

The Future of Customer Experience

Από τη μαζική στην προσωποποιημένη προσέγγιση πελατών.

Έξυπνη τμηματοποίηση πελατών, σχεδιασμός και υλοποίηση
εξατομικευμένων ενεργειών σύμφωνα με το προφίλ των πελατών.

George Moirotsos | Harry Mourelatos

CEO & Co-founder, ContactPigeon | Head of Digital Marketing & e-Commerce, Plaisio Computers



Agenda

- 1 Η αφορμή ...

- 2 CDP - Δομή

- 3 Η δύναμη του single customer view

- 4 Segmentation & προσωποποίηση

- 5 Ποιά τα πλεονεκτήματα ;

Εισαγωγή στο έργο και πώς ξεκίνησε

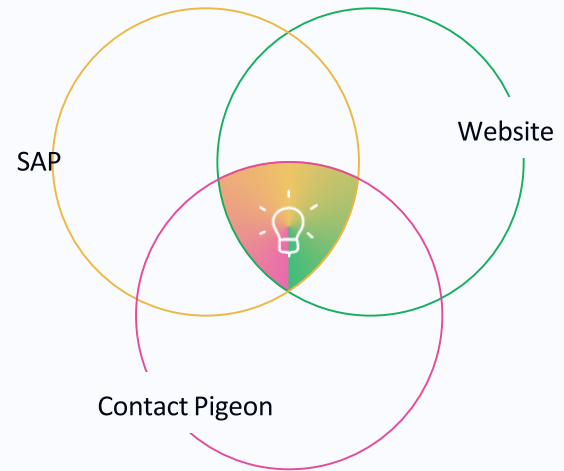
Το έργο ξεκίνησε από την ανάγκη **ενοποίησης των δεδομένων των πελατών**, τα οποία ήταν διασκορπισμένα σε διαφορετικά συστήματα (SAP ERP, Contact Pigeon, Sitecore, Call Center).

Στόχος μας ήταν η δημιουργία μιας **ολοκληρωμένης εικόνας πελάτη** για καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς και των αναγκών του και τη μετέπειτα προσωποποιημένη επικοινωνία.

Για τον σκοπό αυτό, επιλέξαμε και υλοποιήσαμε ένα εργαλείο που **ενοποιεί όλα τα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο**, επιτρέποντας αποτελεσματική ανάλυση.
CDP ...

CDP

CUSTOMER DATA PLATFORM



Η συνταγή !

SAP: Το ERP σύστημά μας (προϊόντα, συναλλαγές, επαφές, κουπόνια, παραγγελίες, απόθεμα, υποδομές, συνεργασίες κ.λπ.).

Sitecore – ContentStack: Το CMS που είναι συνδεδεμένο με το SAP (παραγγελίες, προϊόντα, χαρακτηριστικά/facets).

Contact Pigeon: Πάροχος Email και Πλατφόρμα Customer Engagement. Παρακολουθεί την online συμπεριφορά πελατών, τόσο γνωστών όσο και άγνωστων.

Η συνταγή vol 2 !

