



Εισαγωγή

Η skroutz A.E. αποτελεί την πιο δημοφιλή και πετυχημένη διαδικτυακή εταιρία στην Ελλάδα. Η αρχή έγινε το 2005 με την δημιουργία της ιστοσελίδας www.skroutz.gr και ένα χρόνο μετά μετεξελίχθηκε σε ανώνυμη εταιρία. Την ίδια χρονιά πουλήθηκε το 50% της αξίας της εταιρίας (300.000 ευρώ) στον όμιλο εταιριών Dionic.

Στο ενεργητικό της εντάσσονται πάνω από 50 εργαζόμενοι με τον νέο χώρο εργασίας να ξεπερνάει τα 1100 τ.μ.. Το 2006 η ιστοσελίδα κέρδισε το Χάλκινο βραβείο στα Ermis Awards 2006 για τη κατηγορία “Telecommunications & Computing” με άλλη μια διάκριση το επόμενο έτος (Χρυσό βραβείο στα Ermis Awards 2007 για τη κατηγορία “Web Sites & Microsites/Media & Publications”).

Η εταιρία εκτός της μηχανής αναζήτησης και σύγκρισης τιμών και προϊόντων του skroutz.gr δραστηριοποιείται και στην κατασκευή ιστοσελίδων πάσης φύσεως αλλά και στην δημιουργία και εμπορική εκμετάλλευση διαδικτυακών portals. Αυτήν την στιγμή η εταιρία συνεργάζεται με πάνω από 1000 ηλεκτρονικά καταστήματα παρέχοντας στους επισκέπτες πληροφορίες για πάνω από 5.500.000 προϊόντα. Παράλληλα υλοποιεί τις φιλοδοξίες της για επέκταση στο εξωτερικό με την δημιουργία του “τούρκικου skroutz”, το alve.com. Τέλος αξιοσημείωτα projects της εταιρίας είναι το Skroutz Store, το Soby και το Skroutz MyBill.

Στόχοι

Πρωταρχικός στόχος της εταιρίας είναι η κάλυψη μεγαλύτερου φάσματος της ηλεκτρονικής αγοράς στην Ελλάδα με συνεργασία ακόμα περισσότερων καταστημάτων και προώθησης των προϊόντων τους. Μακροπρόθεσμος στόχος και επιθυμία των ιδρυτών της εταιρίας, αποτελεί η επέκταση της στο διεθνές διαδίκτυο με δημιουργία ιστοσελίδων που απευθύνεται σε μεγαλύτερη γκάμα καταστημάτων αλλά και πελατών από το εξωτερικό (βλέπε www.alve.com).

Αμέσως επόμενος σημαντικός στόχος, είναι η αύξηση των πελατών της ιστοσελίδας, (αυτοί δηλαδή που για τις αγορές τους προτιμάνε το skroutz.gr), η αύξηση των χρηστών (αυτοί που επισκέπτονται και χρησιμοποιούν το skroutz.gr χωρίς απαραίτητα να επωφελούνται από τις λειτουργίες της ιστοσελίδας) και η αύξηση των εγγεγραμμένων μελών στην κοινότητα του skroutz.gr.

Ένα σημαντικό πρόβλημα που πρέπει να επιλύσει η εταιρία είναι η σειρά εμφάνισης της ιστοσελίδας στην πιο ευρέως διαδεδομένη μηχανή αναζήτησης πληροφοριών στο διαδίκτυο, την Google. Παρόλο που αποτελεί το πιο αξιόπιστο site με την πλέον εξελιγμένη μηχανή αναζήτησης τιμών προϊόντων στην Ελλάδα, σε αρκετά αποτελέσματα αναζήτησης της Google κάτι τέτοιο δεν το αποδεικνύει. Σε πολλές αναζητήσεις εμφανίζεται δεύτερη στην σειρά

- www.skroutz.gr
- Μηχανή αναζήτησης και σύγκρισης προϊόντων και τιμών.
- Μία από τις μεγαλύτερες μηχανές σύνθετης αναζήτησης στο ελληνικό διαδίκτυο.
- Συνεργασία με 1.112 καταστήματα συγκρίνοντας 5.856.674 προϊόντα.
- 162.709 εγγεγραμμένα μέλη στην κοινότητα του skroutz.gr με 14.798 απαντήσεις.

