσουν, αλλά συνήθως δεν βγάζω άκρη με τους πωλητές, ειδικά όταν εμπλέκονται μεταφορικά γιατί είναι συνήθως πανάκριβα και δεν υπάρχει εμπιστοσύνη για το ποιος θα στείλει/πληρώσει πρώτος. Ναι έχω πουλήσει λίγα ρούχα, η διαδικασία για verification πωλητή με κούρασε αρκετά βέβαια, όμως εν τέλει βγήκε. Έχω επίσης δοκιμάσει να πουλήσω μέσω FB Marketplace όμως με spam-αραν με άσχετα μηνύματα και παζάρια οπότε το άφησα.»

**3. Ποιο είναι το budget σου όταν αγοράζεις μεταχειρισμένα ρούχα; Τι ποιότητα περιμένεις;**

«Συνήθως δεν δίνω πάνω από 50-άρικο, και αυτό αφορά συνήθως μπουφάν ή καμία ζακέτα πιο ψαγμένη. Νομίζω για μπλουζάκια και φούτερ το όριο είναι στα 20-30, ανάλογα. Γενικά δεν περιμένω να είναι ολοκαίνουργιο, αλλά σίγουρα να μην έχει φθορές και να μην είναι λεκιασμένο.»

**4. Πιστεύεις πως τα ρούχα είναι ένας τομέας που θα ήθελες να εξοικονομήσεις χρήματα, όντας φοιτητής;**

«Σίγουρα, γιατί πολλές φορές αγοράζω ρούχα για στιλιστικούς λόγους και όχι επειδή τα χρειάζομαι. Ειδικά με τα άλλα έξοδα που έχω δεν με παίρνει να ξοδεύω χρήματα σε πολυτέλειες.»

**5. Πόσο συχνά ανανεώνεις την γκαρνταρόμπα σου; Σου αρέσει να πουλάς τα ρούχα σου και να τα αντικαθιστάς με καινούργια;**

«Ναι, συνήθως δεν κρατάω κάτι πάνω από χρόνο εκτός και αν μου αρέσει πάρα πολύ η είναι πρακτικό όπως ένα μπουφάν η παπούτσια. Τα υπόλοιπα τα πουλάω.»

6. Είπες πως στο Ηράκλειο δεν είσαι ικανοποιημένος με την διαθεσιμότητα μεταχειρισμένων ρούχων, πως το αντισταθμίζεις αυτό; Σου αρκούν τα μέσα που έχεις ήδη;

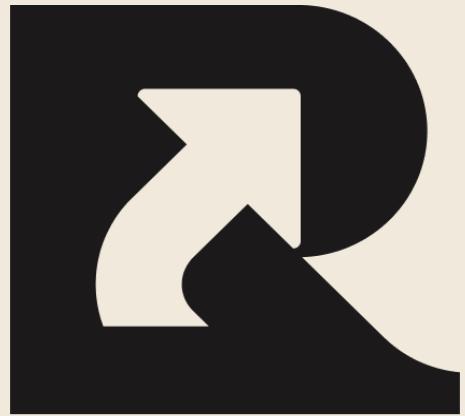
«Όπως είπα, χρησιμοποιώ το Deroop. Βέβαια έχει και αυτό τα θέματα του, και σπανίως βρίσκω κάτι που εν τέλει καταλήγει σε αγορά. Κάτι που με ενοχλεί είναι αυτό που είπα με τα μεταφορικά αλλά και το γεγονός ότι είναι κυρίως γεμάτο ξένους που ενδιαφέρονται να πουλήσουν τοπικά. Δεν έχει τόσο πέραση στην Ελλάδα.»

## Συνέντευξη: Ομάδα Στόχος Καταστήματα

Παρουσιάζουμε εδώ τις βασικότερες ερωτήσεις που θα απευθύναμε ιδανικά σε μια συνέντευξη προς τον ιδιοκτήτη καταστήματος μεταχειρισμένων ρούχων:

1. Πώς νιώθετε με την επιρροή που έχετε σε πιθανούς πελάτες; Πιστεύετε πως θα μπορούσατε να διαφημίσετε περισσότερο το κατάστημά σας;
2. Πιστεύετε πως οι διαδικτυακές αγορές αποτελούν απειλή για τα φυσικά καταστήματα μεταχειρισμένων ρούχων;
3. Το απόθεμά σας εκρέει με ικανοποιητικό ρυθμό; Συμβαίνει συχνά κομμάτια να μην πωλούνται αρκετά γρήγορα, μένοντας στο ράφι;
4. Πιστεύετε ότι η online παρουσία θα κινούσε το ενδιαφέρον του νέου κοινού προς το μαγαζί σας; (Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει online ανάδειξη η ακόμα και πώληση μέσω διαδικτύου)

Ακολουθούν οι Powerpoint παρουσιάσεις των παραδοτέων 3, 4, 5.



RÉMODÉ



- Η ομάδα

Αναστασία Βατζέλη	3200015
Αλβιόνα Μάντσο	3200098
Χρήστος Πατρινόπουλος	3200150
Γεωργία Πέτσα	3200155
Παναγιώτης Τριανταφυλλίδης	3200199
Διονύσιος Ρηγάτος	3200262

# • Αγορά(ές) /στόχος(οι)



Αγορά Στόχος 1: **Μεμονωμένοι πολίτες** που επιθυμούν να διαθέσουν μεταχειρισμένα ρούχα που δεν χρειάζονται πλέον ή να αποκτήσουν ξεχωριστά και vintage κομμάτια που μπορεί να μην κατασκευάζονται πια.

- **Φοιτητές/Μαθητές και γενικότερα πολίτες χαμηλού εισοδήματος** που επιθυμούν ένα επιπρόσθετο έσοδο ή απόκτηση ειδών ρουχισμού σε χαμηλότερες τιμές.
- **Άτομα με οικολογική συνείδηση** που υποστηρίζουν και ενστερνίζονται έναν βιώσιμο τρόπο ζωής.
- **Νέοι γονείς** που διαθέτουν βρεφικά/παιδικά ρούχα τα οποία δεν μπορούν να αξιοποιήσουν πλέον ή επιθυμούν να αγοράσουν μεταχειρισμένα βρεφικά/παιδικά είδη καθώς θα τα χρειαστούν για περιορισμένο χρονικό διάστημα.



Αγορά Στόχος 2: **Καταστήματα (φυσικά ή ψηφιακά)** που εμπορεύονται μεταχειρισμένα είδη ρουχισμού και επέλεξαν να επεκταθούν διαδικτυακά.



Αγορά Στόχος 3: **Επιχειρήσεις ρούχων** που λαμβάνουν δεδομένα χρήσης.

- Total Addressable Market - Σκιαγράφηση

Ακολουθώντας την bottom-up προσέγγιση:

1. Υπολογίζεται προσεγγιστικά η **επισκεψιμότητα** των αγορών στόχων. Ενδεικτικά επιλέγονται να αναλυθούν οι αγορές-στόχοι: 1. Μεμονωμένοι πολίτες 2. Καταστήματα (φυσικά ή ψηφιακά)
  2. Προσεγγίζεται το **ποσοστό** των χρηστών που είναι **διατεθειμένο να πληρώσει** για το Premium και Elite πακέτο (αγορά - στόχος #1) ή το Business (αγορά - στόχος #2) και πολλαπλασιάζονται οι τιμές των πακέτων με τον αριθμό των χρηστών ή επιχειρήσεων, αντίστοιχα.
  3. Συνδυάζοντας τα επί μέρους **TAM** των αγορών στόχων, υπολογίζεται το συνολικό.



# • Total Addressable Market (1)

## Αγορά Στόχος 1: Μεμονωμένοι πολίτες

Το **Depop** αποτελεί την μεγαλύτερη εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων παγκοσμίως → αναμένεται παρόμοιο age distribution στην εφαρμογή μας

Κατασκευάζεται μια αναλογία μεταξύ του Depop και του Rémodé, με βάση τα ποσοστά και τις ηλικιακές ομάδες που χρησιμοποιούν το Depop:



# • Total Addressable Market (2)

## Αγορά Στόχος 1: Μεμονωμένοι πολίτες

Πόσοι από αυτούς αναμένεται να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν;

- 18-24: Φοιτητές και νέοι εργαζόμενοι, νεαρής ηλικίας και περιορισμένου εισοδήματος. 7.5%
- 25-34: Άνθρωποι με κάποιο σταθερό εισόδημα, οικονομικά ανεξάρτητοι. Εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και με την second hand κουλτούρα. 15%
- 35-44: Άνθρωποι με σταθερό εισόδημα, παρ' όλα αυτά προτιμούν την αγορά καινούργιων ρούχων. Δεν υπάρχει ισχυρό κίνητρο αγοραπωλησίας ρούχων. 5%
- 45-54: Άνθρωποι όχι τόσο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, ούτε με την ιδέα του second-hand clothing. 2%
- 55-64 και 65+: Σπάνια ενασχόληση τόσο με την τεχνολογία όσο και με το second-hand. 1%

# • Total Addressable Market (3)

- Το **Derop** εδρεύει στο **Ηνωμένο Βασίλειο**. Αντίστοιχα, το **Rémodé** εδρεύει στην **Ελλάδα**.
  - ↳ Αξιόπιστη αντιπαραβολή των δύο χωρών
- Το Derop δέχεται 9,5 εκατομμύρια επισκέψεις μηνιαίως. Κατά προσέγγιση το 20% αφορούν το Ηνωμένο Βασίλειο.
  - ↳ Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε  $20\% \times 9,5 = \mathbf{1,9 \text{ εκατομμύρια επισκέψεις}$
- Ο πληθυσμός του Ηνωμένου Βασιλείου είναι 67 εκατομμύρια. Δεδομένου ότι το Derop χρησιμοποιείται από 1,9 εκατομμύρια εξ' αυτών, **το ποσοστό χρήσης του είναι 2,84%**.
  - ↳ Από την ανάλυση αυτή, αναμένεται ότι το ποσοστό χρήσης στην Ελλάδα για το **Rémodé** θα είναι όμοιο, γεγονός που αντιστοιχεί σε **302.176 επισκέψεις μηνιαίως**.  
(πληθυσμός Ελλάδας: 10.640.000)