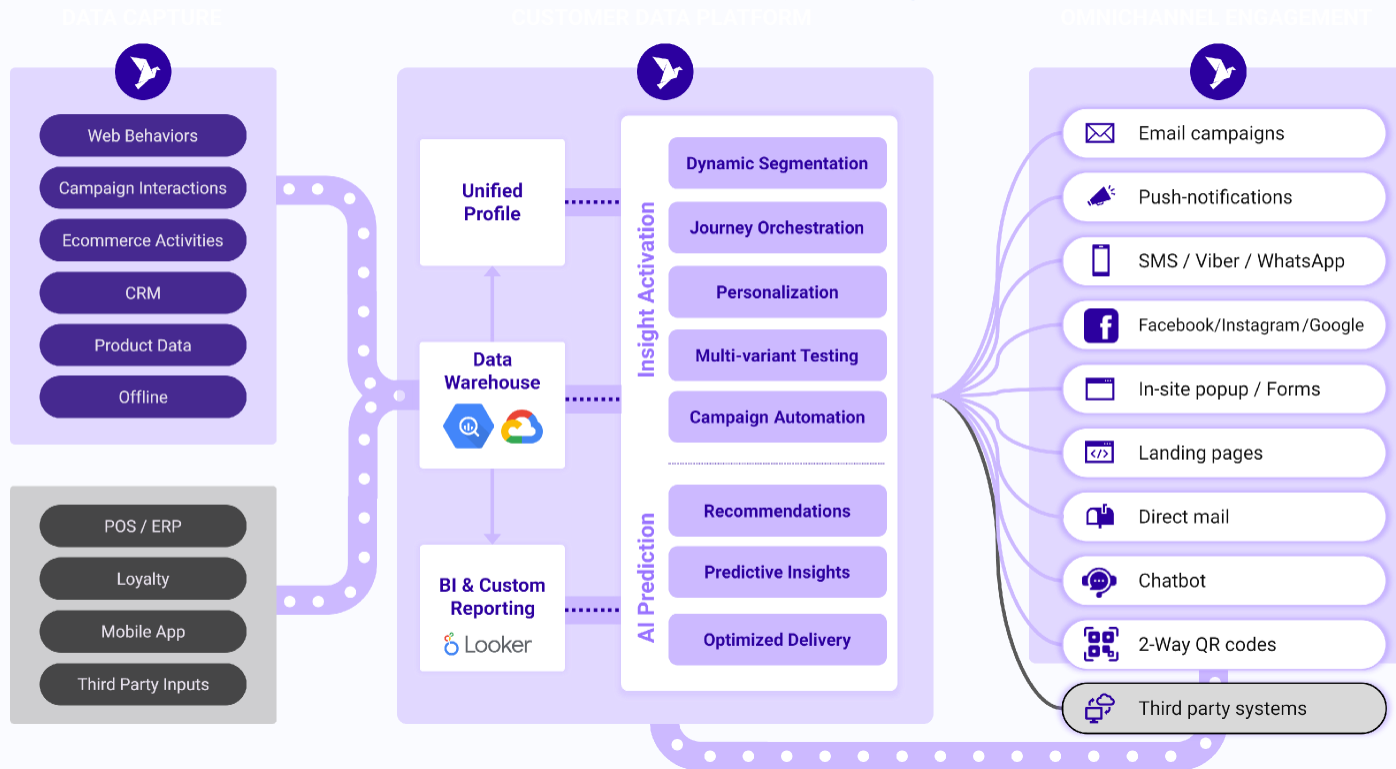
Η Contact Pigeon χρησιμοποιεί το **Google BigQuery** (data warehouse).

Το BigQuery είναι μια πλήρως διαχειριζόμενη πλατφόρμα δεδομένων, έτοιμη για AI, που βοηθά στη διαχείριση και ανάλυση δεδομένων, με ενσωματωμένες δυνατότητες όπως machine learning, αναζήτηση και business intelligence. Έχει σχεδιαστεί για να μας βοηθά να συλλέγουμε (ingest), αποθηκεύουμε, αναλύουμε και οπτικοποιούμε δεδομένα.

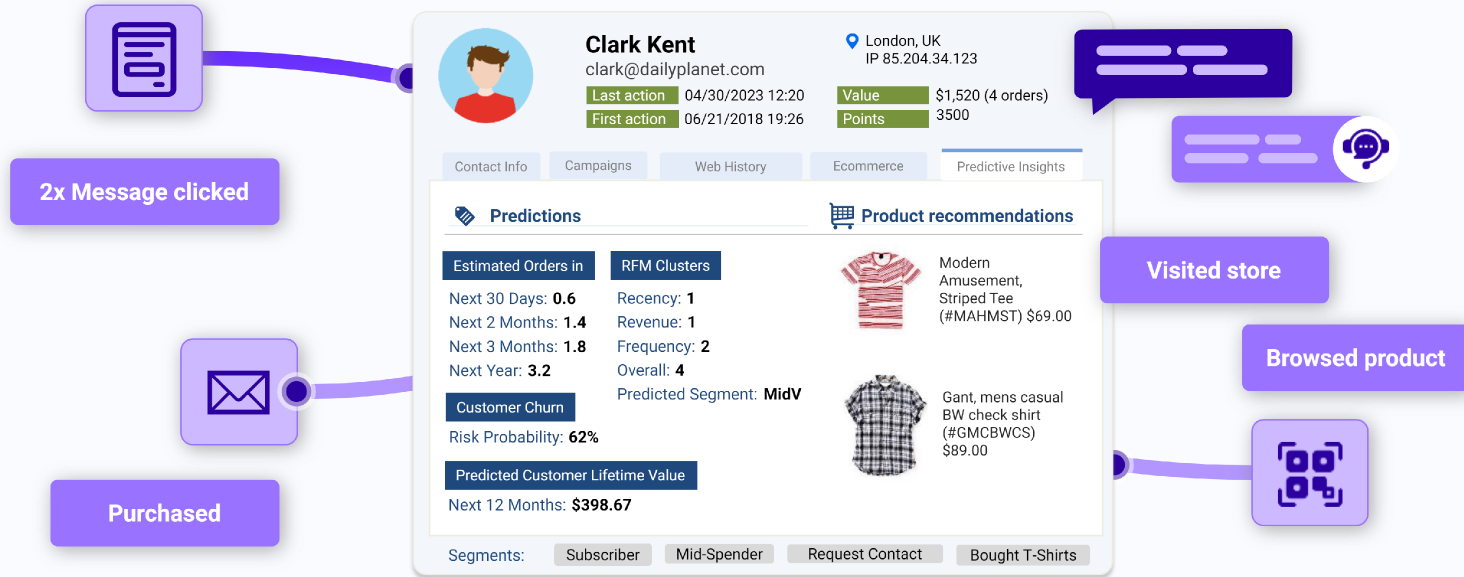
Για την οπτικοποίηση των δεδομένων, η CP χρησιμοποιεί το **Google Looker Studio**.