Στόχοι

- Συνεργασία με περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα και προϊόντα.
- Αύξηση αριθμού χρηστών, μελών και πελατών της ιστοσελίδας.
- Επέκταση εταιρίας σε παγκόσμια κλίμακα.
- Δημιουργία εναλλακτικών και πιο εξειδικευμένων μορφών αναζήτησης.
- Βελτιστοποίηση εμφάνισης αποτελεσμάτων στη μηχανή αναζήτησης της Google.

Προσέγγιση

- Δημιουργία blog και ξεχωριστού section στην ιστοσελίδα για επικοινωνία με προμηθευτές.
- Αναζήτηση και έρευνα αγοράς σε χώρες του εξωτερικού.
- Φθηνές τιμές και κερδοφόρες συμφωνίες με προμηθευτές.
- Παροχή προνομίων σε εγγεγραμμένα μέλη.
- Αλλαγή του σχεδιασμού της ιστοσελίδας με κύριο στόχο την βελτιστοποίηση της στην εμφάνιση των αποτελεσμάτων στην μηχανή αναζήτησης της Google.
- Πρωτοποριακός τρόπος σκέψης και δημιουργία νέων ιστοσελίδων παροχής αναζήτησης και σύγκρισης υπηρεσιών.

Αποτελέσματα

- Αυξημένη επισκεψιμότητα ιστοσελίδας.
- Μεγαλύτερο εύρος καταστημάτων και προϊόντων.
- Αξιοσημείωτη εμπιστοσύνη καταναλωτών.
- Βελτίωση θέσης στα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης της Google.



και σε ορισμένες ακόμα και στην δεύτερη σελίδα. Το συγκεκριμένο πρόβλημα λοιπόν αποτελεί μείζονος σημασίας για την εταιρία.

Τέλος, η εταιρία διαφοροποιείται στον τομέα της δικτυακής αναζήτησης και ψάχνει τρόπους για δημιουργία εναλλακτικών μορφών αναζήτησης που θα κερδίσουν τον επισκέπτη με τις δυνατότητες τους, την καινοτομία τους και την απλοποίηση τους. (π.χ. Skroutz MyBill Project)

Προσέγγιση

Η εταιρία έπρεπε να βρει τον τρόπο να προσελκύει συνεχώς νέα καταστήματα για συνεργασία. Από την στιγμή που εδραιώθηκε στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, κάτι τέτοιο δεν ήταν δύσκολο. Κάποιες από τις ενέργειες της, ήταν ο καθαρός, ευανάγνωστος, προσιτός και λειτουργικός χώρος που παρείχε η ιστοσελίδα στους προμηθευτές για επικοινωνία και ενημέρωση. Μάλιστα κατασκεύασε ειδική ιστοσελίδα (SkroutzStore.gr) για την πλήρη ενημέρωση όσον ενδιαφέρονταν για την διαδικασία προβολής τους στο skroutz.gr και την κατασκευή του δικού τους ηλεκτρονικού καταστήματος. Η δημιουργία blog (www.skroutz.gr/blog), με πάρα πολλές δυνατότητες και πληθώρα πληροφοριών για την εταιρία, διευκόλυνε στο μέγιστο την επικοινωνία με τα καταστήματα που ενδιαφέρονταν.

Η επέκταση της εταιρίας στην χώρα της Τουρκίας έγινε μέσα από έρευνα της αγοράς στην εν λόγω χώρα και κρίθηκε ότι είναι η ιδανική περίπτωση για να ξεκινήσει το εγχείρημα του διεθνούς skroutz. Παρόμοια διαδικασία δεν θα αποτελούσε πρόβλημα για τους επόμενους στόχους της εταιρίας.