# • Total Addressable Market (4)

Το πλήθος χρηστών που αναμένεται να χρησιμοποιούν το Rémodé ανά ηλικιακή ομάδα:

- 18-24: 32,23% x 302.176 = **97.391**
- 25-34: 28,95% x 302.176 = **87.480**
- 35-44: 16,37% x 302.176 = **49.467**
- 45-54: 11,22% x 302.176 = **33.905**
- 55-64: 6,99% x 302.176 = **21.123**
- 65+: 4,25% x 302.176 = **12.843**

Το πλήθος των πελατών (που αναμένεται να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ανά ηλικιακή ομάδα):

- 18-24: 97.391 x 7,5% = **7.305**
- 25-34: 87.480 x 15% = **13.122**
- 35-44: 49.467 x 5% = **2.474**
- 45-54: 33.905 x 2% = **679**
- 55-64: 21.123 x 1% = **212**
- 65+: 12.843 x 1% = **129**

Μέση Τιμή Πακέτων (με βάρη) =  $0,8 \times 7$  (τιμή Premium) +  $0,2 \times 20$  (τιμή Elite) = **9,6€**

Με βάση την μέση τιμή των πακέτων, υπολογίζονται τα εκτιμώμενα έσοδα του Rémodé ανά μήνα:

Μηνιαία Έσοδα =  $(7.305 + 13.122 + 2.474 + 679 + 212 + 129) \times 9,6 = 23921 \times 9,6 = 229.641,6\text{€}$

Άρα TAM =  $229.641,6 * 12 = 2.755.699,2\text{€}$  ετησίως

# • Total Addressable Market (5)

## Αγορά Στόχος 2: Καταστήματα

- Προσδιορίζεται κατ' εκτίμηση ότι το πλήθος των second-hand καταστημάτων που υπάρχουν στην Ελλάδα είναι **1500**.

Αναμένεται ένα ποσοστό της τάξης του **15%** να είναι διατεθειμένο να πληρώσει συνδρομή για την είσοδο στην εφαρμογή.

Μηνιαία Έσοδα =  $(1500 \times 15\%) \times 59,99 = 225 \times 59,99 = 13.497,75\text{€}$

Άρα TAM =  $13.497,75 \times 12 = 161.973\text{€}$  ετησίως

Συνολικό TAM =  $161.973\text{€} + 2.755.699,2\text{€} = 2.917.672,2\text{€}$  ετησίως

- Αρχικό set ερωτήσεων για ερωτηματολόγιο (1)

### Δημογραφικές Ερωτήσεις

- Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;
- Ποια είναι η εργασιακή σας κατάσταση;
- Ποιο είναι το φύλο σας;

### Εισαγωγικές Ερωτήσεις

- Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων;
- Πιστεύετε ότι η αγορά των μεταχειρισμένων ρούχων υποεκπροσωπεύται στη Ελλάδα;
- Πόσο συχνά αγοράζετε μεταχειρισμένα ρούχα συγκριτικά με την αγορά καινούργιων ρούχων;
- Σας απωθεί η ιδέα των μεταχειρισμένων ρούχων, και αν ναι, πόσο;
- Ποιο θα ήταν το μέγιστο αποδεκτό κόστος, κατά την γνώμη σας και το budget σας, ενος μεταχειρισμένου προϊόντος ρουχισμού;
- Επιλέξτε τους κύριους λόγους για τους οποίους αγοράζετε η θα αγοράζατε μεταχειρισμένα ρούχα.

- Αρχικό set ερωτήσεων για ερωτηματολόγιο (2)

### Φυσικά Καταστήματα

- Πόσο εύκολα προσβάσιμα είναι τα φυσικά καταστήματα second-hand clothing στην περιοχή σας;
- Πόσο συχνά βρίσκετε αυτό που ψάχνετε όταν πηγαίνετε σε ένα φυσικό κατάστημα secondhand ρούχων;
- Πόσο ικανοποιημένοι είστε με την ποιότητα των ρούχων που βρίσκετε σε φυσικά καταστήματα second-hand clothing;
- Ανταποκρίνεται η τιμή των ρούχων στα φυσικά καταστήματα στις προσδοκίες σας για το κόστος ενός μεταχειρισμένου ρούχου;

### Εφαρμογή

- Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή κινητού για αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ρούχων;
- Πόσο θα σας ενδιέφερε μία εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;
- Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να βρίσκετε κατά κύριο λόγο σε μια εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;

- Αρχικό set ερωτήσεων για ερωτηματολόγιο (3)

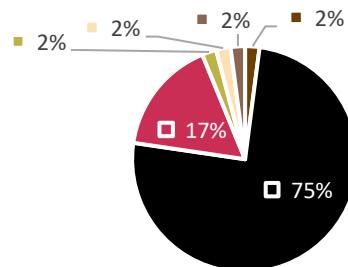
### Πωλητές

- Πόσο συχνά βρίσκεστε στη θέση να έχετε ρούχα τα οποία δεν χρειάζεστε πια αλλά εν τέλει μένουν στη ντουλάπα σας;
- Εάν είχατε τη δυνατότητα, θα πουλούσατε ρούχα τα οποία δεν χρειάζεστε;
- Σας εξάπτει το ενδιαφέρον η ιδέα του δικού σας ηλεκτρονικού καταστήματος πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων;
- Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να πουλήσετε κατα κύριο λόγο στην εφαρμογή;
- Σαν διαχειριστής σελίδας ψηφιακού μαγαζιού πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων, ποια από τα παρακάτω προνόμια θα σας ενδιέφεραν για να πουλήσετε τα προϊόντα σας ταχύτερα;

## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου:

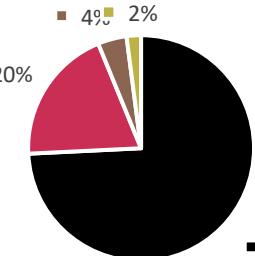
## Δημογραφικές ερωτήσεις

Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;



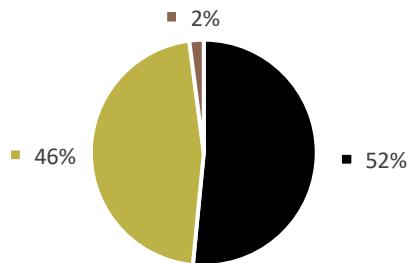
■ 0-17 ■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-60 ■ 60+

Ποια είναι η εργασιακή σας κατάσταση;



■ Μαθητής/Φοιτητής ■ Εργαζόμενος ■ Άνεργος ■ Συνταξιούχος

Ποιο είναι το φύλο σας;



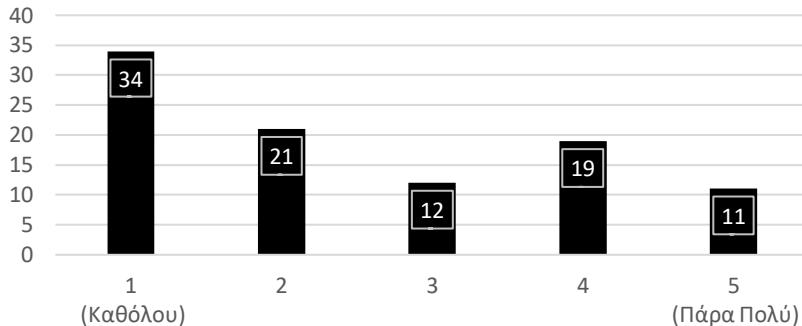
■ Άνδρας ■ Γυναίκα ■ Άλλο

Οι δημογραφικές ερωτήσεις αποτελούν την βάση ενός ερωτηματολογίου, καθώς βοηθούν στην κατανόηση των αποτελεσμάτων για κάθε target group. Συγκεκριμένα, παρατηρήσαμε έντονη συμμετοχή ατόμων 18-34 που έχουν την φοιτητική ιδιότητα ή εργάζονται.

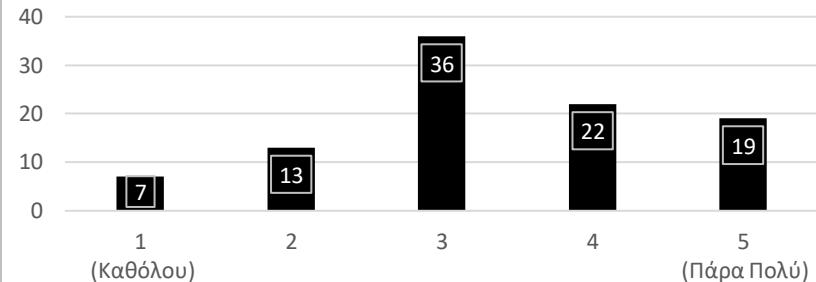
## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου:

## Εισαγωγικές ερωτήσεις

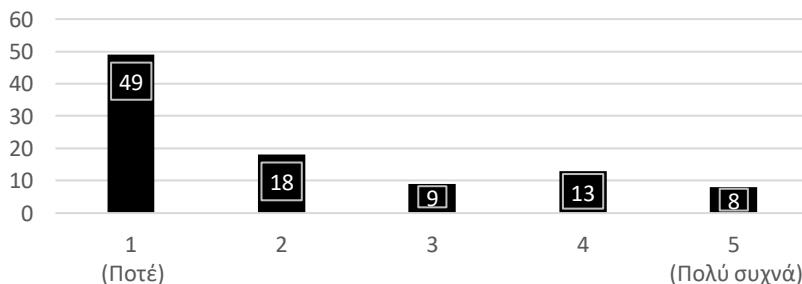
Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων;