Το Looker Studio είναι ένα online εργαλείο που μετατρέπει τα δεδομένα σε προσαρμόσιμες και ενημερωτικές αναφορές και dashboards.

CDP – Μετατρέψτε τα δεδομένα σας σε πολύτιμα insights.



Η δύναμη του single customer view



Live segmentation , παράδειγμα 1.

The screenshot displays the ContactPigeon segmentation tool interface. A modal dialog box titled "Segmentation tool" is open, allowing users to define the basis for segmentation. The dialog has a close button (X) in the top right corner. Under the heading "Segment based on", there are two options: "Specific lists" with an unselected radio button, and "All contacts" with a selected radio button. At the bottom of the dialog, there are two buttons: "Choose later" and "Select lists".

The background interface shows the "Contacts segmentation" page. On the left, there are tabs for "Lists" and "Contacts", and a "List name" dropdown menu. The main area contains a "Pick a list" prompt. On the right, there is a "Segment definition" section with a circular progress indicator showing "2459044" and the text "Selected contacts: 0 out of 2459044". Below this is a "Segment summary" section indicating "0 lists selected" and "Settings" with two bullet points: "Contacts belong to: At least one list" and "Include 'do not contact' people: No".

At the bottom of the screen, a Windows taskbar is visible with various application icons. A "Screen Recorder" notification is present, stating "Screen Recorder is sharing your screen." with "Stop sharing" and "Hide" buttons. The system tray shows the date and time as "6:02 μμ 3/3/2026" and "ENG".



Live segmentation , παράδειγμα 2.

The screenshot shows a Looker dashboard titled "Real-time RFM / ML Clustering" for the user "Plaisio". The dashboard includes a left-hand navigation menu with options like "Create", "Explore", "Dashboards", and "Boards". The main content area features four key metrics: "11.803 Customers by email", "1,0 Avg Frequency", "239,7 Avg Recency", and "€16,98 Avg Spending". Below these are two large visualization areas: "Customer Movement (Previous period -> Current period)" and "Current Customer Base vs Last Period", both currently showing placeholder icons. At the bottom, there are two charts: "AI Based Cluster Distribution" (a pie chart) and "AI Based Cluster by Monetary Value" (a line chart with a single data point at 1.0). A right-hand "Filters" panel allows for filtering by "Current Period", "Previous Period", "Channel" (set to "Internet B2C"), "Customer Description", "Customer Group Description", "Category", "Selected Model" (set to "wch_nc"), "AI Cluster", "Rfm Segment" (set to "About to Sleep"), and "User Email". A "Please read me first" warning is present, stating that live data predictions can take up to a few minutes to load. A "Screen Recorder" notification is visible at the bottom of the dashboard.



Η δύναμη του Segmentation, παράδειγμα 3.

