



# eWorking

**Σωτήρης Κάρναβος**

Διευθυντής πωλήσεων  
της Cyta Ελλάς

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Στην Τέτη Ηγουμενίδη  
tigoum@naftemporiki.gr



## Σχέση τύπου win-win για πελάτη και πάροχο

Οι εταιρείες δεν θα πρέπει να επηρεάζονται «από ευκαιριακές προσφορές, χωρίς αυτές να υποστηρίζονται παράλληλα από τεχνολογικές υποδομές, ποιότητα και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση».



**Η** ορθή επιλογή τηλεπικοινωνιακού φορέα για μια επιχείρηση πρέπει να είναι το αποτέλεσμα σωστής έρευνας των διαθέσιμων επιλογών στην αγορά των τηλεπικοινωνιών, έρευνας των δυνατοτήτων του φορέα από οικονομικής και τεχνικής πλευράς, αλλά και ελέγχου της εμπειρίας του στη παροχή τέτοιων λύσεων. Τα παραπάνω επισημαίνει στο «e working» ο διευθυντής πωλήσεων της Cyta Ελλάδος, Σωτήρης Κάρναβος.

### - Ποια δεδομένα εξετάζετε όταν σχεδιάζετε μια υπηρεσία που αφορά επιχειρήσεις;

«Οι υπηρεσίες μας σχεδιάζονται με γνώμονα τις ανάγκες της επιχειρηματικής αγοράς και την ολοκληρωμένη κάλυψή τους. Πέρα από τις αποφάσεις που σχετίζονται με την τεχνολογία και την τεχνική λύση, εστιάζουμε κυρίως στους άξονες “εμπορική διαμόρφωση”, “υποστήριξη μετά την πώληση” και “διαφοροποίηση”. Η πρόκληση για μας σε επίπεδο εμπορικής πρότασης είναι η ικανότητα να προσφέρουμε την υπηρεσία, προσαρμοσμένη στις ιδιαιτερότητες του πελάτη, στις δικές του ανάγκες και επιλογές και σε συμφέρουσα τιμή. Οι εταιρείες - πελάτες δεν αρκούνται πλέον μόνο σε μία καλή τιμή, αλλά είναι πιο απαιτητικοί και συνειδητοποιημένοι ως προς τις ανάγκες τους. Σε μία αγορά η οποία, δυστυχώς, κατά κύριο λόγο εστιάζει στη διαφοροποίηση μέσω της τιμής, εμείς επιδιώκουμε τη διαφοροποίηση σε πολλαπλά επίπεδα. Στη Cyta γνωρίζουμε ότι η ποιότητα είναι ένα δύσκολο γκεχέρημα και ένα στοίχημα το οποίο οφείλουμε να κερδίζουμε καθημερινά. Διαθέτοντας ήδη ιδιόκτητο Στόλο Οχημάτων Τεχνικών Εξυπηρέτησης, εσωτερικό Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών και έχοντας αναπτύξει Αλυσίδα Ιδιόκτητων Καταστημάτων εξυπηρέτησης του πελάτη παράλληλα με τη συνεχώς αναπτυσσόμενη αλυσίδα συνεργατών, είναι φανερό ότι επενδύουμε σημαντικούς πόρους στην εξυπηρέτηση του πελάτη μετά την πώληση. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι τα 2/3 του δυναμικού μας αυτή τη στιγμή, εργάζεται για την εξυπηρέτησή του.

### - Πώς ένας τηλεπικοινωνιακός φορέας σήμερα βοηθά μια επιχείρηση να αντεπεξέλθει στη δύσκολη οικονομική συγκυρία;

«Ζητούμενο κάθε επιχειρηματικού πελάτη είναι η συρρίκνωση των τηλεπικοινωνιακών του εξόδων, αλλά και η αποτελεσματική επικοινωνία, τόσο εντός της επιχείρησής του, όσο και εκτός, με πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες. Σε περίοδο ύφεσης και υψηλού ανταγωνισμού αυτές οι ανάγκες γίνονται ακόμη



**Σε μία αγορά η οποία, δυστυχώς, κατά κύριο λόγο εστιάζει στη διαφοροποίηση μέσω της τιμής, εμείς επιδιώκουμε τη διαφοροποίηση σε πολλαπλά επίπεδα, τονίζει ο κ. Σωτήρης Κάρναβος.**

πιο επιτακτικές. Επομένως, ο τηλεπικοινωνιακός φορέας δεν αποτελεί ακόμη έναν προμηθευτή, αλλά ένα σύμμαχο στην αντιμετώπιση των νέων εξελίξεων στην επιχειρηματική αγορά και στις τηλεπικοινωνίες. Ο τηλεπικοινωνιακός φορέας απαιτείται να βλέπει ολοκληρωμένα τις ανάγκες του πελάτη και να φροντίζει ώστε να απολαμβάνει πάντα προσιτές και ολοκληρωμένες υπηρεσίες αιχμής προσαρμοσμένες στις ανάγκες του».