Για την προσέλκυση πελατών η εταιρία κατάφερε, σε συνεργασία με τους προμηθευτές, προσιτές τιμές, φθηνότερες από ανταγωνιστές. Κατά καιρούς διοργανώνει διαγωνισμούς με έπαθλα και δώρα αξίας.

Για να πείσουν τους χρήστες της ιστοσελίδας να εγγραφούν στην κοινότητα του skroutz.gr, έπρεπε να προσφέρουν ειδικές δυνατότητες στην συγκεκριμένη ομάδα χρηστών. Κάτι τέτοιο έγινε με παροχή προνομίων ιδιαίτερα σημαντικών, όπως η δυνατότητα συλλογής προϊόντων του χρήστη για σύγκριση με άλλα προϊόντα ανά πάσα στιγμή. Με παρόμοιες τεχνικές η προσέγγιση για αύξηση της εγγραφής έγινε επιτυχής.

Ένα σημαντικό πρόβλημα της εταιρίας είναι ότι, η ιστοσελίδα είναι με τέτοιο τρόπο κατασκευασμένη ώστε να μην εκμεταλλεύεται στο έπακρο την φήμη και τις δυνατότητες που έχει για τους απλούς χρήστες. Και αυτό διότι δεν πληρεί σε μέγιστο βαθμό όλα τα κριτήρια που λειτουργεί ο αλγόριθμος της μηχανής αναζήτησης της Google, με αποτέλεσμα να χάνονται πολλοί πελάτες.



Η προσέγγιση που ακολουθήσε η εταιρία για να διορθώσει το παραπάνω πρόβλημα περιλαμβάνει την εφαρμογή ορισμένων τεχνικών που έχει προτείνει ένας μεγάλος αριθμός ειδικών σε θέματα βελτιστοποίησης μηχανών αναζήτησης (SEO). Οι τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν είναι η χρήση μεγάλου αριθμού εισερχόμενων συνδέσμων (backlinks) από διαδικτυακούς τόπους που έχουν κατακτήσει μεγάλες θέσεις στο σύστημα κατάταξης της Google, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την ποσότητα αλλά και την ποιότητα των συνδέσμων αυτών. Επιπλέον έγινε βελτιστοποίηση του περιεχομένου του διαδικτυακού χώρου αυξάνοντας τις αναφορές στα κλειδιά αναζήτησης που θα χρησιμοποιηθούν. Τέλος έγινε προσπάθεια αύξησης της παρουσίας του ιστοτόπου στα κοινωνικά δίκτυα προτρέποντας του επισκέπτες να διαμοιράζονται τον σύνδεσμο της σελίδας σ' αυτά. Φυσικά όλα τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της κίνησης (clicks) στη σελίδα που αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο για τη βελτιστοποίηση της εμφάνισης του ιστοτόπου στη μηχανή αναζήτησης της Google.



Για την εναλλακτικής μορφή αναζήτηση σε διάφορους τομείς η εταιρία ενήργησε πρωτοποριακά και με κριτήρια ίδια με αυτά του skroutz.gr. Ένταξε το επιτυχημένο μοντέλο της αναζήτησης του skroutz, σε μια καινοτόμα ιδέα όπως το Skroutz MyBill Project. Προχώρησε ένα βήμα παραπέρα την διαδικασία αναζήτησης προς όφελος του χρήστη και το αποτέλεσμα σίγουρα θα ανταμειφτεί αφού προσφέρει υπηρεσία (εμφάνιση φθηνότερων πακέτων ομιλίας, μηνυμάτων και internet για όλα τα δίκτυα της Ελλάδας, ανάλογα με την συχνότητα χρήσης), άκρως χρονοβόρα και επίπονη για τον μέσο χρήστη του internet. Ίδιο σκεπτικό χρησιμοποιήθηκε και για το Soby.gr.