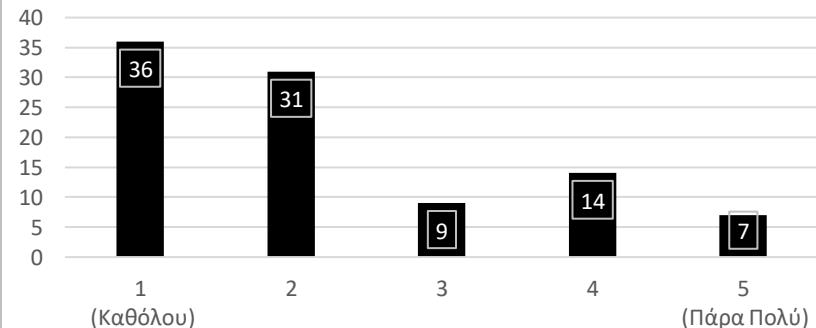
Πιστεύετε ότι η αγορά των μεταχειρισμένων ρούχων υποεκπροσωπεύται στη Ελλάδα;



Πόσο συχνά αγοράζετε μεταχειρισμένα ρούχα συγκριτικά με την αγορά καινούργιων ρούχων;

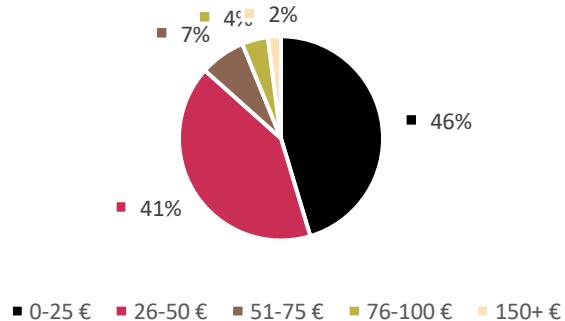


Σας απωθεί η ιδέα των μεταχειρισμένων ρούχων, και αν ναι, πόσο;



## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου:

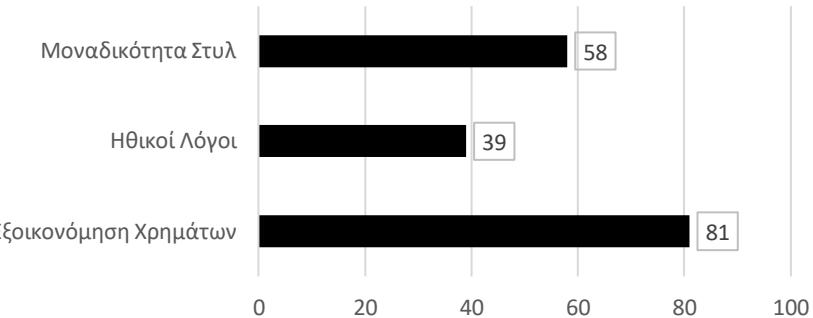
Ποιο θα ήταν το μέγιστο αποδεκτό κόστος, κατά την γνώμη σας και το budget σας, ενος μεταχειρισμένου προϊόντος ρουχισμού;



Παρατηρούμε ότι μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν είναι εξοικειωμένοι με την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων, κάτι που οφείλεται στο γεγονός ότι η αγορά αυτή υποεκπροσωπείται στην Ελλάδα. Παρ' όλα η πλειοψηφία δεν απωθείται από την ιδέα αγοράς μεταχειρισμένων ρούχων και συνεπώς δεν είναι αρνητικά προσκείμενοι προς αυτή.

## Εισαγωγικές ερωτήσεις

Επιλέξτε τους κύριους λόγους για τους οποίους αγοράζετε η θα αγοράζατε μεταχειρισμένα ρούχα.

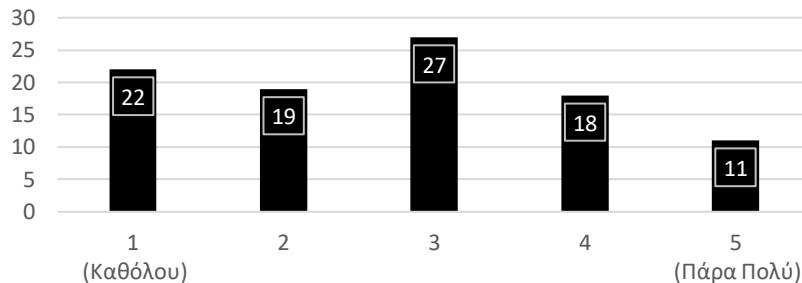


Τέλος, η πλειοψηφία δηλώνει πως ένας κύριος λόγος αγοράς μεταχειρισμένων ρούχων θα ήταν η εξοικονόμηση χρημάτων, κάτι που είναι εμφανές από το γεγονός ότι κατά κύριο λόγο το budget θα είχε άνω όριο τα 50€ για τους περισσότερους αγοραστές. Επίσης ενδιαφέρον είναι πως υπάρχει νοητή σύνδεση μεταξύ μεταχειρισμένων ρούχων (π.χ. *thrift shops, retro clothes*) και μοναδικότητα στυλ, κάτι που ο πληθυσμός του ερωτηματολογίου (νέοι-φοιτητές) φαίνεται να εκτιμάει σε σημαντικό βαθμό.

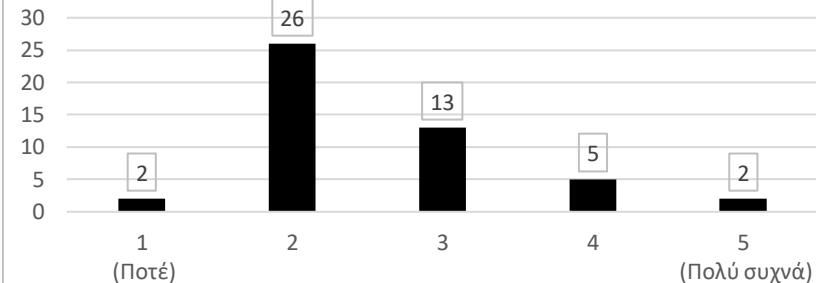
## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου:

## Φυσικά καταστήματα

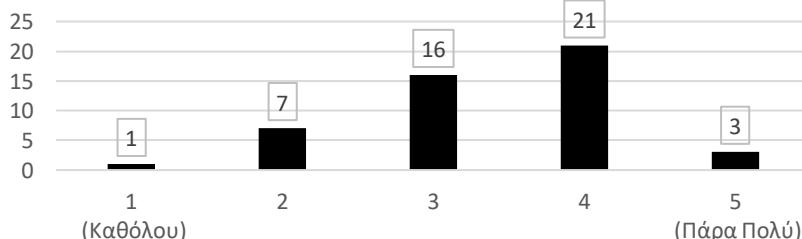
Πόσο εύκολα προσβάσιμα είναι τα φυσικά καταστήματα second-hand clothing στην περιοχή σας;



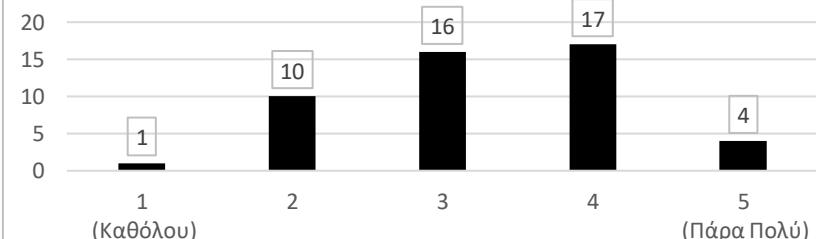
Πόσο συχνά βρίσκετε αυτό που ψάχνετε όταν πηγαίνετε σε ένα φυσικό κατάστημα second-hand ρούχων;



Πόσο ικανοποιημένοι είστε με την ποιότητα των ρούχων που βρίσκετε σε φυσικά καταστήματα second-hand clothing;



Ανταποκρίνεται η τιμή των ρούχων στα φυσικά καταστήματα στις προσδοκίες σας για το κόστος ενός μεταχειρισμένου ρούχου;



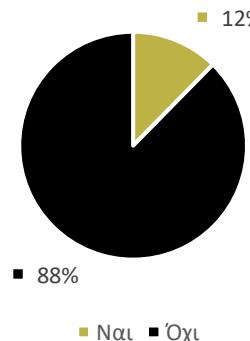
## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου: Φυσικά καταστήματα

Σε αυτή την ενότητα αξιολογούμε την σχέση των ερωτηθέντων με τα φυσικά μαγαζιά πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων. Κατά κύριο λόγο παρατηρούμε ότι:

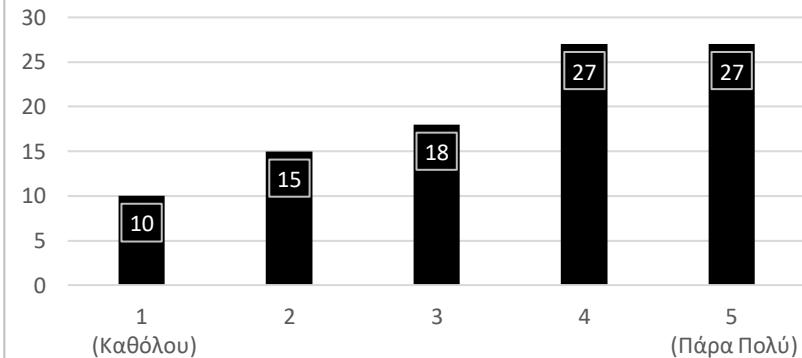
- Η προσβασιμότητα είναι αμφιλεγόμενη και η πλειοψηφία την θεωρεί μειωμένη.
- Η εύρεση των επιθυμητών ρούχων αποτελεί πρόβλημα στην συντριπτική πλειοψηφία.
- Η ποιότητα και οι τιμές ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών.