Case 1:

Πελάτες που έχουν αγοράσει
πάνω από 5 φορές από το
κατάστημα Αγίας Παρασκευής
- last 2 months

The screenshot displays a CRM Segmentation tool interface. The 'Filters' section contains three conditions:

- Billings & Sales Erp Billings Billing Date Date is in the last 60 days
- Billings & Sales Sales Office Desc is ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ
- Custom Fields Count of Erp Billings Sales Document is >= 5

The 'Visualization' section shows a table with the following columns: 'Data', 'Results', 'SQL', and 'Add calculation'. The table displays a list of customers with their 'Count of Erp Billings Sales Document'.

Customer	Count of Erp Billings Sales Document
50 715 445	21
2 158 974	17
167 562	14
4 237 111	14
171 220	13
183 210	13
50 927 508	12
50 855 104	12
33 924	11
1 369 229	11
50 715 460	11
169 504	11
30 841 486	10
943 164	10
50 023 438	10
5 012 244	10
50 838 655	9
50 881 509	9
50 576 651	8
26 502	8

Η δύναμη του Segmentation, παράδειγμα 4.

Case 2:
Πελάτες που έχουν αγοράσει
Online με Τιμολόγιο
-last 30 days

The screenshot displays a data segmentation tool interface. The 'Filters' section is active, showing three criteria connected by an 'AND' operator:

- Billings & Sales Exp Billings Billing Date Date: is in the last 30 days
- Billings & Sales Distribution Channel Description: is Internet B2C
- Billings & Sales Document Type Desc: is ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ

Below the filters, there are options for '+ New group' and '+ Custom expression'. The 'Visualization' section is set to 'Data', with tabs for 'Data', 'Results', 'SQL', and 'Add calculation'. A warning message states: 'Row limit reached. Results may be incomplete'. The data table below shows columns for 'Billings & Sales Exp Billings Customer', 'Billings & Sales Document Type Desc', 'Billings & Sales Distribution Channel Description', and 'Count of Exp Billings Customer 4'. The table contains 15 rows of data, with the last row showing a total count of 0.076.

Billings & Sales Exp Billings Customer	Billings & Sales Document Type Desc	Billings & Sales Distribution Channel Description	Count of Exp Billings Customer 4
50.776.214	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
50.090.253	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
50.081.351	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
2.700.886	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
2.276.194	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
5.571.990	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
1.913.675	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
3.236.038	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
83.571	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
1.110.669	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
1.572.323	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
50.064.635	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
4.227.721	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
2.988.976	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
256.124	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
1.645.203	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
50.093.580	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1
184.714	ΠΩΛΗΣΗ-ΧΟΝΔΡΕΙΚΗ	Internet B2C	1

Η δύναμη του Segmentation, παράδειγμα 5.

Case 4:

Πελάτες που έχουν πάρει
προσφορά για Laptop και δεν
έχουν αγοράσει
- last 30 days

The screenshot shows a data visualization interface with a 'Filters' section and a 'Results' table. The filters are:

- Der One Erp18 Sales Creation Date Date: is in the last 30 days
- Der One Erp18 Sales Document Type Desc: is ΠΡΟΣΦΟΡΑ
- Der One Erp18 Sales Material Group Desc: is Laptop
- Der Two Erp18 Sales Material Group Desc: is not Laptop
- Der Two Erp18 Sales Document Type Desc: is not ΠΡΟΣΦΟΡΑ
- Der Two Erp18 Sales Creation Date Date: is in the last 30 days

The 'Results' table shows the following data:

Der One Erp18 Sales Customer Numeric	Der One Erp18 Sales Document Type Desc	Der One Erp18 Sales Material Group Desc	Count of Customer Numeric	
1	4.724.325	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
2	5.274.695	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
3	50.313.778	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
4	228.831	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
5	50.776.139	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
6	39.187	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
7	1.693.218	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
8	4.859.794	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
9	1.663.508	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
10	5.312.726	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Laptop	1
Total				865

Η δύναμη του Segmentation, παράδειγμα 6.