Αποτελέσματα

Η εταιρία πιστή και αφοσιωμένη στην δουλειά της κατάφερε να πραγματοποιήσει μεγάλο ποσοστό των στόχων της με τα αποτελέσματα να γίνονται άμεσα ορατά. Συγκεκριμένα συνεργάζεται με 1.077 καταστήματα, διαθέτει 1.204 κατηγορίες προϊόντων, δέχεται 220.000 αναζητήσεις ανά ημέρα από τους 2.300.000 μοναδικούς χρήστες της ανά μήνα. Κάθε μήνα οι αυξανόμενες επισκέψεις που δέχεται η ιστοσελίδα είναι της τάξης του 10%.

Πιο συγκεκριμένα, τον μήνα Οκτώβριο δέχθηκε 7.726.401 επισκέψεις, 1.505.876 των οποίων ήταν από κινητή συσκευή και όλα αυτά από τους 2.985.206 μοναδικούς χρήστες για αυτόν τον μήνα.





Η αναζήτηση στην ιστοσελίδα έχει γίνει τόσο γνωστή και εμπιστευτική ώστε η ομάδα ανάλυσης στατιστικών να μένει συχνά έκπληκτη με προσπάθειες αναζήτησης από χρήστες για προϊόντα όπως σφεντόνες και κουδουνάκια για τα κατοικίδια τους. Αν μη τι άλλο, ένα υπερβολικό μέτρο σύγκρισης της εμπιστευτικότητας που δείχνει να διακατέχει τους χρήστες της ιστοσελίδας.

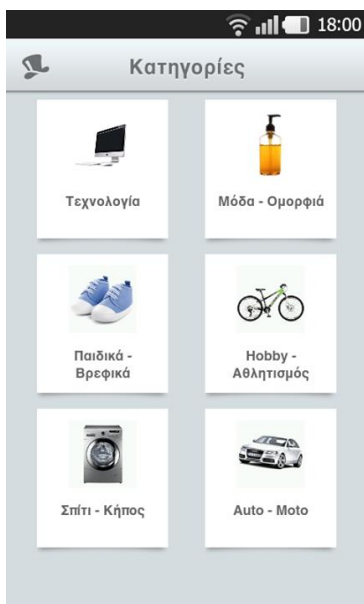
Βιβλιογραφία

(pdf)

- Οδηγός έναρξης για τη βελτιστοποίηση στη μηχανή αναζήτησης του Google.
<<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.gr/el/gr/intl/el/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-el.pdf>> [Accessed 15 November 2013].
- TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING <<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2013/KoulaxiziArgyri/attached-document-1368543238-140175-30969/KoulaxiziArgyri2013.pdf>> [Accessed 15 November 2013].

(Websites)

- Η γωνιά του Skroutz.gr Skroutz.gr Blog [online] Available at: <<http://www.skroutz.gr/blog/news>> [Accessed 20 November 2013].
- Skroutz Merchants Area [online] Available at: <<https://merchants.skroutz.gr>> [Accessed 20 November 2013].
- SKROUTZ A.E. [online] Available at: <<http://www.dionicgroup.com/gr/activity-fields/software/skroutz>> [Accessed 20 November 2013].
- Εξαγορά της SKROUTZ AE από την Dionic [online] Available at: <<http://www.ads1gr.com/forum/threads/41796-%CE%95%CE%BE%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC-%CF%84%CE%B7%CF%82-SKROUTZ-%CE%91%CE%95-%CE%B1%CF%80%CF%8C-%CF%84%CE%B7%CE%BD-Dionic?s=3cfdcfab6387bb245c1197ed055c9cc0>> [Accessed 20 November 2013].
- Skroutz.gr [online] Available at: <<https://www.facebook.com/Skroutz.gr>> [Accessed 20 November 2013].



- Skroutz.gr με αέρα από Silicon Valley [online] Available at: < <http://e-pcmag.gr/techtalk/skroutzgr-me-aera-apo-silicon-valley> > [Accessed 20 November 2013].
- Το Skroutz.gr ξεπέρασε τα 1.000 ηλεκτρονικά καταστήματα [online] Available at: < <http://e-pcmag.gr/news/skroutzgr-xeperase-ta-1000-ilektronika-katastimata> > [Accessed 20 November 2013].

(Images)

- http://a.scdn.gr/images/helmet/promo_material/mediakit/info_graphic_2013_10.jpg