- Απαντήσεις ερωτηματολογίου: Εφαρμογή

Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή κινητού για αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ρούχων;

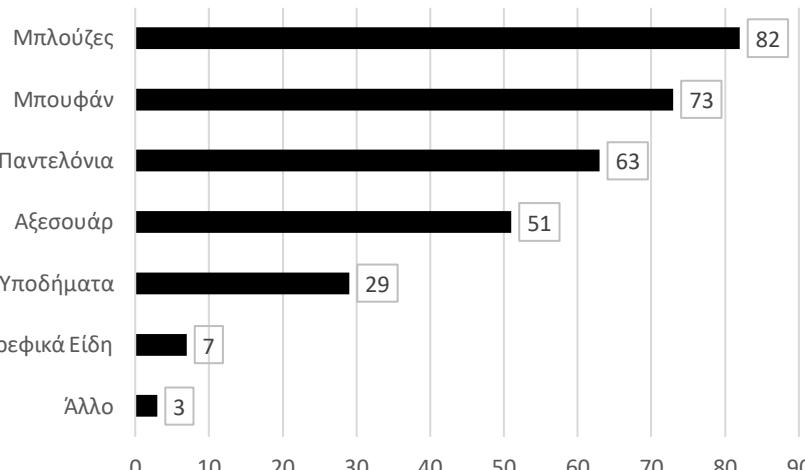


Πόσο θα σας ενδιέφερε μία εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;



## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου: Εφαρμογή

Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να βρίσκετε κατά κύριο λόγο σε μια εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων;



Στη συνέχεια ακολουθούν οι ερωτήσεις με θέμα την εφαρμογή που αναπτύσσουμε. Σκοπός αυτών των ερωτήσεων είναι να σχηματιστεί εικόνα για το εάν υπάρχει αγορά για το προϊόν μας στον πληθυσμό που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο.

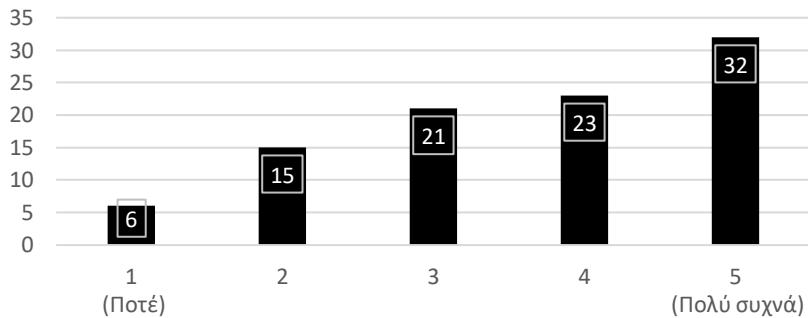
Παρατηρούμε τα εξής:

- Η πλειοψηφία δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων.
- Παρ' αυτά, η πλειοψηφία θα ενδιαφερόταν έντονα για μια τέτοια εφαρμογή.

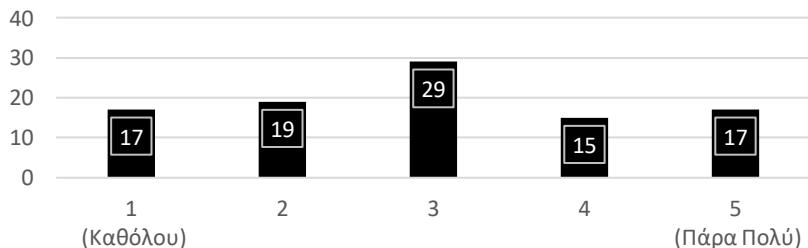
## • Απαντήσεις ερωτηματολογίου:

## Πωλητές

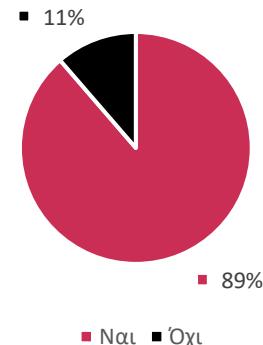
Πόσο συχνά βρίσκεστε στη θέση να έχετε ρούχα τα οποία δεν χρειάζεστε πια αλλά εν τέλει μένουν στη ντουλάπα σας;



Σας εξάπτει το ενδιαφέρον η ιδέα του δικού σας ηλεκτρονικού καταστήματος πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων;



Εάν είχατε τη δυνατότητα, θα πουλούσατε ρούχα τα οποία δεν χρειάζεστε;



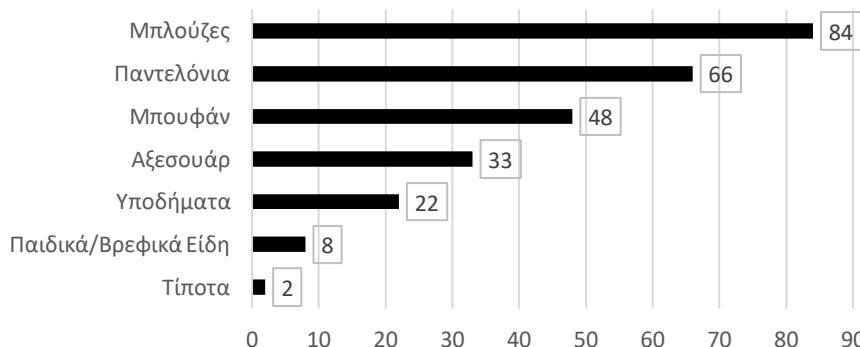
Στην τελευταία ενότητα εξετάσαμε την πρόθεση των ερωτηθέντων για πώληση μέσω της εφαρμογής.

• Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχουν στην κατοχή τους ρούχα τα οποία δεν χρειάζονται πια, και εκφράζουν την επιθυμία τους να τα πουλήσουν, εφόσον είχαν την δυνατότητα.

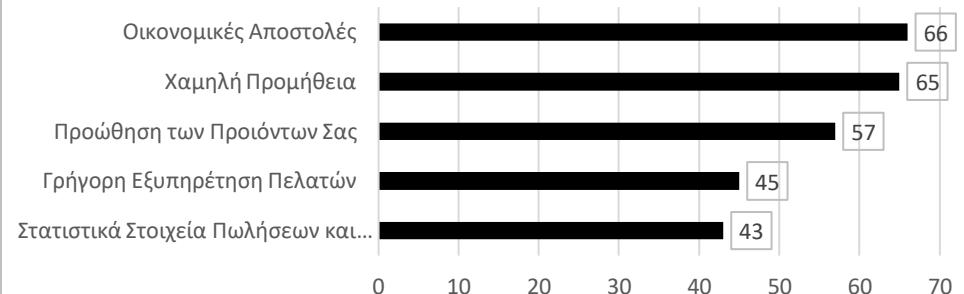
• Η πλειονότητα ήταν επιφυλακτική στην ιδέα της διαχείρισης ψηφιακού μαγαζιού, παρ' όλα αυτά υπήρξε ενδιαφέρον όσον αφορά τις επιπλέον υπηρεσίες που θα προσφέρουμε σαν εφαρμογή.

- Απαντήσεις ερωτηματολογίου: Πωλητές

Ποια από τα παρακάτω είδη ρουχισμού θα θέλατε να πουλήσετε κατα κύριο λόγο στην εφαρμογή;



Σαν διαχειριστής σελίδας ψηφιακού μαγαζιού πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων, ποια από τα παρακάτω προνόμια θα σας ενδιέφεραν για να πουλήσετε τα προϊόντα σας ταχύτερα;



# • Συνέντευξη: Target Group Φοιτητές, 18-24 (1)



Νίκος Κοντογεώργης

Φοιτητής Επιστήμης  
Υπολογιστών, Παν. Κρήτης

1) Πόσο συχνά αγοράζεις ρούχα; Ποιο ποσοστό αυτών είναι μεταχειρισμένα;

Νομίζω πως μου αρέσει να παίρνω 1-2 κομμάτια τον μήνα. Καινούργια αγοράζω μόνο όταν έχουν προσφορές τα μαγαζιά ή οι εφαρμογές, αλλιώς προτιμάω thrift shops. Παρ' όλα αυτά η αλήθεια είναι πως από τότε που ήρθα στο Ηράκλειο δεν πηγαίνω τόσο σε τέτοια μαγαζιά γιατί δεν υπάρχουν αρκετά και οι επιλογές είναι περιορισμένες.

2) Έχεις χρησιμοποιήσει ποτέ εφαρμογή αγοραπωλησίας μεταχειρισμένων ρούχων; Αν ναι, ποια και ποια ήταν η εμπειρία σου; Έχεις πουλήσει σε αυτές;

Χρησιμοποιώ το Depop κυρίως. Βρίσκω αρκετά πράγματα που μου αρέσουν, αλλά συνήθως δεν βγάζω άκρη με τους πωλητές, ειδικά όταν εμπλέκονται μεταφορικά γιατί είναι συνήθως πανάκριβα και δεν υπάρχει εμπιστοσύνη για το ποιος θα στείλει/πληρώσει πρώτος. Ναι έχω πουλήσει λίγα ρούχα, η διαδικασία για verification πωλητή με κούρασε αρκετά βέβαια, όμως εν τέλει βγήκε. Έχω επίσης δοκιμάσει να πουλήσω μέσω FB Marketplace όμως με spam-αραν με άσχετα μηνύματα και παζάρια οπότε το άφησα.

3) Ποιο είναι το budget σου όταν αγοράζεις μεταχειρισμένα ρούχα; Τι ποιότητα περιμένεις;

Συνήθως δεν δίνω πάνω από 50-άρικο, και αυτό αφορά συνήθως μπουφάν η καμία ζακέτα πιο ψαγμένη. Νομίζω για μπλουζάκια και φούτερ το όριο είναι στα 20-30, ανάλογα. Γενικά δεν περιμένω να είναι ολοκαίνουργιο, αλλά σίγουρα να μην έχει φθορές και να μην είναι λεκιασμένο.

- Συνέντευξη: Target Group Φοιτητές, 18-24 (2)

4) Πιστεύεις πως τα ρούχα είναι ένας τομέας που θα ήθελες να εξοικονομήσεις χρήματα, όντας φοιτητής;

Σίγουρα, γιατί πολλές φορές αγοράζω ρούχα για στιλιστικούς λόγους και όχι επειδή τα χρειάζομαι. Ειδικά με τα άλλα έξοδα που έχω δεν με παίρνει να ξοδεύω χρήματα σε πολυτέλειες.

5) Πόσο συχνά ανανεώνεις την γκαρνταρόμπα σου; Σου αρέσει να πουλάς τα ρούχα σου και να τα αντικαθιστάς με καινούργια;

Ναι, συνήθως δεν κρατάω κάτι πάνω από χρόνο εκτός και αν μου αρέσει πάρα πολύ η είναι πρακτικό όπως ένα μπουφάν η παπούτσια. Τα υπόλοιπα τα πουλάω.