Case 5:
Πελάτες που έχουν αγοράσει
με Revolut

The screenshot shows a data analysis interface with the following components:

- Filters:**
 - Billings & Sales Erp Billings Billing Date Date: is in the last 2 years
 - Billings & Sales Payment Terms: contains Revolut
- Visualization:** Data, Results, SQL, Add calculation
- Row Limit:** 500
- Warning:** Row limit reached. Results may be incomplete
- Table:**

Billings & Sales Erp Billings Customer	Billings & Sales Payment Terms	Billings & Sales Distribution Channel Description	Count of Erp Billings Customer ↓	Count of Sales Document
50.043.169	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
2.712.438	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
4.046.652	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.951.654	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
2.986.040	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
3.829.935	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.912.931	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	2
4.895.014	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	2
50.964.442	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.704.580	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.955.508	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.233.160	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
50.016.898	Εξοφλημένο με Revolut	Internet B2C	1	1
total			2,160	2,366

Dashboard overview

The screenshot displays the Looker dashboard overview interface. On the left is a navigation sidebar with a 'Create' button and a list of items including 'Explore', 'Dashboards', 'Overview', 'Recently Viewed', 'Favorites', 'Boards', 'Automated/Ongoing Campai...', 'Folders', and 'Blocks'. The main area is titled 'Dashboards' and is divided into two sections: 'SAP' and 'Plaisio.gr'. Each section contains a grid of dashboard cards. Each card features a preview of its content, a title, and view statistics. The SAP section includes 'Business Dashboard (Beta)', 'Evolution / Forecast', and 'Service for Issues'. The Plaisio.gr section includes 'Ad Hoc Campaigns (Beta)', 'Audience Analytics (Beta)', 'Automated/Ongoing Campaigns (Beta)', 'eCommerce Performance (Beta)', 'Web Overview (Beta)', and 'Whatsapp Sent Messages'.

SAP
Add description...

- Business Dashboard (Beta)**
73 Views, By Mariam Kandilari
- Evolution / Forecast**
58 Views, By Plaisio Generic User: CR\$urname
- Service for Issues**
18 Views, By Mariam Kandilari

Plaisio.gr
Add description...

- Ad Hoc Campaigns (Beta)**
58 Views, By Mariam Kandilari
- Audience Analytics (Beta)**
42 Views, By Mariam Kandilari
- Automated/Ongoing Campaigns (Beta)**
40 Views, By Mariam Kandilari
- eCommerce Performance (Beta)**
31 Views, By Mariam Kandilari
- Web Overview (Beta)**
49 Views, By Mariam Kandilari
- Whatsapp Sent Messages**
17 Views, By Mariam Kandilari



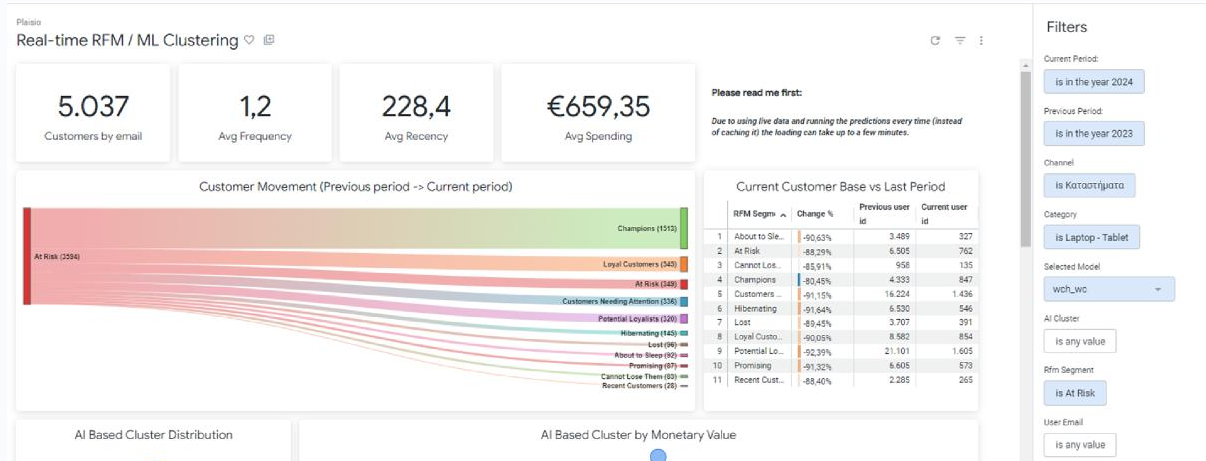
RFM Analysis

RFM allows us to segment customers based on their transaction history. Also, is a way to predict how a new customer is likely to act in the future.

Recency: refers to how recent a customer's last purchase was. Customers who have made a recent purchase, typically within the last few weeks, still have the product and brand on their minds and are most likely to make a repeat purchase.