### - Τι κατά τη γνώμη σας θα πρέπει να εξετάσει μια επιχείρηση όταν χρειάζεται να επιλέξει τηλεπικοινωνιακό πάροχο;

«Η επιλογή τηλεπικοινωνιακού παρόχου είναι κρίσιμη για κάθε επιχείρηση, ανεξαρτήτως μεγέθους. Δεν θα πρέπει κατά την επιλογή ο πελάτης να επηρεάζεται από ευκαιριακές προσφορές. Η ορθή επιλογή πρέπει να είναι το αποτέλεσμα σωστής έρευνας των διαθέσιμων επιλογών στην αγορά των τηλεπικοινωνιών, έρευνας των δυνατοτήτων του φορέα από οικονομικής και τεχνικής πλευράς, αλλά και ελέγχου της εμπειρίας του στη παροχή τέτοιων λύσεων. Είναι σημαντικό να εξεταστούν παράμετροι όπως η δυνατότητα πλήρους κάλυψης των αναγκών του πελάτη σε βάθος χρόνου, η προστιθέμενη αξία που η προτεινόμενη επιλογή θα δώσει στην επιχείρησή του, καθώς και το είδος της παρεχόμενης υποστήριξης μετά την πώληση. Προϋπόθεση επιτυχίας είναι βέβαια και η σωστή παράθεση από μέρους του πελάτη των αναγκών του στον υποψήφιο φορέα,

ώστε να εντοπισθεί από κοινού η κατάλληλη λύση στην πλέον συμφέρουσα τιμή και με τους σωστούς όρους συμβολαίου που θα διασφαλίσουν διάρκεια στη σχέση με όρους win-win.

### - Πώς ανταλαμβάνετε ως εταιρεία τη σύγκλιση τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής;

«Κατά την άποψή μας οι τηλεπικοινωνίες και η πληροφορική είναι τομείς αλληλένδετοι. Επομένως, το ερώτημα είναι εάν οι επενδύσεις που γίνονται σε αυτό το επίπεδο από τις τηλεπικοινωνιακές εταιρείες επιτυγχάνουν τελικά τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που λαμβάνουν οι πελάτες και ταυτόχρονα εξοικονομούν πόρους για λογαριασμό τους. Σε επίπεδο υποδομών βασική προϋπόθεση, στην εποχή της σύγκλισης, είναι η ύπαρξη πλατφόρμας IMS. Τα αρχικά αντιστοιχούν σε IP Multimedia Subsystem και πρόκειται για την πλατφόρμα εκείνη που λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος όχι μόνο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, αλλά και των πολυμέσων και της ψυχαγωγίας. Η Cyta Ελλάδος αντλεί τεχνογνωσία από τη μητρική στην Κύπρο, ενώ κάνει χρήση της ίδιας πρωτοποριακής πλατφόρμας υπηρεσιών σύγκλισης, αξιοποιώντας τη με γνώμονα πάντα τις ιδιαιτερότητες της ελληνικής αγοράς και τις ανάγκες των πελατών της σε προϊόντα και υπηρεσίες».

### - Πώς θα σχολιάζατε τον ανταγωνισμό σήμερα μεταξύ των τηλεπικοινωνιακών παρόχων στο κομμάτι των εταιρικών πελατών; Υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης των παρόχων στους εταιρικούς πελάτες;

«Ο αυξημένος ανταγωνισμός σε επίπεδο επιχειρηματικής αγοράς εστιάζει κυρίως στην τιμή και αυτό δυστυχώς αποδεικνύει έλλειψη καινοτομίας, ευελιξίας και εξειδίκευσης στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Αν και η επιχειρηματική αγορά στην Ελλάδα είναι σχετικά μικρή, περιθώριο ανάπτυξης υπάρχει και θα λέγαμε ότι είναι και σημαντικό, αρκεί ο κάθε πάροχος να καταφέρει να εντοπίσει τους τομείς εκείνους όπου είναι δυνατός και άρα, ανταγωνιστικός».

### - Ποια θεωρείτε πως είναι τα βασικά πλεονεκτήματα της λύσης που προσφέρετε στους εταιρικούς σας πελάτες;

«Πιστεύουμε ότι το βασικότερο πλεονέκτημα των υπηρεσιών μας είναι η δυνατότητα που παρέχουμε στους πελάτες μας να δημιουργούν πακέτα προσαρμοσμένα στις δικές τους ανάγκες και στη συνέχεια να τα τροποποιούν εύκολα, αναλόγως και των εξελίξεων στο επιχειρηματικό τους περιβάλλον. Εξίσου σημαντική είναι και η υποστήριξη πριν την πώληση σε συμβουλευτικό επίπεδο και στο πλαίσιο διερεύνησης των αναγκών τους με στόχο τη διαμόρφωση της πλέον κατάλληλης λύσης, καθώς και η υποστήριξη μετά την πώληση». [SID: 5283979]