6) Είπες πως στο Ηράκλειο δεν είσαι ικανοποιημένος με την διαθεσιμότητα μεταχειρισμένων ρούχων, πως το αντισταθμίζεις αυτό; Σου αρκούν τα μέσα που έχεις ήδη;

Όπως είπα, χρησιμοποιώ το Depop. Βέβαια έχει και αυτό τα θέματα του, και σπανίως βρίσκω κάτι που εν τέλει καταλήγει σε αγορά. Κάτι που με ενοχλεί είναι αυτό που είπα με τα μεταφορικά αλλά και το γεγονός ότι είναι κυρίως γεμάτο ξένους που ενδιαφέρονται να πουλήσουν τοπικά. Δεν έχει τόσο πέραση στην Ελλάδα.

- Ερωτήσεις για script συνέντευξης: Target Group Καταστήματα

- 1) Πώς νιώθετε με την επιρροή που έχετε σε πιθανούς πελάτες; Πιστεύετε πως θα μπορούσατε να διαφημίσετε περισσότερο το κατάστημά σας;
- 2) Πιστεύετε πως οι διαδικτυακές αγορές αποτελούν απειλή για τα φυσικά καταστήματα μεταχειρισμένων ρούχων;
- 3) Το απόθεμά σας εκρέει με ικανοποιητικό ρυθμό; Συμβαίνει συχνά κομμάτια να μην πωλούνται αρκετά γρήγορα, μένοντας στο ράφι;
- 4) Πιστεύετε ότι η online παρουσία θα κινούσε το ενδιαφέρον του νέου κοινού προς το μαγαζί σας; (Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει online ανάδειξη η ακόμα και πώληση μέσω διαδικτύου)

# Ανάλυση Ανταγωνισμού (μέθοδος Benchmarking)

	Έγκριση αρρ στην Ελλάδα	Όριο ανώτατης τιμής πώλησης	Ευελιξία πακέτων	Επαλήθευση πωλητών	Πληθώρα μεθόδων πληρωμής	Αξιολογήσεις χρηστών	Αιμιγώς για μετα- χειρισμένα ρούχα
 Rémodé	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 depop	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✓
 Vinted	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓
 Vendor.gr	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
 Qremix	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗
 BOHBO <small>Designer Second Hand</small>	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓
 f	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
 Instagram	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗

# Τεχνολογική Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα

4<sup>ο</sup> Παραδοτέο – Περιγραφή της λύσης (mockups)

Αναστασία Βατζέλη	3200015
Αλβιόνα Μάντσο	3200098
Χρήστος Πατρινόπουλος	3200150
Γεωργία Πέτσα	3200155
Παναγιώτης Τριανταφυλλίδης	3200199
Διονύσιος Ρηγάτος	3200262



RÉMODÉ



Live Demo



Η υλοποίηση του mockup της εφαρμογής ήταν το πρώτο βήμα για να πάρει ζωή το Rémodé. Φτιάχτηκε μια μοντέρνα διεπαφή χρήστη που θα τραβήξει το βλέμμα και θα ωθήσει όποιον κατεβάζει την εφαρμογή να περιηγηθεί στην αρχική σελίδα, να αναζητήσει ρούχα με χαμηλές τιμές και τελικά να αγοράσει. Σχεδιάστηκε με γνώμονα την υψηλή μινιμαλιστική αισθητική και την ευκολία χρήσης και προβάλει μια πρώτη εικόνα των προφίλ πωλητών και των επιχειρήσεων, των σελίδων με τα είδη ρουχισμού, την επιλογή Premium ή Elite συνδρομητικού πακέτου, των κριτικών, του καλαθιού κ.ά.

## Οι περιορισμοί που καλούμαστε να ξεπεράσουμε:

- Θα χρειαστούν κεφάλαια και οι κατάλληλοι ανθρώπινοι πόροι για την ανάπτυξη και τη συντήρηση της εφαρμογής, τη διαχείριση των δεδομένων των χρηστών και την ανάλυση τους για παραγωγή στατιστικών και την υποστήριξη του server hosting.
- Οι ανάγκες για αυτοματοποιημένους ελέγχους ταυτοποίησης χρηστών, κατηγοριοποίησης αντικειμένων με σωστά φίλτρα και ασφαλών μεθόδων διαχείρισης ηλεκτρονικών πληρωμών απαιτούν επίσης μεγάλα ποσά και προσωπικό πλήρως καταρτισμένο στα αντικείμενα αυτά. Η λειτουργικότητα που περιγράφεται στηρίζεται κατά βάση στην Τεχνητή Νοημοσύνη (AI).

Οι συνεργασίες με εταιρίες που έχουν εδραιωθεί στους παραπάνω τομείς όπως την ανάπτυξη λογισμικού και τη διαχείριση της βάσης δεδομένων θα διευκολύνουν το δύσκολο αυτό έργο με την τεχνογνωσία τους. Η μεταβίβαση δραστηριοτήτων όπως η εξυπηρέτηση πελατών και η αποστολή προϊόντων σε τρίτους θα προσφέρουν εξοικονόμηση πόρων και χαμηλότερα λειτουργικά κόστη σε συνδυασμό με την εισαγωγή εσόδων από την ανάλυση και πώληση ανώνυμων δεδομένων χρήσης και στατιστικών.