Frequency: Frequency is how often the customer makes purchases, which can help you identify repeat customers. For example, many clients make frequent repeat purchases within a set timeframe.

Monetary value: Monetary value refers to how much a customer spends within a given period. It's always important to consider because it can tell you a few things about consumer behavior.

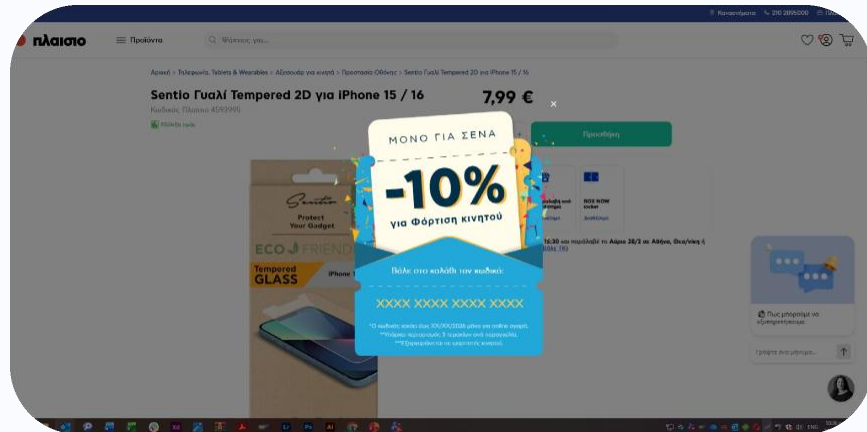
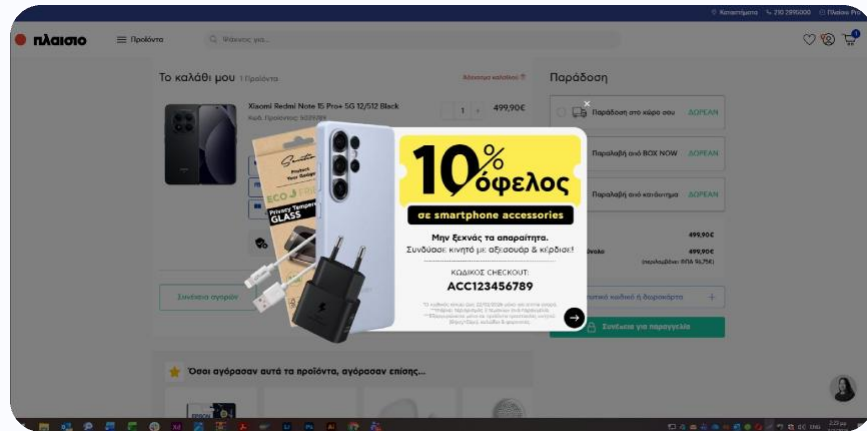
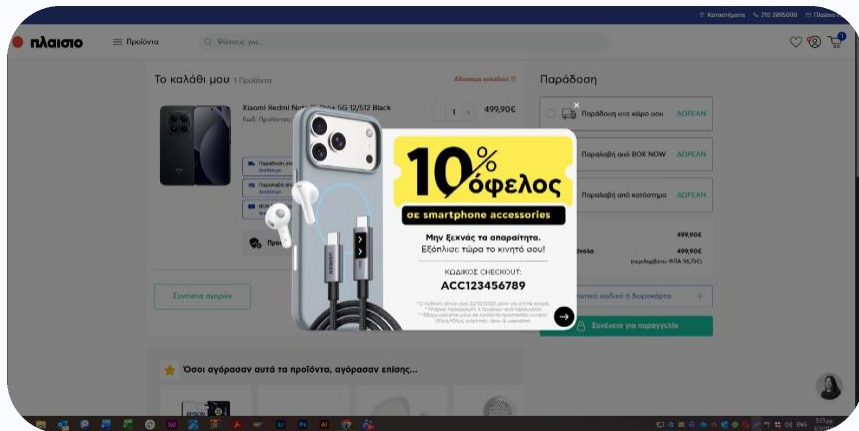