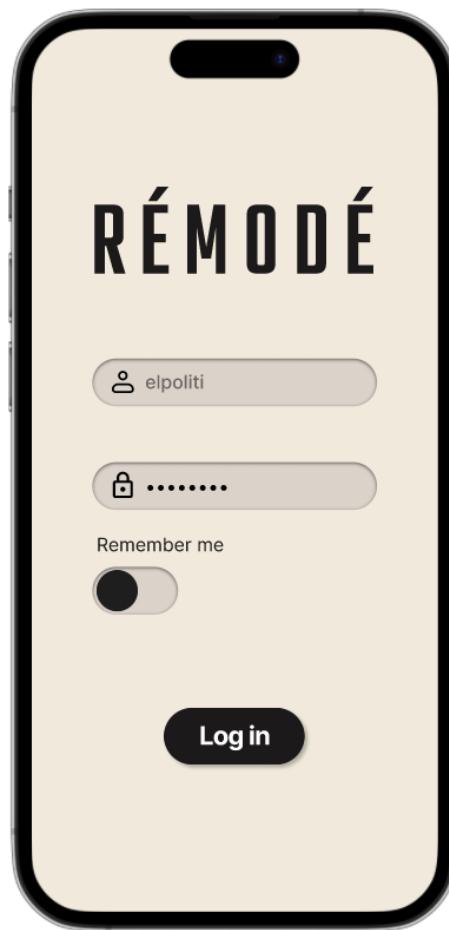


Live Demo

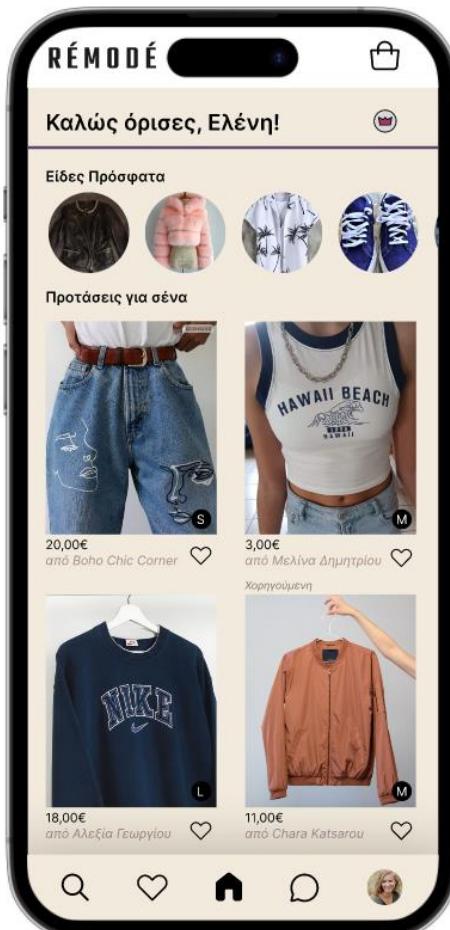
Οθόνη Splash



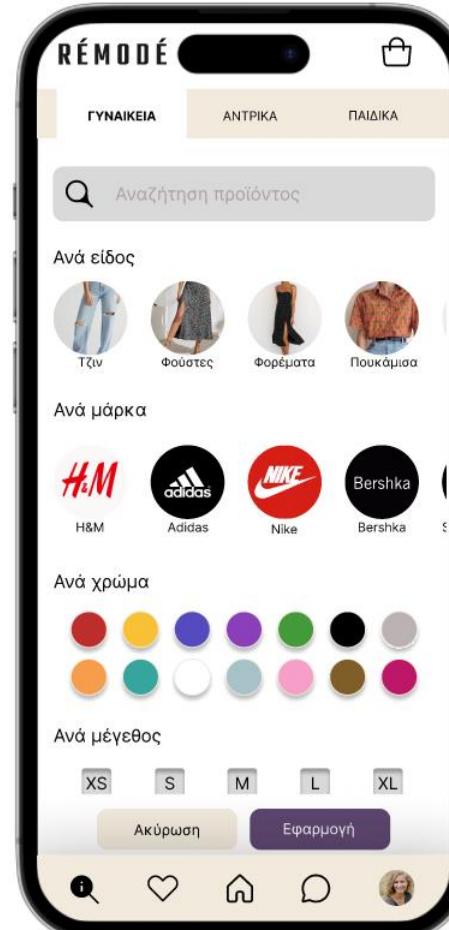
Login



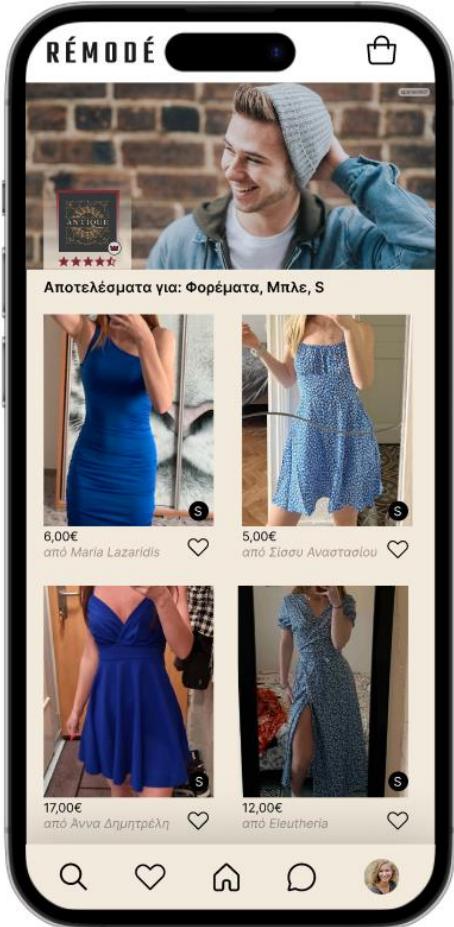
Αρχική Οθόνη



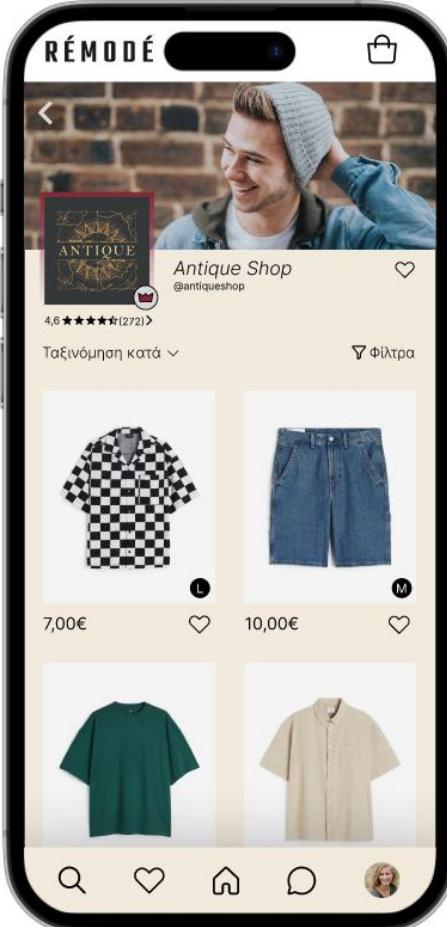
Οθόνη Αναζήτησης



## Αποτελέσματα Αναζήτησης



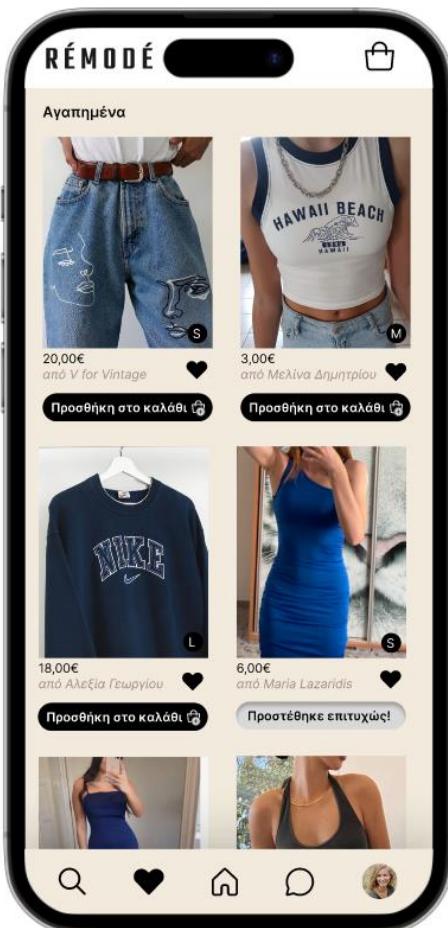
## Προφίλ Επιχείρησης



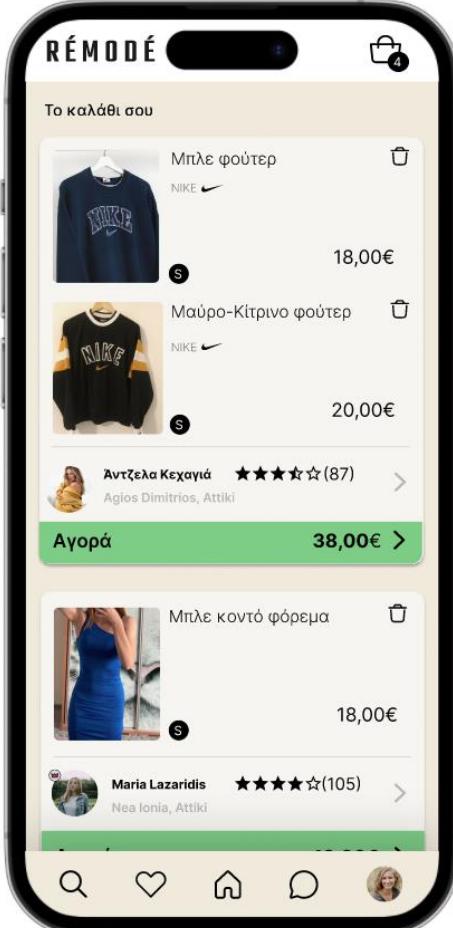
## Κριτικές Επιχείρησης



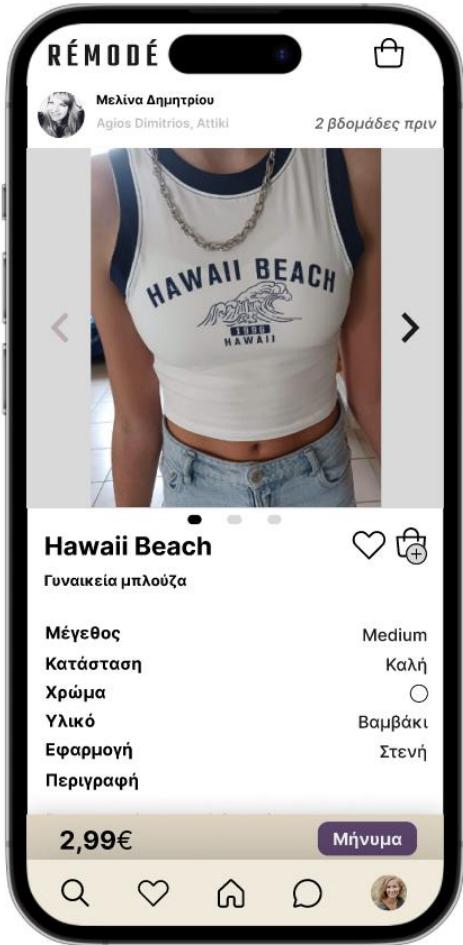
## Αγαπημένα



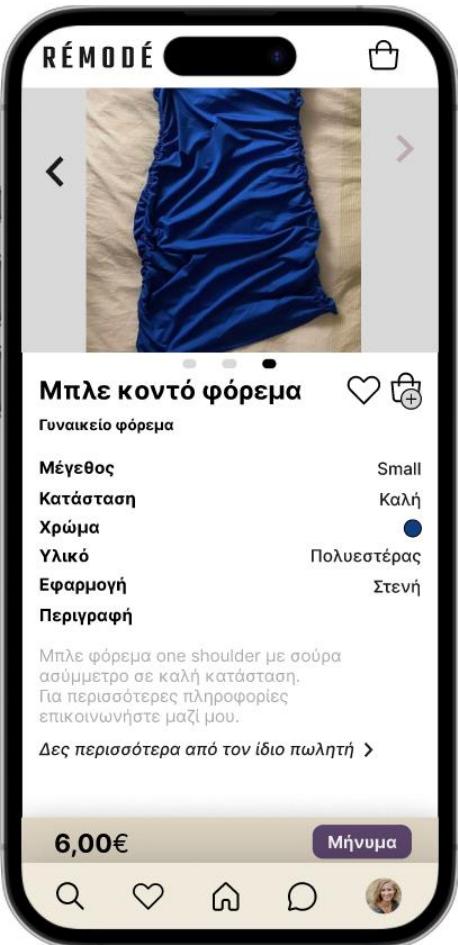
## Καλάθι



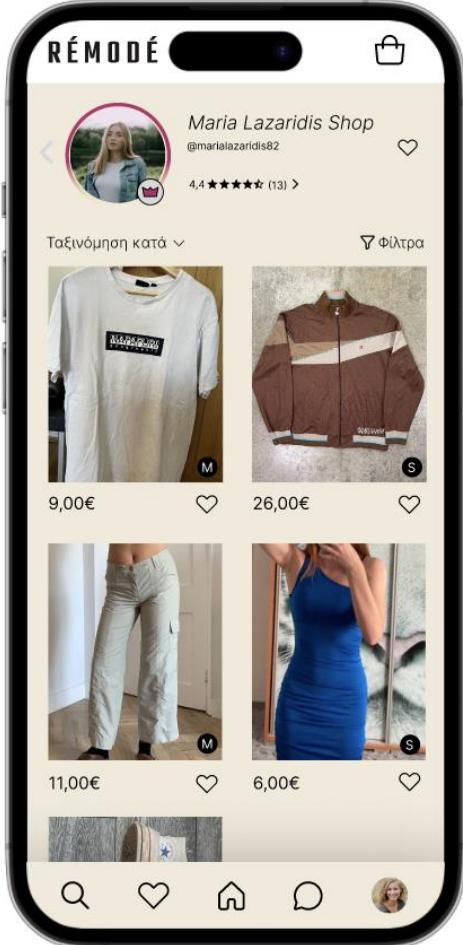
Σελίδα Προϊόντος (1)