RFM Analysis

Segments Description 🔍 🔔 ⋮		
Customer Segment	Activity	Actionable Tip
Loyal Customers	Spend good money with us often. Responsive to promotions.	Upsell higher value products. Ask for reviews. Engage them.
Potential Loyalist	Recent customers, but spent a good amount and bought more than once.	Offer membership / loyalty program, recommend other products.
About to Sleep	Below average recency, frequency and monetary values. Will lose them if not reactivated.	Share valuable resources, recommend popular products / renewals at discount, reconnect with them.
Champions	Bought recently, buy often and spend the most!	Reward them. Can be early adopters for new products. Will promote your brand.
Hibernating	Last purchase was long back, low spenders and low number of orders.	Offer other relevant products and special discounts. Recreate brand value.
Cannot Lose Them	Made biggest purchases, and often. But haven't returned for a long time.	Win them back via renewals or newer products, don't lose them to competition, talk to them.
Customers Needing Attention	Above average recency, frequency and monetary values. May not have bought very recently though.	Make limited time offers, Recommend based on past purchases. Reactivate them.
Promising	Recent shoppers, but haven't spent much.	Create brand awareness, offer free trials.
Lost	Lowest recency, frequency and monetary scores.	Revive interest with reach out campaign, ignore otherwise.
Recent Customers	Bought most recently, but not often.	Provide on-boarding support, give them early success, start building relationship.
At Risk	Spent big money and purchased often. But long time ago. Need to bring them back!	Send personalized emails to reconnect, offer renewals, provide helpful resources.

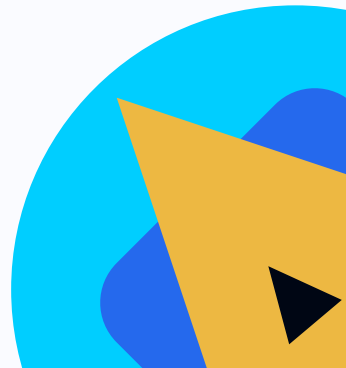


Προσωποποίηση & micro moments .



Plaisio

Journey Builder



Personalized Journeys, Amplified

Our Journey Builder, now smarter, with a seamless coupon mechanism*

Triggered when a contact records a specific event if trigger

163 contacts waiting for the event to be triggered

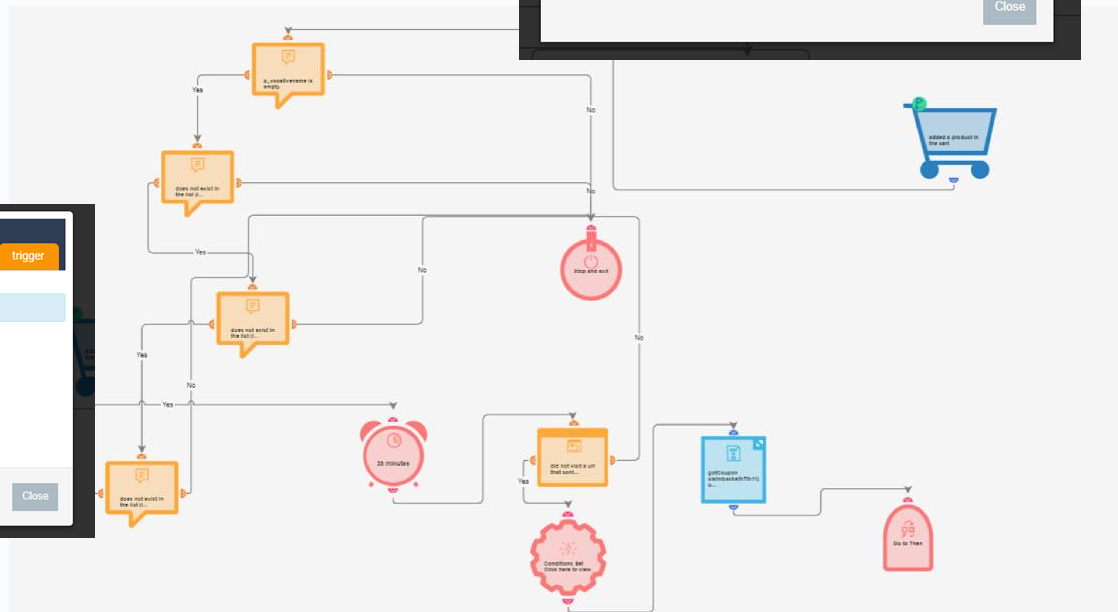
gotCoupon claimbasketh7th11 and event value is *

Delete Close

Quick Actions Back to options

```
{cplogic action="remotesubmit" url="https://plato.contactpigeon.com/bi/atlantis/pls/v0849EoUhraKOS8n2hC389s0TqkRyuDf/?isour=yes&cremail=[%email%]&coupon_cat=claimbasketh7th11jul2024&ci=']/cplogic}
```

Close



Βασικά οφέλη του CDP

360° Προφίλ Πελάτη: Ενοποίηση δεδομένων από known και unknown πηγές, με χρήση μοναδικού customer ID, για δημιουργία (360°) εικόνας πελάτη. Vertex AI για data deduplication. Το data hygiene βασικό συστατικό επιτυχίας.