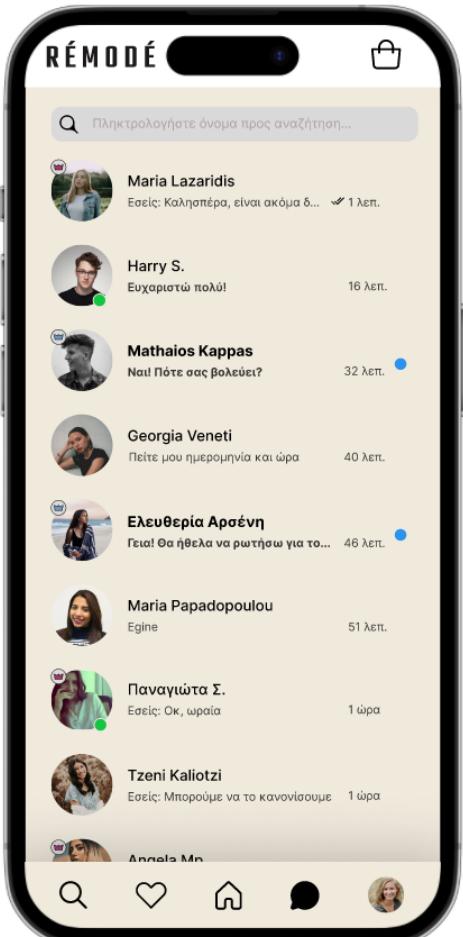
Σελίδα Προϊόντος (2)



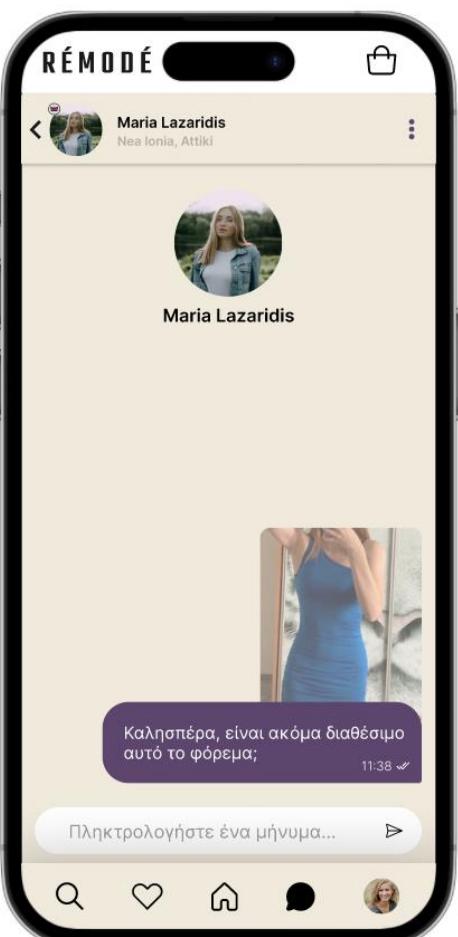
Προφίλ Πωλητή



Συνομιλίες



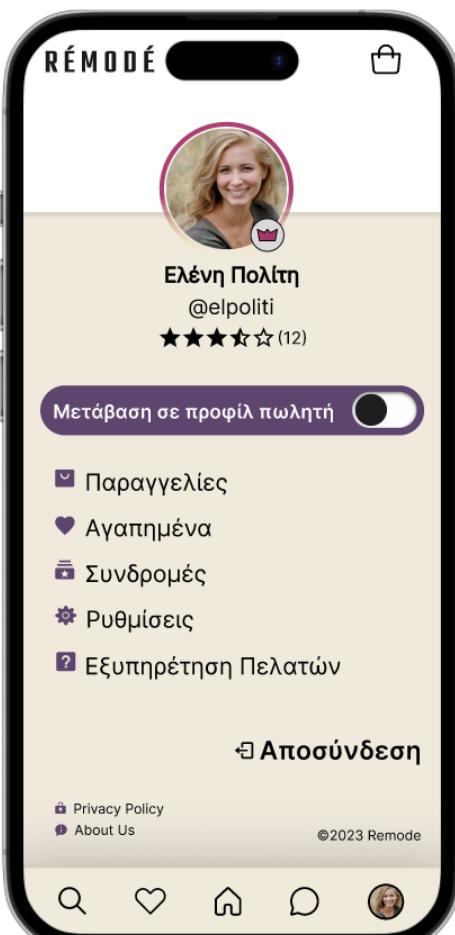
Συνομιλία με Πωλητή (1)



Συνομιλία με Πωλητή (2)

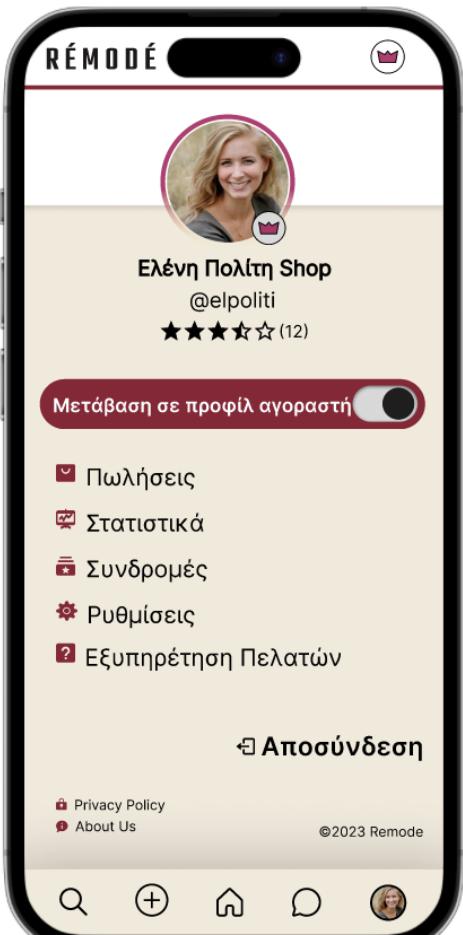


Προφίλ Χρήστη  
Όψη Αγοραστή



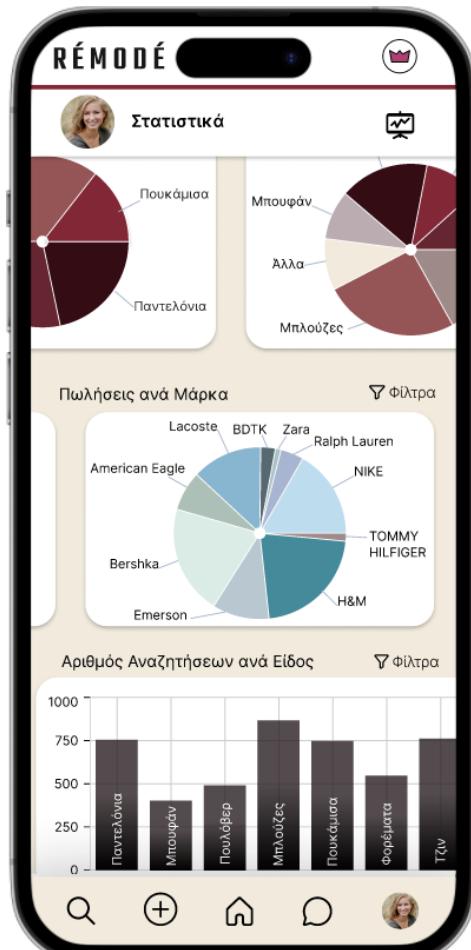
Συνδρομητικά Πακέτα

Προφίλ Χρήστη  
Όψη Πωλητή



Στατιστικά (1)

Στατιστικά (2)







RÉMODÉ

# Rémodé

## Second Hand Clothing App



Αναστασία Βατζέλη  
Αλβιόνα Μάντσο  
Χρήστος Πατρινόπουλος  
Παναγιώτης Τριανταφυλλίδης  
Γεωργία Πέτσα  
Διονύσιος Ρηγάτος

# ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ / Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ

“ 500 δις (USD) το ετήσιο περιβαλλοντικό κόστος του Fast Fashion για ρούχα που κατασκευάζονται για να φορεθούν ελάχιστα και δεν ανακυκλώνονται ! ”

## SECOND HAND CLOTHING

- 🚫 Τα φυσικά καταστήματα είναι δύσκολα προσβάσιμα
- 🚫 Η αναζήτηση σε αυτά χρονοβόρα, δε βρίσκει κανείς εύκολα αυτό που χρειάζεται
- 🚫 Δεν μπορεί οποιοσδήποτε να πουλήσει εύκολα τα ρούχα του
- 🚫 'Όχι πάντα αξιόπιστη η online αγορά από άλλους

## ΕΦΑΡΜΟΓΗ SECOND HAND CLOTHING



RÉMODÉ

70%

δεν είναι ευχαριστημένοι με την προσβασιμότητα των καταστημάτων second-hand clothing στην περιοχή τους

85%

δεν βρίσκουν συχνά αυτό που ψάχνουν στα καταστήματα

56%

ενδιαφέρονται πολύ για μια εφαρμογή second hand clothing

89%

θα πουλούσαν ρούχα που δεν χρειάζονται

*Rémodé, Google Forms 2023*



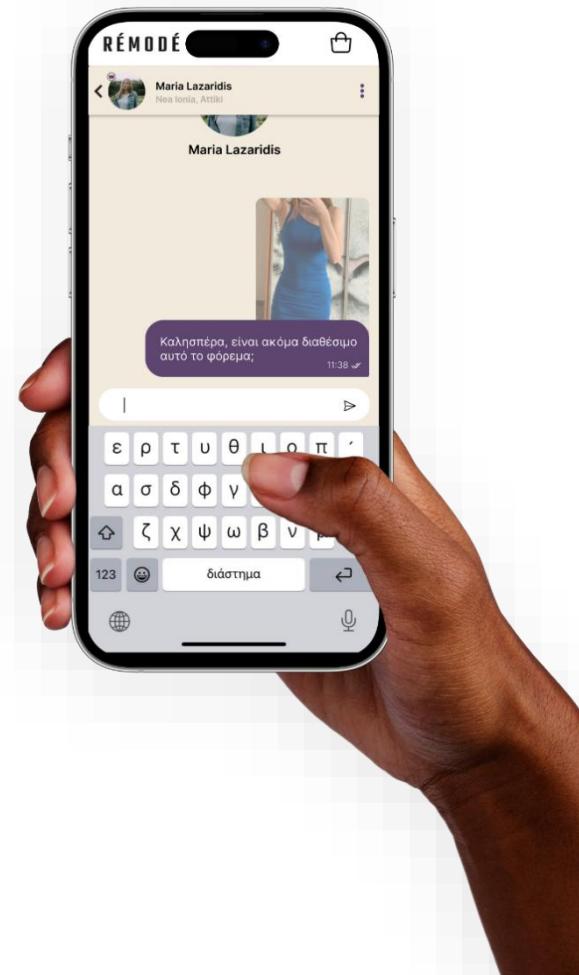


# ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



- Όριο τιμής πώλησης προϊόντων → εξασφάλιση οικονομικών προτάσεων ρούχων, μείωση κινδύνου εξαπάτησης των αγοραστών με απομιμήσεις
- Περιήγηση σε γκάμα ρούχων που κοινοποιούν προς πώληση άλλοι χρήστες
- Φιλτράρισμα ρούχων ανά κατηγορία, μάρκα, μέγεθος κ.ά.
- Εμφάνιση προτάσεων σχετικών με τα αγαπημένα και τις πρόσφατες αγορές
- Δωρεάν δημοσίευση αγγελιών ως ιδιώτης ή αγορά συνδρομητικού πακέτου με επιπλέον προνόμια
- Άμεση επικοινωνία πωλητή - αγοραστή μέσω chat
- Ποικιλία τρόπων παράδοσης προϊόντων

# MOCKUP





v1.01

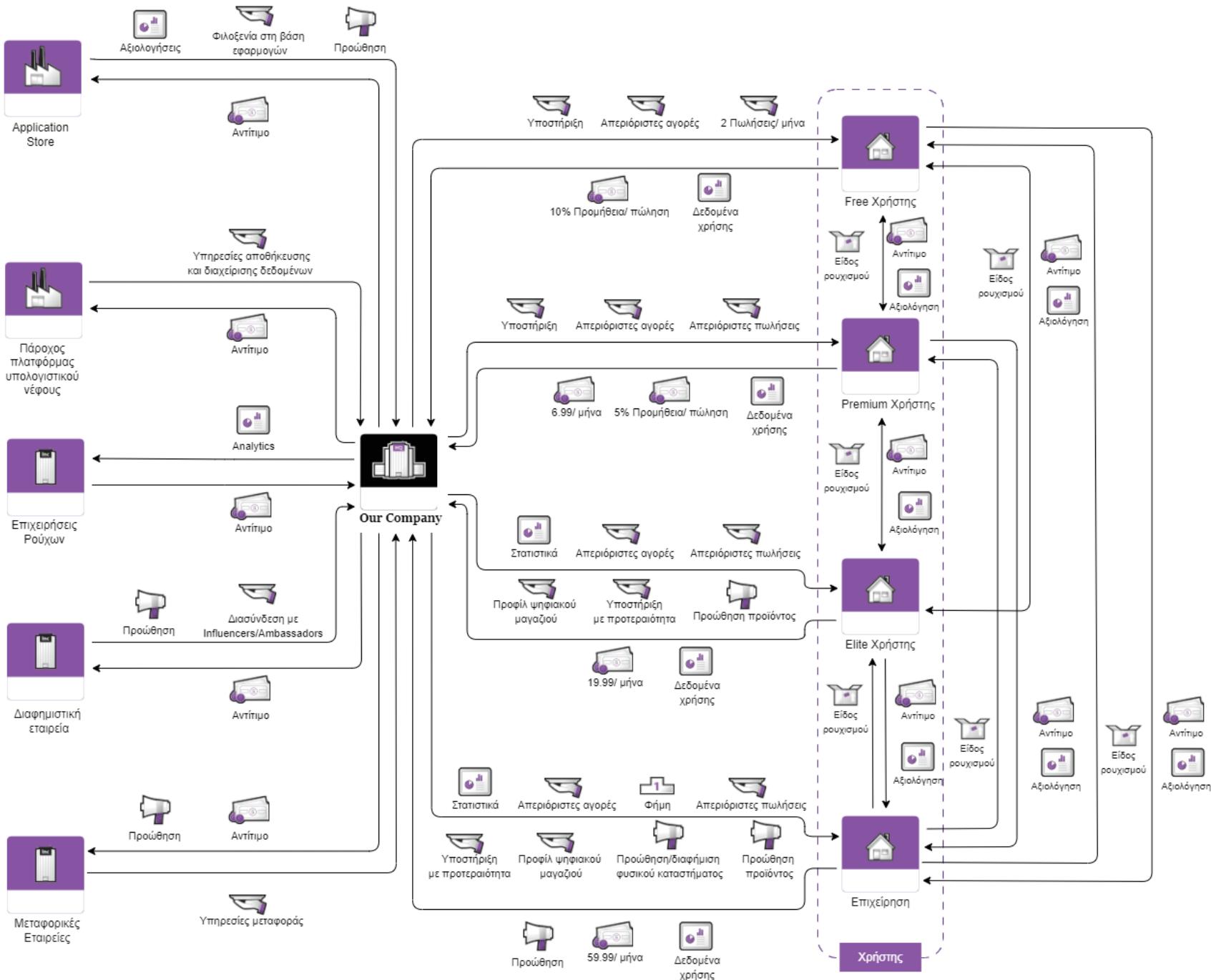
# BENCHMARKING



	Υπαρξη app στην Ελλάδα	Όριο ανώτατης τιμής πώλησης	Ευελιξία πακέτων	Επαλήθευση πωλητών	Πληθώρα μεθόδων πληρωμής	Αξιολογήσεις χρηστών	Αμιγώς για μεταχειρισμένα ρουχά
 Rémodé	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 depop	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✓
 Vinted	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓
 Vendoro	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
 remix	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗
 BOHBO	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓
 f	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
 Instagram	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗

- Μοναδική ελληνική εφαρμογή εστιασμένη αμιγώς στην αγοραπωλησία μεταχειρισμένων ειδών ρουχισμού
- Όριο ανώτατης τιμής πώλησης
- Ευελιξία πακέτων:
  - Διαβαθμισμένη υπηρεσία
  - Προσωποποιημένα πακέτα που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες
- Πληθώρα επιλογών για τον αγοραστή λόγω συνύπαρξης ιδιωτών πωλητών και επιχειρήσεων στην ίδια πλατφόρμα

# BUSINESS MODEL KIT



# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ



- Αρχικό κεφάλαιο από επενδυτές
- Ποσοστό προμήθειας επί των πωλήσεων
- Premium και Elite συνδρομητικά πακέτα για ιδιώτες
- Business συνδρομητικό πακέτο για επιχειρήσεις
- Διάθεση analytics σε επιχειρήσεις

## BREAK EVEN POINT

Δεδομένου του αναμενόμενου υψηλού αριθμού συνδρομητών και εισόδου υπαρχουσών και νέων επιχειρήσεων εκτιμάται επίτευξη break - even point στα πρώτα 2 έτη λειτουργίας

## ΑΙΣΙΟΔΟΞΟ

- Είσοδος σχεδόν όλων των επιχειρήσεων στην εφαρμογή Μεγάλος αριθμός downloads και εγγεγραμμένων χρηστών Ισχυρό κίνητρο για αγορά premium/elite πακέτου Υψηλό ROI για επενδυτές
- Κερδοφορία στα πρώτα 3 έτη λειτουργίας

## ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΟ

- Είσοδος μερικών επιχειρήσεων στην εφαρμογή Ικανοποιητικά downloads και εγγεγραμμένων χρηστών Μερική διάθεση για αγορά premium/elite πακέτου Χαμηλό ROI για επενδυτές
- Κερδοφορία μέσα σε λίγα χρόνια

## ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΟ

- Ανεπαρκής είσοδος επιχειρήσεων στην εφαρμογή Χαμηλός αριθμός downloads και εγγεγραμμένων χρηστών Απουσία κινήτρου για αγορά premium/elite πακέτου Ζημιά για επενδυτές
- Αβεβαιότητα κερδοφορίας, ανάγκη για μεγαλύτερα κεφάλαια, ανασχεδιασμό και προσθήκη νέων υπηρεσιών

# Η ΟΜΑΔΑ



RÉMODÉ

## ΔΙΟΝΥΣΗΣ

Concept  
Έρευνα  
Σχεδιασμός UI  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

## ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

Σχεδιασμός επιχειρηματικού μοντέλου  
Έρευνα  
Σχεδιασμός UI  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

## ΧΡΗΣΤΟΣ

Concept  
Έρευνα  
Σχεδιασμός UI  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

## ΓΩΓΩ

Ανάλυση Ανταγωνισμού  
Έρευνα  
Marketing  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

## ΠΑΝΟΣ

Ανάλυση Ανταγωνισμού  
Έρευνα  
Τεχνική Αξιολόγηση  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

## ΑΛΒΙΟΝΑ

Σχεδιασμός επιχειρηματικού μοντέλου  
Έρευνα  
Σχεδιασμός UI  
Ανάπτυξη Εφαρμογής

# ΠΛΑΝΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ



## ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

- > Εύρεση κεφαλαίου και επενδυτών
- > Ανάπτυξη εφαρμογής
- > Προσέγγιση επιχειρήσεων για είσοδο στην εφαρμογή
- > Εύρεση συνεργατών για marketing και προώθηση
- > Πρόσληψη προσωπικού για εξυπηρέτηση πελατών
- > Συμφωνίες με key partners (εταιρίες πληρωμών, παράδοσης)



## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ-ΟΡΟΣΗΜΑ

- > Καταρτισμένοι προγραμματιστές και τεχνικοί που θα μας υποστηρίξουν στην ανάπτυξη της εφαρμογής
- > Στοχευμένο marketing, με ισχυρή παρουσία στα social media για την προσέγγιση χρηστών
- > Άμεση επίτευξη δημοτικότητας της εφαρμογής που θα δίνει το κίνητρο σε ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις να εισέλθουν
- > Μεγάλη ποικιλία προϊόντων που ικανοποιεί το σύνολο των αγοραστών
- > Λογική και δίκαιη κοστολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών
- > Εκπτώσεις στα Premium/Elite πακέτα για προσέγγιση περισσότερων πωλητών

I'm gonna pop some tags  
Only got twenty dollars in my pocket  
I'm, I'm, I'm huntin', lookin' for a come up  
This is \*\*\* awesome

Any questions?

RÉMODÉ