Automated & Real-time επικοινωνίες :

Δυνατότητα υλοποίησης προσωποποιημένων και αυτοματοποιημένων καμπανιών και ενεργειών, βασισμένων στις αλληλεπιδράσεις και τη συμπεριφορά των πελατών σε κάθε σημείο touchpoint, ενισχύοντας το customer engagement.

Συνέπεια στην omnichannel εμπειρία : Συντονισμός μιας ολιστικής, πολυκαναλικής εμπειρίας, τόσο online όσο και offline, με αξιοποίηση marketing insights και αξιοποιήσιμων triggers σε κάθε στάδιο του αγοραστικού ταξιδιού.

Βελτιωμένη Ανάλυση Δεδομένων: Με την ενοποίηση όλων των δεδομένων, μπορούμε να αναλύουμε πιο αποτελεσματικά τη συμπεριφορά των πελατών, προσφέροντας καλύτερες υπηρεσίες και εξατομικευμένες προτάσεις προϊόντων.



Ένα CDP. Σχεδιασμένο για όλες τις ομάδες



Marketing

Επωφεληθείτε από βαθύτερα insights για τμηματοποιημένες personas, βελτιστοποιημένες στρατηγικές καμπανιών και πιο ακριβή στόχευση πελατών σε όλα τα κανάλια marketing. Βελτιώστε τη συνολική απόδοση του marketing και επιτύχετε καλύτερη απόδοση επένδυσης (ROI) στις διαφημιστικές δαπάνες.



CRM & Analytics

Αποκτήστε πρόσβαση σε ενοποιημένα δεδομένα πελατών, προηγμένα μοντέλα και εργαλεία ανάλυσης, με δυνατότητα προσαρμογής αναφορών και dashboards. Ενισχύστε τη δυνατότητα εξαγωγής ουσιαστικών insights από τα δεδομένα.



Retail & eCommerce

Αξιοποιήστε το CDP για να αποκτήσετε ολοκληρωμένη εικόνα των εμπορικών προτύπων, να κατανοήσετε τη συμπεριφορά των πελατών σε όλα τα κανάλια και να εντοπίσετε τις κυρίαρχες προτιμήσεις προϊόντων. Υποστηρίξτε τεκμηριωμένες αποφάσεις στη διαχείριση προϊόντων και στις στρατηγικές πωλήσεων.



Executives

Αποκτήστε υψηλού επιπέδου εικόνα για μελλοντικές τάσεις, με υποστήριξη προβλέψεων για τη διευκόλυνση βελτιωμένων στρατηγικών αποφάσεων. Ενδυναμώστε την έγκαιρη ανταπόκριση με ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο για κρίσιμους Δείκτες Απόδοσης (KPIs), όπως αιφνίδιες αυξήσεις στον όγκο παραγγελιών.

Το μέλλον είναι εδώ.

Επαναπροσδιορίζουμε τον τρόπο με τον οποίο συνδεόμαστε με τους πελάτες μας χτίζοντας βαθύτερες σχέσεις, με τη δύναμη της τεχνολογίας και της προσωποποίησης.

Η Δύναμη του Segmentation

Πώς το νέο μας CDP ξεκλειδώνει βαθύτερα insights.

Εξατομικευμένα Customer Journeys

Δημιουργία μοναδικών εμπειριών για κάθε πελάτη.

Έξυπνος Αυτοματισμός

Καινοτόμες email στρατηγικές που δημιουργούν ουσιαστική σύνδεση.

Στοχευμένα Newsletters

Παροχή αξίας μέσω σχετικού και προσωποποιημένου περιεχομένου.

Data-Driven Insights

Συνεχής μάθηση και προσαρμογή για διαρκή βελτίωση.



“The future of retail lies in Data & AI-driven insights, delivering personalized content that maximizes engagement through evolving, cutting-edge technologies.”

Thank You

